



# **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL** **ESTADO DE MÉXICO**

CENTRO UNIVERSITARIO UAEM AMECAMECA  
LICENCIATURA EN CIENCIAS POLÍTICAS Y  
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

**ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO POLÍTICO  
MEXICANO A TRAVÉS DEL ENFOQUE DE LA  
NEUROPOLÍTICA PARA UNA PROSPECTIVA  
DEL 2024**

**TESIS**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN  
CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

PRESENTA:

**RODRIGO MARTÍN FLORES**

ASESOR: **DR. MIGUEL ÁNGEL SÁNCHEZ RAMOS**

COMITÉ REVISOR:

**DR. DAVID PADILLA MACAYO**

**MTRO. RICARDO CORTÉS PADILLA**

AMECAMECA, MÉX. MARZO 2022

# ÍNDICE

Introducción .....	3
<b>Capítulo 1: Neuropolítica.....</b>	<b>7</b>
1.1 Definición de Neuropolítica.....	7
1.2 Neurociencias y su relación con la Neuropolítica.....	19
1.2.1 El funcionamiento de las Neuronas .....	23
1.2.2 Los Neurotransmisores .....	26
1.2.3 Las Neuronas Espejo .....	28
1.3 Definición de Psicología Política.....	30
1.4 El Cerebro Triuno: tres cerebros en uno.....	38
1.4.1 Emociones y Sentimientos .....	43
1.4.2 La inteligencia emocional en la política.....	47
<b>Capítulo 2: Psicología del Mexicano .....</b>	<b>52</b>
2.1 Las Motivaciones del Mexicano .....	53
2.1.1 La Motivación Económica.....	55
2.1.2 La Motivación del Afecto y el Amor.....	58
2.2 La Historia como Influencia en la Vida del Mexicano .....	60
2.2.1 Diferentes Tipos de Mexicanos .....	63
2.3 La Familia Mexicana como un Sistema de Influencias.....	68
2.4 Cultura Política Mexicana.....	78
2.4.1 Los mexicanos en Procesos Políticos .....	84
2.4.2 Análisis de las elecciones políticas del 2012 .....	95
2.4.3 Análisis de las elecciones políticas del 2018 .....	101
<b>Capítulo 3: El próximo voto emocional en las elecciones políticas del 2024.....</b>	<b>109</b>
3.1 Neuropolítica y las nuevas estrategias en las campañas políticas del 2024 .....	109
3.2 El futuro candidato como un producto de venta en las emociones del votante .....	114
3.3 El voto emocional y racional de los ciudadanos mexicanos en el 2024 .....	119
<b>Conclusiones .....</b>	<b>131</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>135</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>138</b>
Anexo 1: Guía de entrevista política.....	138
Anexo 2: Guía de entrevista medica.....	140
Anexo 3: Guía de encuesta general .....	141

## Introducción

En la presente investigación se hace un breve repaso por los procesos de la psicología de los humanos, específicamente al ser humano mexicano y su relación con la política de su país y sus emociones.

¿Serán las emociones las que deciden nuestro comportamiento? Estos cuestionamientos los resuelve la neuropolítica; rama de las neurociencias que estudia el cerebro de los humanos como un ser político y social. El comportamiento de los votantes y de los votados.

Las neuronas causan los impulsos emocionales del ser humano, llevándolos a la toma de decisiones repentinas y sin razonamiento alguno. Y así, crea un antes y un después en el comportamiento emocional del individuo

¿Cómo será el comportamiento de los electores en las elecciones del 2024? Esta es la pregunta principal de la investigación que guía a buscar una prospectiva para el escenario político del 2024. Con la ayuda de algunas variantes como la participación ciudadana, comportamiento político, ideología de cambio, voto emocional, estrategia publicitaria y propaganda electoral.

El objetivo principal es indagar cuáles son las emociones más recurrentes de los ciudadanos mexicanos, y cómo repercuten estas, en su comportamiento político. Es decir, cómo se enfrentan a los problemas sociales durante las administraciones presidenciales y cómo su cerebro emocional tiene mucha influencia a la hora de emitir un voto electoral. Todo en base en las investigaciones que se han realizado en las neurociencias, especialmente en la neuropolítica.

Para lograr el cumplimiento de los objetivos, se acudió a libros especializados en psicología, neurociencias, psicología política, análisis del discurso, adoctrinamiento político, oratoria, y por supuesto la neuropolítica

Además de crear una prospectiva sobre la preferencia de los mexicanos a un partido político y a sus candidatos en las elecciones presidenciales del 2024, se analiza la manera en la que actuarán, como van a influir los candidatos para ganar las elecciones, y, sobre todo, cuáles serán las emociones que más destaquen en los ciudadanos, y cual será las consecuencias a la hora de emitir su voto en el 2024.

La hipótesis se basa en el comportamiento de los electores en el 2024, y estará condicionado por sus emociones activadas desde la estrategia de la publicidad gubernamental y propaganda electoral. A pesar de todos estos cambios que se han venido generando y se generarán durante el sexenio es muy posible, que el votante vaya por la misma ideología de cambio que se ha venido manejando con este discurso de transformación para los ciudadanos de este país. Justificando el voto emocional con las posibles decisiones racionales.

Muchos factores en México hacen que los ciudadanos generen emociones y sentimientos; por ejemplo, las tradiciones, la historia, la cultura, los símbolos, etc. El orgullo nacional es un aspecto muy importante en México y se ha transmitido de generación en generación durante siglos. Lo que ha provocado que el mexicano tome decisiones de suma importancia, a través de lo que siente, lo que le genera el entorno en el que vive, y sobre todo la influencia de algo o de alguien.

La investigación propuesta, busca mediante la aplicación de conceptos teóricos sobre los temas de neuropolítica, Psicología y las Ciencias Políticas, conocer cómo se presentan e influyen las emociones y las motivaciones de la ciudadanía mexicana en el proceso de elecciones políticas, y en la gestión de los gobiernos durante su administración.

La búsqueda por saber cuáles son las causas que determinan el voto de un ciudadano mexicano es a través de cómo piensan, cuáles son sus propósitos y sus ideales. Y con estas características se forman entonces, los políticos, el marketing, los partidos políticos y las diferentes gestiones en el poder.

También se conoce como la formación y el discurso de los políticos influye a que las personas voten por ellos y por los partidos que representan.

Además de ser leales durante su gestión administrativa, se analiza desde la manera de comportarse del político y su transformación de candidato a gobernante o servidor público, apoyado por la imagen que ha vendido a la ciudadanía. Esto mediante la voz, la vestimenta, su cultura, su historia etc. Con un solo fin, venderle al mexicano un gobierno y un líder.

Lo anterior permite definir los conceptos más importantes de la neuropolítica, y enfocarla en el comportamiento del mexicano en la política actual, ayudándonos también de temas indispensables para la Psicología de las emociones, como lo son las Neurociencias, encargadas del comportamiento humano mediante lo que piensa y siente. Y también de la psicología política que estudia los comportamientos políticos y su función.

Se hace una prospectiva de las posturas de los candidatos y de los partidos políticos, además se tomará como puntos clave la aceptación del presidente Andrés Manuel López Obrador, si continuará el partido MORENA en el poder, o bajo las circunstancias del sexenio, cambiará de estrategia al igual que cambiará posiblemente el pensamiento de la gente o en seis años se mantendrá igual.

También se recurre a los artículos especializados en neuropolítica que han sido publicados en diferentes páginas y revistas de internet. Además, se entrevistarán a especialistas en el tema como psicólogos y politólogos. Y por supuesto, a la ciudadanía quien será el principal objeto de estudio.

La Neuropolítica será el nuevo método para hacer política, para entender a los votantes y sobre todo para que los nuevos actores políticos logren llegar a los curules del poder. Pero lo difícil no será llegar, sino mantenerse ahí.

Con una sociedad compleja, dividida, lastimada por la corrupción y los discursos. Con una sociedad en constante evolución, más informada, más enterada, con los medios de comunicación a su alcance de sus teléfonos celulares, etc. así, se descubrirá cuáles son las emociones que tienen en común los ciudadanos de México a la hora de participar y hacer política.

La investigación propuesta se divide en tres capítulos relacionados con los temas enfocados en la rama de la política y la psicología y son los siguientes:

En el primer capítulo se expone de la neuropolítica, los procesos psicológicos por los que pasa el ser humano, conceptos de la psicología moderna y el funcionamiento del cerebro y las neuronas de las personas.

En el segundo capítulo, se conoce la psicología del mexicano, sus motivaciones, emociones y sentimientos. El porqué de su comportamiento, sus lazos culturales y la manera de actuar cuando se involucran en los problemas políticos nacionales.

En el tercer y último capítulo se crea la prospectiva, la visión al futuro de una participación electoral que definirá un nuevo presidente mexicano.

El resultado de las investigaciones permite crear una prospectiva sobre la preferencia de las personas a un partido político y a sus candidatos en las elecciones presidenciales del 2024, se analizará la manera en la que actuaran, como van a influir los candidatos para ganar las elecciones, y, sobre todo, cuáles serán las emociones que más destaquen en los ciudadanos, y cual será las consecuencias a la hora de emitir su voto en el 2024.

## **Capítulo 1: Neuropolítica**

¿Qué hay en nuestro cerebro?, ¿Serán las emociones las que deciden por nosotros? ¿Cómo influyen los partidos políticos y los candidatos a la hora de votar? ¿Por qué me identifico con un partido en específico? Todos estos cuestionamientos los resuelve la neuropolítica, la cual es una rama de las neurociencias que estudia el cerebro de los humanos como un ser político y social; comportamiento de los votantes y de los votados. Es precisamente las neuronas que se conectan a las emociones de los ciudadanos votantes, cuando éstos, están en el proceso de elegir un nuevo gobernante, y también cuando ya están en el poder. Es decir, emociones que causan los procesos políticos en la sociedad; un antes y un después.

### **1.1 Definición de Neuropolítica**

Las neurociencias, estudian el funcionamiento del cerebro humano y se relacionan con la conciencia y la razón. Entonces, la neuropolítica, es una nueva disciplina de las neurociencias, como la neurología, neurofisiología, o psicología cognitiva; considera que el comportamiento humano está definido por interacciones que pueden ser producidas por las emociones o por la racionalidad, y que los procesos cognitivos incorporan ambas manifestaciones. (Crespo, 2017).

Las neurociencias cognitivas aplicadas a la política, más conocido como neuropolítica, está revolucionando esta área de desarrollo, pues utiliza conocimientos científicos que llegan desde la base neuronal del ser humano. La neuropolítica se encarga de estudiar cómo los seres humanos tomamos las decisiones políticas. Se analiza cómo actúa el cerebro de los seres humanos en su condición de ciudadanos, votantes o activistas frente a los estímulos sociales en la vida política. Relacionada con las ciencias sociales, se desenvuelve en el ámbito de la política. Además de estar enlazada a la neurociencia, la psicología y la ciencia política.

También será la herramienta que permita desarrollar con más efectividad los productos políticos, determinación de comportamientos del consumidor político, anuncios políticos, comunicación política, etc. Puede cambiar todo, transforma la visión y la percepción que la gente pueda llegar a tener de una marca personal, de un partido político y de todo aquello que le llega a través de los medios de comunicación. Todos los conceptos mencionados anteriormente que permitirán mejorar las estrategias y recursos de la propaganda política para ayudar a comprender la relación entre la mente y la conducta del consumidor político, algo que en la actualidad puede considerarse el desafío más importante para el ámbito político.

En lo que a neuropolítica se refiere, la razón de ser de la misma es analizar cómo pensamos y en función de esto cómo votamos. La neuropolítica considera que lejos del tradicional paradigma de que el sujeto, en este caso votante, es un ser racional que actúa de manera consciente, en la política lo que predomina es el factor emocional, aunque en muchos casos éste sea inconsciente. La idea sería que el individuo actúa estimulado por un conjunto de factores que nada tienen que ver con el cálculo de costos y beneficios, aunque en muchas ocasiones nuestra cabeza haga un esfuerzo por justificar que sí obramos de manera racional. (Chuce, 2015).

Ya no bastan las encuestas o las técnicas de comunicación y medios tradicionales, ahora se trabajan sistemas de codificación de los gestos de la cara, técnicas de expresión corporal y análisis exhaustivos de la mirada. Recogen estudios acerca del funcionamiento de las estructuras cerebrales y emocionales de los electores, se realizará un análisis de la influencia de éstos, en la victoria o derrota de los electores.

También ilustra algunos conceptos clave como lo son el desarrollo del cerebro y el papel de las neuronas. Nos dice que la exportación del cerebro afecta hoy más que nunca en las diferentes ramas del saber, que tiene que ver con la naturaleza humana como categoría biológica.

El estudio de las relaciones entre el cerebro y el pensamiento político se alza como un reto imponderable. El cerebro pasa a constituirse simultáneamente en variable dependiente e independiente. Esta variable dependiente tiene como objetivo el control de la mente, para fines de seguridad o de la configuración del buen ciudadano, a la vez se constituye en variable independiente de la actividad política en sus diferentes facetas. (Sáez, 2014: 31).

Por ejemplo, para entender mejor lo que expresa Sáez. En la vida política, la variable dependiente del cerebro es la manipulación que se genera a lo largo de las campañas políticas para poder ganar votos a través de la simpatía o el miedo generado; ésta es indispensable. Mientras que la variable independiente, son los métodos que se usan para generarlos, como la mercadotecnia política, los medios de comunicación, y los símbolos.

Es entonces cuando el cerebro emocional, al hacer uso de la mente subconsciente que integra mayor cantidad de información, asume el control del proceso y resuelve con mayor comodidad la complejidad de la decisión. A este aspecto, el mecanismo más influyente para la toma de decisiones es la empatía (la cual se hablará más adelante), entendida como la capacidad cognitiva de percibir en un contexto común lo que otro individuo puede sentir.

Las decisiones que se creen racionales lo son porque uno cree que ha convencido a la emoción, pero la realidad, es que la emoción lidera en las decisiones. No es que razón y emoción trabajen por separado, sino que operan a la vez y se conjuntan de manera peculiar en cada individuo para determinar la decisión final.

“En nuestro cerebro tenemos cientos de millones de neuronas ramificadas e interconectadas. Las conexiones neuronales generan emociones, sentimientos e ideas. Su conocimiento es el que permite bloquearlas con las sustancias capaces de alterar un circuito”. (Gutiérrez-Rubí, 2009).

En consecuencia, la neuropolítica intenta que los mensajes de los líderes y gobiernos, generen unas determinadas reacciones en el cerebro. Y estas también

se pueden definir como técnicas de manipulación de la conducta social. Todo esto con un único fin, llegar al poder y mantenerse ahí. ¿Cómo?, con lo que se transmite, (Moreno, 2003). Con lo que se observa, se escucha y se practica. Un ejemplo son los partidos políticos; tienen símbolos, colores, frases, ideales que van dirigidos a transmitir liderazgo y las personas se sientan “identificados” con ellos.

El sistema de aversión a la pérdida o de aversión al riesgo se activa cuando nuestro cerebro percibe algo arriesgado, desastroso o peligroso. De este modo conseguirían evitar la activación de la amígdala cerebral de los votantes al no provocar el recuerdo negativo asociado a la otra persona y, por ende, se genere el miedo, el odio y el rechazo. Lo que provoca que el ser humano actúe, elimine las otras opciones, se concentre en una, en lo que quiere, y entonces, elija.

- La corteza pre frontal: es la parte anterior de los lóbulos frontales del cerebro y está involucrada en la planificación de comportamientos complejos, de la toma de decisiones, el comportamiento social, etc. Y se activaba cuando las ideas políticas de un determinado programa electoral coincidían con las necesidades de las personas tanto individual, como colectivamente.
- El núcleo de accumbens: es una estructura cerebral que forma parte de nuestro sistema de placer y recompensa, y se encarga de activar nuestra motivación y permite que la voluntad se traduzca en acción. Se activaba cuando el programa, el candidato político o el objeto que se presentaba era de interés para el sujeto. Indicaba presencia por el mismo.
- La amígdala y la ínsula cerebral: es una estructura cerebral que representa el principal núcleo de las emociones básicas como el miedo, la tristeza o el enojo. Cuando el producto o el candidato político podrían suponer algo de riesgo o de pérdida para el individuo. (Carlson, 1996: 28-29).

Todo esto nos permite conocerlo mejor, saber cómo funciona, cómo crea sus imágenes, con qué valores, con qué sentimientos y cómo se canalizan sus decisiones. Esa es una cuestión que debe ocupar más tiempo y energías a todos aquellos que reflexionan sobre la política democrática, sus procesos de renovación y mejora y, en general, para todas las personas interesadas en la múltiple gama de registros de la comunicación política. Además de estar relacionado con toda la toma de decisiones que el individuo tiene que hacer en todo momento de su vida. Cuando

existe un exceso de información para la toma de decisiones el cerebro racional se ve desbordado y no logra manejar los datos de forma coherente. El sujeto toma la decisión microsegundos antes de que sea consciente de ello.

Antoni Gutiérrez-Rubí (2012) detalla que, para conocer mejor el cerebro del individuo, debemos conocer más y mejor el cerebro de hombres y mujeres por separado, superando algunas reservas y bloqueos a los avances de la ciencia que todavía atemorizan a la política democrática.

Como individuos naturales, sabemos que las mujeres detectan mejor que los hombres los estados emocionales de los interlocutores porque sus amígdalas funcionan de manera diferente, lo cual explicaría que ellas sean más empáticas y un poco más analíticas que los hombres. Y ni hablar de la química; han confirmado la intuición y han demostrado que el exceso de testosterona de los varones puede haber jugado un papel sumamente importante en la toma de decisiones de los asuntos políticos, o la elección de un representante de algún partido. (Rubí, 2012).

Según diversas fuentes, en 1979 el grupo de Roger Sperry desarrolló y publicó el primer experimento neuropolítico, con pacientes que tenían el cerebro dividido por un daño grave en el cuerpo caloso, lo que trastorna la comunicación entre los hemisferios cerebrales. Los investigadores mostraban separadamente fotos de figuras políticas a cada uno de los ojos de los pacientes (lo que implicaba que las imágenes se transmitían a distintos hemisferios cerebrales) y les solicitaban una evaluación positiva o negativa levantando o bajando el dedo pulgar.

Así por ejemplo, dado el contexto de los sujetos, Hitler o Fidel Castro recibían una evaluación negativa, Winston Churchill recibía una evaluación positiva y Richard Nixon recibía una evaluación neutra. Curiosamente, cada hemisferio intentaba comunicar claves sobre la identidad de las figuras al otro hemisferio. El estudio demostró que la aproximación neurológica podía aplicarse al entendimiento de las actitudes y sus actividades políticas.

Otro concepto importante, es el de la empatía. A través de las neuronas espejo, forma parte importante de la presente investigación, así como el diseño efectivo de

campañas políticas con el buen uso de las mismas. El efecto de la empatía también es fundamental para un buen manejo de la neuropolítica en el sistema político.

La empatía como una estrategia de poder, es decir; ponerse en los zapatos de la otra persona para entender el dolor y la angustia de la sociedad. Proporciona herramientas que permiten identificar significaciones, realizar anticipaciones y mostrar contradicciones internas.

“Lo que subyace a todo esto, son los experimentos neurocientíficos que muestran que cuando uno percibe el dolor de los otros se movilizan automáticamente los mismos circuitos neuronales de emociones afectivas que cuando siente su propio dolor”. (Olson, 2008: 2).

Un ejemplo de esto, es cuando mayores y jóvenes defienden la idea de su líder, ya que éste les da confianza para tomar las decisiones que ellos mismos no pueden tomar, es decir, eligen a la persona que más confianza les da para que puedan ser gobernados tranquilamente y se sientan seguros con sus intereses.

“Las neuronas espejo en la Neuropolítica facilitan el desarrollo de relaciones de reciprocidad y de alguna manera constituyen el soporte biológico de la moralidad al permitir compartir las emociones de otras personas”. (García-Marzá, 2012: 81).

Esto desde luego es a causa de las alteraciones emocionales que se han ido manejando en el individuo bajo las circunstancias en las que vive. Si él nunca se ha visto en la necesidad de ser líder, entonces buscará a un líder que lo pueda manejar, tanto su vida social, como política; de lo contrario no podrá avanzar en ningún aspecto.

“En los discursos políticos y el marketing electoral, se miden con alta precisión el impacto del discurso político, de la imagen de un candidato, de la gestión, y de las expectativas en el electorado, puede resultar sumamente útil para las estrategias comunicativas y de campaña porque nos permite conocer y producir el efecto deseado en los electores”. (Velasco, 2016: 41).

El objetivo de un discurso político, por ejemplo, es examinar la relación entre la ideología, el lenguaje y los hechos específicos, detectar el repertorio de ficciones

que cada político despliega, etc. El aporte que le ha interesado por estudiar el significado de los discursos, tanto en las ideas relacionadas como las que son dictadas, que cada político despliega al hablar y escribir. Todo con un fin, identificar en su texto los sujetos, objetos y espacios. (Velasco, 2016).

Mediante la investigación de mercado hacia los consumidores políticos se deberían segmentar por edades y por nivel socioeconómico (ya que las necesidades del campo y la ciudad son distintas), también se debe tomar en cuenta la generación de elecciones primarias dentro de los partidos políticos y agrupaciones ciudadanas, generación de debates entre los distintos candidatos políticos. Un candidato multifacético con el cual el consumidor político se vea identificado sin importar el lugar en el que se encuentra (altiplano, valles, ranchos o ciudades).

- Mensajes cortos, concretos y sencillos dentro de las campañas políticas, que puedan ser entendidos por todos los segmentos objetivos.
- Utilizar distintos medios de comunicación (masivos y personales), en función a los diferentes grupos etarios (segmento objetivo).
- Los productos políticos (candidatos políticos) que demuestren ser empáticos frente a los consumidores, serán los que tengan mayores probabilidades de ser escogidos por los mismos. (Neuronas espejo). (Velasco, 2016).

Las jerarquías en el mundo del trabajo, como también en el interior de aquellas instituciones principalmente políticas (partidos, instancias representativas o ejecutivas, etc.), pueden hacer insufrible la vida a una persona, generar dinámicas de alta productividad, o, todo lo contrario. Y en ello desempeñan un papel explicativo fundamental tanto elementos psicológicos como neurológicos.

Cada vez que una idea política o un candidato nos atraen, se va a liberar en nuestro cerebro esta sustancia, que activará nuestro sistema de recompensa cerebral y, por lo tanto, desencadenará una serie de reacciones químicas y eléctricas que nos llevarán a otorgarle nuestra total confianza y apoyo. Es decir, se activa el “estimulo” el cual permitirá que se genere en la persona una atracción.

De esta forma se puede analizar el efecto de cada palabra, de cada argumento y también de los diferentes momentos del discurso. En clave comparativa las bondades del método son mayores ya que se puede comparar en modo directo diferentes candidatos o el mismo con diferentes imágenes o modalidades de discurso. En algunos casos judiciales concretos ya se han utilizado estas técnicas de imagen para determinar el grado de responsabilidad, ya que se visualiza la estructura y la actividad cerebral de una manera no invasiva, pero teniendo en cuenta que no existen dos cerebros iguales y que no siempre es fácil llegar a conclusiones contundentes la polémica está servida.

La neuropolítica puede ser utilizada para seguir manteniendo una hegemonía política, acorde con los intereses habilidades y valores de la clase del poder, como consecuencia, el desarrollo libre de los ciudadanos, así como de sus condiciones de vida. Utilizándola, precisamente como un modelo de control de poder.

A través de herramientas, también se mide el impacto de una campaña electoral o de determinadas políticas públicas. En definitiva, la neuropolítica puede descubrir lo que las encuestas no revelan, esta parte del proceso que no se ve y que puede ser clave para conocer los sueños, las preocupaciones, los momentos de tranquilidad, el miedo al pasado o a lo desconocido, y las esperanzas de los electores.

Éste es un atajo para que los partidos puedan elaborar mensajes efectivos, seduciendo al electorado que considera su objetivo; siempre queriendo tener a la mayoría de su lado, aunque esto muy pocas veces pase. Un ejemplo de estas herramientas que también sirven para entender mejor al pensamiento emocional de los ciudadanos en procesos de elecciones, es la neurótica; de hecho, también es una rama que va de la mano con la neuropolítica, la cual está relacionada con la moral de los candidatos y también de los votantes civiles.

Adela Cortina (2011: 53). Expresa que una dimensión de la ética que se pregunta por las bases cerebrales de la conducta moral y que trata también de desentrañar cuál es el fundamento de las orientaciones morales.

A partir de ahí se destacan tanto los peligros de una neuropolítica que comprende los procesos políticos como procesos mentales, como la necesidad de introducir la dimensión afectiva en la política deliberativa. Así la neuropolítica ofrece un modelo de comprensión de las instituciones y de los aprendizajes sociales. Considerados como históricamente transmitidos de generación en generación para las programaciones del comportamiento. Pretende demostrar que, en el proceso de interacción social, los mapas mentales se socializan para construir las interpretaciones del contexto y se generan comportamientos administrativos en uno o varios sectores. Siempre habrá quien quiera ser líder y estar en el poder; siempre habrá quien prefiera cederlo y que velen por sus derechos.

Sin embargo, es posible iniciar trabajos sobre comportamiento político y cultura política de colectivos afectados por diferentes enfermedades mentales. También es factible realizar experimentos sobre grupos aleatorios de individuos para ver la forma en que se configura la empatía a través de la visualización de determinadas imágenes o la audición de distintos tipos de voz portadores de iguales mensajes políticos, científicos, religiosos, económicos, etc.

Las decisiones que se creen racionales lo son porque uno cree que ha convencido a la emoción, pero la realidad es que ha sucumbido a ella. No es que razón y emoción trabajen por separado, sino que operan a la vez y se conjuntan de manera peculiar en cada individuo para determinar la decisión final. (Bueno, 2019).

En campañas y escenarios nacionales de países como EE. UU, Rusia, Brasil, España, Francia, Turquía y la región de América Latina, lleva tiempo utilizándose las neurociencias en el ámbito político, como la neuropolítica y el neuromarketing, como es visto un candidato ante la pantalla de televisión, en sus intervenciones, su impacto ante diferentes colectivos, etc. El cometido es comprender con sus propias herramientas, los procesos mentales a los cuales percibimos; ya que los políticos siempre han estado interesados en comprender la mente. (Diario16, 2019).

Varios gobiernos han estado implementando las técnicas de neuropolítica para comprender la forma de pensar de sus ciudadanos y de esta manera persuadirlos, utilizar estrategias de comunicación política que conecte con su cerebro. Es de gran

relevancia destacar que en el mes de julio del año 2012 el gobierno francés anunció la creación de una oficina de neuropolítica dedicada a la aplicación de la neurociencia a la política pública. (Márquez, 2018: 197).

Estas decisiones también están relacionadas con los aparatos neurocientíficos, que han servido para involucrarse más en el pensamiento del electorado. Utilizado actualmente como un método eficaz y servible para saber las preferencias de la ciudadanía. Según el artículo del New York Times, estos han sido políticos y candidatos que han usado mediciones de Neurociencia para perfeccionar sus campañas:

- Enrique Peña Nieto, (México, presidente)
- Francisco Olvera Ruiz (México, gobernador)
- Ewa Kopacz (Polonia, primera ministra)
- Juan Manuel Santos (Colombia, presidente)
- Ahmet Davutoglu (Turquía, primer ministro)
- Hillary Clinton (Estados Unidos)
- Donald Trump (Estados Unidos). (NYTimes, 2015).

“Los neuroconsultores y algunos de sus mecenas políticos argumentan que los beneficios son obvios: los grupos de discusión y las encuestas pueden ser poco confiables debido a que los votantes a veces no saben, no pueden o están renuentes a expresar lo que sienten sobre un candidato”. (NYTimes, 2015).

Un claro ejemplo de lo mencionado es en un escenario donde los programas de televisión que se enuncian como “reality show” buscan maximizar su impacto en la audiencia, no parece difícil pensar que la confrontación en el futuro próximo entre figuras populares pueda estar mediatizada por instrumentos capaces de leer el pensamiento, y de averiguar que hay cosas que se piensan pero que no se dicen. De ahí a plantear ese desafío a la clase política, en debates entre candidatos presidenciales o dirigentes locales, hay un paso demasiado corto. De ahí que se imponga un debate tanto en la sociedad, donde se tiene mucho que decir, como entre los decisores políticos para establecer prevenciones adecuadas.

Cuando el candidato era desconocido o proyectaba algún tipo de desconfianza, o si el programa político no se adaptaba a las necesidades. En la medida en que la

sociedad está dominada por la maximización de beneficios no parece estar muy lejos el día en que las compañías de seguros incorporen en sus expedientes la configuración del cerebro como parte del historial médico del cliente y determinen el costo de sus pólizas en función de este extremo.

Estos fenómenos, como es el caso de la neuropolítica, basada en la neurociencia y la psicología, para saber cómo se incorporan las mentes de los seres humanos, en un proceso político y social que se va generando conforme los intereses colectivos. Además de ser un ser social sumamente complejo y con distintas maneras de pensar, pero con los mismos problemas y sentimientos.

Si analizamos la historia política del mundo, sabemos que la neuropolítica siempre ha existido, solo que el estudio de la mente se hizo popular a finales del siglo XX y a principios del siglo XXI, siendo de éste, el siglo más enfocado al estudio de la mente humana y su comportamiento en sociedad civil.

Este vínculo emocional que han definido que el comportamiento político y en concreto la decisión de voto, al igual que cualquier proceso de toma de decisiones, no es solamente racional y que el factor emocional es un elemento clave. Así que en este proceso político por el que pasan los ciudadanos, siempre estará de por medio la emoción antes que la razón. Esto significa que la gran mayoría de las decisiones que tomamos no pasan el filtro de lo racional y se ven influenciadas por las emocionales que han quedado grabados en nuestra memoria y que han sido influenciadas desde nuestra propia familia, condicionando nuestras acciones más allá de lo que tendría que ser lógico.

El desarrollo y la innovación en tecnologías de neurociencia están experimentando una rapidez sin precedentes enfocando todos sus esfuerzos en hacer de estas herramientas el sistema menos invasivo para lograr que la investigación política sea lo más semejable a la vida real posible. El reconocimiento facial de emociones abre la puerta a poder investigar el impacto emocional que generamos en los ciudadanos más allá de lo que verbalizan y además permite evaluar al propio candidato a través del análisis de sus emociones comparadas con su discurso para poder medir si resulta creíble o no.

Entonces la Neuropolítica se entiende como la disciplina capaz de comprender el cerebro de las personas en su condición de ciudadanos, electores o activistas, permite conocer mejor cómo funciona el cerebro y como los ciudadanos articulan las imágenes con valores y sentimientos, y la forma en que canonizan sus decisiones. (Rubí, 2012).

La neuropolítica devela hoy puntos de álgida relevancia que los políticos y sus estrategias deben contemplar en la estrategia que rige sus campañas políticas. En primera instancia, los aportes de la neurociencia para el desarrollo de una campaña política exitosa, permiten comprender que la comunicación política del candidato puede causar excitación neuronal o inhibición neuronal, dependiendo del lenguaje, los gestos, y las herramientas que éste usa, cuando éstos corresponden a los marcos mentales que están incrustados en la sinapsis del cerebro de los electores, las neuronas se excitan e inmediatamente transfieren los circuitos eléctricos y químicos a las demás células nerviosas, causando conexión instantánea entre el político y las audiencias. (Márquez, 2018: 207).

El lenguaje político es el que tiene más poder en la neuropolítica porque de ahí va a comprender el comportamiento electoral. En la capacidad de invocar los marcos mentales de los ciudadanos, el mensaje de campaña es factor, para saber si es fuerte o débil. Es la esencia de las propuestas electorales. (Márquez, 2018: 209).

Bajo estos términos la neuropolítica estudia la manipulación, la ambición, el poder, las emociones, los sentimientos, el entorno social, las circunstancias del individuo en el ámbito de la política. La “emoción” es la clave de la estrategia electoral contemporánea y la neuropolítica a través de la aplicación de la neurociencia en un nuevo campo para conocer el subconsciente que mueve la conducta de los votantes y poder desarrollar las estrategias para lograr la conexión emocional que se traduzca no en intención de voto sino en un voto efectivo.

Todo esto a través del estudio del cerebro, para llevarlo al ámbito de la política y así entender por qué los ciudadanos votan por ciertos partidos y candidatos y cómo es que se manejan los sistemas políticos y los gobiernos en cada nación.

## 1.2 Neurociencias y su relación con la Neuropolítica

Las neurociencias son la especialidad científica que se encarga del estudio integral del sistema nervioso, sus funciones, su estructura y otros aspectos. De este modo explica diversas características de la conducta y de los procesos cognitivos a través de la biología, para determinar la función del individuo. Existen múltiples disciplinas como la neuroanatomía, neurofisiología, neuroquímica, etc. Es por ello que la neurociencia debe ser estudiada de manera integrada y complementaria con el fin de comprender la complejidad del cerebro.

Las neurociencias son el conjunto de las disciplinas científicas que investigan acerca de la función, la estructura y la bioquímica del sistema nervioso. Además, se preguntan también por el efecto de los fármacos y las patologías asociadas al sistema nervioso y al cerebro. Las bases biológicas del comportamiento humano se consiguen a través del estudio sistemático que se lleva a cabo en las neurociencias. (Psicología y mente, 2020).

La neurociencia se presenta a comienzos del siglo XXI como un nuevo saber, capaz de hacer grandes aportaciones no sólo al ámbito de las ciencias naturales, sino también radicar el enfoque crítico al ámbito de las ciencias humanas y sociales, y más concretamente a la reflexión en torno a la razón práctica. En este último sentido han aparecido recientemente algunas líneas de trabajo que sugieren incluso la posibilidad de descubrir las bases cerebrales de una ética universal o la posibilidad de desentrañar y desvelar el funcionamiento del libre albedrío. Tanto a la comprensión como a la construcción del pensamiento crítico. (SciELO, 2013).

La neurociencia en política hace referencia a un cúmulo de disciplinas que llegan a explicar cómo los impactos de marca afectan al funcionamiento del sistema nervioso y cómo reaccionamos los seres humanos, cómo podemos cambiar nuestros pensamientos y cómo llegan a variar nuestras conductas, incluso, cómo se llega a comportar nuestro cuerpo. (Álvarez, 2019).

Estos estudios han hecho posible identificar áreas cerebrales que se activan cuando un individuo realiza diferentes tareas sensoriales o motoras, o cuando desarrolla paradigmas cognitivos, emocionales o motivacionales (Behrens, 2009). El cerebro es el órgano más importante del sistema nervioso. Por eso la neurociencia lo estudia en distintos niveles, analizando moléculas y células. En este marco adquieren especial importancia en las neuronas que son las células encargadas de la transmisión de los impulsos nerviosos a través de la sinapsis. Las cuestiones que interesan a la neurociencia son múltiples.

“Las neuronas (células nerviosas) reciben información del entorno, se comunican entre sí, toman decisiones y mueven los músculos. Las células de apoyo hacen exactamente lo que su nombre indica: cuidan de las neuronas de modo que éstas, puedan realizar su trabajo de manera eficiente”. (Carlson, 1996: 26).

Los nuevos datos empíricos neuronales nos ayudan a entender mejor la complejidad de la racionalidad humana y el decisivo papel de las emociones, su monismo metodológico acarrear serios problemas que puede conducirnos a una desconexión con la realidad con la que, de hecho, interactúa. Desde la negación de la voluntad libre y, con ella, el sinsentido de la responsabilidad moral y jurídica, hasta la justificación de la desafección democrática pasando por la aparición del “homos neuróticos”. Son ejemplos claros de hacia dónde pueden conducirnos la deriva neurocientífica en su intento de colonizar al resto de disciplinas (Marzá, 2013: 12).

En el caso de la neuropolítica, al ser una rama de las neurociencias, su proceso es específicamente político, en función de procesos políticos, y el estudio del individuo en sociedad, y su entorno en las decisiones internacionales o locales, pero al igual que otras ramas, su búsqueda nos lleva a entender una parte de lo que las neurociencias intentan explicar en las investigaciones del cerebro humano; su sistema nervioso y su estructura en el aspecto de los individuos.

La rapidez con la que se desarrollan las neurociencias no se podrá entender si no se identifica bien el motor de este desarrollo. Es decir, la utilidad política y económica en avances de técnicas de imagen que se conduce a lo que ya se denomina “neuropoder” en referencia a la modulación mental de los procesos y funciones de los individuos. Ante el avance de las neurociencias, caben tres posibles claras.

- Renuncia interesada a la especificidad metodológica de la filosofía, a su estatuto de teoría normativa y crítica capaz de reflexionar sobre sus propios presupuestos y avanzar razones para el cambio y transformación social.
- Rechazo combativo, a este nuevo pensamiento único puesto que solo se ven en él, maniobras retóricas y la manipulación ideológica.
- Reafirmación crítica, la cual no se deja seducir por el magnetismo de las neuroimágenes ni cede ante el reduccionismo y monismo metodológicos. Pero en ésta, atenta en los avances de las neurociencias y cree en un diálogo interdisciplinar donde, en principio, todos pueden y deben aprender.

Estas opciones son las que son las que componen el presente colectivo que plantea una reflexión crítica sobre las neurociencias en los ámbitos de la ética, la política, la economía, las leyes y la educación. (García Marzá, 2013: 12, 13).

En nuestro cerebro reside nuestro pasado (memorias, aprendizajes), nuestro presente (sentimientos, personalidad, consciencia) y nuestro futuro (ilusiones, proyectos). Aunque no tiene energía suficiente para encender una bombilla es capaz de hacer cálculos, reconocer rostros y analizar situaciones con una calidad y una flexibilidad que supera la del ordenador más potente que hayamos construido. (R. Alonso, 2014).

Los estudios de neurociencia cada vez permiten conocer mejor los procesos cerebrales que están involucrados en la conducta y en la toma de decisiones de las personas, es por ello que desde su perspectiva se esgrima acerca del funcionamiento del cerebro y su aplicación en la conducta electoral. (A. Márquez, 2018: 189).

Se pretende comprender con las propias herramientas de las neurociencias, los procesos mentales, merced a los cuales percibimos. Por ejemplo, en la vida política, los candidatos siempre han estado interesados en comprender la mente de los electores y se ve reflejado en los análisis de victorias o derrotas de éstos, en las elecciones políticas de su país.

La neurociencia utiliza datos de diversos orígenes, subrayando tanto los puntos de vista morfológicos (seres vivos y su evolución) y fisiológicos como los de la bioquímica, la genética y la biología molecular, así como los resultados de las múltiples técnicas de exploración funcional de la actividad cerebral, desde la electroencefalografía (actividad eléctrica del cerebro) hasta las llamadas técnicas por la imagen. (A, Márquez, 2018: 192).

Erick Kandel afirma que la tarea de la neurociencia es aportar explicaciones de la conducta en términos de actividades del encéfalo, es decir, explicar cómo actúan millones de células nerviosas para producir la conducta y como estas células están influidas por el medio ambiente que las rodea. (Kandel, 2000).

Las Neurociencias han alcanzado en estos pocos años tal reconocimiento mundial, dentro y fuera del ámbito científico, y esto se puede reflejar en las acciones que ha tenido el ser humano por descubrir nuevos lugares, por gobernar nuevas tierras y por explorar nuevos planetas.

Un ejemplo es el hombre en la luna, o los premios nobel que se ganan por contribuir a la exploración de la ciencia, etc. Este nuevo termino de Neurociencias hará que se explique absolutamente todo el comportamiento del humano en sus diferentes áreas de conocimientos y trabajos; explicaciones del por qué somos diferentes al resto de los animales. Los avances en neurociencias y específicamente relacionada con la neuropolítica, están permitiendo conocer cada vez más lo que ocurre al interior de las personas en su condición de ciudadanos políticos, electores, candidatos y activistas.

### 1.2.1 El funcionamiento de las Neuronas

Neurona es una célula del sistema nervioso central que posee la capacidad de recibir y decodificar información en forma de señales eléctricas y químicas, transmitiéndolas a otras células. Es decir, las neuronas (células nerviosas) se encargan de recibir información del entorno, se comunican entre sí, toman decisiones y mueven los músculos.

Las células de apoyo hacen exactamente lo que su nombre indica: cuidan de las neuronas para que éstas, puedan realizar su trabajo de manera eficiente. La neurona (célula nerviosa) es el elemento procesador de información del sistema nervioso, es decir, la recopila del entorno, la controla y controla los movimientos musculares. (Carlson, 1996: 26).

El cuerpo humano está compuesto por 37 billones de células. Estas células nerviosas que reciben y emiten señales eléctricas se interconectan formando redes de comunicación que transmiten señales por distintas zonas del sistema nervioso a través de impulsos nerviosos. El cerebro humano tiene aproximadamente entre 80 y 100 mil millones de neuronas. Las redes neuronales son las encargadas de realizar las funciones complejas del sistema nervioso, es decir, que estas funciones no son consecuencia de las características específicas de cada neurona individual. (Psicología y mente, 2020).

Las neuronas tienen una cito arquitectura específica que consiste en un cuerpo celular y en dos extensiones adicionales denominados “proceso”, uno de ellos se llama axón y su función consiste en transmitir la información de una neurona a otras con las que tengan conexión. La otra está formada por dendritas y su función es recibir la información transmitida por los axones de otras neuronas, ambos procesos

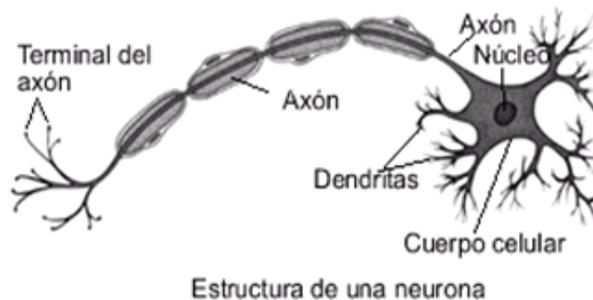
forman parte de los contactos especializados llamados sinapsis. (Asociación Británica de Neurociencias, 2008).

## Estructura de la Neurona

Existen distintos modelos de neuronas, cada cual realiza un trabajo especializado. Por lo general presentan, de una manera u otra, las siguientes cuatro estructuras o regiones:

- El soma: (cuerpo celular) contiene el núcleo y gran parte de la maquinaria que realizan los procesos de la célula. Aquí están los impulsos nerviosos.
- Las dendritas: las neuronas “conversan” entre sí y las dendritas se ven como importantes conectores de estos mensajes. Se llaman así por su apariencia de ramas de árbol, ya que dentro significa árbol.
- El axón: es un tubo largo y delgado; transportan información del cuerpo celular a los botones terminales. Los axones suelen estar cubiertos de mielina, una sustancia que permite una circulación más rápida del impulso nervioso.
- Botones terminales: en los extremos de las ramitas se localizan pequeños puntos llamados botones terminales los cuales realizan una función muy especial: cuando un potencial de acción llega a los botones terminales, éstos segregan una sustancia química llamada neurotransmisor. Esta sustancia excita a la célula receptora y por lo tanto envía un mensaje a través del axón a las células con las que comunica. (Carlson, 1996: 27-28).

Imagen: 1.1 “Estructura de las neuronas”



Fuente: Psicoazhar.com

La mayoría de las sinapsis en las células de la corteza cerebral se encuentran situadas en las espinas dendríticas que sobresalen a las dendritas como pequeños micrófonos en busca de señales, cuando una dendrita recibe uno de los mensajeros químicos liberados por uno de los axones al espacio que los separa, se encuentra en ella corrientes eléctricas en miniatura, estas corrientes pueden dirigirse a la célula y son llamadas excitatorias, o más bien, se mueven hacia afuera de la célula y entonces son llamadas inhibitorias. (Asociación Británica de Neurociencias, 2008: 8). Todas estas corrientes positivas y negativas se acumulan en las dendritas y se dispersan por el cuerpo celular. (A. Márquez, 2018: 200).

En el ámbito político es muy fácil reconocer estas funciones y cómo van trabajando nuestras neuronas a través de los actos y pensamientos que vamos generando en los procesos políticos y sociales. Formulando entonces el trabajo de las neurociencias y sus conceptos de estudio del cerebro incluyendo a las neuronas.

La anterior descripción es la explicación de lo que asegura la neurociencia, al afirmar que cada uno de los marcos mentales de los individuos están incrustados en la sinapsis del cerebro y en este sentido, para que un ciudadano logre identificarse con un argumento político, éste debe estar relacionado con los marcos que están en la sinapsis, de lo contrario, los anteriores entran y salen rápidamente. (Lakoff, 2007).

A lo largo de la vida los ciudadanos se identifican con un marco de valores y una vez configurándolo, no renuncia a él, se encuentran presentes en la sinapsis del cerebro físicamente, bajo la forma de circuitos neuronales e influyen en las decisiones de los votantes de forma inconsciente. “cuando el mensaje político no encaja en los marcos, los marcos se mantienen y los hechos se ignoran” (Lakoff, 2007: 110).

## 1.2.2 Los Neurotransmisores

Como ya sabemos, los neurotransmisores son sustancias químicas. Quien descubrió los neurotransmisores fue el farmacólogo Otto Loewi, quien así dio origen a la teoría química de la transmisión nerviosa, según la cual la corriente nerviosa, provoca la liberación del neurotransmisor. Así pues, son las sustancias químicas las que permiten los impulsos nerviosos o las señales que se transmiten a través de la sinapsis. (Rotger, 2017: 36).

### Tipos de Neurotransmisores

1. Serotonina: es comúnmente conocida como la hormona de la felicidad, porque los niveles bajos de esta sustancia se asocian a la depresión y la obsesión.
2. Dopamina: es otro de los neurotransmisores más conocidos, porque está implicado en las conductas adictivas y es la causante de las sensaciones placenteras. Sin embargo, entre sus funciones también encontramos la coordinación de ciertos movimientos musculares, la regulación de la memoria, los procesos cognitivos asociados al aprendizaje y la toma de decisiones.
3. Endorfina: una droga natural que es liberada por nuestro cuerpo y que produce una sensación de placer y euforia. Algunas de sus funciones son: promueven la calma, mejoran el humor, reducen el dolor, retrasan el proceso de envejecimiento o potencian las funciones del sistema inmunitario.
4. Adrenalina: es un neurotransmisor que desencadena mecanismos de supervivencia, pues se asocia a las situaciones en las que tenemos que estar alerta y activados porque permite reaccionar en situaciones de estrés.
5. Noradrenalina: la adrenalina está implicada en distintas funciones del cerebro y se relaciona con la motivación, la ira o el placer sexual. El desajuste de noradrenalina se asocia a la depresión y la ansiedad.
6. Glutamato: es el neurotransmisor excitatorio más importante del sistema nervioso central. Es especialmente importante para la memoria y su

recuperación, y es considerado como el principal mediador de la información sensorial, motora, cognitiva, emocional. De algún modo, estimula varios procesos mentales de importancia esencial.

7. Gaba: actúa como un mensajero inhibitorio, por lo que frena la acción de los neurotransmisores excitatorios. Está ampliamente distribuido en las neuronas del córtex, y contribuye al control motor, la visión, regula la ansiedad, entre otras funciones corticales.
8. Acetilcolina: este es el primer neurotransmisor que se descubrió. Este hecho ocurrió en 1921 y el hallazgo tuvo lugar gracias a Otto Loewi, un biólogo alemán ganador del premio Nobel en 1936. La acetilcolina ampliamente distribuida por las sinapsis del sistema nervioso central, pero también se encuentra en el sistema nervioso periférico. Algunas de las funciones más destacadas de este neuroquímico son: participa en la estimulación de los músculos, en el paso de sueño a vigilia y en los procesos de memoria y asociación. (Psicología y mente, 2020).

Los neurotransmisores tienen los efectos que tienen porque nuestro organismo ha evolucionado para hacer de este intercambio de sustancias algo que nos ayuda a sobrevivir, al permitir la coordinación de diferentes células y órganos del cuerpo. Para el aprendizaje y la educación tanto política como social, se necesitan de la dopamina, la noradrenalina y la serotonina que, trabajando juntos y de manera equilibrada, producen lo que las neurociencias llaman circuito de recompensas.

Por ejemplo, la dopamina regula las emociones placenteras. Si nos encontramos en un estado emocional negativo, la amígdala dirige la entrada al cerebro inferior (cerebro de abajo, primitivo). En tanto si estamos en un estado emocional placentero, la amígdala se abre, dando paso a la información al cerebro de arriba y se incrementa el córtex pre frontal. (Rotger, 2017: 37).

La noradrenalina y la serotonina ayudan a la dopamina al efecto significativo de las emociones como el humor y la ansiedad. O también cuando se obtiene el objetivo de alguna situación y se obtiene como motivación. (Rotger, 2017: 37).

### 1.2.3 Las Neuronas Espejo

Las neuronas espejo, también llamadas neuronas cubelli, son un tipo de neuronas que se activan cuando se realizan acciones propias, pero principalmente se activan cuando se observan acciones en los demás. Las neuronas espejo reciben ese nombre ya que reflejan el comportamiento de otros. Por ejemplo, las mismas neuronas espejo se activan al saltar, al ver a una persona saltar, al escuchar un salto o pronunciar la palabra saltar. Y se relacionan con la empatía.

Giacomo Rizzolatti, el neurocientífico italiano que descubrió las neuronas espejo, señala que este sistema cableado es lo que nos permite “captar las mentes de los demás, y no a través de un razonamiento conceptual sino a través de una estimulación directa de los sentimientos, y no con el pensamiento” (Rizzolatti en Goleman, 2006).

En el proceso de empatía política se da gracias a un sistema de neuronas que están en el cerebro humano que son conocidas como Neuronas Espejo, fueron descubiertas a partir de un experimento en monos en el año de 1996 con la investigación del neurocientífico italiano Giacomo Rizzolatti, sus resultados indicaron que las células cerebrales de los monos se encendían no solo cuando el animal ejecutaba ciertos movimientos, sino que, simplemente con contemplar a otros hacerlo, también se activaban. (Rizzolatti, 2007).

Precisamente se llaman neuronas “espejo” porque se refleja el comportamiento del individuo como si el que lo está observando, estuviera haciendo la acción. Y Rizzolatti lo observó con los primates; animales con instinto de imitación, esto por ser más allegados tanto física como mentalmente a los seres humanos. En la política, las neuronas espejo se transforman en empatía. Los políticos la utilizan con el principal objetivo de simpatizar con los electores en las campañas políticas, incluso después de éstas.

Bajo la definición de George Lakoff, se entiende por empatía como el proceso emocional que ocurre en el cerebro surgido a partir de sentir lo mismo que siente la persona que transmite el mensaje, por lo tanto “si no existe emocionalidad en el político, es imposible que los votantes la sientan que estos puedan transmitir su mensaje”. (A. Márquez, 2018: 201).

Daniel Goleman en su libro “la inteligencia emocional” también afirmó que estas neuronas detectan las emociones, movimientos e incluso las intenciones de la persona que habla y reeditan en el cerebro del receptor el estado detectado, activando en él, las mismas áreas activas en el cerebro del interlocutor, creando un contagio emocional. (Goleman, 2007, en Márquez, 2018).

La existencia de la empatía, de neuronas espejo, no era más que una inferencia a partir de estos estudios de RMF (Resonancia Magnética Funcional). Pero en 2007 Iacoboni y sus asociados en la universidad de California estudiaron la actividad cerebral en personas, intentando dar con los orígenes en los ataques de epilepsia, insertando electrodos en los lóbulos frontales, este equipo de científicos identificó varias neuronas espejo que se activan con la realización y también con la observación de una actividad. (Olson, 2008: 2).

La función de las neuronas espejo es objeto de darle un significado a nuestras imitaciones y actos de empatía o humildad, estas neuronas son importantes para comprender las acciones de otras personas, y para aprender nuevas habilidades por imitación. Y las podemos ver claramente en los procesos políticos cuando nuestros candidatos se visten o actúan igual que los ciudadanos de alguna localidad, ciudad o pueblo. Siempre dependiendo de la situación y el lugar en la que se encuentre.

Algunos investigadores como Goleman, piensan que el sistema espejo podría imitar las acciones observadas y así enriquecer la teoría de las habilidades de la mente y del lenguaje; también, se ha sugerido que las disfunciones del sistema espejo podrían ser la causa subyacente de algunos desórdenes cognitivos, tales como

el autismo. Y estas neuronas sin duda alguna son un concepto calve para las neurociencias como la Neuropolítica o la psicología política.

### **1.3 Definición de Psicología Política**

La psicología política es la rama de la psicología que se encarga de analizar los fenómenos de naturaleza política a partir de sus aspectos psicológicos: la percepción de la corrupción, el discurso político de partidos, movimientos sociales y grupos de presión, la identificación con los grupos de referencia o los líderes, etc. (Krauth, 1999).

La psicología política, nos ayudará a conocer más profundamente y con mayor integridad el enfoque de cada candidato, su forma de pensar y sus lineamientos políticos y podremos tomar una decisión informada y responsable de nuestros quienes serán nuestros gobernantes además de entender el porqué de las acciones y reacciones de los candidatos y predecir sus actitudes en el plano político.

Haciendo uso de rama de las ciencias, se podrá ayudar a construir una sociedad mejor, informarnos e instruirnos sobre lo que consideramos la opción más certera y apropiada para nuestra nación, pero también se puede conocer el por qué elegimos a candidatos erróneos o que no aportan nada bueno para mejorar al país, y saber que actitudes resultan más coherentes y se asemejan a nuestra forma de pensar y como nos influencia el candidato para lograr nuestro voto. Gracias a la psicología política se podrá entender más de nuestro entorno político y social y generar nuevas oportunidades de crecimiento colectivo.

A diferencia de la neuropolítica que estudia el cerebro del votante, la Psicología Política estudia la toma de decisiones políticas y que surge en una zona de confluencia entre la psicología y otras ciencias humanas y sociales. Es esencial para comprender la psicología del votante. Pero además es clave para comprender la psicología del político, la psicología del candidato, la psicología del gobernante, los procesos políticos, el sistema de los partidos, y la administración en cada localidad y nación. La realidad histórica, social y política de una comunidad

determinada es una construcción de hechos y acontecimientos pasados, presentes y expectativas de futuro; el recurso a períodos más o menos grandes de tiempo para explicar esa realidad depende de múltiples factores culturales, pero lo que importa es entrelazar el tiempo para dar continuidad a esa realidad.

En la actualidad, a la psicología política se le reconoce como disciplina científica, cuyos propósitos de estudio son todo lo relacionado con la subjetividad y la toma de decisiones políticas, y en su estudio y tratamiento. Además, la psicología política es una formidable herramienta para mejorar la comunicación política y para hacer campañas electorales más efectivas y que generen participación.

Una de las características de esta rama es que puede abarcar desde la clásica personalidad del líder hasta una guerra nuclear, pasando por el militarismo y el conflicto armado, las relaciones internacionales, el terrorismo, los grupos, el comportamiento electoral, los medios de comunicación social y afines. Las orientaciones dominantes se refieren pueden tener ciertas características como las siguientes:

- Investigaciones directamente relacionadas con la problemática social,
- Enfoques en la interacción de los procesos psicológicos y políticos,
- Estudios históricos sobre la sociopolítica,
- Análisis entre los actores y las instituciones políticas.

La psicología política es un campo interdisciplinario que enfatiza la dimensión psicológica de la vida política. Sus practicantes utilizan constructos psicológicos como la personalidad, actitudes, creencias, procesos cognitivos y neuronales, problemas sociales y necesidades. Para explicar el comportamiento político y examinar la relación compleja y recíproca que existe entre la política y la psicología. (CentrosConacyt.mx).

Su objetivo es examinar los mecanismos psicológicos detrás de los comportamientos políticos. Los temas incluyen, pero no se limitan al comportamiento político, voto como expresión de la identidad, adherencias partidarias, socialización política de los jóvenes, relaciones internacionales,

procesos de adquisición de información política, identidad y cohesión política, prejuicios y hostilidad grupal, procesos de cognición socialmente motivados, etcétera. (CentrosConacyt.mx).

La investigación sobre el papel de las emociones y decisiones electorales comenzó desde la publicación de *American Voter* (1980), cuyos autores describen el vínculo emocional entre los votantes, los partidos políticos y candidatos. Más recientemente, se ha explorado la relación entre las emociones y la decisión racional de las personas en el ámbito político y psicológico. De esta forma, argumentar que las emociones tienen un efecto en la decisión racional de los individuos ya está aceptado por algunos académicos que utilizan la metodología de la teoría de juegos dentro de la economía y cada vez más dentro de la ciencia política. Dada la relevancia que va adquiriendo a nivel internacional el estudio de estos temas, el CIDE, la UNAM, Psicología Política Consultores y la Sociedad Internacional de Psicología Política realizarán la conferencia internacional “Psicología Política y Elecciones” los días 5 y 6 de noviembre del presente año en las instalaciones del CIDE. (CentrosConacyt.mx).

La psicología política es un concepto difícil de definir, lo difuso de sus límites y características estructurales ha hecho que durante años se haya utilizado esta denominación para referirse a diferentes cosas asociadas con la política y la psicología. Esto es así porque la psicología es el estudio de la conducta, y por lo que respecta a los seres humanos, la conducta humana nunca nace espontáneamente en el interior de los cuerpos, sino que está siempre modulada por el contexto histórico en el que las personas viven. Una misma persona es muy diferente dependiendo del lugar y el momento en el que nazca. Por ejemplo, lo que hoy se considera comportamiento misógino podría considerarse algo normal hace tan solo un siglo. (Psicologiamente, 2020).

Por ejemplo, los comerciales de un candidato que produzcan esperanza o entusiasmo hacen que las personas que ya apoyan a este candidato sientan deseos de participar en su campaña y que voten por él. En contraste, los anuncios de candidatos que nos producen temor o ansiedad nos llevan a repensar nuestras

preferencias políticas y a reevaluar nuestra decisión electoral en busca de nueva información al respecto. (CentrosConacyt.mx).

Algunas personas tienen una concepción de lo que es la psicología que la relaciona más con la biología que con las ciencias sociales. Desde este punto de vista, esta sería una ciencia que se encarga de estudiar estructuras neurales que estando en el interior de nuestro cuerpo emiten conductas, del mismo modo en el que una glándula produce saliva. (Psicologiyamente, 2020).

- Los procesos a nivel individual: se refieren al análisis de los perfiles, creencias y valores políticos de los ciudadanos y los líderes políticos, el papel de la socialización y el desarrollo individual en la formación de las creencias políticas.
- La comunicación política: abarca todo lo relativo a la comunicación en los medios de comunicación (tradicionales y digitales), la retórica política y los enfoques constructivistas.
- Los procesos a nivel grupal: examinan el pensamiento y comportamiento político, así como las relaciones y conflictos internacionales, al igual que el papel del racismo en la política, la diversidad cultural, y sin lugar a dudas la acción colectiva y el cambio social. (Psicologiyamente, 2020).

Según varios especialistas, la psicología no es estrictamente una ciencia social en su totalidad, la anterior visión de la profesión de los psicólogos es errónea. Esto es así porque la psicología es el estudio de la conducta, y por lo que respecta a los seres humanos, la conducta humana nunca nace espontáneamente en el interior de los cuerpos, sino que está siempre modulada por el contexto histórico en el que las personas viven. Una misma persona es muy diferente dependiendo del lugar y el momento en el que nazca. Por ejemplo, lo que hoy se considera comportamiento misógino podría considerarse algo normal hace tan solo un siglo.

Los psicólogos, como otros científicos sociales, se han enfrentado a los acontecimientos económicos, políticos y sociales de gran envergadura que marcaron el siglo XX. La mayoría de los psicólogos pioneros han vivido dos guerras mundiales y el periodo de una guerra fría, que amenazaba con una tercera, también

experimentaron los cambios sociales producidos la industrialización que revolucionó las mentalidades y cambió las instituciones básicas; la familia es un ejemplo representativo (Garzón, 2003). Y en medio de estos hechos, la Gran Depresión del 29, la aparición del modelo soviético y su posterior desaparición en los 90, el desarrollo de un modelo global junto al renacer de los localismos y el resurgir de los nacionalismos. (infocop.es, 2008).

En definitiva, nuestra manera de ser no está separada del flujo de acontecimientos que ocurren a nuestro alrededor, y buena parte de estos son de naturaleza social y política. Por otro lado, las acciones que realizamos también contribuyen a cambiar el contexto en el que vivimos. Como consecuencia, el objeto de estudio de la psicología política, y de la psicología social, está cambiando constantemente. (Psicologiamente, 2020).

Esto hace que su acercamiento a lo que ocurre no pueda ser el mismo que el de las ciencias exactas, que analizan fenómenos cuyos componentes son más o menos invariables, y que deban utilizar una aproximación probabilística a la hora de investigar. A su vez, este hecho acerca a la psicología política a otras disciplinas que estudian fenómenos sociales, como la antropología y la sociología. (Psicologiamente, 2020).

Se discute el papel de la psicología política como campo científico que desempeña un rol social. Para ello se analizan críticamente las definiciones más frecuentes en la literatura especializada, señalando los alcances y limitaciones y mostrando la tendencia actual de considerar a la psicología política como una sub disciplina que debe generar sus propias teorías, independizándose de la ciencia política. (Redalyc.org.mx).

Gross Stein quien considera que se debe estudiar la interacción entre Patrones de pensamiento, sentimiento e identidad políticos, la interacción entre esos patrones, y su impacto en la elección política y otras formas de conducta política. Es decir, trabajar sobre fenómenos y procesos psicológicos en relación con su ocurrencia en el campo político. (Stein, 2002: 79).

Asimismo, se discute lo que usualmente se señala como su objeto y campo de estudio señalando las inconsistencias, las fortalezas y el principal aporte latinoamericano. Y también los factores, obstáculos y retos que tiene ante sí esta rama de la psicología. Desde los inicios de su sistematización como una rama académica de la psicología, pero no desde sus orígenes en las ciencias sociales, ha predominado la definición que ve a la psicología política como el estudio de la interacción entre fenómenos políticos y procesos y fenómenos psicológicos. (Montero, 2009).

La vida pública, es vida política en tanto se refiere a ese espacio compartido por todos los integrantes de una sociedad, siguiendo normas explícitas e implícitas cultural, histórica y dinámicamente establecidas y revisadas. un espacio multidisciplinario que se ocupa de describir, analizar y explicar los fenómenos que atañen a la vida pública en función de las prescripciones sociales generadas para organizar esa vida, y de los mecanismos de poder que operan en ella, poniendo de manifiesto los recursos comunicativos, persuasivos y de fuerza empleados en ese espacio.

Es importante aclarar que la política es un concepto que ha evolucionado a través de la historia de la humanidad, siendo uno de sus principales pensadores que profundizaron acerca de la misma los filósofos griegos como Aristóteles y Platón. Además, la Psicología Política es la disciplina científica que trata de describir y explicar el comportamiento político, estudiando los factores, psicológicos y sociales. De otro lado, para toda persona sería apropiado tener un mayor conocimiento de las cuestiones políticas desde la óptica de la Psicología Política. (Scielo.org)

Esto le permitiría mejorar su participación política tanto si es pasiva como si es activa, ya que tendría una mayor comprensión de los procesos subyacentes a los hechos políticos que acontecen en su vida cotidiana, es decir enfatizar la relevancia de este aspecto, para así lograr toma de decisiones y elecciones más apropiadas, y no como en los últimos años nos hemos percatado de elecciones carentes de sentido común y realismo. Una Psicología Política que sirva para defender los

intereses y el bienestar de las comunidades, asimismo para que ayude a la resolución pacífica de los conflictos en las comunidades y entre comunidades.

Otra tendencia relevante deriva de la psicología clínica y de su interés en el carácter más o menos patológico de las grandes figuras políticas. Actores políticos cuyas acciones, decisiones e ideas expresadas en sus discursos (otra forma de la acción), han influido en las sociedades y por ende en las vidas de las personas que las integran. Varía el origen, pero la función es la misma: aplicar la psicología a la comprensión de la política.

El resultado de las crisis mundiales, llevaron a la psicología social y política, sus dos tradiciones, una más psicóloga y otra más socióloga, alrededor de los años sesenta surgen las perspectivas constructivas para solucionarlos. Con influencia en la fenomenología, los estudios culturales, los cambios de dirección de la antropología, el pensamiento sistémico, la cibernética, la nueva lingüística, la retórica y el impacto de la variable tecnológica en la posguerra, se cuestiona la razón de ser de la psicología y su concepto de mente. Muchos psicólogos sociales se hicieron relativistas y comenzaron a sospechar de los discursos demasiado formales y ciertos, además de que las acciones que venían después, eran sumamente contradictorias con lo que se prometía.

Los construccionistas no entienden el conocimiento como un discurso, una reflexión o el armado de un mapa del mundo por parte de un pensador profesional. No es un resultado de inducciones o hipótesis generales surgidas del ámbito académico. Expresiones poder, ciudadano, votos, imagen, país, liderazgo, etc. Mediante las cuales se intenta captar la realidad son artefactos sociales, resultado de una construcción colectiva situada en un territorio y tiempo particulares. (Plut, 2012).

La validez de los conceptos y métodos mediante los cuales pensamos no depende de validaciones empíricas, sino de validaciones que son resultado de reglas complejas que regulan procesos colectivos que incluyen conflictos, negociaciones difíciles y consensos apenas equilibrados. El construccionismo alerta sobre el

lenguaje, que es la gran posibilidad de la vida humana, pero es también la trampa que puede crear las condiciones de una realidad que cuestione la supervivencia.

Para esta visión, la idea predominante aún en la psicología académica de una mente individual sometida a desequilibrios por las presiones de factores endógenos, como los que gobiernan una mítica, una propaganda de personalidad autoritaria y poderosa, sostiene la posibilidad de entender la mente como un proceso sistémico, resultado de acciones colectivas en las que las representaciones son constructos sociales que atraviesan las subjetividades individuales que colaboran en su construcción. En esas construcciones la validez es también una construcción, un nuevo discurso también socialmente construido que asignará criterios o puntos particulares desde una evidente colectividad negociada. (Redalyc.org).

Por ahora los modos de intervención y la práctica profesional del psicólogo político están marcados por una diversidad de enfoques y perspectivas dependientes de escuelas y tradiciones nacionales. Desde luego, no es este ni el momento ni el lugar para intentar una descripción más o menos acertada de los cambios que se están produciendo en las sociedades desarrolladas occidentales; esa es parte de la labor que debe intentar, entre otras áreas de trabajo, la psicología política.

Si bien sus métodos aún siguen predominantemente atados al psicoanálisis, las escalas de actitudes y un lugar de observador poco participante, la aparición de una realidad social que se proyecta delante de la realidad de la modernidad con el surgimiento de nuevas formas de participación política durante las endémicas crisis de la región y el cuestionamiento de materias como opinión pública y medios, ofrecen en la actualidad de los países latinoamericanos un campo propicio para el desarrollo de una perspectiva constructorista que haga coincidir la construcción de teoría con la construcción de acciones colectivas.

Pero lo que resulta indudable es la necesidad de realizar esa tarea, describir y anticipar los cambios que ya están en marcha para poder así facilitar la adecuación al cambio. Es conveniente recordar que proyectos similares se produjeron a finales

del siglo pasado y durante los comienzos del presente, con resultados muy sugestivos, pero que luego se abandonaron en virtud de un optimismo bastante simple y poco conveniente para la construcción del futuro.

De todas formas, aun sin pretender analizar los contenidos de las sociedades futuras, es posible hacer algunas diferenciaciones oportunas previas a esa labor. Para empezar, existen distintas sensibilidades ante el cambio; y no me refiero a su mayor o menor aceptación, sino a la capacidad de entenderlo.

La psicología es la base principal de cualquier estudio de la mente y sus diversas ramas que la hacen una ciencia. Como la neuropolítica está enfocada al estudio de las emociones en los procesos políticos, es necesario hacer hincapié en el estudio centrado de la psicología política, desde su parte funcional en el ámbito social. En las personas de un país, y el complejo manejo de sus actores políticos, hasta la parte funcional del cerebro y qué reacciones causa. Esto solamente para entender toda la estructura político- social desde la perspectiva de la psicología.

Posteriormente, llegamos a la parte de la neuropolítica en donde ya entendiendo el ámbito de la psicología política, se podrá expresar las emociones, interpretarlas, cómo generarlas en los actores políticos o en los militantes, en los votantes, en los líderes sociales, etc. Y, posteriormente, aplicar el estudio en los mexicanos y sus procesos políticos para hacer una prospectiva para las elecciones futuras.

#### **1.4 El Cerebro Triuno: tres cerebros en uno**

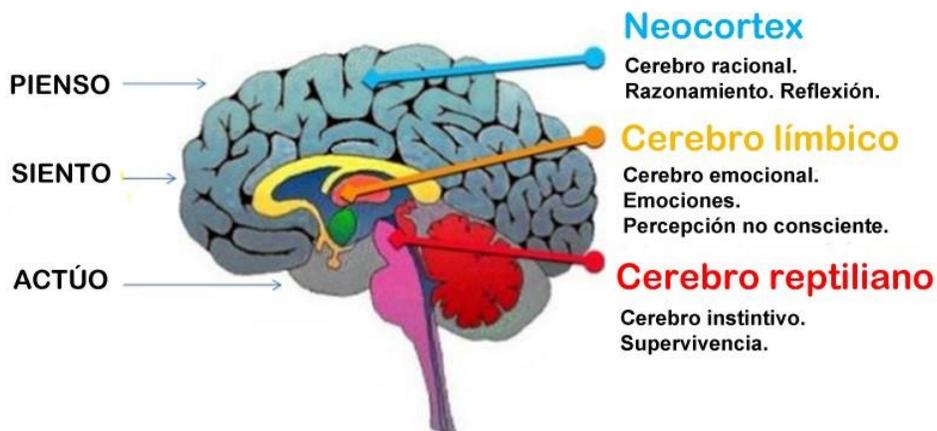
Las emociones son un concepto sumamente importante para poder entender a la neuropolítica, sin embargo, no se puede empezar a hablar de las emociones y los sentimientos sin antes conocer como está compuesto nuestro cerebro a profundidad.

Al poder entender cómo funciona nuestro cerebro, se podrá comprender mejor el comportamiento de los seres humanos; en campañas políticas, en los procesos

económicos, en las leyes, y en cualquier proceso social. En este modelo, el cerebro se divide en tres cerebros separados que tienen su propia inteligencia especial, sentido de tiempo y espacio, y memoria.

El médico y neurocientífico Paul D. MacLean en su teoría del cerebro triple, propone que el cerebro humano es en realidad tres cerebros en uno. Lo que significa que nuestro cerebro fue evolucionando de bajo hacia arriba conservadas estructuras de 1) cerebro reptiliano, 2) cerebro emocional y 3) cerebro racional. De ahí la concepción de cerebro triuno. (M. Rogter, 2017: 11-12).

Imagen: 1.2 “El Cerebro Triuno”



Fuente: rumbos.org

El modelo triuno menciona que sus sistemas o cerebros están compuestos de la siguiente forma:

- El cerebro reptiliano: que encontramos en la escala filogenética de los reptiles, es la estructura más primitiva que tenemos y se encarga de regular nuestras acciones y funciones básicas como el latir del corazón,

respirar, caminar, desplazarse hacia adelante y hacia atrás, defenderse o aprender por condicionamientos; es la parte más instintiva que tenemos, la que nos hace vivir solo en el momento presente. El cerebro reptil reacciona ante las funciones vitales automáticas para el mantenimiento de la homeostasis corporal y nos otorga sentido de territorialidad.

- El cerebro límbico: también conocido como sistema límbico, cerebro emocional o cerebro mamífero, que compartimos con la forma anatómica y funcional con el resto de los mamíferos. Están asociadas a las emociones y los pasos iniciales del proceso de memorización. En este sistema se encuentran los lóbulos olfatorios y la regulación primaria de la motivación. El sistema límbico vive en un tiempo pasado y presente, tiene memoria y aprendizaje, y la mayoría de sus funciones y respuestas tienen que ver con el sentir. Aquí se encuentran dos módulos importantes que son la amígdala y el hipocampo.
- El cerebro racional: responde de pensar y reflexionar; esta es la parte del cerebro que nos hace humanos y nos diferencia del resto de los animales. En él, están presentes la neo corteza, los hemisferios cerebrales, y la inteligencia emocional e intelectual. Vive en un tiempo pasado, presente y futuro; es el que piensa, siente y reacciona. Este modelo lo conservamos desde el Homo Sapiens estando preparado para desarrollar su vida en el contexto de la sabana. (Rogter, 2017: 12-13).

El sistema nervioso se trata de una compleja red de células neuronales que trabajan en equipo. A pesar de que podemos diferenciar anatómicamente diferentes partes del sistema nervioso y del cerebro, el modelo de MacLean resulta demasiado simple para toda la información que poseemos hoy en día.

“Aun así, la teoría del cerebro triuno es muy importante puesto que relaciona zonas cerebrales con funciones mentales concretas. Gracias a esta teoría (entre otras) hoy en día, podemos desarrollar algunas disciplinas como la neuropsicología”. (Psicología-online, 2018).

Por este motivo nuestro cerebro para adaptarse al nuevo contexto, ha tenido que sobrevivir a situaciones de amenaza y placer a lo largo de su evolución y desarrollo. Esto ha podido lograrlo gracias a dos de sus características más importantes: su plasticidad y supervivencia. (Rotger, 2017: 15-16).

- La supervivencia: es la capacidad cerebral de adaptarse a su nuevo entorno, situación o contexto, modificándose constantemente.
- La plasticidad: es la capacidad que tiene nuestro cerebro para adaptarse, reorganizarse y modificarse durante toda la vida. Y puede ser tanto positiva como negativamente. (Rotger, 2017: 15-16).

En el aprendizaje los impulsos electroquímicos son los responsables de que adquiramos nuevos conocimientos de aprendizajes. Adquirimos nueva información en nuestro cerebro formando nuevas conexiones sinápticas entre neuronas.

“Las sinapsis en el aprendizaje, son procesos naturales de nuestro cerebro, lo que se conoce como proceso “neurofisiológico” y que implica la creación o recreación de redes neuronales. Mientras que el proceso “cognitivo” implica recrear o crear patrones mentales”. (Rotger, 2017: 17).

Para la neuropolítica, las emociones son el factor más importante dentro de sus investigaciones, pues es el que predomina antes, durante, y después de las campañas políticas o electores. Pero, ¿Quién controla las emociones?

“Quien las controla es el cerebro límbico, compuesto por un conjunto de estructuras que se consideran muy primitivas en términos evolutivos, situándose en la parte superior del tronco cerebral, por debajo de la corteza”. (Rotger, 2017: 25).

Dichas estructuras se encuentran fundamentalmente implicadas en el desarrollo de muchas de nuestras emociones, en particular aquellas relacionadas con la supervivencia, como lo son el miedo y la ira. Y dentro de toda la complejidad del sistema límbico, se encuentran ciertas estructuras importantes involucradas con la memoria: la amígdala y el hipotálamo. (Rotger, 2017: 25).

- La amígdala: de aquí parten los mecanismos para determinar si el estímulo que llega es positivo o negativo y el tipo de emoción que se genera. (A. marquez, 2018: 203).

En el ámbito político la amígdala está envuelta en el proceso emocional del votante, desde la identificación y respuesta a la expresión emocional, hasta agregar significado emocional a eventos, creando la intensidad de la experiencia emocional para generar y unir sentimientos. (A. Márquez, 2017: 203).

La amígdala es la estructura cerebral (parte del cerebro límbico) que llama más la atención en el área de la Neuropolítica. Westen asegura que la amígdala responde desde el inconsciente del individuo, la presentación rápida de un estímulo amenazante subliminalmente puede permitir la activación de la amígdala, lo que sugiere un sistema emocional que está constantemente procesando información emocionalmente relevante más rápido de lo que conscientemente puede registrarlo. (Westen, 2007. En A. Márquez, 2017: 203).

- El hipocampo se encarga de enviar estos recuerdos a la parte apropiada del hemisferio cerebral que los almacenará a largo plazo, para que luego sean recuperados cuando sea necesario, por ejemplo, cuando hacemos un examen. (Rotger, 2017: 25).

En los procesos de enseñanza, todo aquel que tenga este proceso de aprendizaje, quiere llegar a las redes cognitivas racionales, pero siempre tendrá que pasar por las redes instintivas emocionales. Es decir, la información llegará dependiendo del estado de ánimo del individuo. (Rotger, 2017: 33).

### 1.4.1 Emociones y Sentimientos

Las palabras sentimiento y emoción suelen emplearse como sinónimos, sin embargo, son dos conceptos totalmente distintos. Pero entonces, ¿Qué son las emociones?, ¿Se nace con una emoción, o se van creando?

#### Las emociones

Las emociones son fenómenos psicofisiológicos (rama de la psicología que estudia la conducta) que representan modos de adaptación a ciertos estímulos ambientales de uno mismo. Psicológicamente alteran la atención, hacen subir de rango ciertas conductas, guía de respuestas del individuo y activan redes asociativas en la memoria. Fisiológicamente las emociones organizan rápidamente las respuestas de distintos sistemas biológicos, incluidas las expresiones faciales, los músculos, la voz, la actividad del Sistema Nervioso Autónomo (SNA) y la del sistema endocrino, a fin de establecer un medio íntimo óptico para el comportamiento más efectivo. (Frayjo Martinez, 2014: 10).

Las emociones adaptan estímulos cuando perciben un objeto, persona, lugar, suceso o recuerdo importante. Estas ocurren en 125 milésimas de segundo, es decir, en medio parpadeo de ojo, y nos preparan para una reacción. Y se conoce que se encuentran en el sistema límbico, inmediatamente debajo de la corteza cerebral y que comprenden regiones como el tálamo, el hipocampo y la amígdala cerebral. (Rotger, 2017: 23).

#### Los sentimientos

La neurociencia describe al sentimiento con el concepto de reflejo emotivo, ya que al igual que un reflejo placentero como un organismo, o algo doloroso como una quemadura, libera una respuesta inmediata a nivel cerebral que permite percibir el estímulo causal sin ser capaz de sustentar ni repetir la sensación inicial una vez que éste se interrumpe; mientras que una verdadera emoción se considera un estímulo

persistente, el cual se mantiene en un grado variable hasta que es sustituido por otro. (F. Martínez, 2014: 11).

El sentimiento es opcional. Si se aprende a reconocer, a través de la sensación en nuestro cuerpo, la emoción que estamos sintiendo, se puede elegir con que sentimiento manifestarla, es decir que podremos ponerle a esta emoción un nombre, una cualidad y una intensidad, dado que en el sentimiento estamos usando nuestros lóbulos pre frontales para interpretar la emoción que estamos transitando. (Rotger, 2017: 24).

“Cuadro de diferencias entre emoción y sentimiento”

Emoción	Es inevitable	Cerebro límbico	Orientada a la acción
Sentimiento	Es opcional	Cerebro racional	Resultado de la acción.

Fuente: elaboración propia, 2021.

La búsqueda por comprender las emociones se retoma al tiempo inmemorial en que se desarrollan los ideales del amor y el deseo, aun antes de que existieran palabras para expresarlos. A lo largo de la historia el ser humano ha ido percibiendo las emociones en distintas facetas de la vida.

Por ejemplo, los guerreros los consideran una debilidad, al disminuir la concentración y la devolución de sus soldados; para los artistas, son el origen de toda creatividad; para los protectores de la paz y los cuerpos de ayuda, éstas ofrecen un estímulo para anteponer el bienestar ajeno al propio, lo cual también aplica para los intereses de una familia; y para los científicos y médicos, las emociones son un fenómeno secundario a las experiencias presentadas en la vida, mismas que interfieren con la objetividad de una persona. (F. Martínez, 2014: 9).

Conductualmente, las emociones sirven para establecer nuestra posición con respecto a nuestro entorno, y nos impulsan hacia ciertas personas, objetos, acciones, idas, y nos alejan de otros. Las emociones actúan como depósito de influencias innatas y son reacciones inmediatas a los procesos sociales o individuales. También asociadas con los grupos, costumbres y creencias.

Se distinguen tres componentes en la definición de una emoción y son:

1. Efecto psicológico: modifica la percepción de la realidad.
2. Estimulación fisiológica: induce una respuesta neurológica y del sistema hormonal.
3. Conductual: genera patrones de predisposición hacia actividades y pensamientos específicos, ligados a la emoción que los genera. A este último punto se le denomina “respuesta condicionada”, y está en íntima relación con las etapas de aprendizaje. (F. Martínez, 2014: 10).

Según Paul Ekman, psicólogo que estudió la expresión facial de las emociones, todas las personas nacen con seis emociones básicas para sobrevivir, y se activan con cualquier situación de nuestro cerebro. (Rotger, 2017:10). Estas emociones básicas también son conocidas como “emociones primarias” y son las siguientes:

1. Miedo: es la emoción que se produce ante un impulso nocivo acompañado de dolor, el cual progresa durante la etapa de asociación para formar una respuesta condicionada ante la posibilidad de un castigo.

2. Enojo: es una emoción simpática producto de la privación de un estímulo que no ha podido ser por vía directa o por correlación semejante al miedo; se diferencia de este último por el predominio del instinto de pelea sobre el de fuga.
3. Felicidad: se considera una emoción dual por su característica particular de iniciar como una excitación simpática que culmina con relajación, lo cual inhibe al sistema simpático, permitiendo así que el cuerpo entre en un estado de reposo. La felicidad es el resultado de la supresión de un estímulo nocivo.
4. Desagrado: también conocida como repulsión o aversión, está ligada a lo fisiológico, pues cuando se hace presente se activan reacciones corporales cuando algo no es agradable al sentido del olfato, la vista y el gusto.
5. Sorpresa: es una alteración emocional, resultado de un evento inesperado o imprevisto. Puede ser neutral, agradable o desagradable.
6. Tristeza: es una emoción única, pues se relaciona con un déficit hormonal y no con un exceso. A nivel psicológico, se produce por la inactividad o carencia de algún estímulo agradable como la felicidad o el bienestar, y se manifiesta con una etapa inicial de hipersomnia y apatía, seguida por insomnio, desilusión, y en su forma más intensa, depresión. (F. Martínez, 2014: 16-19).

Las neuronas como ya sabemos, reciben estímulos para que el individuo pueda reaccionar emocionalmente dependiendo de la situación. Determinan las estructuras mentales en el proceso de cómo recibimos y acomodamos la información. Sin embargo, hay dos tipos de estímulos: el simple y el complejo que nos llevan a un significado emocional. Los estímulos simples: el tálamo, puede detectar un estímulo auditivo simple que advierte de los peligros y activa la amígdala. Mientras que estímulos complejos: corteza de asociación sensorial, detectan los encuentros desagradables o difíciles de entender, recibiendo la información de la amígdala desde la corteza. (Carlson, 1996: 309-310).

### **1.4.2 La inteligencia emocional en la política**

Al hablar de emociones y sentimientos, la inteligencia emocional es un factor determinante para la mente de los individuos, ya que determina su organización emotiva y empática. Y de esto nos habla Daniel Goleman quien define a la inteligencia emocional como “la capacidad de reconocer los sentimientos propios y ajenos, de motivarnos y saber manejar nuestras emociones”. (Goleman, 1996).

En la actualidad se reconoce a la inteligencia emocional como un factor importante para el crecimiento y la satisfacción personal. El éxito no es de quienes acumulan mayor cantidad de conocimientos, sino de las personas emocionalmente inteligentes, pues poseen habilidades tales como el control de los impulsos, autoconciencia, motivación, entusiasmo, perseverancia y empatía, entre otras. Estas habilidades potencian a tales personalidades dado que logran mayores respuestas emocionales en vez de reacciones emocionales. (Rotger, 2017: 67).

Para comprender un poco más el sentido y la importancia de tener inteligencia emocional, se puede decir que las emociones pueden influir en nuestra vida de diferentes maneras. Su manifestación puede convertirnos en personas socialmente integradas o excluidas, según la manera en la que las gestionemos. La forma en cómo actúan o se comportan en determinadas situaciones se relaciona con los sentimientos y los pensamientos que emergen ante las situaciones que vivimos y las personas con las que nos relacionamos. Los pensamientos y emociones son la base de la manera en la que actuamos habitualmente, al igual que sucede en cualquier aprendizaje, las emociones determinan nuestra forma de afrontar la vida. (Rotger, 2017: 67-68).

En la política, la inteligencia emocional está influenciada por los políticos, es decir, son los candidatos los que manejan la inteligencia emocional; manejan el factor emocional, antes que el factor racional en los ciudadanos.

Al estudiar el sistema límbico del sistema nervioso central, se puede comprender que los seres humanos perciben mejor los acontecimientos cargados de sentimientos que los hechos neutros y que los estímulos emocionales captan más la atención y son procesados por el cerebro con mayor precisión que los estímulos racionales, ya que la amígdala es el área del cerebro que al activarse permite que los ciudadanos puedan agregar significado emocional a elementos como la música de fondo, la voz, o los movimientos de los candidatos, las metáforas y otros elementos emocionales, crean la intensidad de la experiencia emocional para generar y unir sentimientos. (A. Márquez, 2018: 208).

Para ejercer el liderazgo de una organización o un equipo de trabajo es un factor esencial poseer inteligencia emocional. Siempre tendrá más éxito un líder que en una situación de estrés sabe controlarse y dirigirse apropiadamente a sus colaboradores, que un jefe que pierde la compostura frente a su equipo. Esto también es válido en el ámbito de la política. El terreno de acción del líder político va más allá de su propia organización pues se dirige principalmente hacia la opinión pública. El líder político debe saber comunicarse con sus electores, como también debe saber interpretar los sentimientos de estos para así elaborar mensajes adecuados. (ESAN, 2016).

La inteligencia emocional hace su aparición cuando el ciudadano entra en contacto con el candidato y viceversa, la amígdala determina si éste está impulsando un estímulo negativo o positivo y si causa apatía o empatía, miedo o seguridad, frustración o esperanza. (A. Márquez, 2018: 208). Es ahí cuando empieza a trabajar las emociones a través del análisis del candidato.

Según Daniel Goleman (psicólogo norteamericano), la inteligencia emocional se organiza en torno a cinco capacidades:

- La conciencia de sí mismo:

Si un líder es consciente de sí mismo y siempre sabe cómo se siente, sabrá cómo sus emociones y sus acciones pueden afectar a las personas que le rodean. El líder

político que es consciente de sí mismo sabrá asumir su posición en la organización que lidera y en el escenario político en el que participa. Esto implica tener claridad de sus fortalezas y debilidades.

- La autorregulación:

El líder político que se autorregula eficazmente no suele atacar verbalmente a sus adversarios, ni toma decisiones apresuradas o emocionales. La autorregulación ayuda a mantener el control y el líder que se autorregula suele admitir sus errores; e incluso en situaciones extremas de victoria o derrota, el líder sabe mostrar serenidad.

- La motivación:

El líder político tiene como motivación el participar en política para contribuir al bien común. Esto lo impulsa a trabajar en forma persistente y constante. Esta motivación debe ser transmitida a sus colaboradores, tanto en tiempos de campaña electoral como cuando no hay elecciones a la vista.

- La empatía:

Un liderazgo sin empatía es vacío. Los líderes con empatía son capaces de ponerse en el lugar de otra persona y saben escuchar las necesidades de la gente. La empatía es fundamental tanto para llegar a la propia militancia como para llegar a la opinión pública y lograr que esta haga suyos los mensajes y propuestas del líder.

- Las habilidades sociales:

En el liderazgo político, el dominio de las habilidades sociales de la inteligencia emocional se traduce en la capacidad de comunicación. Un líder político debe ser un gran comunicador. Las habilidades sociales también tienen que ver con la capacidad resolver de conflictos y de gestionar el cambio.

Cuanta mayor capacidad tenga el líder para administrar cada uno de estos elementos, mayor será su inteligencia emocional. Un buen manejo de los cinco elementos de la inteligencia emocional permitirá construir una imagen positiva y

sólida del líder político. Por el contrario, un líder que responde mal a las preguntas de los periodistas, o que reacciona desahogado ante una determinada circunstancia, verá su imagen deteriorada. (ESAN, 2016).

Las emociones también tienen poder en la imagen política. Las emociones, los movimientos e incluso las intenciones que proyecta el candidato, se reeditan en el cerebro del elector, activando en éste, las mismas áreas activas en el cerebro del candidato, creando un contagio emocional, por lo tanto, a través el sistema neuronas espejo, el elector al ver y escuchar al candidato, se conecta a primera instancia con sus marcos mentales, éste adopta los sentimientos y emociones que éste refleja, puede sentir lo que este siente e incluso transmitirlo, es por ello, que el candidato político debe ser capaz de que éste sienta, incluso transmitirlo. (Márquez, 2018: 208).

Es por ello que el candidato político debe ser capaz de transmitir sentimientos y emociones positivas y competencia en su mensaje.

Las emociones en comunicación política son el primer elemento que hay que tener en cuenta a la hora de comunicar ya que, por nuestra naturaleza y por la naturaleza de nuestro cerebro, aquello que verdaderamente nos emociona es lo que seremos capaces de recordar. Solo aquello que hace sentir, que causa un determinado impacto, es susceptible de almacenarse en el recuerdo. Se habla de emociones en comunicación política desde el preciso instante en el que se niega ignorar que el cerebro político es emocional. El estudio de las emociones incide en las campañas electorales y en los gobiernos y se parte de la base de que la mayoría de las personas son fieles a un partido, más allá de las razones para votar. La política es emoción, sensación, identidad, conexión, empatía, y no solo debate sobre programas y propuestas detalladas. (AECPA, 2019).

La política en general tiene un gran desconocimiento de cómo funciona el cerebro. Este desconocimiento conduce a determinados prejuicios, como pensar que la política únicamente son razones y que las emociones distorsionan, alteran, de alguna manera y condicionan el auténtico núcleo de la política, que son las ideas, las propuestas y las ideologías.

En definitiva, el éxito de alguna campaña política o de algún político en el poder, está en saber comunicar las ideas políticas; siempre teniendo en cuenta el funcionamiento del cerebro para poder entender a los seres humanos en su papel de ciudadanos votantes, y así poder manipularlos a su conveniencia de la manera más limpia y legal posible.

## Capítulo 2: Psicología del Mexicano

Si entender la mente del ser humano en general, es complicado; entender la mente del ser humano mexicano, debe serlo aún más. Muchos factores en México hacen que los ciudadanos generen emociones y sentimientos; por ejemplo, las tradiciones, la historia, la cultura, los símbolos, etc. El orgullo nacional es un aspecto muy importante en México y se ha transmitido de generación en generación durante siglos. Lo que ha provocado que el mexicano tome decisiones de suma importancia, a través de lo que siente, lo que le genera el entorno en el que vive, y sobre todo la influencia de algo o de alguien.

Los grandes legados de cultura arquitectónica por parte de nuestros antepasados como lo son las pirámides y ruinas prehispánicas, las tradiciones de los pueblos originarios y los relatos de lucha, poder y libertad como la independencia y la revolución, son algunos de los factores que han influenciado esta característica de la psicología del mexicano. También, el orgullo nacional como factor psicológico ha surgido gracias a las herencias musicales, vestimentas, paisajes y gastronómicas de la nación, que les permiten ser ampliamente reconocidas a nivel mundial.

Uno de los factores más llamativos de la psicología mexicana es que, pese a las dificultades que históricamente ha atravesado nuestro país, como las conquistas, las muertes, la corrupción y la violencia, los ciudadanos se caracterizan, en promedio, por ser alegres y optimistas. Este rasgo es tan marcado que internacionalmente los mexicanos se caracterizan como personas sumamente agradables, con la fiesta en las venas y la humildad como su principal virtud; tanto así que en 2019 México fue considerado el segundo país más feliz de Latinoamérica, sólo detrás de Costa Rica. Esto según el World Happiness Report.

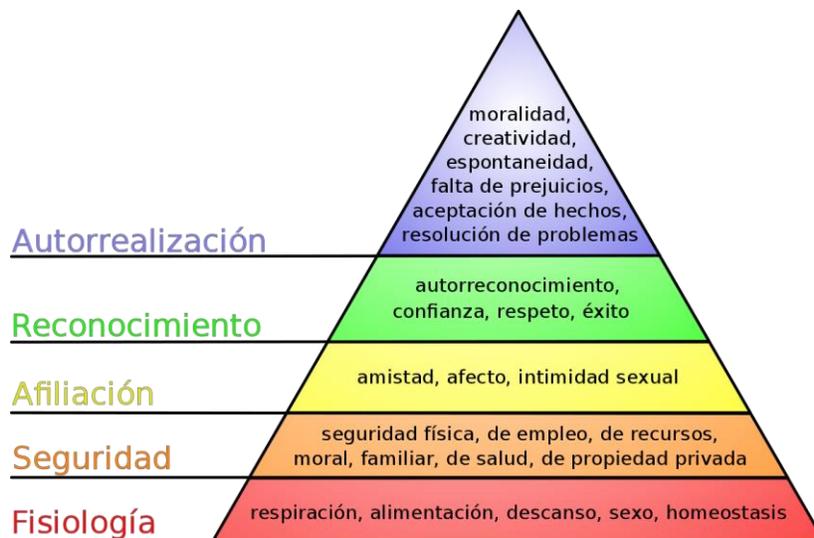
Esto permite concluir que, si bien, México enfrenta problemáticas como muchos otros países, la sociedad mexicana suele afrontarlos con una mejor perspectiva, producto de las singularidades de la psicología de sus ciudadanos.

## 2.1 Las Motivaciones del Mexicano

Mateo V. Mankeliunas (1987) explica que la motivación se refiere a una fuerza del organismo que impulsa a actuar y a perseguir determinados objetivos; es decir, la motivación es un proceso que provoca determinado comportamiento o que modifica uno ya existente. El comportamiento siempre es motivado hacia una meta previamente fijada. Todo comportamiento está determinado por transformaciones de energía provocadas por estímulos internos o externos.

La pirámide de Abraham Maslow es una teoría de motivación que trata de explicar qué impulsa la conducta humana. La pirámide consta de cinco niveles que están ordenados jerárquicamente según las necesidades humanas que atraviesan todas las personas.

Imagen 2.1: “Teoría de la Motivación de Maslow”



Fuente: teoría.maslow.com

Entonces se conoce que motivaciones están relacionadas con nuestra manera de pensar, sentimientos y emociones que nos estimulan día con día, y el mexicano como ciudadano no es la excepción. Pero ¿Qué motiva a los mexicanos?

Los mexicanos motivados tienen una conducta que presenta tres características. Primero, necesidades corporales como la sed y el hambre; y necesidades psicológicas como el estar acompañado. En esta conducta la persona busca los medios de satisfacer esas necesidades. Segundo, los motivos forjan una conducta selectiva, por ejemplo, cuando hay hambre se tiende a buscar satisfacer esa necesidad y se deja en segundo y tercer plano las demás necesidades, como la de trabajar o dormir. Tercero, la conducta motivada es activa y constante. El mexicano hace uso de los motivos. (Pérez, 2012: 38).

También es típica, como en todo ser humano, la curiosidad. El hombre es curioso por naturaleza. Esto se puede comprobar cuando alrededor de un accidente, de cualquier tipo, en México, abundan los espectadores. Y es precisamente la curiosidad la que mantiene viva la motivación para alcanzar metas y logros en su futuro. (Pérez, 2012: 38).

El mexicano se mueve en un terreno inhóspito, carente de seguridad; piso prestado, abonos que le brindan un anhelo de seguridad mensual con fraccionadores disolutos. Pero a pesar de todo, siente que su terreno es de él. Espacio mamado a rajatabla, pero a pesar de todo vital. No es sustituible por condominios americanos o por departamentos a la manera de Canadá; este territorio tan debatido requiere un marco de agresión. El cemento, la religión, los héroes cinematográficos, el programa de radio y la imagen preferida, su caja tonta, la televisión, no son solo profilaxis a su tragedia. (Ramírez, 2004: 21).

En base en la investigación anterior, podemos decir que el mexicano está motivado por muchos factores que rodean su vida, influenciado en lo que ve a su alrededor; la televisión es un medio de comunicación indispensable para el mexicano promedio, solo por mencionar uno de muchos. Motivado para adquirir la identidad

como ciudadano del país, la familia, los amigos, y sobre todo la superación económica. Es decir, el trabajo.

### **2.1.1 La Motivación Económica**

La motivación económica se encuentra en el aspecto del trabajo. Este concepto tiene dos sentidos: en sentido general, se entiende por trabajo toda actividad física o intelectual que conduzca a un resultado deseado por el sujeto; en sentido estricto trabajo es una actividad física o intelectual que proporciona medios para la satisfacción de necesidades, propósitos o ambos. Para alcanzar estos objetivos, el sujeto se propone metas y pone todo su esfuerzo para alcanzarlas; el sujeto labora lo necesario para conseguir la meta de la manera más efectiva si posee las aptitudes y preparación necesarias. Se considera que un trabajo es motivador si el sujeto dirige su actividad hacia una meta propuesta por él o para otra persona vinculada a éste de manera explícita o implícita. (Mankeliunas, 1998: 246).

El dinero es un factor muy interesante en el mexicano. En realidad, es un símbolo y también compensación de muchas otras cosas. El obrero mexicano valoriza altamente el dinero, pero no como tal, sino porque cree encontrar en él la solución de todos sus problemas. Y tiene razón al pensar que con dinero generalmente no hay hambre y hay salud, pero se equivoca cuando cree que puede satisfacer su necesidad sexual ni siquiera como él la define y mucho menos en los aspectos que escapan a su definición, por ejemplo. (Díaz-Guerrero, 1968: 59).

De todas maneras, por la presencia de factores reales y de otros falsos, el dinero tiene para el mexicano alto valor, y el trabajador se motivará por el dinero, es decir, si se le da más dinero, entonces se esforzará y hará más. La motivación resaltante en un aumento en salario, mejora la eficiencia de los trabajadores, pero solo temporalmente, pues siempre estará en la búsqueda de más. (Díaz-Guerrero, 1968: 59).

En una encuesta se incluyó la siguiente pregunta: “¿Cree usted que un regalo de cinco millones de pesos resolvería todos sus problemas?” A pesar de lo absoluto de esta afirmación, el 40% de los varones por encima de los dieciocho años de edad en la Ciudad de México; contestaron que sí. (Díaz-Guerrero, 1968: 59).

Además de los procesos económicos, también existen las necesidades básicas que se presentan biológicamente, es decir, necesidades que nos caracterizan como seres humanos. Los mexicanos tienen características específicas en la psicología de sus emociones. Sintetizaremos las motivaciones en los siguientes puntos:

- Existencia de necesidades básicas.
- Contacto entre necesidades y objetos externos.
- Dependencia al objeto externo.
- Elección de sistemas defensivos frente a la actitud del objeto externo.
- En la interacción de la necesidad, el objeto externo y la defensa ante este ser crean clichés, pautas y estructuras.
- Internalización del objeto externo.
- Externalización del objeto interno o elección de un ambiente conformado al bajo interno, deformación de la realidad para conformarla al objeto interno y así complacer a este último.
- Dependencia al objeto interno. (Ramírez, 2004: 32-33).

Normalmente también se dice que el mexicano es poco trabajador y que se conforma con lo mínimo con tal de que le cause satisfacción, pero ¿Realmente es flojo el mexicano?

“Pérez (2012) nos dice que el mexicano no es una persona floja, lo cierto es que hay insatisfacción en su labor. Se podría atribuir también a la falta de preparación que se tiene, pues el sistema educativo no se ha extendido lo suficiente y, por lo tanto, ha faltado sensibilizar a los ciudadanos en muchas cuestiones”.

Existe una gran rotación en el empleo: no hay estabilidad. El trabajador mexicano vive con la incertidumbre de no saber qué pasará el día de mañana. No tiene una plaza segura y recibe un salario miserable. Una persona del sureste mexicano que

percibe un salario diario de \$40 no puede darse el lujo de disfrutar una comida deliciosa con su familia: solamente un refresco de 2.5 litros cuesta alrededor de \$15; por un kilo de tortillas se pagan \$11; si a ello le agregamos lo que se gasta en el colectivo, \$9; y un kilo de carne cuesta alrededor de \$35. Surge la pregunta, ¿cómo motivar a esa persona si para comer carne y beber refresco con su familia una sola vez al día gasta alrededor de \$70.00? ¿No se tiene la impresión, y no solamente por la crisis, de que esa falta de voluntad hacia el reconocimiento del trabajo provoca que el país esté envuelto en esta gran miseria o pobreza general? El mexicano no es flojo, es una persona capaz de crear, modificar y hacer de su labor un arte. La población indígena no tiene el concepto del ahorro, vive al día; es cierto que tiene una gran vida interior y que sustituye el apetito económico por la actitud de sentirse bien consigo mismo. Su religión lo ayuda para este fin. (Pérez, 2012: 64).

Pero solamente el 65% se encuentra satisfecho con su empleo. La mayoría de las personas en México trabajan por dinero (igual en todo el mundo). En este rubro, el 70% de los entrevistados manifestaron que su objetivo al trabajar es la producción de ingresos. El 20% trabaja por la presión de terceras personas, es decir, que hay alguien que los incita a buscar un empleo. Hay un 19% de mexicanos que trabajan y se sienten productivos. Y finalmente un 19% que mira el trabajo como una oportunidad para aprender. (Pérez, 2012: 62).

Entonces en base en estos aspectos que nos ilustran algunos autores, se puede decir que la motivación del mexicano, va enfocada también a un proceso económico bastante marcado, donde en sus prioridades siempre estará el adquirir dinero para sobrevivir. Si él obtiene dinero, entonces obtendrá la felicidad, y si obtiene la felicidad, entonces tendrá vida un poco menos tediosa o pesada; siempre dependiendo de las necesidades de cada uno. También hay otros factores de por medio, que obligan a un mexicano a laborar económicamente; al tener hijos las necesidades crecen, y con ellas, los problemas. Entonces, la única manera de solucionarlos, es adquiriendo dinero, y así la motivación del mexicano se activa de manera constante en su vida cotidiana, y empieza a laborar tanto social como económicamente.

Sin duda alguna, estas son algunas de las motivaciones principales por las que un mexicano vive; el dinero, el trabajo y la superación. Si un político le promete alguno de estos aspectos, es muy posible que el candidato tenga el voto asegurado.

### **2.1.2 La Motivación del Afecto y el Amor**

Hay otro tipo de necesidades que no solo tienen que ver con el mexicano, sino que son necesidades que tienen todos los humanos. Éstas son las de afecto, ternura, amor; las de pertenecer, digamos, a un grupo de amigos, las de pertenecer a grandes grupos, instituciones, etc. Todas estas necesidades afectivas alcanzan pleno desarrollo cuando las anteriores en la jerarquía están suficientemente cumplidas. En tal caso, éstas toman la calidad de prepotentes, fundamentales, en un momento dado para un determinado ser humano. (Díaz-Guerrero, 1968: 49).

En tales casos la necesidad de obtener afecto y amor, sería tremendamente fuerte y hasta podría provocar actitudes neuróticas exageradas a fin de obtenerlo. Pero lo más interesante es que quizá aquí, en este grupo mexicano, no produzca mucha impresión y reacción muy grande, oír de estas necesidades de afecto, ternura y amor. Esto se debería a que, si al mexicano le han faltado muchas otras cosas, en la infancia no le ha faltado ni ternura, ni afecto, ni amor. Creo que en muchos de estos aspectos los mexicanos están suficientemente satisfechos. Claro, les encanta oír hablar del amor y que se le dé gran importancia, pero no como seres desdichados, hambrientos de este sentimiento, sino con el “gusto” de conocedores que pueden apreciar, no solo su existir, sino las formas y maneras creadoras de su refinamiento. (Díaz-Guerrero, 1968: 50).

Entonces, el mexicano crece con mucho amor en su entorno, el cariño y la admiración lo sienten parte de su vida cotidiana. Sin embargo, esa sed de reconocimiento y esa ambición de superación, lo han llevado a ser parte de sucesos que han marcado la historia de la vida mexicana. Un ejemplo de esta motivación de reconocimiento, son las mujeres a lo largo de la historia.

La Revolución Mexicana fue la única forma en que la mujer pudo hacer expresiva una sexualidad reprimida y soterrada; fue la única forma en que pudo maternizar la fuerza de un instinto tan larga y violentamente reprimido, todo lo masculino que había en ella, impulsar, al guerrillero, el cual era su masculino proyectado, contra todo lo que la sojuzgaba y ataba. A más de eso su femineidad, en la relación con su hombre, más que en la relación con su hijo se hizo patente y manifiesta, fue un momento en la historia de México donde la mujer, tal vez como nunca hasta entonces ni después, pudo expresar su femineidad más como mujer que como solo “madre”. (Ramírez, 2004: 30).

Después de estas necesidades, vienen en orden otras muy importantes; me refiero a las necesidades del mantenimiento o preservación de la propia estima; dos aspectos cuando menos. Uno, el de poder autoevaluar con cierta firmeza y más o menos positivamente, es decir, considerarse a sí mismos como valioso. Y el otro implica la necesidad de ser valorado altamente por los demás. (Díaz-Guerrero, 1968: 51).

Si se bloquea la satisfacción de estas necesidades, las personas mostraran generalmente sentimientos de inferioridad, de inseguridad personal y a veces de debilidad y desesperanza. Vemos, por ejemplo, que está casi definitivamente establecido que el mexicano generalmente desea ser “muy macho”, socioculturalmente hablando. Lo que lo motiva también a querer atención.

De hecho, esta necesidad de ser muy macho, en este sentido específico del mexicano, es, en verdad, una cosa bastante característica y típica del mexicano. Tan es así que el mexicanismo “machismo” se usa ya en algunos círculos de psicólogos norteamericanos para expresar el complejo de actitudes que ampara. (Díaz-Guerrero, 1968: 58).

El mexicano entonces. Busca necesidades que lo motiven para tener un pretexto de vida. Es decir, el mexicano siempre estará motivado para no sentirse inferior, ni siquiera igual al resto de su familia o amigos. Siempre habrá algo que lo lleve a querer resaltar, que lo noten y que le reconozcan su labor; ya sea consciente o

inconscientemente. Sentirse amado y reconocido parece ser el impulso de superación del mexicano promedio, pero éste, batalla día con día por no caer en la desesperación y el desánimo. Es por eso que siempre mencionan al mexicano como un ser optimista, amable y sobre todo con solidaridad y camaradería, pues no soporta el hecho de que lo vean como un ser inhumano y con carácter frío.

## **2.2 La Historia como Influencia en la vida del mexicano**

Ya se conoce que es lo que motiva al mexicano, pero a pesar de que son diferentes, y que las motivaciones van en torno a cada persona, aun así, como ciudadanos de México, todos piensan y actúan de una manera muy parecida, sean del norte o del sur. Pero ¿Por qué?

En gran parte la historia de la cultura de México se entiende a través de sus montañas. La base de nuestra formación cultural a partir del mundo náhuatl está centrada en las montañas, puesto que nacemos del suelo rico en energía, fertilidad y pureza de aquella estructura interminable representada por cadenas permanentes de tierra levantada entre el mar y el cielo. La cultura náhuatl se edificó entre valles y cuencas rodeadas por montañas. En el pasado más remoto existieron complejas migraciones que llevaron consigo una cultura que trasladaron hacia el altiplano. Como lo describe Ramírez, “desde hace tiempo, con muy diferentes criterios, con diversos enfoques y desde ángulos variados, el mexicano y su manera de ser se ha transformado”. La cultura mexicana está compuesta por varias generaciones que a lo largo de la historia han brindado costumbres, tradiciones y un mosaico cultural impresionante del que todos somos partícipes. (Pérez, 2012: 12).

Es la tierra que albergó a los pueblos: mixtecas, zapotecas, toltecas, olmecas, mayas, totonacas, teotihuacanos, chichimecas, mexicas, entre otras culturas establecidas durante el período preclásico mesoamericano. Estas culturas dejaron un gran legado y patrimonio cultural que hoy identifica al pueblo mexicano como un pueblo que contribuye en el desarrollo de la ciencia y la tecnología. Por ejemplo, los mayas aportaron dos descubrimientos que permitieron el avance de las matemáticas y de la astronomía: el cero y la notación posicional.

Los astrónomos mesoamericanos dividieron el año solar, de 365 días, en dieciocho veintenas más, con cinco días infortunados, en los cuales no debían hacer nada. México es la tierra del maíz, el frijol, la calabaza, el aguacate, el tabaco, el hule, el cacahuate, el amaranto, el chile y la chía. Es un país con diversidad étnica y cultural. En la actualidad existen 59 lenguas nativas, y cada una de ellas identifica a una cultura diferente y, por lo tanto, un legado cultural distinto. (Pérez, 2012: 26).

Esta identidad mexicana descrita, muestra un vasto conjunto de rasgos propios que hacen únicos a los habitantes de México. Muestra sentido de responsabilidad, de trabajo, de unidad, de sabiduría y fe; y también refleja todas aquellas virtudes que lo diferencian de los demás países. Menciona a un mexicano pasivo y obediente que sabe convivir en familia y tener amistades; que es fuerte y de sangre guerrera. Un mexicano autónomo que es obediente y a la vez dominante; que despierta a su inteligencia y busca su independencia. Al adquirir independencia el mexicano se identifica como un individuo capaz de hacer bien las cosas, y es complaciente, afectuoso, afiliativo, pero a la vez prefiere estar en puestos de mando, ocupar posiciones altas en el campo profesional; es honesto y político. En su política garantiza la igualdad, la libertad y la seguridad jurídica para todos los ciudadanos. (Pérez, 2012: 12).

Viejo o adolescente, criollo o mestizo, general, obrero o licenciado, el mexicano se me aparece como un ser que se encierra y se preserva: máscara el rostro y máscara la sonrisa. Plantado en su arisca soledad, espinoso y cortés a un tiempo, todo le sirve para defenderse: el silencio y la palabra, la cortesía y el desprecio, la ironía y la resignación. Tan celoso de su intimidad como de la ajena, ni siquiera se atreve a rozar con los ojos al vecino: una mirada puede desencadenar la cólera de esas almas cargadas de electricidad. Atraviesa la vida como desollado; todo puede herirle, palabras y sospecha de palabras. Su lenguaje está lleno de reticencias, de figuras y alusiones, de puntos suspensivos; en su silencio hay repliegues, matices, nubarrones, arco iris súbitos, amenazas indescifrables. (Paz, 1950: 10).

El mexicano se caracteriza por la magnitud de su cultura. Pero esa misma cultura hace que el mexicano esté en constante conflicto, pues se encuentra inmerso en

una sociedad donde existen prejuicios, discriminación, e incluso secuelas de movimientos liberales que han marcado su historia. Por ejemplo, la Independencia de México, los movimientos de revolución, entre otros. Aunque el mexicano esté desgarrándose por dentro no deja ver sus sentimientos; el mexicano se escuda detrás de su carácter fuerte, agresivo; no se deja de nadie porque tiene miedo de que puedan ver sus debilidades. (Pérez, 2012: 21).

El lenguaje popular refleja hasta qué punto nos defendemos del exterior: el ideal de la "hombría" consiste en no "rajarse" nunca. Los que se "abren" son cobardes. Para nosotros, contrariamente a lo que ocurre con otros pueblos, abrirse es una debilidad o una traición. El mexicano puede doblarse, humillarse, "agacharse", pero no "rajarse", esto es, permitir que el mundo exterior penetre en su intimidad. El "rajado" es de poco fiar, un traidor o un hombre de dudosa fidelidad, que cuenta los secretos y es incapaz de afrontar los peligros como se debe. Las mujeres son seres inferiores porque, al entregarse, se abren. Su inferioridad es constitucional y radica en su sexo, en su "rajada", herida que jamás cicatriza. (Paz, 1950: 10).

Todas estas expresiones revelan que el mexicano considera la vida como lucha, concepción que no lo distingue del resto de los hombres modernos. El ideal de hombría para otros pueblos consiste en una abierta y agresiva disposición al combate; nosotros acentuamos el carácter defensivo, listos a repeler el ataque. El "macho" es un ser hermético, encerrado en sí mismo, capaz de guardarse y guardar lo que se le confía. La hombría se mide por la invulnerabilidad ante las armas enemigas o ante los impactos del mundo exterior. (Paz, 1950: 11).

Por otra parte, la mujer mexicana en su desarrollo como madre y esposa, conforme a las condiciones culturales en la que se desenvuelve, ha hipertrofiado la necesidad emocional de contacto con sus hijos. Esto es resultado de la frustración que siente y de la necesidad emocional de ser compañera y esposa. La actitud de la mujer en la cultura es el resultado de muchas circunstancias. Desde pequeña sabe cuál es su papel en la sociedad, sumisa y abnegada, dedicada a sus hijos y a su esposo. Se olvida de su autoestima y se preocupa por quedar bien ante una sociedad y una cultura que la han denigrado a lo largo del tiempo. (Pérez, 2012: 22).

¿Pero cuál es la razón por la que el mexicano se ha interesado por lo mexicano?

El mexicano en las últimas décadas ha tomado contacto, en condición de mayoría de edad con otras culturas; ha tenido que establecer comparaciones y contrastes, ha tenido que experimentar la sensación de “su ser diferente” frente a otras culturas. Esta situación de diferencia, no del todo distinta al reconocimiento de nuestros propios órganos, que individualizamos en cuanto empiezan a ser víctimas de la dolencia y el sufrimiento, ha conducido a dos maneras o formas de elaboración tanto en el presente como en el pasado: una, negar el sentido doloroso de la diferencia, negación que se ha hecho por dos caminos distintos, o bien expresa monda y lirondamente que somos iguales, para lo cual se provee el sujeto de una miopía peculiar, o bien se niega al carácter doloroso de la diferencia mimetizándose con las pautas culturales que nos hicieron conscientes del abismo que media entre nuestras formas de expresión cultural y la de otros. Ésta última forma, muy peculiar en la historia del mexicano, ha tomado diferentes designaciones: “afrancesamiento”, “pochismo”; su motor básico es la técnica del avestruz, negar la realidad displacentera pero genuina para adaptarse a injertos consoladores y falsos. (Ramírez, 2004: 38).

### **2.2.1 Diferentes Tipos de Mexicanos**

Hay diferentes tipos de mexicanos en México. Si bien el idioma oficial es el español (producto de la conquista y colonización), aún se utilizan 59 idiomas, entre los que destacan el náhuatl y el maya. Todos exhiben diferentes tipos. Se dice que los mexicanos son muy piadosos, pero de hecho hay muchos mexicanos obedientes. Dependiendo de la ubicación geográfica de México, estos son fáciles de encontrar.

En su libro de “La psicología del mexicano” Rogelio Díaz (1982) nos dice que hay cuatro tipos de mexicanos, los cuales son:

1. El tipo de mexicano pasivo, obediente y afiliativo (afectuoso). - son obedientes hasta cierta edad, pero siempre se arraigan en el nicho familiar, ya que sienten que nunca estarán solos ante la sociedad y los problemas duros de la vida.

2. El tipo de mexicano rebelde activamente autoafirmativo (rebelde). -se les consideran ingobernables por sus padres, agresivos, dominantes e impulsivos; con un alta capacidad intelectual y habilidad de lectura, son líderes estudiantiles. Se les ubica regularmente en las clases media y alta.
3. El tipo de mexicano con control interno activo (íntegro). - se les considera afectuosos y rebeldes si se requiere, son optimistas, ordenados, disciplinarios, limpios, metódicos y reflexivos; se dan tanto en clase baja, media o alta.
4. El tipo de mexicano con control externo pasivo (corrupto). - es pesimista y fatalista, obediente por conveniencia y carácter, se desarrolla en el medio machista, violento y corrupto.

Está también la tipología del mexicano activamente autoafirmativo, que se caracteriza por ser rebelde. Esto es muy frecuente en las escuelas secundarias, preparatorias y en lugares donde se reúnen adolescentes y jóvenes. Son poco obedientes, agresivos, independientes e impulsivos. Otra tipología mexicana es el control interno activo. Se trata del mexicano ideal, que posee dos cualidades buenas de la cultura mexicana, es obediente y rebelde cuando él cree que es necesario. Este mexicano se da en cualquier estrato social y puede ser hombre o mujeres. Sus virtudes esenciales son: ser ordenado, disciplinado, limpio, metódico y reflexivo. Son los mejores profesionistas, catedráticos, científicos y políticos. (Pérez, 2012: 31).

Hay también mexicanos que pertenecen a la tipología del control externo pasivo. El mexicano interno activo es la buena personalidad mexicana, pero su contraparte es aquella en la cual abundan mexicanos pasivos, pesimistas y fatalistas, dispuestos siempre a corromperse; son obedientes por conveniencia y por carácter. Se desenvuelve dentro de un medio machista, violento y corrupto. Partimos de que la cultura mexicana, desde la Conquista española, se ha visto en la necesidad de adaptarse a los cambios, incluyendo la psicología del pueblo. El cual, a partir de ese momento, se convirtió en un pueblo sumiso, acostumbrado a defenderse y a adaptarse. (Pérez, 2012: 31-32).

Ocasionalmente, tanto el mestizo como el criollo se transculturán y en su posición recién adquirida actúan de acuerdo a las imágenes internas. Ven en el sometido

toda la agresión que ellos mismos tuvieron cuando eran sometidos; saben captar todo el dolor y la rabia del humillado, percibiéndolos aun antes de que se expresen; en estas circunstancias atacan y son violentos; cuando caciques, su crueldad es mayor que la del que siempre lo fue, justamente porque atacan en el siervo, al humillado que hay dentro de ellos mismos y que ahora tratan de reprimir proyectándolo en el “otro”. (Ramírez, 2004: 74).

Pérez nos dice que los mexicanos del siglo XXI son, a grandes rasgos, un compuesto de tres ingredientes: indígena, hispano y anglosajón. ¿De qué manera se experimentan estas influencias hoy en día? Pues estos factores marcan la forma de pensar del México actual. (Pérez, 2012: 32).

- Influencia indígena: hay una actitud fatalista, dependiente y resignada. En la religión, la cosmovisión sigue siendo politeísta, ya que se adora a varios santos, equivalente a los dioses que se adoraban en la época prehispánica. También el auto sacrificio está muy arraigado, ya que en la actualidad existen muchos suicidios en México. Cabe mencionar la jerarquización de la sociedad. En la época antigua se pensaba que no se podía subir de jerarquía, esto quiere decir que, si un niño nacía en un hogar de artesanos, no podría ser guerrero, sacerdote o escribano.
- Influencia hispana: es una de las características más marcadas del mexicano. De acuerdo a Ramos, se dice que la personalidad del español era activa, pragmática y realista, pero también es cierto que los que llegaron a México eran personas ambiciosas con el ánimo de obtener poder y riquezas. Este tipo de perfil no se da en todos los mexicanos, pero sí en un sector en especial. Lo positivo sería que en México existiera el espíritu de superación.
- Influencia anglosajona: se ha manifestado de diferentes maneras debido a las heterogéneas formas de pensar en México. No todos los mexicanos reaccionan de igual manera ante este fenómeno. Uno de los principales aspectos tomados de los anglosajones es el individualismo.

Se decía entonces que no solamente existen diferencias de tipo cultural, sino también geográficas en cuanto a lo mexicano se refiere. Las diferencias geográficas y culturales del norte, del centro y del sur, también nos pueden dar una respuesta bastante extensa sobre la actitud de los mexicanos. La cultura que han ido formando

en sus vidas, también tiene un aspecto fronterizo y territorial, lo que hace a cada Estado del país “único” y lleno de cultura e identidad.

Quizá donde más agudamente se observan los rasgos de la cultura mexicana es en el altiplano (centro) ya que allí el choque y el encuentro fueron más violentos. Además, la aridez, la erosión, la dificultad de vida y otras condiciones hacen que las pautas a las cuales aludimos, sean más intensas. El hombre del norte, aunque mexicano, es un inmigrante de su propia patria, mexicano que ha podido reparar aquello que el pasado le negó. (Ramírez, 2004: 75).

Debido a la influencia del norte, el proceso de industrialización en el norte se ha acelerado aún más. Es un derecho que ejercen Norteamérica y Estados Unidos en la región. Aunque Las personas del norte de México han adquirido rasgos de personalidad estadounidense. Una de estas características es la competitividad.

Las poblaciones del norte han crecido por corrientes migratorias del centro, allí estos mexicanos desterrados por el dolor del altiplano han podido darles a sus hijos nuevos cauces y derroteros. Les llamamos progresistas porque el mexicano es capaz de reparar, como cualquier otro hombre en cuanto encuentra condiciones propicias para hacerlo. (Ramírez, 2004: 75).

El hombre del norte hace civilización más que cultura dado que la vida le permite expresarse sin dolor; por eso allí no encontramos las elaboradas formas de artesanía con las cuales se expresa el hombre del altiplano. En el altiplano el hombre mestizo o indígena, tiene que derivar su tensión, angustia y hostilidad en formas de artesanía a veces maravillosas, a veces risibles. El hombre de la costa ha encontrado dos circunstancias: por una parte, un ámbito menos difícil dentro de la exuberancia tropical y, por otra, medios de desbordarse en un paisaje que facilita la proyección y extroversión. (Ramírez, 2004: 75).

Sin embargo, México aún permite Continuidad y permanencia, como alimentación, transporte, Entretenimiento, gobierno, etc. México es el producto de toda su historia. La identidad de un mexicano es una mezcla de color, sabor y sonido. La identidad mexicana es una realidad alimentada por pequeños comportamientos y actividades

diarias que realiza cada niño, sea hombre o mujer. Los mexicanos establecen su identidad en múltiples redes sociales. Aun con todas estas divisiones territoriales, sabemos que los mexicanos comparten algo en común, "su pasado". La historia ha marcado tanto la vida del mexicano, que no quiere repetirla, pero el gran problema es que no la conoce lo suficiente, y como dice la frase "quien no conoce su historia, está condenado a repetirla". Y el mexicano trae desde la conquista, ese sentimiento de arrebató y traición. Por esa situación, un mexicano siempre llevará su bandera de solidaridad y humildad ante cualquier extranjero y su paisano.

Pero también los mexicanos suelen utilizar el resentimiento, los celos, Fatalismo y represión. Es común que los ciudadanos se ofendan fácilmente Cuando otros te dicen la verdad. Los mexicanos son naturalmente resentidos porque todo les ofende en lugar de abordar sabiamente el insulto; busca venganza contra quienes lo ofendieron. Por eso, en algunas ciudades de México, suelen viajar, Barricadas, saqueos de edificios, etc. La envidia es Una amenaza para un gran sector de la población. ¿Qué envidian? Muchas veces casas, autos, trabajo, apariencia, ropa, felicidad, logros, todo. Qué hace al otro diferente. Es por eso la coloquial frase "el peor enemigo de un mexicano, es otro mexicano".

En los procesos políticos, el mexicano busca ese líder que los lleve a tener una vida más cómoda, y ahora sabemos el por qué buscan a un líder o jefe que les diga que hacer; por eso es que buscan la empatía en los políticos, no desean volver a ser conquistados ni saqueados, no permitirán que los vuelvan a humillar.

La historia de México es la del hombre que busca su filiación, su origen. Sucesivamente afrancesado, hispanista, indigenista, "pocho", cruza la historia como un cometa de jade, que de vez en cuando relampaguea. En su excéntrica carrera ¿qué persigue? Va tras su catástrofe: quiere volver a ser sol, volver al centro de la vida de donde un día ¿en la Conquista o en la Independencia? fue desprendido. Nuestra soledad tiene las mismas raíces que el sentimiento religioso. Es una orfandad, una oscura conciencia de que hemos sido arrancados del Todo y una ardiente búsqueda: una fuga y un regreso, tentativa por restablecer los lazos que nos unían a la creación. (Paz, 1950: 6).

## 2.3 La Familia Mexicana como un Sistema de Influencias

La familia es una institución social que comprende un conjunto de prácticas y creencias que responden a un contexto social determinado y que preparan a sus miembros para vivir en él. La asimilación de estas normas y prácticas por los miembros de la familia no es directa, sino que es mediada por características particulares tales como la clase socioeconómica y la localidad de origen, por mencionar algunas. Un ejemplo de ello lo constituyen las diferencias entre las prácticas utilizadas para la recreación y el uso del tiempo libre en las distintas clases sociales, y las creencias diferentes acerca de la belleza física en los diferentes grupos culturales. (Valdés, Vera y Urías, 2018: 13).

La organización de la familia tiene características variables según la cultura en la que se desenvuelve. Hay una gran diversidad de familias, se hablará aquí de un tipo de familia en forma triangular. En la que los vértices del triángulo están constituidos por el padre, la madre y los hijos, en México a grandes rasgos, es el tipo de organización prevalente. (Pérez, 2012: 32).

“Valdés, Vera y Urías, (2018). Consideran que las familias en México se pueden dividir en tres grandes grupos

1. Familias tradicionales: se caracterizan por un claro predominio masculino. El padre es valorado de manera especial por su rol de proveedor y la madre por su papel en las labores del hogar y la crianza de los hijos. En éstas, los roles son rígidos y poco flexibles, lo que les dificulta enfrentar situaciones inesperadas tales como el desempleo del padre o la enfermedad de la madre. Aunque este tipo de familia se presenta en todas las clases sociales, es más frecuente en los niveles socioeconómicos más bajos.

2. Familias en transición: se ha transformado la estructura de autoridad tradicional encontrándose relaciones más simétricas entre los padres. Además, ambos padres se visualizan en roles de proveedores y cuidadores manifestándose mayor flexibilidad de roles. Sin embargo, aún no se abandonen viejas creencias, por lo cual continúan reproduciéndose viejas prácticas que se manifiestan en que, por una parte, la mujer ve su función de proveedora como una ayuda al hombre, quien tiene

la responsabilidad económica principal; y por otra, los hombres visualizan su participación en las labores de mantenimiento del hogar y cuidados de los hijos como de apoyo a la mujer, quien en este caso tiene el papel principal. Este tipo de familia se presenta con mayor frecuencia en las clases medias.

3. Familias modernas: aquí existe una estructura de autoridad totalmente simétrica y una distribución de roles flexibles. Las concepciones de género no parecen incidir en su funcionamiento y organización. Es características de clases medias profesionales.”

A pesar de estas clasificaciones, las familias tradicionales son características de México; son las que han tenido mayor respaldo social durante siglos y se les consideran un pilar en la sociedad para mantener la cultura de valores y respeto.

Según Díaz Guerrero (1982) La estructura de la familia mexicana se fundamenta en dos proposiciones fundamentales:

- a) La supremacía indiscutible del padre.
- b) El necesario y absoluto autosacrificio de la madre.

Desde el tiempo inmemorial, el papel de la madre ha adquirido su adecuada expresión en el término “abnegación” que significa ni más ni menos, la negación absoluta de toda satisfacción egoísta. Estas proposiciones fundamentales de la familia mexicana parecen derivar de orientaciones valorativas “existenciales” implicadas en la cultura mexicana, o, mejor dicho, de premisas generalizadas implícitas, o presupuestos socioculturales generalizados que sostienen, desde algo muy profundo, la superioridad indudable, biológica y natural del hombre sobre la mujer. (Díaz-Guerrero, 1982: 23).

La familia uterina. Así la han denominado los sociólogos, y está integrada por una fuerte y estrecha relación entre madre e hijo. El niño, al nacer, define sus afectos, necesidades de satisfacción y protección de apoyo con la madre. Es distintivo el apego que la mujer tiene con su hijo: una relación intensa. En nuestro país son claros estos rasgos en áreas rurales y urbanas de clase media y baja. En México existe todavía una atmosfera sociocultural que envuelve a la mujer. El mundo del

mexicano tiene una doble moral sexual que caracteriza los papeles del hombre y de la mujer, y que divide las funciones de cada uno.

El varón se permite placeres que se le niegan a la mujer. Es el que lleva el dinero y lo maneja a su antojo, gasta en ropa, zapatos, mucho más que su pareja. México es un mundo de hombres. El hombre tiene el privilegio de ser atendido por la mujer; a ésta no se le permite que indague o cuestione. Podemos ver que el padre es temido por los hijos. Mientras que en algunos hogares mexicanos la mujer tiene que satisfacer las necesidades del hogar: lavar, planchar, limpiar la casa e incluso, fuera del hogar, cuidar de un comercio pequeño. Con la planificación familiar promovida en el país y la crisis económica que se vive, el número de hijos ha reducido a dos como mínimo y cuatro como máximo. (Pérez, 2012: 70-71).

El nacimiento de una niña, a menos que acontezca después de uno o dos, pero con preferencia de tres niños, tiene sus rasgos de tragedia emotiva. En el pasado con más seriedad, y recientemente con más sentido del humor, la virilidad de un padre que da nacimiento a una niña queda en entredicho. Pero fuera de esa amenaza, el nacimiento de una niña significa:

- a) Económicamente hablando: mal negocio.
- b) Desgaste físico y preocupación moral de la familia, que deberá compulsivamente cuidar su honor que es el de la familia. (En realidad, en lo fundamental, la pérdida de la virginidad de la mujer fuera del matrimonio hiere brutalmente a la premisa esencial de la femineidad y abnegación en la mujer de la familia).
- c) Aun la mejor solución del problema anterior a graves del matrimonio fuerza dentro de la familia a un intruso del sexo masculino.
- d) Además, en caso de no casarse, se convertirá en una cotorra, cuyas eternas quejas neuróticas son una carga para la familia. (Díaz-Guerrero, 1982: 24).

Desde su infancia el mexicano tiene que enfrentarse con una vida bien característica; muy cercano a su madre en los primeros años de su vida, cercanía tierna y cálida que hace que el niño la acompañe en todos sus labores, ya que ella

no puede excluirse de ninguna a pesar de su maternidad; es una carga habitual ya en la espalda o el regazo, en el mercado y la faena domestica; la alimentación del niño carece de horario, vive en un mundo en el cual sus demandas se satisfacen plenamente en el momento mismo que lo solicita. (Ramírez, 2004:76).

La madre mexicana es profundamente afectuosa, tierna y sobreprotectora del infante. Nada se niega y todo se da a los bebés. El infante es hondamente amado, acariciado y admirado durante los dos primeros años y luego, con presión de intensidad siempre creciente, el infante y el niño deberán llegar a ser bien educados. Deberán convertirse en los niños modelos que tendrán por fuerza que encajar en el sistema de obediencia absoluta de los padres. (Díaz-Guerrero, 1982: 30).

La figura del padre, primitivamente exterior, se va internalizando paulatinamente para ulteriormente cobrar realidad en la autoridad, las instituciones sociales, etcétera. El niño mexicano desde muy temprano aprende las técnicas que le pueden ser útiles para burlar a ese padre violento, agresivo, esporádico y arbitrario. Cualquier duda acerca de la hombría, acerca de la calidad masculina, será una afrenta terrible y honda. El mexicano surge a la vida con la necesidad de expresar que él es “muy hombre”. (Ramírez, 2004:77).

Durante toda la niñez, el signo de virilidad en el hombre es el valor hasta la temeridad, la agresividad, la brusquedad, y el “no rajarse”. Pero tanto el niño como la niña deben ser obedientes respecto a la familia. Paradójicamente un padre puede sentirse orgulloso de que su hijo no rehúya una pelea callejera, pero en casa castigarle severamente por desobedecer sus órdenes al respecto de peleas callejeras. Esto parece significar que el niño debe ser masculino, pero no tanto como su padre. (Díaz-Guerrero, 1982: 25).

Por otra parte, la imagen de la madre es visualizada ambivalentemente; por un lado, se le adora tanto en lo particular como en las formas de lenguaje y religiosidad; por otro lado, se le hostiliza y odia, en virtud de un doble tipo de hechos. Una de las cosas que más importan en la vida de un mexicano es su relación con la madre; usándola como estandarte y símbolo se rebelará contra el padre y obtendrá su afirmación en la gesta de independencia; usándola como símbolo fiel que la

acompañará siempre, la soldadura gestará la revolución contra la arbitrariedad del padre cruel y distante. (Ramírez, 2004: 78).

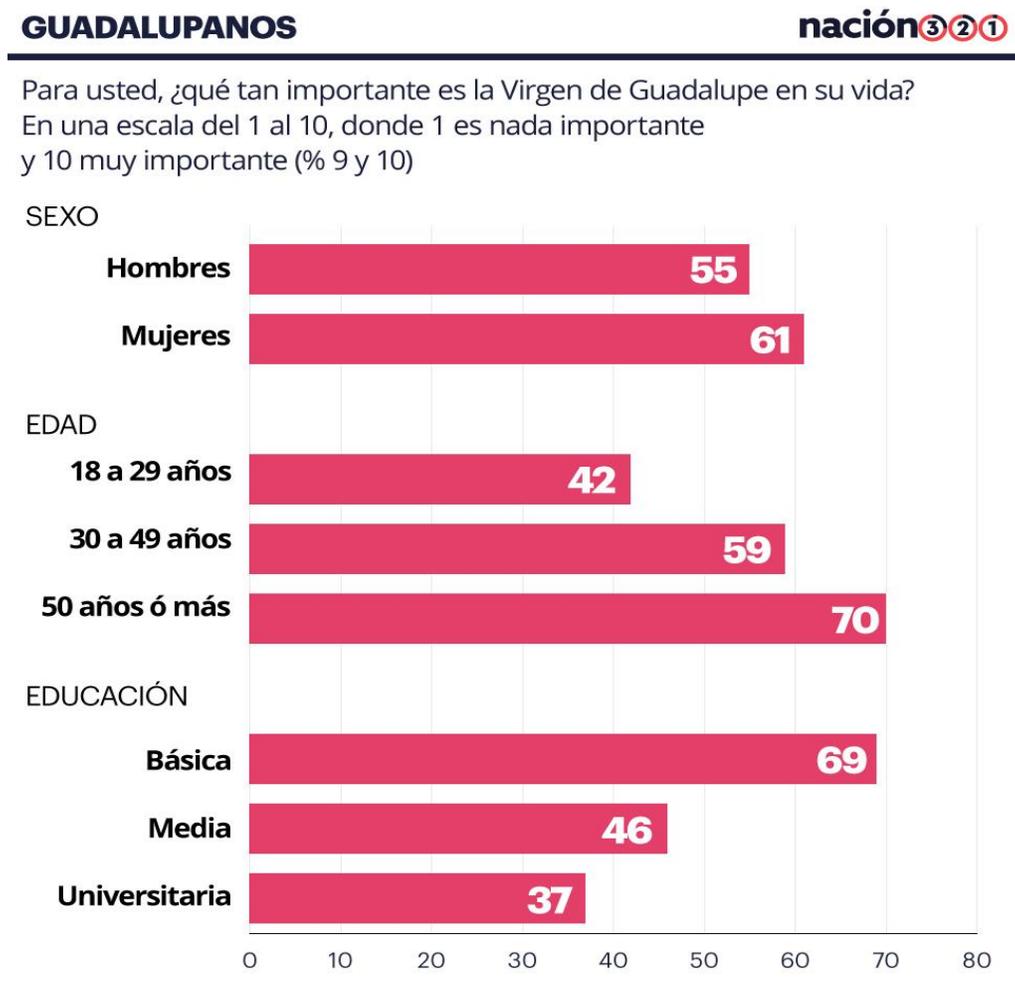
En la cultura mexicana y principalmente en la cultura familiar, la religión tiene una gran importancia en el pensamiento y actuar social y político del mexicano. La religión católica es la de mayor influencia entre la población, colocando a la Virgen de Guadalupe como su símbolo más importante.

“Según Alejandro Moreno, el guadalupanismo, uno de los aspectos centrales de la identidad nacional, cuenta hoy con un fuerte arraigo entre poco más de la mitad de la población, pero también guarda una interesante relación con las actitudes y opiniones políticas de los mexicanos”. Veamos los datos de la encuesta nacional de El Financiero realizada en noviembre del 2020.

En la encuesta de Alejandro Moreno, se preguntó qué tan importante es la Virgen de Guadalupe en su vida, en una escala del 1 al 10 donde 1 significa nada importante y 10 muy importante. El 43 por ciento de los entrevistados respondió que diez y otro 15 por ciento respondió nueve. Sumados, el 58 por ciento de los consultados dio un alto nivel de importancia a la Guadalupana en su vida. No es toda la población, pero sí una clara mayoría. El perfil de ese segmento, el más guadalupano, es el siguiente: el 61 por ciento de las mujeres, da una alta importancia a la Virgen de Guadalupe, frente al 55 por ciento de los hombres, una diferencia de 6 puntos. Las mujeres son ligeramente más guadalupanas que los hombres.

Por grupos de edad, la brecha se abre a 28 puntos, con el 70 por ciento de los mayores de 50 años dando una alta importancia a la Virgen, frente a al 42 por ciento de los menores de 30 años. En el grupo de edad de 30 a 49 años el guadalupanismo alcanza 59 por ciento. Por nivel de escolaridad, la brecha de guadalupanismo se abre un poco más, a 32 puntos: el 69 por ciento de los mexicanos con educación básica da una alta importancia a la Virgen, frente al 37 por ciento de los mexicanos con nivel de educación universitaria. La Virgen de Guadalupe es más importante entre la población con menores niveles de escolaridad. (Moreno, 2020).

Imagen 2.2: Guadalupanos



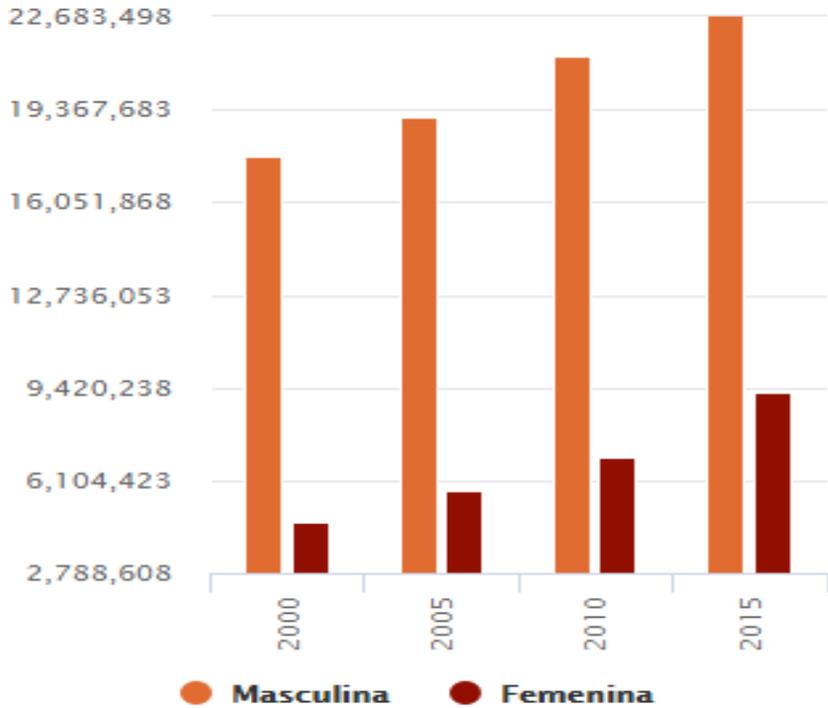
Fuente: El Financiero, encuesta nacional telefónica, 410 entrevistas, 29 de nov 2020.

Tomando en cuenta la denominación religiosa de los entrevistados, la Virgen es muy importante para el 66 por ciento de los católicos, solamente para el 33 por ciento de los cristianos evangélicos o de alguna denominación cristiana no católica, y para el 22 por ciento de quienes no profesan ninguna religión. La brecha en este caso es de 44 puntos. (Moreno, en el Financiero, 2020).

La separación extrema entre los valores femeninos y los masculinos, más el hecho claro de que la mujer educa y desarrolla la personalidad del niño, provoca a menudo en el varón sentimientos de culpa respecto a desviaciones del patrón de valores

femeninos. En realidad, a fin de estar en paz con el patrón de valores masculino, debe romper constantemente lanzas con el femenino. Tal vez no sea accidental que el símbolo religioso más alto sea una mujer: la Virgen de Guadalupe. De su conducta parece que los varones han caído en la red de un compulsivo pedir perdón al mismo símbolo que traicionarán si han de ser machos. (Díaz-Guerrero, 1982: 33).

Imagen 2.3 Hogares con jefatura masculina y con jefatura femenina



Fuente:  
INEGI. Censos y Conteos de Población y Vivienda  
INEGI Encuesta Intercensal 2015

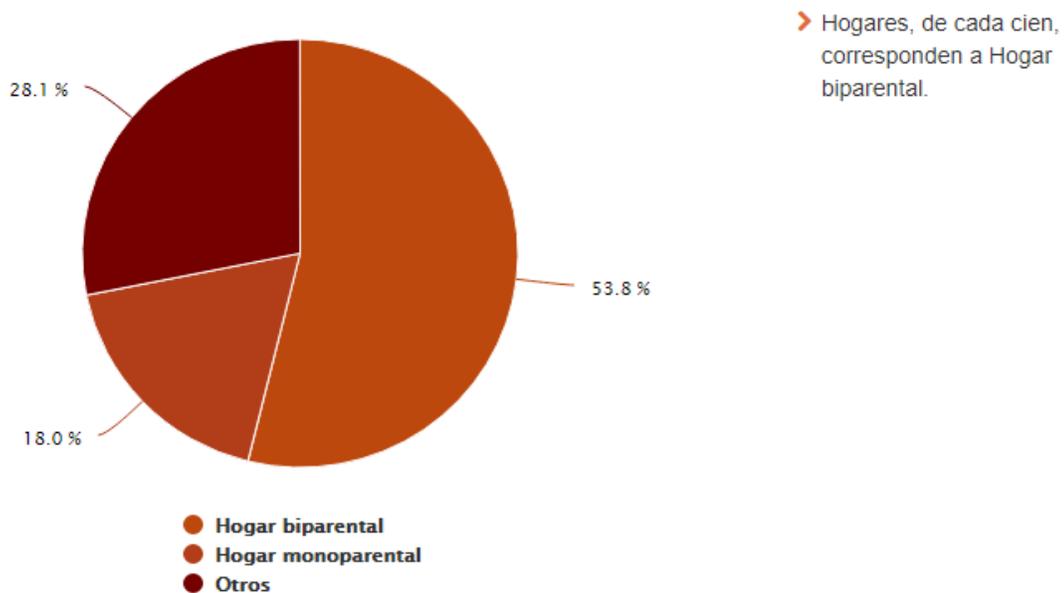
En nuestra cultura, a diferencia de lo que acontece en la cultura anglosajona, la abuela es una institución. Ante la depresión que toda mujer experimenta en la involución, la mexicana se apropia del nieto para elaborar la melancolía de la edad avanzada. La abuela o suegra tratan de devaluar la condición de mujer de la hija o nuera, interponiéndose entre ésta y el marido, apropiándose, a través de su hija, de los nietos. (Ramírez, 2004: 78).

En el 65% de los casos la familia está formada por una unidad biosocial: el padre, la madre y los hijos. En el 35% de los casos la familia está integrada por esta unidad biosocial y otros parientes, que mencionados en orden de importancia: parientes de la madre (la abuela) en el 65% de los casos; parientes del padre en el 12%, y en el 22% restante se encuentran muchas otras personas que no son parientes de ninguno de los dos padres. Este último porcentaje constituye otra de las instituciones típicas mexicanas: “el arrimado”. En el 32% de los casos el padre está ausente físicamente y la mujer carece de esposo. El dato estadístico es solamente un bosquejo de los que realmente pasa, ya que, aunque el padre pueda estar físicamente presente desde el punto de vista psicológico, virtualmente es una figura ausente.

Estudiando el momento del abandono del padre, hemos encontrado que en el 70% de los casos el abandono coincide con la preñez de la esposa. La esposa es vivida como una madre en la relación marital y la preñez visualizada como el nacimiento del hermano menor. Es decir, como tendremos oportunidad de verlo más adelante, el hombre mexicano actúa activamente en la edad adulta lo que sufrió pasivamente en la edad infantil. (Ramírez, 2004: 78).

La Encuesta Nacional de Valores en Juventud de 2012, en la familia tradicional y sus principios y valores. La encuesta, aplicada a cinco mil jóvenes en todo el país, arrojó información muy importante, como que la familia es lo más importante en sus vidas, con 98.9%, arriba del trabajo (92.2%), la pareja (89.1%), el dinero (93.4%) y la religión (67.6%). Sobresale también que 67.4% de los encuestados estuvieron de acuerdo con la frase “Un niño necesita de un hogar con ambos padres para crecer feliz”. (González, 2017).

Imagen 2.3: Hogares según tipo de hogar parental



Fuente:  
INEGI Encuesta Nacional de los Hogares 2017.

A pesar de los innegables cambios en los sistemas familiares, se mantienen varias de las funciones tradicionales en las familias, tales como: a) control social, transmisión de conductas y valores que orientan el desarrollo de sus integrantes en determinados sentidos valorados socialmente; b) mecanismo de socialización primaria, que conlleva un proceso inicial de interiorización de prácticas y creencias sociales que preparan al individuo para su actuación en otros escenarios sociales; c) apoyo social, que se expresa de forma afectiva e instrumental; y d) regulación de la relación de los individuos con otros espacios sociales que comparten con la familia el proceso de educación (escuela, Iglesia y amistades, entre otros). (Valdés, Vera y Urías, 2018).

“Rogelio Díaz Guerrero (1982) escribió un texto, Psicología del mexicano: “Siempre se ha dicho que el mexicano tiene un complejo de inferioridad. Más bien es no saber valorar la importancia del individuo. Los mexicanos dicen que pelearían por los derechos de la familia, los americanos por los derechos del individuo. Los estudios han demostrado que los niños y adolescentes mexicanos, emocionalmente

hablando, se intentan seguros de sí mismos, o más, que los de otras nacionalidades. Se sienten seguros pues en la familia todos tienden a ayudarse entre sí. Éste es un aspecto positivo que no debe perder la familia mexicana.”

Para Díaz, esto se debe a la filosofía de vida propia de nuestra cultura, resultado de nuestra historia, filosofía, dichos, proverbios y moralejas. “Los niños mexicanos tienen tendencias a obedecer mucho más sus padres, a permanecer mucho más cerca de ellos, a ser más interdependientes con ellos y a tener una relación más afectiva con sus padres que la que tienen, por ejemplo, los niños ingleses. Los niños mexicanos eran los que más a menudo querían ser como sus padres.” (Vanguardia.mx, 2017).

Con todo lo mencionado sobre el tema de la familia en México, podemos decir que es el centro de comprensión de todos los procesos sociales, políticos, culturales de cualquier tipo de comunidad humana (ya sea rural o urbana, tradicional o moderna, y todas las clases socioeconómicas existentes). En México, la familia es el centro de nuestra cultura, y el principal valor compartido.

La familia es un sistema social vivo que se ha modificado a lo largo del tiempo para adaptarse al contexto donde se desenvuelve, pero que esta adaptación es activa y se realiza de manera diferente en relación con historias familiares particulares. La formulación del tema toma en cuenta que la familia mexicana, es una organización social que se adapta permanentemente a los diversos cambios sociales y culturales, desempeña una importante función de sociedad civil, que, aunque ha vivido una crisis indudable, aún se registra. Y muchos factores pueden jugar un papel importante en la promoción del cambio social.

Sin embargo, hoy los roles de las familias han cambiado, y conforme van cambiando los procesos sociales como lo son la igualdad de género y el respeto a los derechos humanos, es también como las familias mexicanas se ven obligadas a crear nuevos estándares de hogares, desde que el padre ya puede limpiar la casa y estar al pendiente de sus hijos, y la madre que ya sale a trabajar para aportar con los ingresos económicos del hogar.

## 2.4 Cultura Política Mexicana

La cultura política comprende los valores, creencias y pautas de conducta relevantes para el proceso político que prevalecen entre los individuos y grupos de la sociedad. El creciente interés por su estudio coincide con la historia reciente de expansión de la democracia. Un conjunto definido de orientaciones culturales parece ser esencial para la estabilidad, la profundidad y la calidad del sistema, tanto como pueden serlo las cuestiones económicas y sociales, las decisiones de las elites o el contexto internacional. (Jorge, cambiocultural, 2010).

Se trata de símbolos, normas, valores, creencias, mitos o ideales que orientan y dan significado al comportamiento de una población respecto de sus instituciones de gobierno, de los actores políticos (élites o partidos) y de los procesos políticos reformas, elecciones, conflictos y protestas, movimientos, procesos de pacificación, de formación de consensos, entre otros. La cultura política es expresión de nuestras prácticas y vivencias concretas con el ejercicio del poder público en sus distintas expresiones, pero, al mismo tiempo, es un factor que influye en nuestras formas de actuar y participar en la vida pública. Es motor de las actitudes políticas, a la vez que explicación de por qué funcionan de cierta manera las instituciones y demás elementos objetivos de la política. (Peschard, INE, 2017).

De acuerdo con los propulsores de la cultura política no sólo en cuanto concepto, sino en cuanto perspectiva analítica propiamente dicha, su importancia teórica radica en que permite penetrar en los supuestos fundamentales que gobiernan las conductas políticas. En este sentido, es un concepto enlace porque la cultura política es el patrón que surge de la distribución social de las visiones y orientaciones sobre la política y que se manifiesta exteriormente en las conductas o comportamientos políticos. (Peschard, INE, 2017).

García Jurado (2006) nos explica que “The civic culture” se convirtió en una de las grandes aportaciones a la ciencia política en el siglo XX. Uno de sus mayores méritos es explicar, sistematizar y aplicar una teoría de la cultura política que

contribuya al esclarecimiento de los procesos políticos, labor que, a pesar de venirse realizando con anterioridad, no había recibido todavía un tratamiento similar al que le dieron Almond y Verba. Como lo resumiría claramente después Almond, la teoría de la cultura política que sustenta al estudio consta de cuatro elementos básicos:

1. La cultura política es el campo de orientaciones subjetivas hacia la política de una determinada población nacional, o bien, de un segmento de ella.
2. La cultura política tiene componentes cognitivos, afectivos y evaluativos (que incluyen conocimientos y creencias sobre la realidad política, sentimientos con respecto a la política y compromisos con ciertos valores políticos).
3. El contenido de la cultura política es el resultado de la socialización infantil, la educación, la exposición a los medios de comunicación y las experiencias adultas con el desempeño gubernamental, social y económico.
4. La cultura política afecta la estructura y el desempeño político y gubernamental; la constriñe, ciertamente, pero no la determina. Las vinculaciones causales entre cultura y estructura y desempeño van en los dos sentidos.

El enfoque nació como disciplina científica hace más de medio siglo. Sobresalen los trabajos pioneros de Harry Eckstein (1961 y 1966), Gabriel Almond y Sidney Verba (1963), David Easton (1965) y Edward Banfield (1958). La noción resurgió en los 80, impulsada por la difusión global de la democracia (Inglehart, 1988; Eckstein, 1988; Almond y Verba, 1989). Frente a los límites del paradigma de la transitología (Carothers, 2002), la cultura política ayudaba a explicar los problemas de muchas democracias nuevas, cuya calidad no respondía a las expectativas iniciales. (Jorge, cambiocultural, 2010).

A pesar de los cambios políticos que se han venido produciendo en México en los últimos 50 años, la cultura política de México no ha avanzado mucho. En la actualidad, siguen dominando las características de no promover la autonomía y la participación decidida que contribuyen al éxito de la democracia. Entre ellos,

destacan el desinterés por la política. Esta situación fomenta características autoritarias, como el clientelismo y el corporativismo, que siguen imperando, lo que no fortalece la democracia. Se han producido cambios culturales menores en el campo electoral, y no solo se ha aceptado ampliamente la diversidad y competencia entre partidos políticos: ahora los ciudadanos creen que votar, ya no solo es cosa de derechos y obligaciones, más bien lo ven como un arma política que velará por sus intereses. Lo que nos dará paso a entender desde un concepto neuropolítico, el desenlace en las elecciones políticas del año 2024.

México es un país en el que la cultura nacional, ligada a la lógica del poder y el Estado característica de sus clases gobernantes, alcanza a amplias capas de la población. La integración de aquellas clases, por núcleos sociales que vienen de los sectores medios urbanos y rurales, y de las organizaciones obreras, ha forjado una cultura política que articula las viejas formas de la cultura oligárquica con otras de tipo popular, obrero y campesino, fenómeno que obedece a una historia en que la lucha de las masas por el poder, en medio de las más intrincadas y engañosas mediaciones, ha logrado importantes victorias contra la vieja oligarquía latifundista de origen colonial y contra sus asociados metropolitanos. (Casanova, Nexos, 1981).

El surgimiento y la estructuración concreta de la cultura política mexicana, implican una historia de luchas que preceden o suceden al desarrollo del capitalismo, al derrocamiento de las antiguas oligarquías de origen colonial y a su recomposición o asociación a las nuevas burguesías dominantes. La práctica de esa cultura, por lo tanto, ha estado muy vinculada al problema político de “asegurar el dominio propio por los demás”, hecho característico del neocolonialismo, pero también del capitalismo. En el caso de México el dominio se ha realizado mediante dos caminos principales: la mimesis y la tolerancia, fenómenos que en lo psicológico e ideológico corresponden a las estructuras de la coalición y la representación. (Casanova, Nexos, 1981).

En su libro “La Cultura Cívica”, Gabriel Almond y Sidney Verba integran a México a los cinco países para investigar acerca de su cultura política. Incluidos también el Reino Unido, Estados Unidos, Alemania e Italia. No obstante, tal vez el mayor

desatino en la selección de países, y el que ha sido más criticado, sea la inclusión de México. Este desatino puede llegar casi a la incongruencia si se atiende al hecho de que por esta época la abrumadora mayoría de los especialistas en política comparada y en política nacional mexicana coincidían en que México estaba lejos de poder ser incluido entre los sistemas de gobierno democrático, o bien, que sólo podía ser considerado un régimen democrático de estatuto muy especial. Así, siendo que Almond y Verba habían puesto como condición de su selección que se tratara de países democráticos, no deja de extrañar que hayan pasado por alto semejante restricción. (Jurado, 2006).

Aquí, los autores encontraron no sólo que los mexicanos estaban empatados con los británicos y estadounidenses en su disposición a revelar la decisión tomada en las elecciones locales, ya que en los tres casos tan sólo el 1% se había negado a proporcionar esta información, sino además encontraron que los mexicanos habían superado ligeramente a los británicos y estadounidenses en este mismo indicador correspondiente a las elecciones nacionales. En tanto que los italianos fueron los que calificaron más bajo en este indicador, pues el 32% se negó a revelar su voto, Almond y Verba interpretaron sencillamente que los mexicanos, a diferencia de los italianos, no tenían nada que ocultar, en tanto que la mayoría de ellos votaba por el entonces partido dominante, el PRI. Así, de haber conocido un poco más el caso mexicano, se habrían percatado de que por aquel entonces el PRI no era sólo un partido dominante, sino prácticamente hegemónico, cercano a la exclusividad. (Jurado, 2006: 5).

En esa época (los 70s) los analistas de la política mexicana sabían muy bien que las estadísticas electorales eran todo menos un instrumento confiable para analizar el comportamiento político de los mexicanos, además de que las elecciones se celebraban generalmente bajo un clima de coacción y persecución. Ciertamente, una de las restricciones más importantes de la política comparada es la imposibilidad humana de conocer a fondo cada país, pero en este caso, el desconocimiento de un hecho tan notable provoca una interpretación más que imprecisa. (Jurado, 2006).

Los cambios políticos de la última década y en particular de los últimos años en México se ven reflejados en las actitudes y las percepciones de los mexicanos.

Nuestra sociedad expresa un mayor nivel de felicidad al inicio del nuevo siglo que hace una o dos décadas, y siente mucha más libertad para elegir y controlar lo que pasa en sus propias vidas. (Moreno, 2003).

En México hay por lo menos dos ideologías dominantes, el populismo y el liberalismo, que es también ideología del Estado, de la inserción del pueblo en el Estado. Las dos ideologías de alcance nacional nos dan un pueblo que tiene también dos lenguajes nacionales. El paso de uno a otro es privilegio que ejercen la Nación y el Estado en los momentos de crisis: si uno no les sirve para defenderse adoptan el otro. Y a menudo combinan ambos. El “populismo” mexicano tiene algunos rasgos del latinoamericano, con una diferencia significativa: es más radical en la expropiación de la propiedad y más campesino. En cuanto al liberalismo, que en lo político y formal también se parece al de toda la región, en lo económico acepta e incluso postula la intervención del Estado. Ambas ideologías logran derrotar a lo largo del siglo XIX y XX los intentos hegemónicos de la oligarquía terrateniente y comercial, que desde los primeros gobiernos decimonónicos quiso imponer una combinación de clericalismo político de origen hispánico y proteccionismo económico. (Casanova, 1981: 12).

Sin embargo, el régimen que surge de la Revolución distaba mucho del precepto constitucional. Para algunos autores, entre ellos Roberto Blum (1996), este régimen inicia con la formación del Partido Nacional Revolucionario. En efecto, en ese año, el entonces presidente de la República, Plutarco Elías Calles convoca a las distintas facciones revolucionarias a la formación de un partido político nacional. Este llamado tuvo como telón de fondo el asesinato del general Álvaro Obregón, candidato triunfante a sucederlo en el cargo, y la posibilidad de una agudización de la crisis política que desembocara en nuevas revueltas y prolongara el caos político y social. (Moller, Cardona, 2009).

La fundación del Partido Nacional Revolucionario (PNR) tuvo como base un acuerdo político orientado a lograr un monopolio del poder por parte de la facción revolucionaria aun por encima de lo establecido en la Constitución. Esto quedó de manifiesto en las primeras elecciones en que este partido participó, en 1929, y en

las que la facción revolucionaria echó mano del fraude y la represión contra los opositores para asegurar el triunfo de sus candidatos. (Blum, 1996: 19-24).

El régimen posrevolucionario mexicano adoptó las características de un régimen autoritario en el que las elecciones fueron un mero ritual para legitimar al grupo en el poder. La norma constitucional se cumplía hasta donde no pusiese en peligro su hegemonía. El poder del Estado, incluida la fuerza militar, fue utilizado para asegurar la continuidad del régimen, condición indispensable desde la óptica del grupo gobernante para unificar a la nación y emprender la reconstrucción del país. En la consolidación de este tipo de régimen se fueron delineando valores, normas, costumbres y actitudes que sustentaron las prácticas políticas durante la mayor parte del siglo XX. A la naturaleza autoritaria del régimen se sumó una estructura social caracterizada por el subdesarrollo, con vastas capas de la población sumidas en la pobreza y con muy baja instrucción escolar, y por un proceso de urbanización que transformó a la sociedad mexicana de una sociedad eminentemente rural en una sociedad eminentemente urbana que acusa enormes grados de marginación. La combinación de estos factores constituyó el caldo de cultivo de una cultura política autoritaria con claras consecuencias en el comportamiento político de los mexicanos. (Moller, Cardona, 2009: 89).

A finales de los años sesenta se presentó una efervescencia política principalmente, aunque no sólo, en la capital del país, misma que cuestionó severamente el autoritarismo del régimen político en México. Para esas fechas, la sociedad mexicana era ya eminentemente urbana y a pesar de las tasas relativamente altas de crecimiento económico logradas a partir de 1940, la desigualdad social no disminuía.

La rebelión frente al autoritarismo provino de un sector de la sociedad caracterizado por un nivel de instrucción muy por encima del promedio, los estudiantes de bachillerato y de universidad. Sus actos de protesta, que alcanzaron dimensiones inéditas para un movimiento opositor, provocaron una reacción desmedida por parte del gobierno que culminó con la sangrienta represión del dos de octubre de 1968. Como consecuencia del endurecimiento del régimen, algunos sectores de la oposición abandonaron la lucha política legal y dieron origen a un movimiento

guerrillero que duraría hasta mediados de la década de los setenta. (Moller, Cardona, 2009).

Para González Casanova (2002: 89-90), con el movimiento estudiantil popular del 68 el Estado mexicano entró en un periodo de profundo deterioro. A este proceso contribuyó el desarrollo de una crisis económica que a partir de 1971 se manifiesta con fuerza en todos los terrenos: cae la inversión, descende la actividad productiva, crecen la inflación, la fuga de capitales y la deuda externa.

A pesar de su resistencia, el régimen político surgido en 1929 no pudo evitar su caída. En 1987, con el país sumido en una nueva crisis económica, el partido del Estado se divide y la fracción disidente constituye una amplia alianza de fuerzas de izquierda que en 1988 sacude al régimen. Este proceso culmina en el año 2000, cuando el partido que había ganado todas las elecciones presidenciales desde 1929 es derrotado por primera vez.

Hoy, la mayoría creen que viven en una democracia. Antes del dos de julio solo unos cuantos lo consideraban así, sin embargo, la mexicana continúa siendo una sociedad eminentemente desconfiada y comparativamente poco tolerante. El apoyo abierto a la democracia es amplio, pero menor que la mayoría de los países en los que se tiene una medida similar. La democracia se va conociendo y valorando al menos en tres dimensiones relevantes para el mexicano: su desempeño como sistema político, sus ideales y su liderazgo. (Moreno, 2003).

#### **2.4.1 Los mexicanos en Procesos Políticos**

Las orientaciones ideológicas de izquierda y derecha en México conllevan principalmente un contenido político de posturas ante la democracia y el autoritarismo, seguido de posturas liberales y fundamentalistas en temas de carácter social y moral, y finalmente de los típicos significados de la izquierda y la derecha socioeconómica tradicional, es decir, el conflicto entre un sistema de

redistribución del ingreso y de amplia responsabilidad del estado, que enfrenta las preferencias por una economía de mercado que incentive a los individuos a tomar responsabilidad de sí mismos. (Moreno, 2003).

Moreno (2003) expone que las campañas políticas también tuvieron lo suyo para crear los vínculos políticos. Nos dice que el elector mexicano fue expuesto a una cantidad de ataques, críticas y descalificaciones entre los candidatos y sus partidos sin precedentes en una campaña presidencial. Los efectos fueron importantes: una reducida participación y el deterioro en la imagen de los candidatos, principalmente el del PRI. Mientras que el daño al priista se dio incluso entre sus propios partidarios, algunos de los cuales lo abandonaron en su intento por llegar a la presidencia.

El dos de julio del 2000, el IFE declaró que Vicente Fox, candidato a presidente de la República del opositor Partido Acción Nacional, llevaba la ventaja tanto en los conteos preliminares como en las encuestas de salida al término de la jornada electoral. La derrota del PRI fue confirmada oficialmente al término del cómputo de las elecciones unos días después. Este hecho levantó esperanzas de que la alternancia en el poder constituyera un aliento definitivo a la transición democrática. Se empezó a hablar incluso del fin de la transición y el inicio de la consolidación democrática. Las razones para el optimismo no eran menores.

La característica principal del régimen autoritario era el liderazgo indiscutido del presidente de la República, este liderazgo garantizó la unidad del partido gobernante y, cuando la ruptura llegó a hacerse presente, su poder fue factor determinante para conservar el poder. Este poder jugó un papel central en la neutralización de la oposición, ya sea mediante la cooptación, la concesión o la represión. La estabilidad y la continuidad del régimen autoritario descansaban en gran medida en este hecho. Así, al perder el PRI la Presidencia de la República desapareció un pilar fundamental del régimen autoritario, sus bases se trastocaron y hubo razón para el optimismo. (Moller, Cardona, 2009).

El PAN capitalizó esas pérdidas expandiendo su apoyo electoral en todo el espectro ideológico. Vicente Fox ganó incluso más votos entre votantes de izquierda que el mismo Cuauhtémoc Cárdenas. Además, la confianza en el Instituto Federal Electoral parece ser también un elemento que facilita el voto voluntario de los mexicanos. (Moreno, 2003).

Por último, la posibilidad real surgida hacia el final del sexenio de Vicente Fox, de que el PAN perdiese las elecciones, llevó al presidente y a su partido a olvidar el compromiso con la democracia que hiciera público al término de las elecciones del 2000. Fox, no obstante haber declarado que no intervendría en el proceso electoral, lo hizo poniendo en práctica, con el apoyo del PAN y de la cúpula del sector empresarial, las más conspicuas prácticas del régimen al que había jurado combatir. El impulso a la democracia cedió frente a la urgencia de defender, casi a cualquier costo, el modelo de desarrollo económico implementado en el país desde la década de 1980, amenazado por la exitosa campaña del candidato de la izquierda, Andrés Manuel López Obrador. (Moller, Cardona, 2009).

Como resultado de esta decisión, el proceso electoral del 2006 ha pasado a la historia como el más impugnado y ha quedado en la conciencia de millones de mexicanos como uno de los más fraudulentos de la era posrevolucionaria. El IFE, una de las instituciones del Estado que mayor grado de confianza inspiró en los ciudadanos, fue duramente criticado, acusado de haber actuado con parcialidad y dolo en contra del candidato de la izquierda, y su credibilidad sufrió un duro golpe. El candidato oficialmente declarado vencedor, inició la gestión al frente del Ejecutivo federal en medio de una profunda crisis de legitimidad. (Moller, Cardona, 2009).

De cualquier manera, las campañas del año 2000 ofrecieron la oportunidad para iniciar un nuevo enfoque de investigación, el de los efectos de la comunicación política. Seis de cada diez adultos de nuestro país consideran que la televisión es el medio que ofrece la mejor información acerca de los candidatos en una campaña presidencial. Dos tercios de los electores siguen las noticias por la televisión durante las campañas y hasta ocho de cada diez votantes que asisten a las urnas obtienen

su información política en la televisión. Sin embargo, ésta tiene un claro déficit de credibilidad. Es decir, pocos le creen a las noticias que ven en sus televisores. Mucho menos le creen a la publicidad política patrocinada por los partidos políticos y los candidatos. (Moreno, 2003).

Moller y Cardona (2009) muestran el siguiente análisis que se hace tomando como punto de partida los resultados de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas 2003 (Encup). Se trata de una técnica cuantitativa con propósitos evaluativos y de monitoreo. Es un estudio tipo panel realizado en una muestra de 4,580 personas de 18 años o más, cuyo diseño muestral y levantamiento estuvo a cargo del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). El análisis de los resultados fue el siguiente:

- El desinterés por la política. A pesar de que 46.2% de los entrevistados en la Encup afirmó que a diario se informa sobre asuntos políticos, principalmente por la televisión, 87% tiene poco o nulo interés en la política (50.7% poco, 36.6% nada), 65% la considera complicada y 62% no sabe cuánto dura un diputado en su cargo.
- El desinterés por la participación. En este tema los resultados de la Encup son dramáticos: 56.7% considera que es difícil organizarse, 87.6% no forma parte o no ha formado parte de un sindicato; 89.9% no forma parte o no ha formado parte de un partido político; 93.7% no forma parte o no ha formado parte de una agrupación política; 85.8% no forma parte o no ha formado parte de una organización de ciudadanos y 82.7% no forma parte o no ha formado parte de una organización de vecinos, colonos o condóminos.
- El menosprecio por la acción ciudadana. Al respecto, la Encup revela que 60.1% no ha participado como voluntario en alguna actividad de beneficio a la comunidad; 81.9% no han enviado dinero u objetos a algún programa de radio o televisión en apoyo a una buena causa; 78.8% no han enviado o firmado alguna carta de apoyo a una buena causa; 72.5% no ha participado en actos de apoyo a alguna causa; 78.6% no ha hecho donativos ni prestado ayuda alguna a agrupaciones ciudadanas; 56.4% consideran que los ciudadanos poco o nada pueden influir en las decisiones del gobierno y 53.7% cree que los ciudadanos poco o nada pueden influir en la vida política nacional, o de plano no saben si pueden hacerlo.

- El desinterés por el debate sobre los asuntos públicos. Como quedó apuntado anteriormente, 46.2% de los entrevistados en la Encup afirmó que a diario se informa sobre asuntos políticos, principalmente por la televisión, sin embargo 64.3% no presta atención o se abstiene de participar en discusiones sobre temas políticos. Respecto a comentar con vecinos los problemas que afectan a la comunidad, 39% respondió que nunca lo hace y 38% que sólo en algunas ocasiones. Resulta evidente nuestra propensión a hacer a un lado en nuestras discusiones los temas relacionados con la política, aunque ésta disminuye si se trata de los problemas comunitarios.

- La desconfianza hacia las instituciones públicas. Es significativo que los niveles de confianza de los mexicanos respecto de dos de las instituciones fundamentales de una democracia liberal, el Congreso y los partidos políticos, sean particularmente bajos. Así, sólo 31.3% de los entrevistados en la Encup reconoce tener una confianza en el Congreso entre 8 y 10 en una escala de 0 al 10, donde 0 es nada y 10 es mucho, y respecto de los partidos políticos, sólo 24.9% reconoce una confianza en esos mismos niveles. Además, sólo 14% considera que los diputados sí toman en cuenta los intereses de los ciudadanos en el momento de legislar, aunque 47.9% cree que los partidos políticos son muy necesarios para que el país mejore. Respecto del presidente de la República, 50.2% acepta tener niveles de confianza entre 8 y 10, en tanto que respecto a la Suprema Corte de Justicia tan sólo 40.9%, en la escala ya señalada.

- La falta de solidaridad y la desconfianza hacia los demás. En este tópico encontramos información contradictoria, pues mientras que 53.7% afirma que ha apoyado enviando ayuda en caso de desastres y 61% que ha auxiliado en algún momento a un desconocido, 71.6% cree que la gente solo se preocupa de sí misma y 83.5% cree que, si no se cuida uno a sí mismo, los demás se aprovecharán. Además, como quedó apuntado anteriormente, 60.1% no ha participado como voluntario en alguna actividad de beneficio a la comunidad; 81.9% no han enviado dinero u objetos a algún programa de radio o televisión en apoyo a una buena causa; 78.8% no han enviado o firmado alguna carta de apoyo a una buena causa; 72.5% no ha participado en actos de apoyo a alguna causa; 78.6% no ha hecho donativos ni prestado ayuda alguna a agrupaciones ciudadanas. Tal vez

lo que suceda es que la solidaridad de los mexicanos elude cualquier posibilidad de compromiso por la desconfianza que siente hacia los demás.

- La tolerancia a la corrupción. Los resultados revelan que 50.3% de los mexicanos creen que la corrupción existe porque los ciudadanos la toleran, y que 47.5% está dispuesto a tolerar que un funcionario público se aproveche de su puesto siempre y cuando "haga cosas buenas".

- Por último, me parece necesario mencionar otro dato que arroja la Encup: Sólo 22.7% de los mexicanos se encuentran satisfechos o muy satisfechos con la democracia que vivimos en México. (ENCUP, 2003).

Por otra parte, el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM hizo una encuesta en el 2009 en la que midió la capacidad que tienen los mexicanos para nombrar a los partidos, políticos o candidatos, ayuda a dar un diagnóstico más real sobre el verdadero interés y conocimiento en la cultura política por parte de los ciudadanos encuestados. Para ello se pidió que nombraran tres líderes de los principales partidos.

Del PAN el 46% nombró a Felipe Calderón, el 19% a Vicente Fox, el 8% mencionó a Santiago Creel, y cuatro de cada diez no supo o no contestó. Es relevante subrayar que el 1% mencionó entonces a la candidata a la presidencia por el PAN, Josefina Vázquez Mota, como líder del partido. Por su parte, del PRI un 28% mencionó a Enrique Peña Nieto, el 23% a Beatriz Paredes y el 10% a Roberto Madrazo; igualmente cuatro de cada diez no supieron o no contestó. Finalmente, del PRD cuatro de cada diez mencionaron a Andrés Manuel López Obrador, un 14% a Marcelo Ebrard y el 12% a Jesús Ortega. A Cuauhtémoc Cárdenas únicamente lo mencionó el 8%. Los que tienen menor conocimiento de los líderes nacionales son la mitad con menores ingresos mensuales, los de menor escolaridad, y los habitantes de poblaciones con menos de 100,000 habitantes. (Jurídicas, UNAM).

Aunque la televisión domina como el principal medio para obtener información política, muchos mexicanos se enteran de las noticias al platicar con otras personas, ya sea con su familia, sus amigos o sus compañeros de trabajo. De hecho, esta vía de información es la que se volvió ligeramente más común a lo largo de las campañas en el 2000. Mientras que en enero de ese año 39% de encuestados dijo enterarse de las noticias platicando con la gente, hacia junio 45% se enteraba de esa misma forma. (Moreno, 2003).

Las conversaciones con la familia y los amigos son la segunda fuente más creíble de información para el elector mexicano: 44% dijo creer mucho o algo cuando hablan de los candidatos presidenciales, comparado con 47% que cree en los noticiarios de la televisión, 41% de los noticiarios en la radio, 40% en los periódicos y 37% en otra gente que no es parte del círculo de familiares y amigos. (Moreno, 2003).

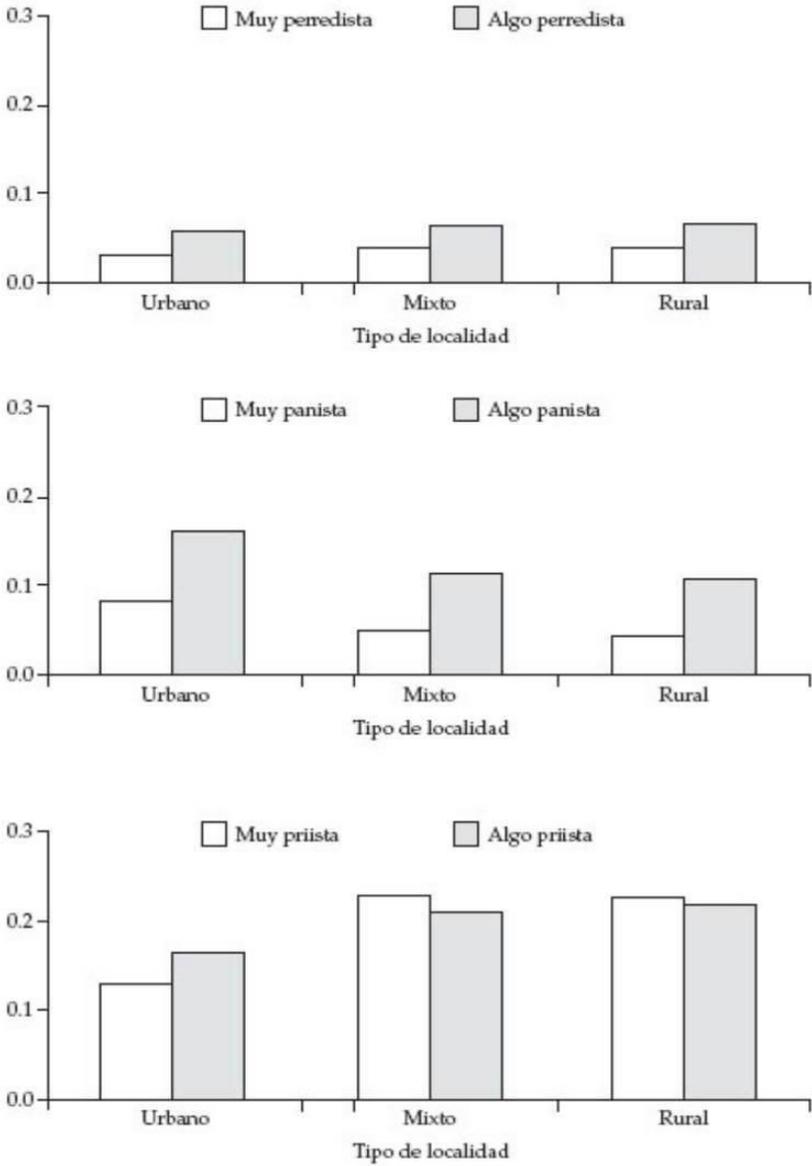
El sentido de identificación partidista en México está asociado con otros referentes sociales, como la afinidad religiosa, la autodescripción étnica y la autclasificación por clase social. Estas variables tienen un sentido de identificación social clara y la evidencia recopilada en 2000 indica que sí tienen una relación significativa con la identificación partidista como referente de identidad política. (Moreno, 2003).

La identificación partidista refleja, así, un sentido de adhesión, que no de membresía, con un grupo o partido político. A su vez, tal adhesión responde a otros rasgos sociales y de actitud que definen el “ser” partidario. Entonces, nos podemos preguntar lo siguiente: ¿Quiénes son los priistas, ¿quiénes son los panistas y quiénes son los perredistas? El elector mexicano se caracteriza por sus distintas orientaciones partidarias y por la intensidad de éstas. (Moreno, 2003).

Con estos argumentos podemos decir que los partidos políticos han dejado un legado importante en la mente del mexicano a la hora de ejercer su voto o con su identificación partidista, y siguen siendo los más fuertes que hace 20 años, adicionado a nuevos o regenerados partidos.

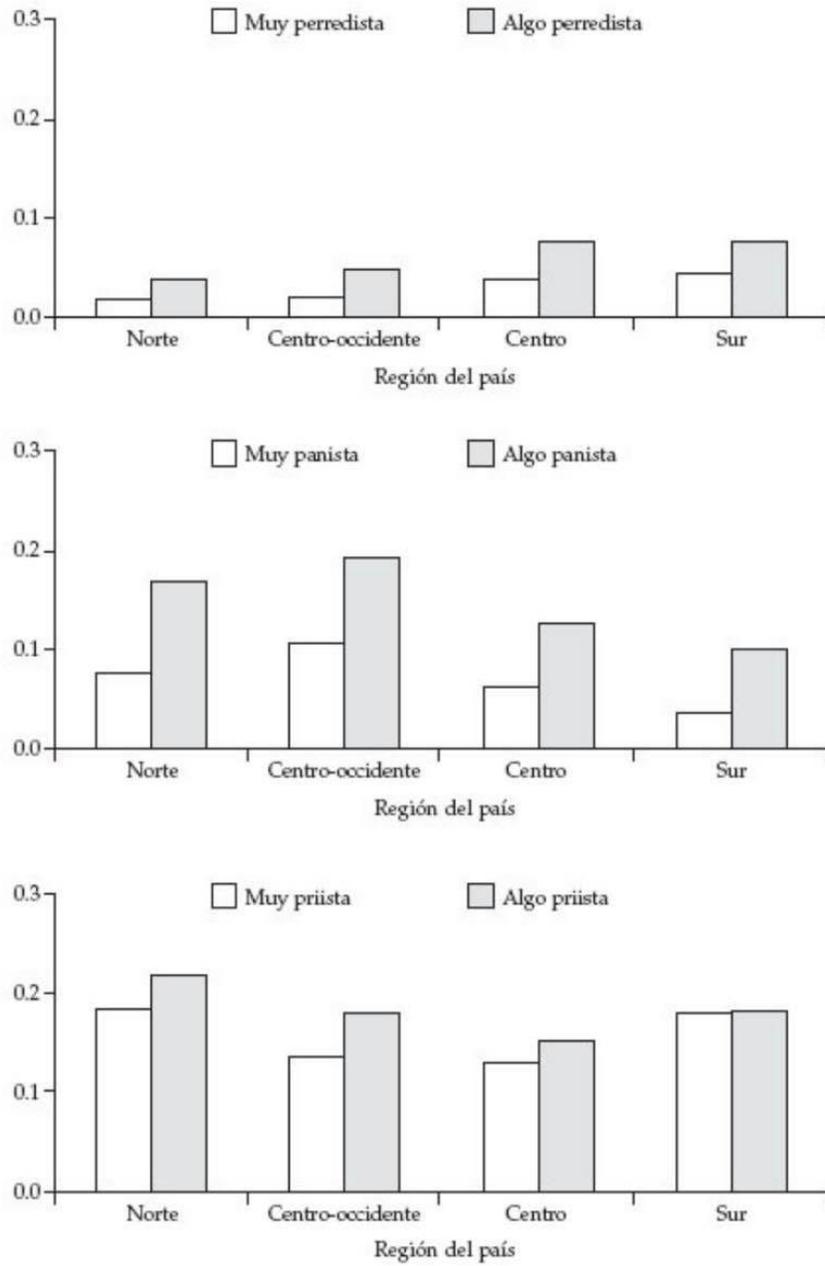
Estas son algunas de las gráficas de identificación partidista del año 2000 que cita Moreno:

Gráfica I: "Identificación partidista por tipo de localidad"



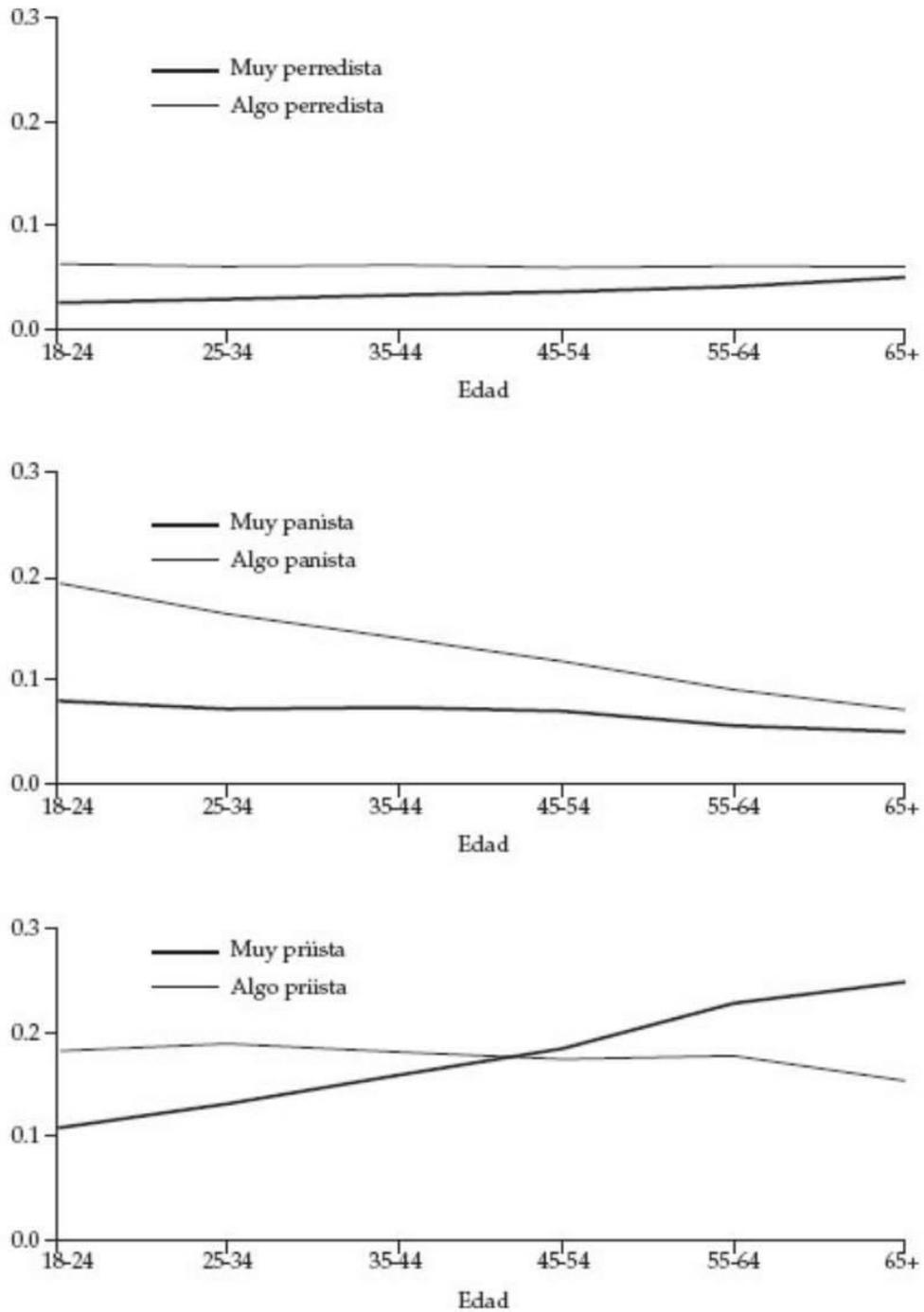
Fuente: Reforma, encuestas nacionales preelectorales 2000, por Moreno (2003).

Grafica II: "Identificación partidista por región del país"



Fuente: Reforma, encuestas nacionales preelectorales 2000, por Moreno (2003).

Gráfica III: "Identificación partidista por edad"



Fuente: Reforma, encuestas nacionales preelectorales 2000, por Moreno (2003).

La identificación partidista de los electores con los distintos partidos políticos ha evolucionado de tal manera que los cambios en el sistema político mexicano se ven reflejados en su distribución desde hace al menos 15 años. A su vez, las orientaciones partidarias parecen estar hasta cierto punto ancladas en algunas características sociales y experiencias de los electores. (Moreno, 2003).

Los partidos políticos y sus candidatos emplean estrategias diversas para movilizar a los votantes a su favor. Pintan bardas, hacen mítines, participan en caravanas, contratan expertos, hacen grupos de discusión, crean blogs y páginas de Internet, bailan en las tarimas, fundan casas de gestión local e incluso dedican mucho tiempo y energía para crear pequeñas historias que se plasman en cada una de esas actividades y que terminan construyendo un rompecabezas que trasluce los objetivos de una estrategia más general para seducir y movilizar a los votantes a su favor. (Freidenberg, Tule, 2009).

A través de la publicidad televisiva, de manera específica, los candidatos y sus hacedores de campaña construyen un relato que refleja los elementos centrales sobre los cuales se busca posicionar cada candidatura, maximizando los puntos fuertes y solapando los negativos, desarrollando temas y discursos que los describirán como esperan ser percibidos (aunque nada garantiza finalmente que corresponda con la percepción de quienes reciben los mensajes). En este escenario, la televisión es un aliado clave; permite difundir esas historias y ofrece una serie de beneficios (cobertura, confiabilidad) los cuales contribuyen a la difusión masiva del mensaje.

Los mexicanos alientan su fe y esperanza en lo sobrenatural, en los políticos, en la sociedad en general. Lo cual orienta al mexicano a ser devoto a sus tradiciones, modos, usos y costumbres; los individuos somos por naturaleza hipersensibles a la crítica; fácilmente nos avergonzamos; nos ponemos temperamentales; nos reímos y preocupamos. No se debe olvidar que el mexicano es pasional, agresivo y guerrero por debilidad. Muchas veces huye de sí mismo para refugiarse en un mundo ficticio.

## 2.4.2 Análisis de las elecciones políticas del 2012

Durante 2012, la vida en México giró principalmente en torno a las elecciones del 1 de julio. No solo se eligió a un nuevo presidente, también gobernadores y autoridades locales en varias entidades federativas, y se renovaron por completo las dos cámaras del Congreso. La victoria de Enrique Peña Nieto, candidato por el Partido Revolucionario Institucional (PRI), fue sin duda la noticia central, y supuso el regreso del PRI a la presidencia luego de doce años. El proceso electoral dejó además el surgimiento del movimiento #YoSoy132, integrado principalmente por jóvenes y universitarios y que adquirió una visibilidad sustantiva durante los meses previos y posteriores a la elección. (Armesto, 2013: 248).

El partido político que gobernó México durante más de 70 años parece a punto de regresar al poder después de que las autoridades electorales proyectaron a Enrique Peña Nieto como el ganador de las elecciones presidenciales de la nación. “En esta elección ganamos todos; ganó México”, dijo Enrique Peña Nieto en un discurso después de que el conteo rápido de votos lo diera como virtual triunfador.

Escrutado el 88% de la votación, los datos del entonces IFE, dan al candidato del PRI la victoria con el 37,24% de los votos, mientras que su inmediato seguidor, el izquierdista Andrés Manuel López Obrador obtenía el 32,45%. En tercer lugar, aparecía Josefina Vázquez Mota con 25,39% y Quadri con 2,37%. Conocidos los primeros resultados, Peña Nieto dijo que va a continuar la lucha contra el crimen, pero con «una nueva estrategia para reducir la violencia», afirmó. «Frente al crimen organizado no habrá pacto ni tregua”. (CNNespañol, 2012).

Imagen: 2.4 “cuadro de porcentajes de votos por partido político”

PARTIDO O COALICIÓN	CANDIDATO	VOTOS	PORCENTAJE
	Josefina Eugenia Vázquez Mota	12,786,647	25.41%
	Enrique Peña Nieto	19,226,784	38.21%

PARTIDO O COALICIÓN	CANDIDATO	VOTOS	PORCENTAJE
	Andrés Manuel López Obrador	15,896,999	31.59%
	Gabriel Ricardo Quadri de la Torre	1,150,662	2.29%

Fuente: Instituto Federal Electoral, 2012

Imagen 2.5: “Resultado de las elecciones presidenciales en México 2012”

Candidato con más votos en cada estado



Fuente: INE, BBC, 2012

Las elecciones presidenciales de 2012 en México, sin perder su carácter controversial, marcaron el retorno del PRI al gobierno federal luego de dos sexenios dominados por las políticas neoliberales y proestadounidenses del PAN. En ese sentido, el gobierno priista de Enrique Peña Nieto se inició con la promesa de potenciar el crecimiento económico. Con este fin, implementó un paquete de reformas que expresan una mixtura de enfoques socioeconómicos e ideológicos que van desde las posturas neoliberales hasta las propias del keynesianismo, cuyo

ejemplo más publicitado ha sido la Reforma Energética. Ello ha generado divisiones al interior de la sociedad mexicana y una respuesta crítica de los sectores pertenecientes a la izquierda, los cuales consideran que tales reformas profundizaron las fallas estructurales del sistema económico y generaron una mayor subordinación del país a los capitales estadounidenses. (Anaya, 2014).

#### Los medios de comunicación y las neurociencias en la campaña de EPN

La televisión, en su carácter de medio de comunicación hegemónico, alcanzó un protagonismo indiscutible que se vio reflejado en la opinión pública a tal grado de considerar que desde ella se construyó la figura presidencial. Enrique Peña Nieto entabló con el gigante Televisa, mecanismos mediáticos que se activaron para desarrollar su comunicación política: la empresa Televisa construyó una alianza estratégica con el PRI para posicionar a su candidato en la mente de los votantes.

En la televisión, EPN apareció solo o en escenarios controlados repartiendo abrazos y besos a quienes se les acercaban. Su construcción simbólica del marketing comercial con el consabido rostro del candidato ligeramente inclinado generó la percepción de ser un político confiable, seguro, respetable. En ningún spot de la campaña se vio una sola manifestación o queja, todo lo contrario, había quien le expresaba afecto con carteles que recitaban: “Enrique, bombón, te quiero en mi colchón”. (Solís, Acosta, en IBEROForum, 2015: 2-15).

Un spot en particular es muy significativo de la construcción simbólica referida. Se intituló “¿Por qué quiero ser presidente?”. En él, EPN aparece solo, camina por calles donde no hay ciudadanos, carreteras donde no circulan autos, recintos históricos deshabitados. Lo mismo ocurre con otro spot donde aparentemente se encuentra en su casa de campaña y mientras todo su equipo está trabajando, él —nuevamente solo— pronuncia su discurso. La estrategia resultó eficaz y satisfactoria. Quienes no conocían al candidato o apenas lo habían escuchado mencionar en algún sitio, después de este proceso de construcción de imagen pública, tenían una firme idea de su existencia. Y, aun así, la televisión continuó influyendo en el espectador con mensajes y presentaciones en toda su

programación, bien fuera en los programas informativos, publicitarios o de entretenimiento. (Solís, Acosta, en IBEROForum, 2015: 2-15).

Según una publicación de la revista The New York Times, en México, la campaña del presidente Enrique Peña Nieto y su partido, el Partido Revolucionario Institucional, o PRI, emplearon herramientas para medir las ondas cerebrales, las reacciones en la piel, la frecuencia cardíaca y las expresiones faciales de los votantes durante la campaña presidencial de 2012. Más recientemente, según un consultor, el partido usó codificación facial para ayudar a elegir a sus mejores candidatos. Algunos funcionarios incluso han hecho declaraciones públicas sobre su uso de las técnicas de la neuropolítica, y no sólo para hacer campaña, sino también para gobernar...

“En mi gobierno, hemos utilizado una variedad de herramientas de investigación y estudios de opinión para evaluar la eficacia de nuestros programas, comunicaciones y mensajes de gobierno”, comentó Francisco Olvera Ruiz, gobernador del estado de Hidalgo en México 2011-2016 y miembro del partido gobernante. “La investigación de neurociencia” añadió, es “especialmente valiosa porque nos ha permitido descubrir con mayor precisión y objetividad lo que la gente piensa, percibe, y siente”. (NYT, 2015).

Sin embargo, tras indignación en México por estos métodos, el PRI ha dicho que no los utilizará y se limitará a estrategias tradicionales como las encuestas y la intuición política.

Romano Micha dijo que el partido gobernante en México contrató a su empresa, neuropolítica, antes de las elecciones nacionales de 2012 para evaluar a los demás candidatos y entender las oportunidades de Peña Nieto. Dan Hill, un codificador facial en Estados Unidos, comentó que el equipo de campaña también lo comisionó para analizar las expresiones de los rostros de los votantes mexicanos durante los debates presidenciales.

Y en las elecciones estatales y locales de junio pasado, Romano Micha dijo que le advirtió al PRI sobre la frustración generalizada de los votantes, aunque probablemente no se necesitaba un científico para señalar ese fenómeno. “Les advertimos con bastante anticipación sobre los altos niveles de rechazo hacia los tres principales partidos políticos”, manifestó. “A través de nuestros estudios neuronales, vimos cómo los niveles de simpatía de los votantes y las variables de acercamiento/rechazo e intención de voto estaban cambiando”. (NYTimes, 2015).

La victoria del PRI puede explicarse a partir de tres factores. Primero, la sostenida pérdida de popularidad del presidente Calderón a lo largo de su presidencia, que decididamente afectó las chances de su partido y candidata. En junio de 2012, un mes antes de la elección, Calderón alcanzó el nivel más bajo de todo su sexenio, con sólo 48% de aprobación (16 puntos porcentuales menos que el pico de popularidad de mayo de 2010). Para esas fechas, un 44% de los encuestados se mostraba en desacuerdo con la estrategia de lucha contra el narcotráfico y un 56% desaprobaba la política contra la pobreza. En segundo lugar, debido a la capacidad de Peña Nieto para evitar divisiones en su partido –en contraste con lo acontecido en 2006– y lograr el apoyo de todas las facciones y de los gobernadores priistas a su candidatura. En tercer lugar, a raíz de la aún existente animadversión de diferentes sectores de la sociedad a la figura de López Obrador, a pesar de los esfuerzos del candidato por moderar sus posturas, lo cual le impidió capitalizar totalmente a su favor el descontento con las administraciones panistas. (Armesto, 2013: 250-251).

Los inicios del movimiento #Yosoy132 estuvieron ligados a un hecho en principio poco relevante. El 11 de mayo, el candidato del PRI participó en un foro con estudiantes en la Universidad Iberoamericana y de modo imprevisto fue recibido con reclamos acerca de sus vínculos con los más oscuros personajes del pasado priista y sus acciones represivas como gobernador del Estado de México. Pasado el incidente, el presidente del PRI acusó a los inconformes de no pertenecer a la universidad y responder a López Obrador.

En respuesta, un video en donde 131 estudiantes que habían participado de la protesta mostraban su credencial universitaria fue subido a YouTube y a los pocos días se convirtió en viral. Como muestra de apoyo alguien creó el hashtag #YoSoy132, y Twitter y Facebook hicieron el resto. El grupo inicial (paradójicamente proveniente de universidades privadas de clase media-alta) fue sumando adeptos, y las consignas fueron escalando, denunciando ya no solo el carácter autoritario del PRI, sino la parcialidad y manipulación de la información por parte de los medios de comunicación (en particular, Televisa y TvAzteca, que controlan casi la totalidad de la televisión abierta) en favor de la candidatura de Peña Nieto. (Armesto, 2013: 254).

Mientras el PRI apostaba por llegar a la emoción de los votantes, el PAN se convertía en una máquina de razones que sólo aburría al electorado. Si esto se suma a las pugnas internas del PAN, la descoordinación, cansancio, desaliento, percepción de lucha fallida contra el narco y el desgaste de imagen por tanto tiempo en el poder; puede entenderse el resultado. Algo similar ocurrió con AMLO. Durante toda su campaña habló de una “República Amorosa” y cuando vio que no le alcanzaban los votos, dio vuelta de timón y comenzó con lo que mejor sabe hacer, la confrontación.

Las elecciones del 2012 fueron un cambio radical en la política mexicana, una elección distinta a las anteriores, con la tecnológica, medios de comunicación avanzados y un gran manejo de la mercadotecnia y la neuropolítica. Postulando a un innovador joven priista, bien parecido, educado, siempre positivo, con una esposa elegante y hermosa, muy querida en la televisión mexicana. Sin duda Peña Nieto se convirtió en un modelo a seguir para todos los mexicanos varones, y un hombre ideal que cualquier mujer mexicana desearía tener. El PRI llegó con una idea de cambio, con nuevos prospectos para la política mexicana y para su partido.

Después de gobernar por más de 70 años el país y luego perderlo en el año 2000, el Partido Revolucionario Institucional logra con la ayuda de la Neuropolítica, regresar a la presidencia y al congreso del país. Una historia de telenovela, un triunfo posiblemente robado, y, a su vez, el regreso de los empresarios priistas al

poder político. Dando paso a un régimen neoliberal renovado, con una tecnología avanza. Peña Nieto logra darle la bienvenida a un nuevo PRI al siglo XXI.

### **2.4.3 Análisis de las elecciones políticas del 2018**

El 1ero de julio del 2018 México eligió presidente y lo hizo con una amplísima mayoría. Fue la tercera vez que el candidato Andrés Manuel López Obrador competía por el cargo de presidente y en esta ocasión logró conseguir una victoria en que rebasó a su competidor más cercano por un margen de 30 puntos, trayendo consigo una oleada de diputados, senadores, gobernadores, y legisladores locales a su ya próximo gobierno.

En el año 2018, México ha dado en las urnas la espalda al legado de Enrique Peña Nieto, encarnado en José Antonio Meade y ha rechazado el cambio que proponía Ricardo Anaya (PAN). Lo ha hecho de manera abrumadora en una jornada democrática como se recuerdan pocas: sin apenas incidentes que resaltar; sin acusaciones de fraude de ida y vuelta. Una tranquilidad pasmosa, comparada con el turbulento día a día que azota el país. La contundente victoria de López Obrador pone patas arriba el sistema tradicional de partidos de México. Desde 1988, la política mexicana ha girado principalmente en torno al partido hegemónico PRI; el conservador PAN y el progresista PRD. Todo eso puede quedar reducido a cenizas. (EIPaís, 2018).

Tan significativa es la victoria del líder de Morena como la derrota del resto de partidos. La irrupción de Morena, la formación creada por López Obrador, como principal fuerza en el Congreso, pone a la izquierda ante un reto ingente, en la medida en que el triunfo lo ha logrado en coalición con un partido, Encuentro Social. En el polo ideológico opuesto, la formación evangélica se prepara para tener en el Congreso un peso que jamás había soñado. México afronta una nueva era. Un desafío que trasciende a un país de 120 millones de personas, que ha decidido abrir la puerta del poder a la izquierda. (EIPaís, 2018).

Concluido el conteo y recuento de votos oficial, se confirmó el triunfo de Andrés Manuel López Obrador, candidato presidencial de la coalición Juntos Haremos Historia, en la elección de presidente de República, al obtener 30 millones 113,483 votos, que representan 53.1% del total de los 56 millones 508,266 sufragios emitidos en total. Ricardo Anaya Cortés y José Antonio Meade Kuribreña, abanderados de las coaliciones Por México al Frente y Todos por México, quedaron en segundo y tercer lugares, con 22.2% (12 millones 610,120 votos) y 16.4% (9 millones 289,853 sufragios) de la votación, respectivamente. (NYTimes, 2018).

La participación de los ciudadanos a las urnas fue de 63.42 por ciento. En sesión permanente del Consejo General del Instituto Nacional Electoral (INE), Edmundo Jacobo Molina, secretario ejecutivo de la institución, informó que para el caso de la elección presidencial el recuento de votos incluyó 117 mil 634 actas, que representan 75% de los paquetes recibidos en los 300 consejos distritales del país. (NYTimes, 2018).

Imagen 2.5: “cuadro de porcentajes de votos por partido político (coaliciones)”.

	 Ricardo Anaya Cortés	 José Antonio Meade Kuribreña	 Andrés Manuel López Obrador
<b>Total de votos</b> A + B	10,249,705	7,472,431	<b>24,127,451</b>
<b>Porcentaje</b>	22.4982%	16.4020%	<b>52.9600%</b>
<b>A</b> Voto en México	10,223,361	7,467,818	24,063,588
<b>B</b> Voto desde el extranjero	26,344	4,613	63,863

Fuente: Instituto Nacional Electoral, PREP, 2018.

## El perfil de los votantes del 2018 y su geografía

Si comparamos el porcentaje de todas las secciones de cada estado en las que ganó cada uno de los candidatos a la presidencia resulta obvio que la victoria de Andrés Manuel no fue un fenómeno aislado regionalmente; AMLO ganó en al menos más de la mitad de las secciones de todos los estados del país con excepción de Guanajuato, donde Anaya venció en el 63% de las ellas. El segundo “peor” estado para AMLO fue Nuevo León, donde ganó en tan solo 59% de las secciones electorales. En el otro extremo están Tabasco, Baja California Sur y Tlaxcala, sus mejores estados, en los que ganó en el 99% de las secciones electorales. (Nexos, 2018).

¿Cómo le fue geográficamente a los otros candidatos? El estado en el que Meade logró un mayor número de victorias fue San Luis Potosí, aunque logró ganar solo en el 21% de las secciones; en la Ciudad de México, Morelos y Tlaxcala ganó en menos de 1% de las secciones electorales. El Bronco logró ganar en 23 secciones electorales de Nuevo León, que fue poco sorpresivamente su mejor estado y el único en el que ganó más de una sección. Aunque Andrés Manuel fue el gran ganador en todo el país, los determinantes geográficos de las preferencias electorales no desaparecieron en esta elección, solo se tradujeron en la segunda preferencia de los votantes. (Nexos, 2018).

Si vemos el porcentaje de veces que cada candidato quedó en segundo lugar en las secciones electorales de cada estado, la preponderancia del PRI sobre el PAN en el sur del país y la del PAN en el Bajío, norte y el centro es clara. Mientras que Meade llegó en segundo lugar en el 84% de las secciones de Campeche, Anaya ocupó ese puesto en el 92% de las de Baja California. Es interesante también notar que incluso en sus estados más débiles, como Guanajuato y Nuevo León, AMLO tuvo un muy buen desempeño, fue él el segundo lugar y no Meade en el 48% y 34% de las secciones de estos estados respectivamente. (Nexos, 2018).

Cuando AMLO obtuvo un alto porcentaje de los votos, es decir en aquellas secciones en las que factiblemente ganó, Anaya fue el segundo lugar más frecuentemente, aunque Meade conquistó un saludable número de secciones; por

el contrario, cuando Anaya obtuvo más de la mitad de los votos, es decir en secciones en las que el candidato del FRENTE fue el favorito, AMLO fue el segundo lugar en mucho mayor proporción que Meade.

Las secciones en las que tanto Anaya como AMLO obtuvieron menos del 30% de los votos, es decir en las que probablemente ganó Meade, se dividieron el segundo puesto de manera bastante equitativa entre AMLO y Anaya. (Nexos, 2018).

Imagen 2.6 “Resultados de las elecciones presidenciales en México 2018”

Candidato con más votos en cada estado



Fuente: INE, BBC, 2018

Según el periódico Milenio, los resultados del ejercicio realizado a salida de urna por Parametría muestran que los hombres entre 26 y 35 años, con mayor escolaridad e ingresos, en su mayoría votó por Andrés Manuel López Obrador. Estos sesgos o tendencias coinciden con las que ya se habían registrado en mediciones preelectorales de la serie. López Obrador tuvo un porcentaje mayor de votantes varones que de mujeres (65 % contra 49 %). De forma contraria, Meade tuvo más impacto en las mujeres votantes que en los hombres. Anaya tuvo menos preferencias entre el electorado femenino.

En cuanto a la edad, observamos que personas entre 26 y 35 años son quienes en mayor proporción votó por López Obrador, que alcanzó 63 % de los sufragios. Es importante mencionar que 24 por ciento de las personas de 56 años o más emitieron su voto por Meade, mientras que Anaya tuvo mayores preferencias entre las personas de 26 a 35 años y Rodríguez Calderón hizo eco en los jóvenes. (Milenio, 2018).

Por nivel de ingresos, Andrés Manuel consistentemente “ganó” en cada categoría: 41% de ciudadanos con ingreso de hasta mil 500 pesos mensuales, 47% con ingresos de mil 500 a 3 mil, 53% de personas con ingresos de entre 3 mil y 6 mil pesos, 49% con ingresos de entre 6 mil y 12 mil y 44% de ciudadanos con ingresos mayores a 12 mil pesos mensuales.

Dos datos más: el 68% desaprueba la administración del presidente Peña y el 47% dijo que su voto fue “para tener un cambio”. Y fue carro completo. Así el votante del 1 de julio y así el “bono” democrático con el que llega Andrés Manuel. (ElUniversal, 2018).

Respecto de la escolaridad, 65 por ciento de las personas con universidad o más prefirió al tabasqueño sobre los otros candidatos, seguido de 59 por ciento de electores con preparatoria, es decir, fue el candidato con mayores preferencias entre los votantes con más escolaridad. El ex secretario de Hacienda tuvo sus mayores porcentajes de voto entre aquellos electores sin estudios 31 % o con primaria 26 %. (Milenio, 2018).

Si bien el PRI perdió las elecciones presidenciales de 2000 y 2006, nunca había quedado tan mermada su fortaleza en el Legislativo y en las entidades federativas, muchas de las cuales se habían mantenido como bastiones clave para su sobrevivencia. En un hecho sin precedentes, el PRI solo obtuvo 45/500 diputados federales y 14/128 senadores. Esta debacle del PRI también se expresa en el ámbito subnacional con las gubernaturas estatales. En 2012, cuando el PRI recuperó la Presidencia, obtuvo también 21/31 gubernaturas. En la elección de 2018, de 8 gubernaturas en disputa el PRI no obtuvo ninguna y perdió Yucatán y Jalisco. A la fecha, solamente 5 estados —Coahuila, Hidalgo, Colima, Estado de

México y Campeche— no han sido gobernados por un partido diferente al PRI. Por tanto, los resultados de la última elección son los peores en toda la historia del PRI. (Aragón, Fernández, Bautista, 2018).

### El papel importante de la religión en la campaña de AMLO

Por diversas razones, las ideas religiosas tuvieron un papel importante en la discusión que rodeó a esta elección; desde la criticada alianza de MORENA con el Partido Encuentro Social, un partido con una fuerte base social de evangélicos hasta la reunión de Ricardo Anaya con el Frente Nacional de la Familia a mediados de junio. Por lo que nos pareció interesante preguntarnos, ¿cómo votaron las secciones con base en el porcentaje de la población que se declara atea? A pesar de que varios criticaron la alianza de AMLO con el PES, e incluso lo vieron como una amenaza para el Estado laico, los votantes no lo vieron así. A mayor porcentaje de la población que se declara atea, mayor el porcentaje de votos por Andrés Manuel. Ocurrió lo contrario en el caso de Ricardo Anaya.

“El candidato del Frente obtuvo un mayor porcentaje de votos en las secciones electorales con un menor porcentaje de población atea, es decir en secciones más religiosas. Recordemos que el mayor número de secciones las obtuvo en el Norte y el Bajío, particularmente en Guanajuato”. (Nexos, 2018).

Cuando se creó Morena, hace algunos años, se especulaba en torno a si el acrónimo tenía que ver con la Virgen de Guadalupe. Hoy, precisamente el día de la virgen morena, cuando Andrés Manuel López Obrador registra su precandidatura a la Presidencia, podría quedar claro que el simbolismo y el intento de posicionarse ante los electores devotos, que son la mayoría, no son accidentales. De acuerdo con una encuesta nacional de El Financiero, el 70 por ciento de los mexicanos adultos festeja el día de la Virgen de Guadalupe y el 62 por ciento se considera muy guadalupano. Curiosamente, la encuesta arroja que los simpatizantes del PRI son más devotos de la Virgen que los de Morena. (ElFinanciero, 2017).

Pero, ¿cómo se conecta el guadalupanismo con las actitudes y opiniones políticas? Según la encuesta, el nivel de aprobación al presidente López Obrador alcanza 72 por ciento entre los más guadalupanos y apenas 47 por ciento entre el resto de la población. La aceptación al presidente es 25 puntos más alta entre los guadalupanos. En el espectro político, los entrevistados de izquierda hoy en día dan una mayor importancia a la Virgen de Guadalupe que los de derecha. “Guadalupanos de izquierda” parece un oxímoron, pero es un signo de los nuevos tiempos, por lo menos en cuestión de identidades. (Moreno, El Financiero, 2020).

Si de preferencia de política pública se trata, según la encuesta, los más guadalupanos se oponen más al matrimonio igualitario, a la legalización de la marihuana y al derecho de la mujer al aborto. Ahí, la conexión entre guadalupanismo y actitudes de izquierda. Otro oxímoron sería el de “izquierda conservadora”. (Moreno, El Financiero, 2020).

Si vemos las trayectorias completas de los últimos 18 años, la lealtad de los votantes de AMLO es sorprendente y la cantidad de defecciones de votantes hasta ahora leales que provocó: ganó en 97.1% de las secciones en las que había ganado las dos veces anteriores; en el 61% de las que había ganado el PRI las dos veces anteriores, en el 80% de las 2 mil 800 que había ganado primero el PAN en 2006 y luego EPN en 2012. Su peor porcentaje de “robo” fue en secciones que ganó el PRI en 2006 y el PAN en 2012, atrajo el 49% de éstas. (Nexos, 2018).

Ni Anaya ni Meade lograron quedarse con un porcentaje tan alto de secciones que hasta entonces habían sido bastiones de sus partidos; Anaya retuvo solo el 49% de las secciones que habían sido panistas en las dos elecciones anteriores mientras que Meade se quedó con solo el 26% de las que fueron dos veces del PRI. (Nexos, 2018).

Las estrategias de AMLO para llegar al poder, sin duda han sido discursos de paz, unificación y sobre todo esperanza. La llamada cuarta transformación de México tiene un proceso histórico por las transformaciones que cambiaron el rumbo del país como lo es la guerra de independencia (1810-1821), la Guerra de la Reforma (1858-

61) y la Revolución (1910). Entonces, en contexto, su partido MORENA y su gabinete en general, serian la cuarta transformación en la historia de la nación, otorgando garantías de libertad de expresión, combate a la corrupción, eliminación del neoliberalismo, entre otras.

AMLO en su mensaje publicitario busco polarizar y resaltar las diferencias entre las clases sociales de México y lo logró con creces. Con términos como “la mafia del poder”, “los más ricos”, “el pueblo”, “la élite corrupta” y muchos otros, AMLO logró polarizar a un país en dos segmentos y a partir de ahí montar la gran cantidad de beneficios que trae esta técnica de marketing milenaria: La polarización. Hizo fuertes críticas al despilfarro del gobierno en faraónicos proyectos de infraestructura que han beneficiado a constructoras multinacionales. El constante ataque a los empresarios y a los gobiernos pasados, colocaron a AMLO como el favorito.

Como se menciona anteriormente, la gran mayoría de los mexicanos, no votó por el perfil del candidato, sino por las ideologías que representaba. El hartazgo por la violencia, la desigualdad de clases sociales, el famoso “PRIAN” (PRI-PAN) los cuales representan la unión de la corrupción y el saqueo de la riqueza, etc. Llevaron a los ciudadanos a votar por la izquierda, otorgándole una vez más la confianza a López Obrador.

Con su famosa frase “primero los pobres”, AMLO representa al pueblo mexicano, al trabajador, al campesino, al obrero, el candidato ideal para más de 50 millones de pobres. Una esperanza de estabilidad económica y emocional. Generando todo tipo de emociones, desde alegría hasta la ira, y sentimientos como coraje, desilusión y arrepentimiento que generó los sexenios pasados.

Con los spots de “cambio”, “esperanza”, “amor y paz”, etc. Logra desatar todo tipo de comentarios tanto a nivel nacional como internacional, pasando desde el discurso populista, hasta el regreso de la soberanía de la nación. Y con estos discursos de prioridad a los pobres y frases coloquiales como “la tercera es la vencida”, llega por primera vez la izquierda a México, y con ella, la victoria definitiva para Andrés Manuel López Obrador.

## **Capítulo 3: El próximo voto emocional en las elecciones políticas del 2024**

El presente capítulo consta de tres apartados; el primero, es a partir de lo investigado, las nuevas estrategias que los partidos políticos, los posibles candidatos y la administración federal -actual- tendrán que implementar para poder llamar la atención de los electores. En el segundo tema se analizará el posible perfil de los próximos candidatos a la presidencia del 2024. Para cerrar este capítulo en el subtema final, se creará una prospectiva del posible voto de los electores.

### **3.1 Neuropolítica y las nuevas estrategias en las campañas políticas del 2024**

Muy a menudo los partidos políticos o candidatos que compiten, contienden en territorios – intelectuales y físicos – escogidos por ellos mismos. Un partido puede pelear la elección tomando como tema, digamos, el manejo de la economía, mientras que otro podría hacerlo desde la perspectiva de la seguridad nacional. El éxito de la estrategia de su campaña yace en qué tanto hacen que los medios hablen sobre el tema central de su campaña y del partido y eviten que se hable del tema que el rival maneja. Los periodistas necesitan estar atentos a estas intenciones y tratar de enfocarse en lo que ven como un asunto de genuina prioridad para los electores. (aceproject.org).

“La red de conocimientos electorales (ACE) nos explica que los partidos políticos y los candidatos usan noticias blandas para obtener votos. Esta táctica es tan antigua como la política. Los políticos estrechan manos, besan a bebés, toman una cerveza, juegan fútbol o cualquiera que sea una manera culturalmente apropiada de mostrar que ellos son, en su totalidad, miembros de la raza humana”.

Los electores saben que estas oportunidades de noticias son creadas, sin embargo, funcionan para darles a los políticos un rostro más humano. Mejor aún, ellos pasan mucho tiempo evitando asuntos que pueden ser potencialmente dañinos. Los periodistas enfrentan un dilema; ya que, estas noticias no son propiamente noticias, pero se arriesgan a que sean la primicia de los medios rivales si no se encargan de

ellas. Esta es una razón porque gran parte de la cobertura electoral es superficial y no informativa. (aceprojet.org).

Con base en lo citado anteriormente, se considera que para el 2024, los medios de comunicación se llenarán de propaganda electoral. 8 de cada 10 noticias del país estarán relacionadas con las elecciones políticas, y se hará un análisis a detalle de todos los candidatos a presidentes de la nación. Desde su origen, sus costumbres, sus estudios, su experiencia, su partido político, etc.

Los medios de comunicación tendrán mayor importancia en la influencia de los electores, y pondrán en evidencia todo lo que se haga en las calles y lugares públicos donde arrancarán las campañas electorales. Pero hay un medio de comunicación que tendrá más poder y más importancia que la televisión o la radio, y sin duda alguna son las “redes sociales”.

Las redes sociales han sido el punto clave de la fama de muchos políticos durante y después de hacer campaña política. Un claro ejemplo es la popularidad de Enrique Peña Nieto y sus famosos “memes” que se difunden a través de plataformas con mayor información política como lo es Facebook y Twitter. Y éstos se crean con la finalidad de transmitir un mensaje positivo o negativo del político, pero con un toque de sátira y burla. Además, que muchos periódicos de noticias importantes como el *Universal* o *el Reforma*, que antes solo los podías leer en papel, actualmente ya puedes consultarlos por medio de estas plataformas.

Las elecciones del 2018 son el ejemplo más cercano; los candidatos a la presidencia del país, así como otros candidatos a gubernaturas o a diputaciones, se hicieron publicidad solamente utilizando estas plataformas. Estas estrategias no solo son para los simpatizantes o militantes del partido, ya que también atraen a muchos jóvenes incluso menores de 18 años. A través de videos, bailes, canciones, imágenes coloridas, discursos coloquiales, etc.

La red social reflejó, a través de sus “likes”, las opiniones de los usuarios respecto de las cualidades, temas abordados y lenguaje utilizados por los candidatos. Fueron Andrés Manuel López Obrador (AMLO) y Jaime Rodríguez Calderón, *El Bronco*, los

que contaron con comunidades más participativas. Sus conversaciones resultaron entre tres y ocho veces más numerosas que las del resto de los presidenciables, en el terreno digital.

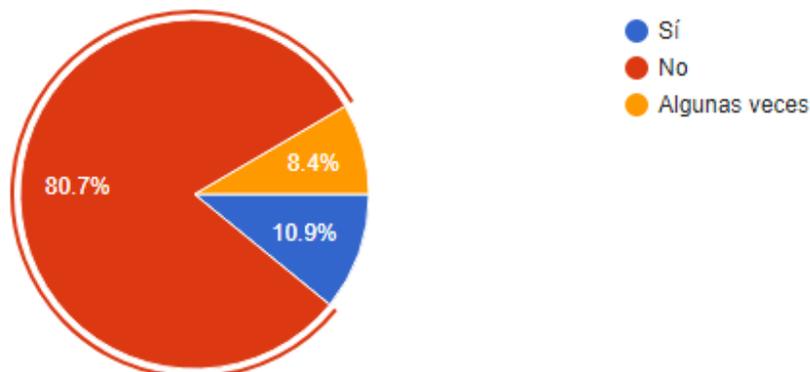
Estas estrategias de intercambio de información en redes sociales como Facebook y Twitter utilizadas como medios de comunicación directa de las candidatas y los candidatos con la gente, les generó la posibilidad de interactuar con un lenguaje sencillo, pero con riesgos de una alta polarización del debate y el cuestionamiento a la factibilidad de cumplir los compromisos de beneficio social para el electorado. Una vez detectado este tema, los equipos de las y los candidatos a lo largo del país cuidaron de enviar por la red mensajes que incluyeran la asociación de información política con promesas creíbles para el electorado, generando la percepción de igualdad democrática y la expectativa de que la política funcione a favor de los intereses de las mayorías. (Alcántara, 2019).

En una entrevista realizada al sociólogo y Doctor René Valdiviezo Sandoval, expresó que la participación electoral sigue siendo un valor que en muchos países incluyendo México, tiene un deterioro horrible. El principal valor importante es el de la "participación ciudadana" por ser democrática y plural. (Valdiviezo, 2021).

Pero la participación política muchas veces no es bien difundida, hay muchos mexicanos apáticos, otros desinteresados y la mayoría están desinformados, muchas veces debido a la falta de información abierta y real por parte de los gobiernos, instituciones o partidos políticos. Concentran la información en sus simpatizantes y no se difunden como deberá ser.

En una encuesta realizada a mexicanos entre 18 a 60 años o más, de toda la república, se les preguntó si tienen algún tipo de participación política en su localidad, teniendo de opciones sí, no y algunas veces. Con el 80.7% los mexicanos contestaron que "no" tiene participación política, mientras que la segunda opción fue que sí la tienen con el 10.9%.

Imagen 3.1 “¿Tiene algún tipo de participación política en su localidad?”



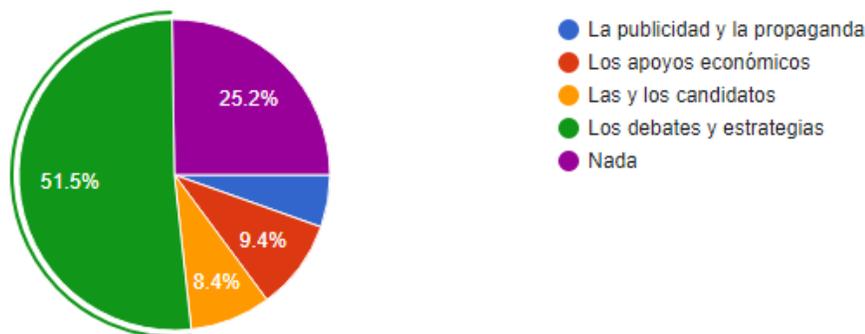
Fuente: elaboración propia, encuesta opinión ciudadana 2021.

Por lo tanto, la participación política masiva dependerá de la importancia de la publicidad y el marketing político que se maneje en el año 2024. La situación política será un proceso de comunicación masiva y dependerá de todas las estrategias que se usen en los procesos de campaña, desde los colores, las propuestas, los candidatos, etc.

Para los mexicanos, en su mayoría, les interesa también la manera en como los partidos hacen campaña, desde sus mensajes en televisión de ataques a los opositores, hasta las estrategias ridículas de algunos candidatos para ganar votos.

En la encuesta realizada a mexicanos entre 18 a 60 años o más de toda la república, se les preguntó qué les llama la atención en las campañas electorales, teniendo de opciones la publicidad y la propaganda, los apoyos económicos, los candidatos, los debates y estrategias, y nada. El 51.5% de los entrevistados contestó que le llama más la atención los debates y las estrategias políticas, mientras que el 25.2% respondió que no le interesa “nada” de las campañas.

Imagen 3.2 “¿Qué le llama la atención en las campañas electorales?”



Fuente: elaboración propia, encuesta opinión ciudadana, 2021.

Entonces, se puede afirmar que los debates políticos traen consigo muchas estrategias de comunicación que pueden ser atractivas para el electorado, en ellas se observa la vestimenta y postura del candidato, los colores y logotipos de los partidos políticos, las propuestas que llaman la atención y por supuesto la manera en cómo se expresan los candidatos, como se dirigen a la ciudadanía y que tan carismáticos pueden o no ser.

La propuesta de “cambio” en Andrés Manuel López Obrador en los debates, lo llevó a la victoria. La manera pacífica de hablar, la serenidad y tranquilidad que sentía en los debates, transmitió un sinónimo de triunfo en los votantes; sarcástico y seguro, AMLO logró ganar los simpatizantes de la manera más sencilla posible, mientras que los demás candidatos se dedicaban a atacarlo, él decidió hacer lo contrario con sus oponentes, pues ya veía ganadas las elecciones sin problema alguno. Mientras el partido MORENA transmitía la “esperanza”.

Para el 2024 las estrategias políticas que se vivirán en el país, moverán una gran ola de emociones entre una sociedad mexicana dividida. Por una parte, la oposición revivirá el presente y todo lo negativo del gobierno actual, mientras que el gobierno revivirá el pasado de sus principales opositores, el PRI y PAN. Las redes sociales serán el principal promotor de comentarios públicos, de información electoral y de transmisiones de campañas.

En la televisión los spots de publicidad partidista estarán presentes cada minuto, generando miedo y preocupación, pues sectores importantes como la economía y la salud serán los que generen ese miedo a la ciudadanía y determinen el voto de los mismos. Se abrirá paso a la libre expresión y todos hablarán de los temas del momento. Será un evento futurista.

### **3.2 El futuro candidato como un producto de venta en las emociones del votante**

“La inclinación por un político depende no solo de la valoración de factores históricos, políticos, socioeconómicos y culturales, sino también de mecanismos cerebrales de toma de decisiones. El neurocientífico Diego Redolar, profesor de los Estudios de Ciencias de la Salud de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), lo analiza.”

Tomar decisiones sobre en quién se puede confiar es importante para la seguridad y el bienestar de las personas, tanto individual como grupalmente. Para muchos ciudadanos no siempre está claro a quién hay que votar, porque en muchos casos la evidencia de la información no está clara y se desconoce con qué grado de veracidad habla cada candidato. La imagen de los políticos es uno de estos atajos, apunta Redolar, también investigador del grupo de investigación Cognitive NeuroLab de la UOC.

“La expresividad emocional y la estructura del rostro de un candidato son también aspectos clave en grandes decisiones como estas”, comenta el neurocientífico. “El procesamiento que el cerebro lleva a cabo a partir del rostro de una persona para generar una atribución de confianza o desconfianza es espontáneo y automático. Implica estructuras clave de procesamiento de la información emocional, como la amígdala o la ínsula anterior”, explica el investigador. (Sánchez, UOC, 2019).

La forma de la boca y de las cejas, por ejemplo, puede influir. Los rostros con una expresión facial de felicidad, en los que normalmente se presentan bocas en forma de U y cejas en forma de A, denotan confianza, mientras que los rostros que

muestran una expresión facial de enojo, con bocas en forma de  $\cap$  y cejas en forma de V, son rostros de los que tendemos a desconfiar, señala Redolar. En cuanto a las personas que tienen las mejillas poco profundas, la barbilla amplia, las cejas bajas y la cara ancha, generan menos confianza en los demás. «En el caso de las mujeres, las características estructurales son un arco superciliar (arco óseo del cráneo situado encima de los ojos) más alto, unos pómulos más pronunciados y caras estrechas», remarca Redolar.

Además, la percepción que tenemos cuando vemos por primera vez el rostro de una persona puede estar afectada por la sensación previa que hemos tenido al ver las caras de las personas que pertenecen a su grupo. Así, por ejemplo, la percepción que tenemos de los miembros que forman una lista electoral puede estar condicionada previamente por la percepción que tenemos del cabeza de lista.

«En contextos experimentales, antes de presentar un rostro neutro -que no muestra ninguna emoción y que no se ha relacionado previamente con ninguna situación ni negativa ni positiva-, cuando se ha mostrado de forma subliminal una cara que posee facciones que denotan desconfianza, los participantes después atribuyen al rostro neutro esta desconfianza», señala el investigador. (UOC, 2019).

Actualmente hablar de un candidato ideal en México, es hablar de la comunicación, expresiones, forma de vestir y de ser. La manera en cómo los candidatos actuales en México están subiendo al poder, es gracias al aspecto físico y emocional que manejan durante y después de cada campaña política. A través de las redes sociales se puede dar la fama suficiente para poder posicionarse en los primeros lugares de las encuestas en popularidad.

Según Teodoro Luque, un candidato debe agrupar las siguientes características:

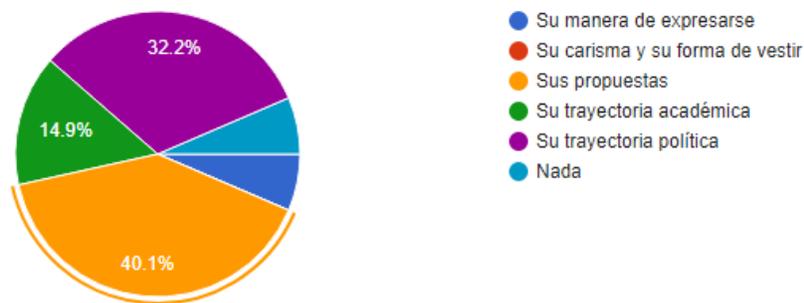
1. Cualidades humanas: simpatía, honradez, sinceridad, etc.
2. Cualidades intelectuales: inteligencia, experiencia, nivel cultural, etc.
3. Cualidades políticas: experiencia política, aceptación en la organización, capacidad de negociación, etc.

4. Cualidades de comunicador: oratoria, imagen pública, actuación ante los medios de comunicación, etc. (Luque, 1996, p.118).

En basa a la teoría de Luque, el candidato mexicano necesita tener bien desarrolladas las cualidades humanas y de comunicador, ya que éstas son las que más le interesan a la sociedad mexicana. ¿Por qué?, por la necesidad de ser empáticos y humanos. Como ya se ha investigado, el mexicano trae una historia de traición e indiferencia; huye de repetir su historia, por eso busca líderes que conecten con sus emociones y los haga sentir iguales.

En la encuesta realizada a mexicanos entre 18 a 60 años o más, de toda la república, se les preguntó que le llama la atención de un candidato, teniendo algunas opciones como su manera de expresarse, su trayectoria política y académica, su carisma, etc. Teniendo como resultado el 40.1% de los entrevistados a favor de las propuestas de los candidatos, mientras que el 32.2% considera que su trayectoria política les llama su atención.

Imagen 3.3 “¿Qué le llama la atención de un candidato?”



Fuente: elaboración propia, encuesta opinión ciudadana, 2021.

Pero ¿todos los mexicanos buscan el mismo candidato? El Doctor en ciencias sociales y políticas René Valdiviezo Sandoval, expresó que en México el candidato ideal dependerá de los intereses de cada sector. Para los que tienen una visión racional debe ser un buen administrador, que sea capaz de adjuntar un buen equipo

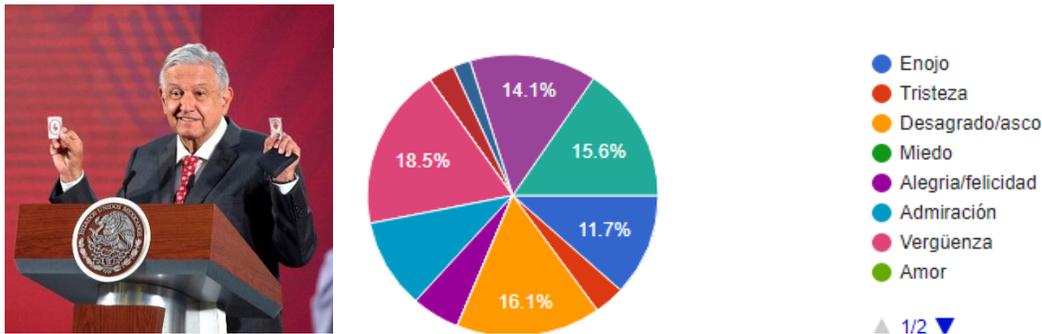
de especialistas, planeación estratégica, etc. Para otros, un tecnócrata preparado con estudios en el extranjero, con gran experiencia en trabajar en organismos internacionales; para otros es aquel que tiene cercanía con la gente y que cumpla con las expectativas de la gente en el discurso, aunque no traduzcan acciones. “AMLO supo manejar el lenguaje de la gente, ese fue su éxito”. (Valdiviezo, 2021).

A pesar de que AMLO tuvo el triunfo gracias a su labia y su expresión corporal, no todos los mexicanos votaron por él. Como ya se sabe, a la mayoría de los mexicanos se les convenció del cambio que Obrador venía manejando, pero también están los que no participaron porque realmente no les llamó la atención ni las propuestas de AMLO, y menos su manera de hacer política. Mientras que, para otros, el tema económico y la desaparición del neoliberalismo que manejaba el candidato, terminó por convencerlos de no votar por él.

El sociólogo René Valdiviezo dijo en la entrevista realizada que hay tres sectores de la población mexicana. Un sector que no votó por AMLO y que sus preferencias políticas siguen intactas por los partidos de oposición. El otro, que se ha decepcionado después de votar; la clase media golpeada por la situación pandémica y a su vez económica. Y hay otro sector el cual piensa que AMLO está haciendo lo correcto y que la propuesta de MORENA tiene sentido. (Valdiviezo, 2021).

Actualmente en la encuesta realizada a mexicanos entre 18 a 60 años o más, de toda la república, se les preguntó que emoción o sentimiento les generaba la imagen del presidente AMLO, teniendo algunas opciones como odio, vergüenza, admiración, enojo, decepción, etc. Aquí las respuestas fueron variadas teniendo un porcentaje equilibrado entre unas y otras. El 18.5% de la población encuestada dijo sentir vergüenza, mientras que el 16.1% dijo sentir desagrado, el 15.6% decidió optar por ninguna de las anteriores y detrás está el 14.1% que siente decepción.

Imagen 3.4 “¿Qué emoción o sentimiento le genera la siguiente imagen de AMLO?”



Fuente: elaboración propia, encuesta opinión ciudadana, 2021.

Con las encuestas realizadas, se puede decir que hay un hartazgo político que se puede ir generando después de las elecciones, las propuestas de los candidatos son clave para definir el voto de los ciudadanos. En ellas se encuentra la esperanza y la posible salida a los problemas tanto individuales como colectivos de los mexicanos, siendo entonces “las propuestas” la manera más real que tiene el electorado para que convencerse de salir a votar. Eso no quiere decir que las propuestas sean del todo factibles para solucionar los problemas del país.

Hay propuestas bastante racionales y precisas, y hay otras que no tienen sentido y no aportan nada positivo al país. Sin embargo, todas esas promesas de campaña pueden o no estar bien implementadas, pero eso realmente no es lo importante, aquí lo que importa es quien interpreta esas propuestas, es decir, el candidato.

El posible candidato del 2024 tendrá que saber manejar perfectamente las emociones de los ciudadanos según el escenario que se le presente. Tendrá que aprender a lidiar con una sociedad dividida en opiniones y poder juntarlos para generar un voto masivo. Actualmente los políticos jóvenes también están generando votos, y se pueden basar en los candidatos exitosos que han generado emociones positivas en ambos sexos. Enrique Peña Nieto en las elecciones del 2012 y Samuel García en el 2021. Ambos candidatos son “jóvenes” con niveles académicos altos y con buena presencia que, sin duda, son un ejemplo para todo aquel hombre joven que quiera ser exitoso y el hombre de ensueño que toda mujer quisiera tener.

El candidato ideal tendrá que satisfacer a todos los sectores sociales. Por un lado, a los estudiantes e intelectuales, con preparación académica y trayectoria política, que exprese su respaldo al sector educativo y empresarial, a favor de la libertad de expresión y los derechos humanos; impulsor de la economía y el desarrollo social. Y, por otro lado, a los pobres, la clase obrera, los campesinos, aquellos que piden a gritos una vida digna, que no les importa que tan preparados estén los candidatos académicamente, pero sí les importa cómo se exprese de ellos, como actué y camine, que vista y coma igual que el resto.

### **3.3 El voto emocional y racional de los ciudadanos mexicanos en el 2024**

El científico Antonio Damasio, en un acto de presentación de su último libro, *El extraño orden de las cosas*, apunta que la gente tiende a despreciar los sentimientos. “La sociedad se ha centrado en la ciencia y la tecnología, pero la clave de todo está en que somos seres que sentimos. El resto de cosas, como el intelecto o la visión del mundo, vienen después”. Para Redolar, tal como apunta Damasio, en la toma de decisiones se produce una negociación entre la razón y las emociones. “En la elección de un candidato político las emociones nos pueden ayudar o dar pistas para completar la información que podemos recoger con nuestro razonamiento sobre aspectos como la base de la ideología o el programa político del candidato”, añade. (UOC, 2019).

Gracias a las asociaciones neuronales, cada experiencia que tenemos el cerebro la guarda de forma inconsciente en sensaciones positivas o negativas, y de aprobación o rechazo. Cuando se repite una situación similar, se activan estas conexiones cerebrales y ya se produce una reacción intuitiva de aprobación o no de la situación. (UOC, 2019).

En la entrevista realizada a la doctora en psicología Gabriela Sánchez Mondragón expresó que las emociones permiten a nuestro organismo adaptarse a cualquier situación social. Las emociones se asocian a ciertas regiones del cerebro como la

amígdala y generan sustancias llamadas neurotransmisoras, las cuales reciben el estímulo y se produce la emoción. (Sánchez, 2021).

En la investigación científica del tema central (neuropolítica) muestra una problemática mayor a la esperada, la emoción del electorado lo lleva a las acciones políticas y esto a su vez, genera la situación del país y de los gobiernos. Esto responde solo a algunas preguntas como... ¿Por qué tenemos el gobierno que tenemos? ¿Por qué los mexicanos elegimos este tipo de candidatos? Pues bien, una de las respuestas es porque manejan a la población mexicana a través de la emoción y no de la razón. Llevando las emociones a temas que nos generan sentimiento como la familia y la pobreza.

En la Neuropolítica, las neuronas juegan un papel importante, ya que éstas conectan a las emociones de la persona y generan una reacción en el momento. De nueva cuenta se mostrará la estructura de una neurona para entender el proceso emocional en la siguiente imagen:

Imagen 3.4 “estructura básica de una neurona”



Fuente: proyecto biosfera, 2021

“Expresado de una manera muy sencilla, la neurona recibe un impulso eléctrico a través de las dendritas. Este atraviesa el cuerpo o soma y luego se transmite a otras células por medio del axón. El axón libera una sustancia química llamada neurotransmisor”. (Mejorconsalud, 2020).

Éstas a su vez se conectan unas con otras formando un estímulo receptor al momento de recibir un mensaje de impacto. Por ejemplo: una familia discutiendo; los integrantes se alteran y en ese momento se conectan los neurotransmisores pasando la información y generando la emoción que en ese momento se presta para la discusión familiar, o sea, el enojo.

En la entrevista realizada a la doctora Gabriela Sánchez Mondragón explica que las emociones se dan en 3 niveles. Una emoción tiene un nivel de respuesta fisiológica, tiene elementos cognitivos y elementos conductuales, es decir, todas las emociones van a emitir las conductas socialmente activas del individuo. Todas cuentan con características adaptativas. (Sánchez, 2021).

“El comportamiento colectivo puede darse a la influencia de las mayorías, la necesidad de pertenecer, y a través de estos factores construimos nuestro concepto de realidad” expresó la psicóloga Gabriela Sánchez en la entrevista realizada. (Sánchez, 2021).

Estos ejemplos se aplican exactamente igual para los procesos políticos, los cuales han servido mucho a los candidatos y funcionarios públicos. Es un nuevo método de voto el cual apenas comienza a esparcirse. Por lo tanto, se llegó a la conclusión de que pronto todo aquel que quiera hacer campaña política, tendrá que utilizar las neurociencias y en México ya comenzó.

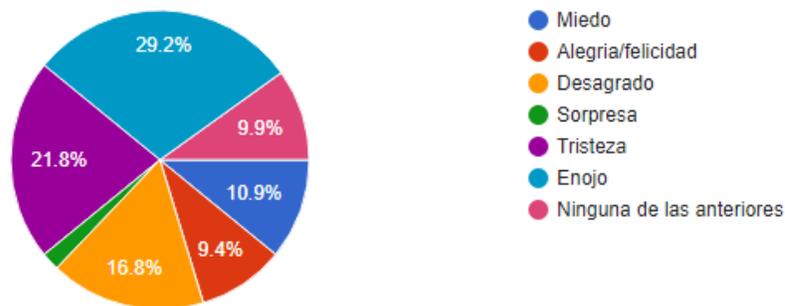
Con este proceso neuropolíticos, se puede llevar un análisis más detallado del comportamiento político de los electores mexicanos. Está en todo momento, antes, (en los procesos electorales), y después (ya en la gestión). Entender la política social desde la perspectiva de la psicología y las neurociencias, hace más

entendible del porqué de nuestra inclinación partidista o nuestra preferencia por algún candidato.

Las emociones más sobresalientes en los mexicanos durante los procesos de campaña electoral son “el miedo” y “el enojo”. Y estos traen consigo unos sentimientos más profundos a lo largo de las administraciones en turno como la decepción y el desprecio, lo que hace de la política un tema de hartazgo y desinterés en la sociedad mexicana.

En la encuesta realizada a mexicanos entre 18 a 60 años o más de toda la república, se les preguntó que emoción les generaba la situación actual del país, teniendo de opción el enojo, la alegría, el miedo, el desagrado, la tristeza, la sorpresa o ninguna de las anteriores. El 29.2% de los entrevistados contestó que les causa “enojo”, mientras que la segunda posición con el 21.8% fue “tristeza”.

Imagen 3.5 “¿Qué emoción le genera la situación actual de la política en el país?”



Fuente: elaboración propia, encuesta opinión ciudadana, 2021

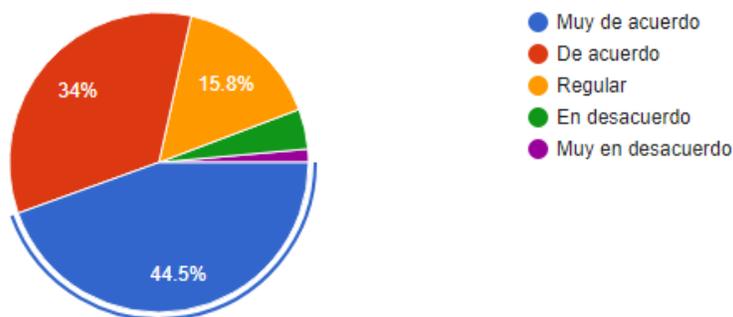
Las emociones que se van generando, dependen mucho del discurso de los gobernadores y políticos en general. El presidente AMLO ha mantenido su postura de polarización política entre liberales (todos aquellos ciudadanos que están con él y su partido), y los conservadores (aquellos que están en su contra y con otras preferencias políticas). Lo que lo ha llevado a ser el principal impulsor de críticas a nivel internacional, tanto positivas como negativas, diversificando los temas

económicos, políticos y sociales, generando así las emociones que se presentan en la gráfica anterior 3.5.

René Valdiviezo Sandoval expresó en la entrevista realizada, que “no se puede hablar de los ciudadanos mexicanos emocionales porque no hay un perfil exclusivo. Por ejemplo, la teoría de la elección racional tiene más sentido para algunos, como universitarios podemos ser más racionales. Hay una combinación de los dos aspectos, y los aspectos emocionales están presentes en todo momento”. (Valdiviezo, 2021).

Sin embargo, en la encuesta realizada a mujeres y hombres mexicanos entre 18 a 60 años o más, de toda la república, se les mencionó que los mexicanos son más emocionales que racionales a la hora de elegir a nuestros gobernantes. El 44.5% de los entrevistados dijo estar “muy de acuerdo”, mientras que 34% dijo estar “de acuerdo”.

**Imagen 3.6 “Los mexicanos somos más emocionales que racionales a la hora de elegir a nuestros gobernantes”**



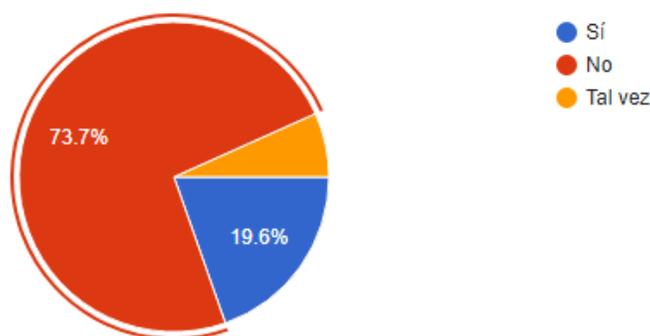
Fuente: elaboración propia, encuesta opinión ciudadana, 2021.

Por otra parte, el generador de las emociones constantes en la política también depende de los partidos políticos en turno, tanto de oposición como los que gobiernan, ya sea en la federación, los estados o las alcaldías. Los partidos políticos son impulsores de ideologías políticas y tiene que ver mucho con los temas de derechos humanos, tecnología, ciencia, cultura, economía, etc. Lo que los hará tener ideologías de conservadurismo o de liberalismo según la imposición social.

En la entrevista realizada, la doctora Gabriela Sánchez explicó que las motivaciones son generadoras de estos sucesos de ideologías y comportamientos colectivos. Las motivaciones se dividen en dos. Las motivaciones intrínsecas son las surgen dentro de la persona, o sea la motivación interior. Y las motivaciones extrínsecas son los factores externos de la persona. Ambas se relacionan y pueden crear una serie de comportamientos colectivos que generan las intenciones de voto. (Sánchez, 2021).

Pero, ¿los mexicanos se identifican los partidos políticos? en la encuesta realizada a mujeres y hombres mexicanos entre 18 a 60 años o más, de toda la república, se les preguntó qué tan identificados se sentían con algún partido político actual. Increíblemente el 73.7% de los encuestados dijo “no” identificarse con algún partido político, es decir, más de la mitad. Mientas que solo el 19.6% contestó que “sí” se identifica con algún partido político.

Imagen 3.7 “¿Se identifica con algún partido político actual?”



Fuente: elaboración propia, encuesta opinión ciudadana, 2021.

El sentido apartidista del electorado es preocupante, ya que no dejará ver muy claro los resultados del escenario político del 2024, y es que los partidos políticos actualmente llevan una decadencia ideológica a causa de la perdida de simpatizantes. En las coaliciones se puede observar las alianzas entre partidos de distintas ideologías. Alianzas desesperadas con un único propósito, “llegar al poder”. Por ejemplo, el Partido Verde desde su creación ha estado saltando de coalición en coalición con tal de no perder su registro.

En las elecciones presidenciales del 2018 llamó mucho la atención la coalición “Por México al Frente” por la que iban los partidos PAN (de derecha) y PRD (de izquierda). Al tener estos partidos ideologías completamente diferentes, desconcertó tanto a sus simpatizantes como a la oposición, pues no se explicaban como dos partidos opositores de ideas se pudieran unir.

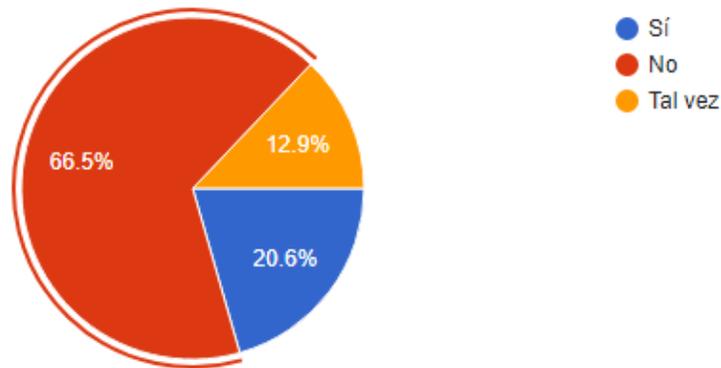
Estos ejemplos y muchos otros han hecho que los electores ya no sepan por quién votar ni a que ideología pertenecer, tal parece que las futuras elecciones presidenciales del 2024 serán influenciadas por los candidatos y ya no por lo que representan “el partido político”.

Y a todo esto, ¿cómo está la aceptación del partido gobernante (MORENA)? Si bien las encuestas nacionales posicionan a MORENA como un partido privilegiado en popularidad, la realidad es que no es gracias a los diputados y senadores que lo representan, y mucho menos los gobernadores de los estados que actualmente el partido gobierna. La realidad es que la popularidad de MORENA es gracias a su creador “Andrés Manuel López Obrador” quien desde su creación ha dejado meter a políticos y empresarios de todos los partidos opositores.

La creación de MORENA solo tuvo un único fin, hacer que AMLO llegara a la presidencia, convirtiéndolo su ideología en defender los derechos humanos y las causas nobles a la clase más vulnerable del país.

En la encuesta realizada a mujeres y hombres mexicanos entre 18 a 60 años o más, de toda la república, se les preguntó si votarían por el mismo partido político que gobierna actualmente el país. El 66.5% de los encuestados dijo que “no”, mientras que el 20.6% contestó que “sí” y solo el 12.9% contestó que “tal vez”.

Imagen 3.8 “¿Usted votaría por el mismo partido político que gobierna actualmente el país?”



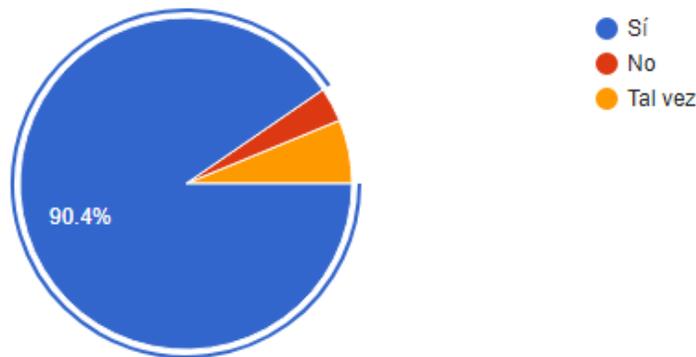
Fuente: elaboración propia, encuesta opinión ciudadana, 2021.

Muchas veces la gente confunde la popularidad con las buenas soluciones de los gobiernos o políticos. Sin embargo, la constante integración de políticos traídos de otros partidos políticos como ex priistas o ex perredistas, han hecho que las críticas negativas a AMLO y su partido rebasen la ideología de cambio que ha venido manejando, pues las contradicciones han hecho que la gente no confié en el partido político. Eso no significa que el presidente López Obrador baje su popularidad, es más bien las acciones que se hacen dentro del partido político y sus líderes, lo que provoca ese hartazgo y rechazo social.

Con todo lo mencionado ¿Cuál será el escenario político del año 2024?

¿Los mexicanos saldrán a votar? En la encuesta realizada a mujeres y hombres mexicanos entre 18 a 60 años o más, de toda la república, se les preguntó si votarían en las próximas elecciones del 2024 para elegir al presidente del país. Más de la mitad de los encuestados contestó que “sí” con el 90.4% de las respuestas. Mientras que el 3.3% contestó que “no” lo hará.

Imagen 3.9 “¿Votará en las próximas elecciones políticas del 2024 para elegir al presidente de la Republica?”



Fuente: elaboración propia, encuesta opinión ciudadana 2021.

Hay un interés en los mexicanos por las elecciones que definirán del próximo presidente de México, sea para eliminar la imagen del actual presidente o para mantenerla viva en la silla presidencial. Lo que sí es seguro es que a pesar de la poca información que se puede tener, hay interés político en el 2024.

En la entrevista realizada al sociólogo y Dr. René Valdiviezo, analizó que se generará un sexenio de consolidación, una elección polarizada con una derrota política de la derecha. Volverá a ganar MORENA, con un candidato diferente a las características que tenemos del actual. Habrá sectores fuertemente opositores y las elecciones dependerán de cómo se resuelva la situación pandémica y económica actual. (Valdiviezo, 2021).

René Valdiviezo dijo que, a pesar de volver a ganar MORENA, el candidato será alguien distinto a AMLO, “aunque no habrá un candidato más popular como el que tenemos actualmente. Centrando bases en cosas que a muchos sectores no les gusta y que involucran también intereses extranjeros de por medio”, expresó. (Valdiviezo, 2021).

Definitivamente las emociones y sentimientos en el 2024 estarán polarizadas tanto para la oposición como para los simpatizantes del gobierno actual. Enojo, miedo,

tristeza, alegría, decepción, hartazgo, esperanza, etc. Todo estará enfocado en una sola persona “Andrés Manuel López Obrador”.

A pesar de que las elecciones del 2021 no están ligadas a las del 2024, sí se puede visualizar un futuro escenario político a partir del que se está viviendo en el 2021. Todas las campañas opositoras tienen una sola meta “eliminar a MORENA en el Congreso”. La alianza Va Por México conformada por el PRI - PAN – PRD es la representación de la desesperada estrategia para generar voto masivo y poder emparejar el poder con el gobierno de AMLO.

Este es un ejemplo de lo que posiblemente se podrá ver en el 2024, pero esta vez la oposición usará sus mejores estrategias para desterrar la imagen del actual presidente y venderán al candidato que sea todo lo contrario a él. Joven, intelectual, estadista etc. Utilizarán las emociones del miedo y la ira para convencer al pueblo mexicano. Al precio que sea utilizarán sus mejores cartas para eliminar la construcción de la famosa “cuarta transformación”.

Los posibles candidatos de la oposición.

Por parte del PAN sin duda alguna el principal perfil para el cargo es Ricardo Anaya, quien el 18 de enero de 2021, anunció que intentará de nuevo ganar la Presidencia de México en 2024 y el inició un recorrido por mil municipios del país, mismo anuncio que fue visto con buenos ojos por algunos panistas, incluido el actual dirigente nacional, Marko Cortés.

Por parte del PRI En el marco de las campañas para las elecciones de 2021, la diputada federal priista Cynthia Iliana López Castro destapó en Campeche al dirigente nacional Alejandro Moreno Cárdenas, “Alito”, para ser el candidato a la presidencia de la república en 2024.

“Quiero que sea nuestro candidato presidencial en 2024, porque Alejandro sabe gobernar, porque Alejandro sabe las necesidades, porque hoy los mexicanos ya se cansaron de tener un gobierno que solo prometa, ya se cansaron de un presidente que solo hable, quieren un presidente que trabaje y yo como priista voy a apoyar y

respaldar a Alejandro Moreno”, dijo López Castro en un video. (AnimalPolitico, 2021).

También, el partido Movimiento Ciudadano ha generado candidatos reconocibles y que han dado de que hablar en los últimos dos años. Tal es el caso del ya gobernador del estado de Nuevo León, Samuel García, quien ha impulsado su carrera política a través de campañas publicitarias por medio de las redes sociales, en compañía de su esposa “influencer” Mariana Rodríguez.

Otro prospecto del Movimiento Ciudadano es el actual alcalde de Monterrey, Luis Donaldo Colosio Riojas, quien podría competir para la candidatura presidencial; con una gran controversia partidista, pues es el hijo del fallecido político Luis Donaldo Colosio, quien fue candidato a la presidencia de México por el PRI.

Estas figuras públicas de ambos partidos, podrían ser los próximos candidatos a la presidencia de México, pues se han hecho notar en sus partidos y la gente empieza a ubicarlos más fácil. A pesar de la debilitada oposición y la poca figura pública de autoridad dentro de los partidos opositores, hay algunas excepciones destacables que pueden competir e igualar la popularidad que los posibles candidatos del partido MORENA han generado.

Y, por otro lado, el gobierno hará totalmente lo contrario, mantendrá a toda costa la imagen que el presidente se ha construido. Sí, será un candidato distinto a AMLO con ideas y propuestas nuevas y necesarias en el momento, pero mantendrá ese mismo discurso de “sigamos haciendo historia”, “esperanza y cambio” que el presidente viene manejando. Utilizará el pasado de la oposición y reafirmará los proyectos y logros que su antecesor ha realizado con su partido político.

Por otra parte, los posibles candidatos a presidentes por parte del partido gobernante (MORENA) ya se están visualizando desde ahora como los favoritos a ocupar este cargo. Los más populares son la jefa de gobierno de la CDMX, Claudia Sheinbaum y el secretario de Relaciones Exteriores, Marcelo Ebrard.

Los dos que se mencionan en todas las conversaciones tienen peculiaridades.

**Marcelo Ebrard**, como político de muchas andanzas, sería candidato natural pues lo relevó en la Jefatura de Gobierno de la CDMX. Para las elecciones del 2024 tendría 64 años cumplidos. El cambio generacional no sería tan grande.

**Claudia Sheinbaum**, si bien no difiere tanto en edad respecto a los anteriores, estaría por cumplir 62 años para las elecciones presidenciales. A diferencia de los otros dos, su carrera política ha estado vinculada siempre a AMLO.

Los dos habrían estado al frente de gobiernos estatales y tendrían la experiencia necesaria para ser el sucesor o sucesora. (ElFinanciero, 2021).

MORENA apostará por estos posibles candidatos, quienes traerán la experiencia de gobernadores y que además han estado en otros altos cargos públicos. La experiencia, la trayectoria política y las emociones de alegría y los sentimientos de esperanza y satisfacción serán sus principales estrategias.

Con la gran popularidad de AMLO y su fuerte imposición en la política, sí, MORENA podría volver a ganar las elecciones presidenciales, pero dependerá del manejo económico del país lo que defina el triunfo. Se necesitará la unión de todos los sectores como los empresarios, los jóvenes, la gente adulta, etc. Pero, sobre todo, se necesitará reemplazar la polarización que AMLO creó para así, generar el voto masivo en una sociedad mexicana con la opinión política sumamente dividida.

## Conclusiones

A partir de los estudios realizados, se puede concluir que hoy en día la política mexicana se maneja a través de las emociones. La tecnología y los estudios del comportamiento humano evolucionan cada día, y con ellos, la práctica política y la sociedad. Ya sea a través de las redes sociales, en las calles, en la televisión o la radio, no importa el medio por el cual se hagan campañas políticas; si no conectas con la mente y las emociones de la gente, no habrá ninguna posibilidad de ganar.

La sociedad mexicana es emocional, y los políticos lo saben muy bien; las mejores propuestas pasaron de moda, lo de hoy es sentir la empatía del candidato con el pueblo, que transmita confianza, que no se vea superior sino igual a los demás. Para qué necesitan los mexicanos un presidente educado, si no entiende la pobreza de las familias, para qué se necesita un presidente con labia y tenga las mejores propuestas, si no entiende el lenguaje coloquial del barrio y el sentir emocional de los pueblos marginados.

El mexicano es confuso, puede ser muy envidioso con su prójimo, se siente menos importante cuándo encuentra a alguien superior a él. Le atemoriza lo desconocido, necesita lo tradicional, necesita sentirse querido, que pertenece a algo o a alguien. De ahí las famosas frases coloquiales como “o todos coludos o todos rabones”, y esto aplica también para los gobernantes que eligen, pues necesitan políticos con los que se identifiquen, ya que le temen a sentirse nuevamente conquistados.

El voto del mexicano es mayormente emocional y jamás reconocerá con toda firmeza sus errores, por eso se justificará con la razón, es decir, actuará emocionalmente y justificará sus actos racionalmente. Pues bien, la mente, nuestro sentir y las emociones eligen el rumbo de nuestros actos tanto sociales como individuales, es lo que nos distingue de los demás animales. Y en la psicología específica del individuo mexicano lidera el cerebro límbico (emocional).

Como ya se ha mencionado, algunos de los factores sociales que encaminan al individuo a tomar decisiones emocionales son los problemas económicos, de seguridad pública, de oportunidades de desarrollo personal, entre otras. Y precisamente son éstos los que llevan al ciudadano mexicano a buscar a un candidato que les prometa solucionarlos; es aquí donde entra el actor político. Las emociones son actualmente la mejor estrategia de los actores políticos para ganar votos. Las herramientas más fáciles son la imagen y labia del candidato.

La neuropolítica ya es un concepto importante en las estrategias políticas de cualquier país. Ya se ha utilizado en México y aunque no esté presente la definición como de neuropolítica como tal, se puede ver su presencia a la hora de brindar un discurso, o de las diferentes estrategias de publicidad de los candidatos y partidos políticos, ya que los procesos neuronales se activan al recibir un impacto emocional del individuo, lo que lo obliga a actuar con rapidez. Este impacto veloz lo transmite la propaganda política por cualquier medio de comunicación.

La neuropolítica será indispensable para las elecciones del 2024, el manejo emocional determinará al próximo presidente de México. MORENA, el partido político dominante actual, utilizará las emociones y sentimientos que ha venido manejando desde su victoria en el año 2018 con la llegada de AMLO a la presidencia, las cuales son el miedo, la ira, la esperanza, etc. El miedo de regresar a los partidos de siempre, será el discurso principal de los candidatos de dicho partido para generar simpatizantes.

Por otra parte, la oposición utilizará las emociones y sentimientos de ira y decepción. Utilizarán los daños y errores que ha causado la cuarta transformación a su beneficio, generarán un ambiente de enojo y decepción por quienes creyeron que serían el cambio esperado. Posiblemente vuelvan a generar alianzas partidistas para poder obtener más votos, como fue el caso de la alianza del PRI-PAN-PRD en las elecciones intermedias del 2021.

La gran división social que hay en el país, dejará ver de una manera muy marcada las preferencias políticas del electorado. Se reforzarán las ideologías y serán más

fieles a sus candidatos y partidos de lo que ya eran. Pero queda una parte importante de la sociedad, y son estos grupos de personas que aún no saben cuál es su ideología política o porque partidos políticos deberían de votar.

Mucha población mexicana no conoce el nombre de sus gobernantes o lo que han hecho, a otros ni siquiera les interesa los procesos políticos. Estarán también los decepcionados, los que no les interesa ya saber nada de ningún partido, y por otra parte están los jóvenes que acaban de cumplir la mayoría de edad y no saben cómo emitir su voto ni por quien.

Y es aquí donde los candidatos pondrán su mayor esfuerzo y sus mejores estrategias para atraerlos a sus partidos, ya que la población joven, normalmente es la más difícil de convencer. Es por eso que en México ya se están implementando más información psicológica del ser humano en colectividad, por ejemplo, sus creencias religiosas, su situación económica, sus aspiraciones sociales y laborales, etc. Todo aquel factor externo que pueda ayudar a los candidatos y gobiernos a conocer a sus electorados y ganar su confianza.

El candidato ideal tendrá que satisfacer a todos los sectores sociales. Por un lado, a los estudiantes e intelectuales, con preparación académica y trayectoria política, que exprese su respaldo al sector educativo y empresarial, a favor de la libertad de expresión y los derechos humanos; impulsor de la economía y el desarrollo social.

Y, por otro lado, a los pobres, la clase obrera, los campesinos, aquellos que piden a gritos una vida digna, que no les importa que tan preparados estén los candidatos académicamente, pero sí les importa cómo se exprese de ellos, como actué y camine, que vista y coma igual que el resto.

MORENA apostará por estos posibles candidatos, quienes traerán la experiencia de gobernadores y que además han estado en otros altos cargos públicos. La experiencia, la trayectoria política y las emociones de alegría y los sentimientos de esperanza y satisfacción serán sus principales estrategias.

Con la gran popularidad de AMLO y su fuerte imposición en la política, sí, MORENA podría volver a ganar las elecciones presidenciales, pero dependerá del manejo emocional del país lo que defina el triunfo. Se necesitará la unión de todos los sectores como los empresarios, los jóvenes, la gente adulta, etc. Pero, sobre todo, se necesitará reemplazar la polarización que AMLO creó para así, generar el voto masivo en una sociedad mexicana con la opinión política sumamente dividida.

El posible candidato del 2024 tendrá que saber manejar perfectamente las emociones de los ciudadanos según el escenario que se le presente. Tendrá que aprender a lidiar con una sociedad dividida en opiniones y poder juntarlos para generar un voto masivo.

Las emociones que se van generando, dependen mucho del discurso de los gobernadores y políticos en general. El presidente AMLO ha mantenido su postura de polarización política entre liberales (todos aquellos ciudadanos que están con él y su partido), y los conservadores (aquellos que están en su contra y con otras preferencias políticas).

Con todo lo mencionado, se llegó a los resultados esperados; La neuropolítica es y será parte fundamental de las nuevas estrategias implementadas en los actores y partidos políticos. Las emociones sí serán las principales generadoras de votos masivos. Será la psicología emocional, el principal factor que impulsará el estudio de la mente del mexicano en el 2024, partiendo de esta rama la necesidad de impulsar simpatizantes para llegar a la silla presidencial.

Esas emociones que muchas veces no dejan pensar con claridad, están impulsadas por la carencia, por el hambre de sobresalir, de querer justicia, de poder sentirse libres económica y mentalmente, no repetir la misma historia una y otra vez, aunque lamentablemente sus mismos actos de los mexicanos los lleven a condenarse a repetirla.

## Bibliografía

- Alcántara Sáez, M. (2014). Neuropolítica: una aproximación a la micropolítica. *Revista Española de Ciencia Política*.
- Arteaga Márquez, S. (2018). ¿Cómo funciona el cerebro político? guía de comunicación política para entender a los votantes y a la opinión pública. *Mario Alario D'Filippo*, 26.
- Ballesteros, I. (2017). *Quiero aprender como funciona mi cerebro emocional*. Bilbao, España: DESCLEE DE BROUWER.
- Blanco, A. (1995). *Cinco Tradiciones en la Psicología Social*. Madrid: MORATA.
- Casanova, P. G. (1 de septiembre de 1981). La cultura política de México. *Nexos*.
- Cervell de Sis. (2013). Cómo Vota Nuestro Cerebro. *La Vanguardia*, 2.
- Chul Han, B. (2014). *Psicopolítica*. Barcelona: HERDER.
- Conacyt, C. (2021). *Psicología Política y Elecciones*. Centros Conacyt.
- Cortina, A. (2011). *Neuroética y Neuropolítica, sugerencias para la educación moral*. Madrid: TECNOS.
- Díaz Guerrero, R. (1967). *Estudios de Psicología del Mexicano*. Ciudad de México: TRILLAS.
- Duarte Moller, A., & Jaramillo Cardona, M. (2009). Cultura política, participación ciudadana y consolidación democrática en México. *Scielo, Redalyc*, 35.
- ENCUP. (2012). *Encuesta Nacional Sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas*. Obtenido de ENCUP: <http://www.encup.com.mx>
- Fukuyama, F. (2019). *Identidad, la demanda de dignidad y las políticas resentimiento*. España: PLANETA .
- García Marzá, D. (2013). Neuropolítica y democracia: un diálogo necesario. *Revista Internacional de Filosofía*, 12.
- García Marzá, D., & A. Feenstra, R. (2013). *Ética y Neurociencias, la aportación a la política, la economía y la educación*. España: UNIOVERSITAT JAUME.
- Goleman, D. (1995). *La Inteligencia Emocional*. Madrid: Vergara.

- Granados Monroy, E. (2016). *Fundamentos de la Psicología Política* . Ciudad de México: UNAM FES ZARAGOZA .
- Gutiérrez Rubí , A. (2009). La Neuropolítica: conocer el cerebro para liderar ideas. *Fundació Rafael Campalans*, 2.
- Homs, R. (2005). *Marketing para el Liderazgo Político y Social* . Ciudad de México: GRIJALBO.
- INE. (2012). Obtenido de Instituto Nacional Electoral: <https://portalinterior.ine.mx>
- INE. (2018). Obtenido de Instituto Nacional Electoral: <https://www.ine.mx>
- INEGI. (2015). Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Geografía: <http://www.inegi.org.mx/>
- Janet, P. (1997). *Psicología de los Sentimientos*. Ciudad de México: FONDO 2000.
- Juárez, A. S. (2019). Neuropolítica: cómo el cerebro del votante elige a un candidato. *UOC*.
- Jurado, R. G. (2006). Crítica de la teoría de la cultura política. *Scielo*.
- Kandel, E. (2000). Biología de la memoria. *Psicología y psicoterapia*.
- Klaric, J. (2018). *Neuro Oratoria*. Ciudad de México: PAIDOS.
- Lakoff, G. (2016). La política moral. En G. Lakoff. Capitán swing.
- Las Neurociencias. (2020). *Psicología y Mente*.
- López Rosetti, D. (2017). *Emoción y Sentimientos, no somos seres racionales, somos seres emocionales que razonan* . Barcelona: ARIEL, PLANETA S. A.
- Maneiro Crespo, E. (2017). Neurociencia y Emociones: nuevas posibilidades en el estudio del comportamiento político. *RIPS (Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas)*.
- Mankeliunas, M. V. (1993). Psicología de la Motivación. *Revista latinoamericana de psicología*.
- Moreno, A. (2003). *El Votante Mexicano* . Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica .
- Neil R., C. (1996). *Fundamentos de la Psicología Fisiológica* . Naucalpan de Juárez : PRENTICE HALL.
- Olson, G. (2008). De las neuronas espejo a la neuropolítica moral. *Polis* , 19.
- Páez , D., Fernández , I., Ubillos , S., & Zubieta, E. (2004). *Psicología Social, Cultura y Educación* . Madrid: PEARSON.

- Paz, O. (1981). *El Laberinto de la Soledad*. Ciudad de México : Fondo de Cultura Económica .
- Pérez Pérez, J. D. (2012). *Psicología del Mexicano*. Red Tercer Milenio.
- Pérez Velasco, V. (2016). *Psicología y adoctrinamiento político*. Madrid: SINTESIS.
- Plut, S. (2011). *Psicoanálisis del Discurso Político*. Buenos Aires: LUGAR.
- Ramírez, S. (2013). *El Mexicano, psicología de sus emociones*. Ciudad de México: DEBOLSILLO.
- Ramos Frayjo Martínez , M. (2014). *El Origen de las Emociones*. Ciudad de México: TRILLAS.
- Redalyc. (2020). Obtenido de REDALYC: <http://www.redalyc.org>
- Rotger, M. (2017). *Neurociencia, Neuroaprendizaje, las emociones y el aprendizaje*. Córdoba , Argentina: Brujas.
- Salles, A., & Evers, K. (2014). *La Vida Social del Cerebro* . Ciudad de México: FONTAMARA.
- Sánchez Mondragón , G. (03 de Abril de 2021). Entrevista a la Dra. Gabriela Sánchez. (R. Martín Flores, Entrevistador)
- Sánchez Ramos, M., & Córtes Padilla , R. (2014). Neuropolítica: un enfoque para el análisis del comportamiento administrativo y diseño de políticas. *Academia*, 11.
- Scielo. (2006). Recuperado el 2021, de Scielo: <http://www.scielo.org>
- Solís Delgado, J., & Acosta, M. (2015). Peña Nieto y Televisa: ¿La construcción de un presidente? *IBEROForum*.
- Swaab, D. (2014). *Somos Nuestro Cerebro, como pensamos, sufrimos y amamos* . Barcelona: PLATAFORMA.
- The New York Times. (2015). La neuropolítica: cómo las campañas están usando nuevas tecnologías para leer tu mente. *The New York Times*.
- Triglia, A. (2020). *Psicología y Mente*. Obtenido de <http://psicologiymente.com>
- V. Mankeliunas , M. (1987). *Psicología de la Motivación* . Ciudad de México: TRILLAS.
- Valdés , Á., Vera , J., & Urías, M. (2018). Particularidades de la familia mexicana actual. *Academia*.
- Valdiviezo Sandoval , R. (26 de Marzo de 2021). Entrevista al Dr. René Valdiviezo. (R. Martín Flores , Entrevistador)

## Anexos

### Anexo 1: Guía de entrevista política

1. ¿Qué piensa acerca del manejo político del país, en los últimos 8 años?
2. ¿Cuál considera que sea el mayor valor político de la democracia en México?
3. ¿Desde su perspectiva, qué elementos considera que influyen en la sociedad al votar por algún candidato?
4. ¿Los ciudadanos mexicanos son más emocionales o más racionales a la hora de participar en los procesos políticos, y por qué?
5. ¿Para usted, qué tipo de características debería de tener el candidato ideal para los mexicanos?
6. ¿Qué grupo etario considera que se involucran más en la política como participantes?
7. ¿Qué tipo de mexicano promedio tiene el perfil para involucrarse en la política como candidatos?
8. ¿Desde su punto de vista, cuál considera que sean las emociones que predominan en los procesos electorales y que a su vez influyen en los ciudadanos?
9. ¿Mencione al menos tres emociones que predominan en la sociedad mexicana durante el periodo de la pandemia?
10. ¿Cómo se imagina que será los procesos político-electorales en el año 2024, a partir de las estrategias implementadas en este momento?

11. ¿Cómo considera que influye la Neuropolítica en los procesos político?

## **Anexo 2: Guía de entrevista medica**

1. ¿Cómo podemos entender los procesos políticos y sociales del país, a través de la psicología?
2. ¿Cree que las neurociencias actualmente son necesarias para entender y explicar los procesos políticos y sociales?
3. ¿Qué elementos que le definan Neuropolítica?
4. ¿Qué factores hacen que una persona cambie su pensamiento cuando se encuentra en un núcleo social?
5. ¿Cómo se activan las emociones y sentimientos de una persona?
6. ¿Desde su perspectiva, la sociedad mexicana, es más emocional o más racional?
7. ¿Cómo han avanzado las investigaciones del comportamiento en el individuo en los temas sociales actuales?
8. ¿Considera que la motivación y las emociones de las personas determinan el manejo de nuestro sistema político y social?
9. ¿Cómo influye la familia en los intereses políticos de los mexicanos?
10. ¿Cómo visualiza el comportamiento emocional de los electores en las elecciones del 2024?

### Anexo 3: Guía de encuesta general

1. ¿Cómo considera el manejo del país por parte del gobierno actual?  
Muy bueno, bueno, regular, malo, muy malo
2. ¿En el actual proceso electoral, los candidatos deben de tener estudios superiores para ejercer algún cargo público?  
Muy de acuerdo, de acuerdo, neutral, en desacuerdo, muy en desacuerdo
3. ¿Es importante que la familia influya en inculcar intereses políticos en las personas?  
Muy de acuerdo, de acuerdo, neutral, en desacuerdo, muy en desacuerdo
4. ¿Considera indispensable la manera en la que los candidatos se expresan para poder darles su voto?  
Muy de acuerdo, de acuerdo, neutral, en desacuerdo, muy en desacuerdo
5. ¿Considera que los mexicanos somos más emocionales que racionales a la hora de elegir a nuestros gobernantes?  
Muy de acuerdo, de acuerdo, neutral, en desacuerdo, muy en desacuerdo
6. ¿Qué tan importante considera que los ciudadanos mexicanos se involucren más en los asuntos políticos de su país?  
Muy importante, importante, regular, poco importante, nada importante
7. ¿Cómo calificas el desempeño actual de los partidos políticos?  
Bueno, muy bueno, ni bueno ni malo, malo, muy malo
8. ¿Se identifica con algún político (como diputados, senadores, el presidente, etc.) actual?  
Sí, No, tal vez

9. ¿Considera más importante el origen del candidato que sus propuestas para solucionar los problemas del país?

Muy de acuerdo, de acuerdo, neutral, en desacuerdo, muy en desacuerdo

10. ¿Cuál es su participación política en su localidad?

11. ¿Votará en las próximas elecciones políticas del 2024 para elegir al presidente de la Republica?

Si, no, tal vez

12. ¿Usted votaría por el mismo partido político que gobierna el país actualmente?

Si, no, tal vez