



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS.

**CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES
DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA.**

TESIS.

**México emocional-México agonístico:
Emociones en la elección presidencial 2023-
2024.**

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
**MAESTRO EN CIENCIAS SOCIALES Y
HUMANÍSTICAS**

**PRESENTA
CARLOS MARIO PÉREZ DOMÍNGUEZ**

**DIRECTOR DE TESIS:
DR. JESÚS SOLÍS CRUZ.**



San Cristóbal De Las Casas, Chiapas.

Septiembre de 2025.



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS.

**CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES
DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA.**

TESIS.

**México emocional-México agonístico:
Emociones en la elección presidencial 2023-
2024.**

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
**MAESTRO EN CIENCIAS SOCIALES Y
HUMANÍSTICAS**

**PRESENTA
CARLOS MARIO PÉREZ DOMÍNGUEZ**

**COMITÉ TUTORIAL:
DR. JESÚS SOLÍS CRUZ.
DR. MARÍA DEL CARMEN GARCÍA AGUILAR.
DR. PABLO ALEJANDRO UC GONZÁLEZ.**





UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS

SECRETARÍA ACADÉMICA DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas a 02 de octubre de 2025

Oficio No. SA/DIP/1136/2025

Asunto: Autorización de Impresión de Tesis

C Carlos Mario Pérez Domínguez

CVU: 1304745

Candidato al Grado de Maestro en Ciencias Sociales y Humanísticas

Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica

UNICACH

Presente

Con fundamento en la opinión favorable emitida por escrito por la Comisión Revisora que analizó el trabajo terminal presentado por usted, denominado **México emocional-México agonístico: Emociones en la elección presidencial 2023-2024** y como Director de tesis el Dr. Jesús Solís Cruz (CVU: 42475) quien avala el cumplimiento de los criterios metodológicos y de contenido; esta Dirección a mi cargo autoriza la impresión del documento en cita, para la defensa oral del mismo, en el examen que habrá de sustentar para obtener el **Grado de Maestro en Ciencias Sociales y Humanísticas**.

Es imprescindible observar las características normativas que debe guardar el documento, así como entregar en esta Dirección una copia de la *Constancia de Entrega de Documento Receptorial* que expide el Centro Universitario de Información y Documentación (CUID) de esta Casa de estudios, en sustitución al ejemplar empastado.

Atentamente
"Por la Cultura de mi Raza"

Dra. Dulce Karol Ramírez López
DIRECTORA



C.c.p. Dr. Emmanuel Nájera de León, Director del Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica, UNICACH. Para su conocimiento.
Dra. Ana Karen Jiménez Aguilar, Coordinadora del Posgrado, Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica, UNICACH. Para su conocimiento.
Archivo/minutario.

EPL/DKRL/lipígr

2025, Año de la mujer indígena
Año de Rosario Castellanos

Ilustración: Noé Zenteno



Ciudad Universitaria, libramiento norte
poniente 1150, col. Lajas Maciel C.P. 29035
Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México
investigacionyposgrado@unicach.mx

Dedicatoria.

A mis padres, José Antonio y Socorro, que son mi raíz, refugio y horizonte.

A mis hermanos, Totán y Yeyo, con quienes aprendí a habitar el caos con risa y fuerza.

A María mi amor, que llegó como brisa y se quedó como tierra nombrando mis emociones cuando yo solo sabía callarlas.

**A ustedes, que son la base de lo que soy, una incongruencia emocional que los ama con furia
y ternura.**

Gracias por ser mi pilar, incluso cuando no sé sostenerme.

Agradecimientos.

Siendo las últimas palabras que escribo en esta tesis, quiero que tengan algo del cansancio, asombro y agradecimiento que deja un viaje largo que no fue solo intelectual, sino también emocional. Aquí no solo se pensó, se sintió y, muchas veces, se volvió a empezar.

Las siguientes líneas no son un simple cierre, son una forma de honrar a quienes creyeron que este esfuerzo valía la pena y a los que me acompañaron en todo este camino. Y entre ellos, hay una figura que merece algo más que una mención formal, alguien que acompañó con inteligencia, paciencia y respeto este proceso: El Dr. Jesús Solís Cruz. Guía en el laberinto y faro en la niebla. Apostó a este viaje incluso cuando el mapa no estaba del todo claro. Por su respeto, conocimiento, humildad y firmeza. Por creer en la potencia de esta investigación, aunque a veces la misma se presentara envuelta en emociones, contradicciones o neblinas teóricas.

Gracias por acompañar con paciencia este intento de pensamiento que también es latido.

A los integrantes de mi Comité Tutorial, la Dra. María del Carmen García Aguilar y el Dr. Pablo Alejandro Uc González, quienes no solo me acompañaron con su conocimiento, sino que también supieron darme espacio para encontrar mi propia voz. Gracias por no anular las emociones, y por permitirme hacer de esta tesis un ejercicio de libertad y pensamiento. A los miembros de mi línea de investigación, Dr. Daniel Villafuerte Solís y el Dr. Carlos de Jesús Gómez Abarca, por su respeto y por siempre mantener la antorcha del conocimiento encendida en mis momentos oscuros.

A mis amigos y personas que me ofrecieron su apoyo en todo momento, Raúl, Tania, Cris Patishtán, “*Coach*” Fabio, Paquito Mendoza, Mario Fernando “*Nuditos*”, Karen Ballinas y el “*Dottore*” José Juan, porque sin ese acompañamiento, a veces cómico, a veces terapéutico, siempre vital, esta travesía no habría sido posible.

A quienes sostienen, organizan y hacen posible lo cotidiano, el cuerpo administrativo del CESMECA. Yenni, Alma, Idolina, ing. Salvador, Paty, Adriana, a los de seguridad, cocina y limpieza, a todos ellos y más, ¡Gracias! Porque sin ese trabajo invisible, ninguna tesis se entrega, ningún proceso avanza, y ningún estudiante sobrevive del todo al laberinto institucional.

A los Pérez Robles y a los Domínguez Aguilar, mi linaje de luz y sombra, forjadores de esta criatura improbable que se atreve.

A la Secretaría de Ciencias, Tecnología, Humanismo e Innovación (SECITHI), por el respaldo brindado a través de la beca que me permitió dedicarme de lleno a este proceso formativo durante los dos años de maestría.

Gracias a Dios.

ÍNDICE.

INTRODUCCIÓN.....	8
CAPÍTULO 1. ESTADO DEL ARTE.....	10
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	22
2.1. LIBIDO DOMINANDI: EL DESEO DE DOMINAR.....	23
2.2. EMOCIONES Y ESTRATEGIAS ELECTORALES.....	24
2.2.1. MANIPULACIÓN EMOCIONAL EN LAS CAMPAÑAS ELECTORALES.....	25
2.3. APROXIMACIÓN AL CEREBRO EMOCIONAL ELECTORAL.....	25
2.3.1. CEREBRO TRINO.....	27
2.4. CARL JUNG Y LAS ESTRATEGIAS ELECTORALES.....	36
2.4.1. UNA MIRADA A LOS ARQUETIPOS JUNGUIANOS.....	37
2.4.2. ARQUETIPOS EN EL CONTEXTO ELECTORAL.....	38
2.5. DEMOCRACIA: LA TENSIÓN ENTRE RAZÓN Y EMOCIÓN.....	44
2.5.1. INTRODUCCIÓN A LA DEMOCRACIA COMO PROCESO EVOLUTIVO.....	44
2.5.2. ANTIGUA GRECIA.....	46
2.5.3. EL RENACIMIENTO DE LAS EMOCIONES.....	50
2.5.4. CONTRATO EMOCIONAL.....	53
2.6. EMOCIONES CONTEMPORANEAS.....	64
2.6.1. GRAMSCI: HEGEMONÍA EMOCIONAL.....	64
2.7. DEMOCRACIA AGONÍSTICA Y EL RESCATE DE LAS EMOCIONES.....	65
2.7.1. LO AGONISTA.....	67
2.7.2. LO EMOCIONAL.....	75
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.....	82
3.1. METODOLOGÍA.....	84
3.2. ETNOGRAFÍA.....	86
3.3. ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD.....	92
3.3.1. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD.....	93
3.3.2. MOTIVACIÓN E INTERÉS EN LAS ELECCIONES.....	95
3.3.3. PERCEPCIÓN DE INSTITUCIONES ELECTORALES.....	97
3.3.4. CONTEXTO POLÍTICO Y SOCIAL.....	100
3.3.5. IMPACTO EMOCIONAL EN VOTANTES.....	101
CAPÍTULO 4. ELECCIONES PRESIDENCIALES EN MÉXICO 2024.....	105
4.1. CLAUDIA SHEINBAUM.....	106

4.2. XÓCHITL GÁLVEZ.....	107
4.3. JORGE MÁYNEZ.....	108
4.4. EMOCIONES POSTELECTORALES: DOS MOMENTOS DE LOS PRIMEROS MESES DE LA PRESIDENTA DE MÉXICO, CLAUDIA SHEINBAUM PARDO.	108
4.4.1. TRANSICIÓN: EL PANORAMA EMOCIONAL DEL ASCENSO DE SHEINBAUM AL PODER.	110
4.4.2. SEGUNDO PISO DE LA TRANSFORMACIÓN EN EL PODER: CONFIANZA Y ESPERANZA.....	118
4.4.3. RELACIÓN MÉXICO – ESTADOS UNIDOS: MIEDO Y PATRIOTISMO.....	121
5. CONCLUSIÓN.....	128
CLAROSCUROS.....	130
ACLARACIÓN: CAPÍTULO METODOLÓGICO.	133
ANEXO:	135
GUÍA DE PREGUNTAS Y CLÁUSULAS DE CONFIDENCIALIDAD.....	135
BIBLIOGRAFÍA.	138

INTRODUCCIÓN.

En el ámbito político electoral, se cree que la racionalidad es la base para la toma de decisiones. Desde Aristóteles (1998) encontramos que “son los sentimientos de los que se derivan dolor y placer, como la ira, la piedad y otros por el estilo, así como sus contrarios, los que, con sus cambios, afectan a las decisiones” (p. 141). Este pensamiento servirá como plataforma para desarrollar el presente trabajo de investigación que tratará de responder la siguiente pregunta ¿Qué tanto influyen las emociones en la democracia mexicana?

Esta interrogante, formulada de manera deliberada, encierra una verdad ineludible: las emociones desempeñan un papel fundamental en la esfera política, al influir directamente en los procesos de toma de decisiones, especialmente durante las contiendas electorales. En esta exploración de la psique colectiva, se parte de la premisa de que las experiencias sociales de los individuos como la educación, la clase social, la raza o el género configuran su subjetividad política. Así mismo, sus creencias y actitudes determinan la forma en que interactúan con el entorno social y se posicionan frente a los demás.

La presente investigación se adentra en la aún poco estudiada relación entre las emociones y las dinámicas agonísticas que caracteriza los procesos electorales en México, con especial énfasis en la elección presidencial de 2024. En un contexto atravesado por la polarización política y social, la lucha por el poder, la omnipresencia mediática, este estudio busca demostrar que las emociones no solo inciden en las decisiones del electorado, sino que también moldean el propio espacio democrático y la legitimidad del nuevo gobierno.

Desde la perspectiva metodológica, se adopta un enfoque interdisciplinario que combina la etnografía con el análisis crítico del discurso. Esta aproximación permite examinar tanto las vivencias y percepciones de distintos grupos ciudadanos, como las estrategias emocionales desplegadas por los candidatos y las respuestas colectivas que estas suscitan en la esfera pública.

El análisis se sustenta en un marco teórico que articula elementos de la teoría de la psicología de las emociones y la comunicación política. Se introduce la noción del conflicto como eje constitutivo de la política, mediante la analogía mitológica de la diosa griega Eris y la reinterpretación del antagonismo político desde la perspectiva de Mouffe (2007), misma que sostiene que el conflicto y la

confrontación no son disfuncionales sino constitutivos de la política democrática. A diferencia de los modelos que privilegian el consenso como horizonte normativo, Mouffe plantea que una democracia robusta se basa en el reconocimiento y la gestión productiva de las diferencias, transformando el antagonismo en agonismo: una confrontación entre adversarios legítimos que comparten un espacio común.

Esta perspectiva resulta particularmente útil para comprender las dinámicas de polarización y las estrategias de confrontación empleadas por los actores políticos, así como las emociones que dichas dinámicas generan en el electorado.

Desde la psicología de las emociones, se retoman modelos que explican los procesos cognitivos involucrados en la experiencia emocional (MacNeal, 1990), su influencia en la toma de decisiones (Damasio, 1994) y sus manifestaciones tanto individuales como colectivas. Se analizan emociones específicas como el miedo, la esperanza y el orgullo patriótico y su papel en la motivación del voto, en la percepción de los liderazgos y en la recepción de los mensajes de campaña. De igual manera, se incorpora la teoría de los arquetipos de Carl Jung (1970) para explorar la resonancia simbólica de ciertas imágenes y figuras en el imaginario político mexicano.

En el ámbito de la comunicación política, se examina cómo los discursos de campaña son diseñados y difundidos con el objetivo explícito de evocar determinadas respuestas emocionales (Lakoff, 2004). Se presta especial atención al uso de narrativas persuasivas y apelaciones afectivas como mecanismos de movilización. Para comprender la conexión emocional entre líderes y ciudadanía, se recurre a la teoría del liderazgo carismático de Max Weber (2014), particularmente en lo que respecta a la legitimidad emocional del poder.

La segunda parte de la investigación se centra en el análisis del proceso electoral presidencial de 2024, concebido como un momento crucial en la historia reciente del país. Se presenta un panorama general de las candidaturas principales, Claudia Sheinbaum, Xóchitl Gálvez y Jorge Álvarez Máynez y se examinan las estrategias de campaña que cada uno de las y el candidato desplegó, especialmente en lo relativo al uso político de las emociones.

Posteriormente, el estudio aborda dos momentos poselectorales de gran relevancia: el primero, relativo a la transición y la llegada de Claudia Sheinbaum al poder; el segundo, enfocado en las

estrategias emocionales adoptadas por el nuevo gobierno durante sus primeros meses. En ambos casos se analizan las emociones sociales vinculadas con la figura de la primera mujer presidenta, y las tensiones generadas en torno a la reforma del Poder Judicial de la Federación. Este entramado emocional revela sentimientos contrapuestos como la esperanza transformadora y la incertidumbre al cambio.

En el último apartado, se exploran las emociones desencadenadas por el eventual regreso de Donald Trump a la presidencia de Estados Unidos y su impacto en la relación bilateral. Se examinan las estrategias de intimidación política -basadas en amenazas y medidas arancelarias- que generan miedo e incertidumbre en el imaginario colectivo mexicano y las respuestas del gobierno de Sheinbaum, entre ellas, el uso del patriotismo como recurso emocional de legitimación.

En suma, esta tesis busca ser una contribución significativa al estudio de la política mexicana contemporánea al situar las emociones en el centro del análisis. Al desentrañar su papel en la configuración del poder y la legitimación democrática, se propone una comprensión más compleja y matizada de la democracia agonística en México. Comprender las dinámicas emocionales que atraviesan la esfera pública no solo enriquece el análisis académico, sino que constituye un paso fundamental para la construcción de un debate político más reflexivo, plural y consciente.

CAPÍTULO 1. ESTADO DEL ARTE.

En el ámbito de las ciencias sociales, el concepto de “cultura política” ha sido fundamental para comprender cómo las sociedad interactúan con sus sistemas políticas. Gabriel Almond y Sydney Verba, en su obra *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política democrática en cinco naciones* (1970), exponen un enfoque para el estudio de este fenómeno, mencionando que “la cultura política consiste en algo más que el mero conocimiento. Los sentimientos del pueblo acerca de sus sistemas políticos constituyen un componente importante de la cultura política” (p. 123).

En esta obra, los autores identifican tres tipos de orientaciones que configuran la cultura política. La primera, orientación cognitiva, se refiere al conocimiento y las creencias acerca del sistema político, sus roles y actores. La segunda, orientación afectiva, involucra los sentimientos hacia el sistema político, sus funciones y logros. Finalmente, se encuentra la orientación evaluativa, que implica

juicios y opiniones sobre objetos políticos, combinando criterios de valor con información y sentimientos.

Estas orientaciones se dirigen hacia cuatro categorías de objetos políticos: el sistema político en su conjunto, los elementos de entrada del sistema, como los partidos políticos y grupos de interés; los elementos de salida que comprende la burocracia y tribunales; y, por último, hacia uno mismo como elemento político activo (Almond & Verba. 1970). Para estos autores, esta clasificación permite analizar cómo los ciudadanos perciben y participan en el proceso político.

Este enfoque ha enfrentado críticas significativas, entre ellas, comparar países con democracias consolidadas, como Estados Unidos y Gran Bretaña, con México, “un país menos idóneo para ser considerado democrático” (Millán, 2008, p. 45). Además, otros autores mencionan que los estudios de la cultura política tienden a ser limitadas en su definición de cultura, aplicables de manera generalizada y enfocadas en las instituciones. Sobre esto, Cruces y Díaz mencionan lo siguiente:

La mayoría de las aproximaciones al estudio de la cultura política hasta aquí mencionadas comparten una serie de aspectos que trazan una línea de continuidad con sus acepciones de sentido común. En general, casi todas ellas son restrictivas en cuanto al concepto de cultura adoptado, universalistas en su ámbito de aplicación, e institucionalistas en su concepción de lo político (Cruces y Díaz. 1995, pp. 169-170).

Teniendo en cuenta lo anterior, este concepto de cultura política, a pesar de los múltiples debates que buscan una definición, pone “el énfasis en comprender al individuo, sus actitudes, creencias y cómo se relacionan con las instituciones políticas” (Millán, 2008, p. 47). Por lo anterior, el presente trabajo trata de poner en el centro del debate y análisis social la importancia de las afecciones en el ámbito electoral mexicano. Afecciones que, según la Real Academia Española (s.f.), son cada una de las pasiones del ánimo, como la ira, el amor o el dolor.

En la esfera de estudio de las ciencias sociales, el estudio de la subjetividad y las afecciones es crucial para entender cómo las personas perciben y responden a su entorno social, ya que las segundas se integran en un sistema más amplio de significados y experiencias que configuran lo primero (González Rey, 2016). De igual forma, como señala Héctor Tejera Gaona, “en la cultura política hay más cultura que política” (1998, p. 150). O sea, las acciones políticas están profundamente arraigadas

en las prácticas y significados culturales. Esto se refleja en cómo las decisiones electorales a menudo están influenciadas por factores como la lealtad partidista, la identidad regional o las redes sociales, más que por cálculos puramente racionales sobre las políticas públicas.

Este mismo comportamiento electoral ha sido tradicionalmente analizado desde enfoques racionalistas, asumiendo que los individuos actúan de manera instrumental, sopesando costos y beneficios para maximizar sus intereses. Sin embargo, esta óptica tiene limitaciones importantes, como critica José Antonio Crespo (1996; 2018), al ignorar los factores culturales, emocionales y simbólicos que influyen en las decisiones de los votantes. En México, el comportamiento electoral no puede explicarse únicamente en términos de cálculos racionales. Las identidades culturales, las tradiciones comunitarias y las emociones juegan un papel crucial en la forma en que los ciudadanos participan en la política.

En la teoría democrática se busca, y muchas veces se da por sentado, que los electores emiten su preferencia a parte del análisis de los candidatos, sus trayectorias personales y profesionales. Los objetivos que ofrecen en caso de llegar al poder y, sobre todo, los proyectos y medios para realizarlos. De todo eso puede surgir un voto racional que vincula medios con fines. En la realidad, pocos electores se conducen de esta forma, incluso el votante no alineado, que tendría una preferencia a razonar su voto, a diferencia del voto duro, que es incondicional, tiende a emitir el sufragio por motivos emocionales (Crespo, J. 2018).

Ante este contexto, la cultura política, es una ventana que nos muestra un panorama sobre la dimensión de las emociones en campañas electorales en México, pues, como enfoque que analiza los símbolos asociados al ejercicio y las estructuras de poder en una sociedad dada (Krotz, 1997), y que configuran la percepción subjetiva que tiene una población respecto del poder (Peschard, 2016), la cultura política nos permite entender cómo las emociones son utilizadas estratégicamente en las campañas electorales para influir en las decisiones de los votantes.

En las elecciones mexicanas, las emociones han sido un tema central de investigación en diversas exploraciones académicas. Aunque, por lo general, los trabajos realizados están enfocados en el Análisis Crítico del Discurso, sí existen investigaciones diversas que han profundizado en cómo las emociones influyen en las decisiones electorales y en la percepción política de los votantes. En este sentido, los trabajos de Anna María Fernández Poncela y Rosario Aguilar, son particularmente

relevantes para nuestro análisis. En los trabajos académicos *Las emociones en una jornada electoral* (Fernández, 2021); *Voto: candidatos y emociones* (Fernández, 2020); y *Sentimientos diversos en las elecciones de México* (Fernández, 2021), se explora el papel de las emociones durante el proceso electoral en México, específicamente en las elecciones presidenciales del 1 de julio de 2018.

Con un enfoque cualitativo basado en entrevistas con 127 personas que votaron en las elecciones antes mencionadas, se recopiló las experiencias emocionales de los votantes durante dos momentos importantes, durante el proceso del sufragio, como primer momento; y, al conocer los resultados, en segundo momento (2020). De esta forma, el conocimiento se construye a través de la interpretación de las narrativas y experiencias subjetivas de los participantes, lo que implica una comprensión más profunda y contextualizada de las emociones en el proceso electoral.

En un clima emocional marcado por el dolor y el hartazgo social hacia la situación del país, Fernández Poncela establece una comparación significativa entre dos grupos. Por un lado, los actores políticos, publicistas, periodistas, medios de comunicación y académicos que se dedican a la esfera pública. Por otro lado, los potenciales electores (2020).

Esta distinción se basa en la idea de la autora de que la mayoría de los ciudadanos no dedican tanto tiempo ni intensidad emocional a la política y al voto como lo hacen los primeros. Por lo tanto, como los votantes comunes a menudo ignoran los asuntos políticos concretos, pueden dejarse llevar por imágenes y discursos con contenido emocional, en lugar de basarse en información detallada y análisis profundos, convirtiéndolos en avaros cognitivos (2020).

Lo anterior puede significar que este tipo de votantes utilizan atajos mentales para simplificar su proceso de toma de decisiones, centrándose en sus creencias previas y reforzando la información que concuerda con ellas. Esto lleva a Poncela a destacar que la persuasión política emocional tiene una influencia significativa en este contexto, ya que el cerebro político se comporta como un cerebro emocional.

De lo antes dicho se podría asumir que la realidad es socialmente construida y que las emociones son una parte integral de esta construcción, he ignorar esto llevaría a una comprensión parcial e inexacta de la realidad social (Bericat, 2000). Esto implica que las emociones no son solo individuales, sino que también están interconectadas con las estructuras sociales y políticas. Por esta

razón, el análisis emocional de Fernández Poncela se enfoca en el ciclo de contacto, que incluye tres elementos: Precontacto, que es el pensar en votar. El contacto pleno, o sea, depositar el voto; y, por último, el postcontacto, la acción de salir de la casilla y conocer los resultados (2020).

Las emociones más destacadas en los trabajos de Fernández Poncela (2020; 2020; 2021) son la esperanza y el enojo, que a menudo se presentaron juntas o por separado. Al respecto de ambas emociones, la autora menciona:

El enojo -parte de la indignación- y la esperanza -íntima de la alegría-. A veces son señaladas cada una por una persona distinta, en ocasiones afirman sentir ambas a la vez, de ahí que se consideren como orientadoras contrastadas o complementarias, enojo hacia unas opciones políticas y esperanza depositadas en otras, no obstante, pueden, y de hecho lo hacen, converger en el mismo sufragio (Fernández. 2018, p.4).

Estas emociones fueron cruciales en la elección, ya que los votantes buscaban un cambio y expresaban descontento con el gobierno anterior de Enrique Peña Nieto. Para la doctora de la Universidad Autónoma Metropolitana, el enojo es una emoción clave en el comportamiento electoral (Fernández, 2020). El enojo surge en respuesta a situaciones percibidas como injustas o dañinas, y tiene un componente defensivo que motiva a las personas a actuar para reparar o corregir la situación. La misma autora señala que el enojo defendió y puso límites a una situación de dolor y desafección, a partidos, gobiernos y gobernantes que dañaban con sus políticas de otras épocas (2020).

Por ello, en el ámbito político, el enojo puede ser movilizado en respuesta a problemas sociales como la corrupción, la pobreza, la injusticia y la violencia. En este caso, el enojo se enfoca en corregir un pasado percibido como injusto y que también puede ser una herramienta narrativa para generar polarización, reflejando cómo las emociones negativas pueden ser utilizadas estratégicamente para movilizar a los votantes en favor o en contra de una opción. Este tipo de enojo no es meramente individual, sino que refleja un hartazgo social generalizado que busca un cambio.

Por su parte, la esperanza es una emoción positiva que se asocia con el anhelo y la expectativa de un futuro mejor (Fernández, 2020). En el contexto electoral, la esperanza puede ser utilizada para inspirar a los ciudadanos y generar apoyo para candidatos o partidos que prometan este futuro deseado. En Ana María Fernández Poncela (2020) se puede encontrar que “la esperanza tiene el matiz

o particularidad que ante la adversidad es un estímulo de oportunidad en el futuro esbozado” (pp. 9-10). Sin embargo, al ser una herramienta narrativa utilizada por la esfera política para la obtención de votos, materia prima de toda elección, se convierte en un arma de doble filo, ya que vender a futuro puede causar una molestia social si lo prometido no se materializa.

Este estudio destaca cómo las emociones influyen en el proceso electoral, no solo como un reflejo de las actitudes políticas, sino también como un factor estratégico que los candidatos pueden utilizar para movilizar a los votantes. Ofreciendo una visión detallada de cómo las emociones se viven y expresan durante esta jornada, Anna María Fernández Poncela subraya la complejidad emocional del proceso electoral, donde las emociones como la esperanza y el enojo juegan un papel central en la configuración del comportamiento político (Fernández, 2020).

Otro trabajo que se ha realizado en México, es el de Rosario Aguilar (2013) que analiza las elecciones presidenciales de México en 2012, con Enrique Peña Nieto, Josefina Vázquez Mota y Andrés Manuel López Obrador como los principales contendientes. El análisis que se realiza se centra en el uso estratégico de emociones en los comerciales de campaña televisivos de estos candidatos, explorando cómo las emociones positivas y negativas influyen en el comportamiento electoral.

Rosario Aguilar (2013) utiliza la teoría de la inteligencia afectiva como marco epistemológico principal. Esta teoría sostiene que las emociones no obstaculizan el razonamiento, sino que ayudan a las personas a relacionarse con su entorno y tomar decisiones más efectivas. Este enfoque se centra en analizar cómo las emociones son aplicadas estratégicamente en los anuncios de campaña para influir en el comportamiento electoral, lo que implica una comprensión profunda de cómo las emociones interactúan con la razón en el proceso de toma de decisiones.

El análisis de este trabajo, se ocupa de la naturaleza de la realidad, es decir, sobre lo que existe y cómo se estructura el mundo. En este contexto, Aguilar (2013) asume que las emociones y la razón son identidades interconectadas que influyen en la realidad social y política. Al respecto la académica explica lo siguiente:

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 más dentro de la ciencia política (Aguilar, 2013. pp. 144-145).

La realidad política se entiende como un espacio donde las emociones juegan un papel crucial en la formación de opiniones y decisiones electorales. El estudio considera que las emociones no son meras reacciones subjetivas, sino elementos constitutivos de la realidad social que pueden ser manipulados y utilizados estratégicamente en las campañas políticas.

Para Aguilar (2013), la campaña de Enrique Peña Nieto, quien lideraba las encuestas desde el inicio del proceso electoral, utilizó principalmente anuncios que evocaban emociones positivas como entusiasmo y orgullo. Estos comerciales, llenos de imágenes alegres y música optimista, buscaban mantener la ventaja electoral al activar el sistema de disposición en los votantes, lo que les hacía actuar según sus decisiones previas sin cuestionarlas. La estrategia de Peña Nieto se centró en crear una percepción favorable, evitando mensajes negativos que podrían activar el sistema de vigilancia y hacer que los votantes reevaluaran su decisión.

Por otro lado, Vázquez Mota y López Obrador, posicionados por detrás de Peña Nieto en las encuestas, emplearon una mezcla de anuncios positivos y negativos. Los mensajes positivos buscaban mantener el apoyo de sus seguidores, mientras que los negativos intentaban disuadir a los votantes de Peña Nieto, activando el sistema de vigilancia para que reconsideraran su decisión electoral. Sin embargo, algunos anuncios negativos de Vázquez Mota criticaron implícitamente al gobierno federal, lo que para la autora podría haber sido contraproducente al dirigir la reevaluación hacia el desempeño gubernamental en lugar de la decisión electoral.

Rosario Aguilar (2013) subraya la importancia de considerar las emociones como un factor clave en las campañas políticas, más allá de la percepción tradicional de que deben ser excluidas del proceso de toma de decisiones racionales ya que son las emociones las que prevalecen en estos contextos (Western, 2007); (Maldonado, 2014).

Estas obras exponen la idea de que las estructuras cognitivas y emocionales de los individuos están profundamente interconectadas. Esto sugiere que las emociones no son meras reacciones impulsivas y subjetivas que constituyen un componente esencial de la toma de decisiones racionales. En el ámbito político y sobre todo en el contexto electoral, el presente enfoque implica que los

mensajes políticos deben ser diseñados para resonar con los marcos mentales y valores emocionales de los votantes, más que simplemente argumentos racionales.

Tanto Anna María Fernández Poncela (2020; 2020; 2021) como Rosario Aguilar (2013) enfatizan que el comportamiento electoral se ve significativamente influenciada por las emociones. Los votantes tienden a decidir basándose en sentimientos como el miedo, la esperanza, enojo y orgullo, más que en un análisis detallado de las políticas propuestas. Esto se debe a que las emociones activan redes neuronales asociadas con experiencias pasadas y valores personales, lo que facilita la toma de decisiones rápidas e intuitivas (Western, 2007). En este sentido, los políticos que logran evocar emociones positivas o negativas relevantes pueden influir más efectivamente en las preferencias electorales.

Ambas autoras citan a diferentes académicos relacionados con las neurociencias y psicología destacando la relevancia que estos campos tienen para el análisis de fenómenos sociales. Lo anterior pone en relieve cómo la comprensión de los procesos neuronales y psicológicos pueden ofrecer una perspectiva valiosa sobre las dinámicas culturales y sociales que configuran las preferencias políticas. Al respecto, Anna María Fernández Poncela, señala:

Algo más para tener presente es que a la luz de los avances en neurociencia y psicología parece evidente que la población es menos independiente de lo que se creía, no solo por su exposición a los medios sino por la configuración y enmarcamiento de sus redes neuronales (Fernández. 2020, p. 169).

Por su parte, Rosario Aguilar (2013) comenta “Más recientemente, se ha explorado la relación entre las emociones y la decisión racional de las personas en el ámbito político y psicológico” (p. 144). Lo anterior encuentra fundamento en la obra *El error de Descartes* (Damasio, 1994), en donde se postula que las emociones son fundamentales para el funcionamiento de la mente humana y que no se puede hacer una separación dualista entre la mente y el cuerpo, promovida por René Descartes (1637) con la famosa frase “Pienso, luego existo”.

Otro trabajo que vale la pena analizar es el de Angélica Mendieta Ramírez (2019), académica de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP) en su estudio titulado *Cerebro político en los procesos electorales: las emociones del voto en la campaña por la Presidencia de la República en México, 2018*. Este

trabajo tiene como objetivo el demostrar que la elección en donde Andrés Manuel López Obrador fue electo presidente de México, tuvo un fuerte impulso por factores emocionales que racionales, configurando un espacio público emocional y una gobernanza emocional en México.

A través de un análisis cualitativo del discurso del candidato ganador, AMLO, el trabajo de Mendieta (2019) argumenta que la elección de 2018 representó un punto de inflexión, revelando el papel importante de las emociones sobre la racionalidad en la construcción del voto y delineando los contornos de una incipiente gobernanza emocional en el escenario político del país. La autora reconoce que las emociones son subjetivas y están ligadas a las experiencias, imaginarios sociales y representaciones de los individuos. Esto la lleva a argumentar que las emociones y el comportamiento político son construcciones sociales influenciadas por el discurso y el contexto (2019).

Retomando a Cornelius Castoriadis, para Mendieta (2019) las sociedades se instituyen mediante significaciones imaginarias, es decir, construcciones simbólicas que carecen de correlato racional, pero organiza la realidad. Argumentado que, en el México contemporáneo, el imaginario del “ogro filantrópico”, o sea, el Estado benefactor, fue sustituido por el mito del “pueblo traicionado”, idea que fue ganando fuerza por diversas crisis en el sexenio de Peña Nieto como la desaparición de los 43 estudiantes de Ayotzinapa y el escándalo de la Casa Blanca. Este campo afectivo permitió a Andrés Manuel López Obrador posicionarse, no como un candidato, sino como un redentor histórico, caracterizando el arquetipo del “salvador” en este caso, de la patria.

En otras palabras, ante la crisis del Estado democrático mexicano moderno, en donde el “ogro filantrópico” desapareció para dar lugar a un espacio público modernizado en donde los ciudadanos toman la palabra y actúan conforme a los dictados de su conciencia, aparecen grandes sectores de la población mexicana que se sienten abandonados y sus emociones de miedo se han convertido en emociones de enojo e ira en contra del sistema político mexicano (Mendieta. 2019, p. 66).

Sin embargo, como señala la autora, la habilidad de leer y representar las emociones de un pueblo para ganar elecciones no garantiza la capacidad para gobernar las emociones de una nación. La transición de una exitosa movilización emocional a una gobernanza emocional efectiva, que fortalezca las instituciones democráticas y avance hacia una república más justa sin caer en excesos populistas o nacionalistas, representa un desafío para el futuro en nuestro país (2019).

Este enfoque de Mendieta muestra que el poder contemporáneo se ejerce en el registro de lo sensible, donde la batalla por los afectos redefine democracias, mercados o identidades. Apelar únicamente a la racionalidad resulta insuficiente en un contexto donde las emociones se han convertido en una fuerza política poderosa.

La necesidad de proyectar estudios de campo que permitan medir y comprender el clima político emocional, el espacio público emocional y la gobernanza emocional se vuelve importante para navegar las complejidades de la democracia en pleno siglo XXI. La hegemonía de la emoción en las urnas de 2018 que nos muestra Angelica Mendieta, no solo redefinió el panorama político mexicano, también enfatiza la urgencia de comprender y gestionar conscientemente la dimensión afectiva de la vida pública. Mismo mensaje que se puede interpretar en los trabajos académicos relacionados al ámbito político-emocional.

Otro trabajo que se ha realizado en México con relación a las emociones en los procesos electorales es el de *Emociones en contexto electoral y atención a política en medios: ¿Inteligencia afectiva o evaluación cognitiva?* (2019) cuya coautoría corresponde a los académicos Victorial Isabel Corduneanu, Carlos Muñiz y Martín Echeverría. En dicho trabajo, los autores investigan la evolución de emociones como ansiedad, alegría, frustración y confianza a lo largo de las campañas presidenciales de 2018, tanto en la población general como en diferentes grupos según su cercanía partidista. De igual forma, resaltan cómo la identificación partidista modula la evolución de las emociones y la relación entre emociones y atención a los medios.

El estudio mencionado, se basa en la recolección y análisis de datos cuantitativos a través de encuestas longitudinales. Con esto, buscan establecer relaciones y posibles causalidades entre variables, emociones y atención a medios, mediante el uso de estadísticas. Este método intenta explicar y predecir el comportamiento a partir de las actitudes. Los académicos asumen que las emociones y la atención a la política son fenómenos reales y medibles que pueden ser estudiados objetivamente. Aunque reconocen la complejidad de las emociones y su dimensión social, la metodología que emplean se centra en la cuantificación y en análisis de patrones observables. De esta forma, los autores toman distancia de los estudios retrospectivos, capturando las emociones auto-reportadas en momentos clave del proceso electoral.

Los hallazgos de la investigación revelan la complejidad inherente a las emociones. A nivel general, si bien las emociones tendieron inicialmente hacia el polo negativo, se observó una evolución significativa hacia emociones más positivas después de las elecciones. Sin embargo, este patrón se matizó considerablemente al analizar los datos por cercanía partidista. Los autores encontraron que el impacto de la campaña y de los resultados sobre las emociones en su conjunto fue positivo, y de manera estadísticamente significativa, este efecto positivo se expresó en los independientes y los cercanos al partido MORENA (2019). Mientras otros grupos mostraron una menor fluctuación emocional. Esta diferenciación subraya la importancia de considerar la identidad partidista como una variable clave en la respuesta emocional al proceso electoral.

Los votantes entusiastas confían más en creencias y actitudes preexistentes, ya adquiridas, como la preferencia partidista o su ideología, mientras demuestran mayor interés en la participación en la campaña o interés para emitir el voto, y una menor vigilancia. Por otro lado, los votantes expuestos a mensajes de miedo o ansiedad, aumentan sus niveles de vigilancia y de búsqueda de información (2019).

Otro resultado que nos presentan los autores desafía parcialmente algunas teorías previas. Contrario a la Teoría de la Inteligencia Afectiva, misma que enfatiza el papel de las emociones negativas como la ansiedad en la movilización de la atención, los autores encontraron una correlación positiva entre el aumento de emociones positivas y una mayor atención a las noticias en la muestra general. No obstante, al desagregar por cercanía partidista, se hallaron evidencias que apoyaban la Teoría de la Evaluación Cognitiva, esto en relación con los participantes del PAN y del PRI en ciertos momentos del proceso electoral de 2018.

El resultado se matiza tomando en cuenta la cercanía partidista. En el caso de los panistas hubo mayor impacto en la atención a las noticias sobre las emociones entre la ola 2 y la 3 (después de la campaña); el mismo efecto se observa entre los priistas en las ola 1 y 2. Para los investigadores del trabajo mencionado, se confirman los postulados de la teoría de la evaluación cognitiva para estos dos segmentos en los momentos del levantamiento (2019).

Este trabajo de Victoria Isabel Corduneanu, Carlos Muñiz y Martín Echeverría (2019), nos ofrece un conjunto de datos y análisis que contribuyen al debate sobre el papel de las emociones en la política. Sobre la comunicación política, proporcionan información valiosa de cómo las emociones

influyen en el consumo de noticias durante una campaña. Para los analistas y estrategas, aunque contextualizado en las elecciones de 2018, ofrece lecciones sobre la importancia del clima emocional del electorado y su segmentación por identidad partidista.

Por último, para una comprensión más profunda del comportamiento electoral, el estudio recalca que las decisiones políticas se encuentran entrelazadas con las emociones y que estas dinámicas son heterogéneas dentro de la población. O sea, se enfatiza la centralidad de las emociones en las decisiones políticas y la diversidad de cómo estas emociones interactúan con el comportamiento electoral en diferentes grupos de la sociedad.

En conclusión, los trabajos acá analizados tienen un denominador común, la crítica a los modelos puramente racionalistas del comportamiento electoral. La idea de un votante que haga una reflexión fría, calculada con información objetiva para maximizar su utilidad se ve desafiada consistentemente. En su lugar, se acentúa que las emociones son fuerzas motrices significativas que moldean las decisiones y percepciones políticas de los ciudadanos. Y aunque tienen enfoques metodológicos distintos, estas investigaciones realizadas coinciden en que el cerebro político opera intrínsecamente como un cerebro emocional.

Lo anterior nos pinta un panorama en donde las emociones no son meras causalidades, al contrario, son una fuerza que construyen la realidad social, política y electoral en México. Desafían la primacía de la racionalidad y subrayan la necesidad de comprender la intrincada interacción entre cognitivo y afecto. Además, los académicos que se han analizado en este apartado, resaltan la importancia del contexto social, cultural e histórico en la configuración de las emociones políticas. Sexenios de alta violencia e inseguridad, crisis como la de Ayotzinapa, escándalos de corrupción y el desencanto generalizado con el sistema político, crean un caldo de cultivo emocional que los candidatos pueden explorar estratégicamente.

De igual forma, las implicaciones de estas investigaciones son profundas y abren importantes líneas de investigación sobre la medición y comprensión del clima político emocional en los procesos electorales. En un siglo XXI marcado por la intensificación de la comunicación política a través de medios digitales y la creciente polarización, entender la dinámica afectiva de la vida pública es fundamental para la salud y la estabilidad de la democracia en México y en otros contextos políticos-

sociales. La hegemonía de la emoción en las urnas, como lo demuestran los trabajos que se han explicado, exige una atención académica continua y profunda.

Lo anterior enfatiza que las emociones han sido un recurrente en los últimos veinte años en el estudio de las ciencias sociales en donde hay pocos trabajos que se enfocan en las afecciones en los procesos electorales. En este sentido, tanto la clase política como la académica deben considerar las emociones como un elemento central en sus estrategias de campañas y como enfoque de análisis de los fenómenos sociales, más allá de la presentación de argumentos y teorías racionales.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.

En el complejo escenario de las campañas electorales, las emociones juegan un papel fundamental que a menudo trasciende la racionalidad del discurso político. Este trabajo de investigación trata de sumergirse en la difícil relación entre las emociones y las estrategias electorales, explorando cómo los sentimientos son utilizados y manipulados para influir en el comportamiento de los votantes.

El recorrido que considero pertinente hacer, empieza examinando el concepto de “libido dominandi” y su implicación en la manipulación emocional durante las campañas políticas. Posteriormente, el estudio se adentra en la neurociencia con la teoría del cerebro trino de Paul MacLean (1990) y la antropología del cerebro de Roger Bartra (2007), las cuales ofrecen una aproximación al funcionamiento del cerebro emocional y su impacto en la toma de decisiones políticas.

La investigación continúa con un análisis de los arquetipos de Carl Jung y su utilización en las estrategias electorales, explorando cómo estos patrones universales resuenan en el inconsciente colectivo de los votantes. Luego, se presenta una narrativa histórica del modelo democrático, trazando el papel de las emociones y la racionalidad desde Platón y Aristóteles, hasta pensadores como Maquiavelo, Hobbes, Locke y Hume.

El trabajo continua al abordar perspectivas contemporáneas, incluyendo el papel que le otorga Antonio Gramsci a las emociones, el modelo agonista de Chantal Mouffe, que reconoce el conflicto como una parte inherente de la política. Finalmente, se exploran las visiones de teóricos actuales como

Victoria Camps, Agnes Heller, Antonio Gutiérrez-Rubí y Teun van Dijk sobre el papel de las emociones en la política actual.

Para el presente trabajo de investigación, la palabra “sentimiento” se usará como sinónimo de “emoción”, dado que el primero tiene muchas interpretaciones diferentes y permite explorar el tema desde varias perspectivas y lentes. Este enfoque destaca la conexión entre el sentimiento y la experiencia emocional, sugiriendo que el sentimiento no es únicamente una respuesta física, sino también una experiencia subjetiva que puede influir en el comportamiento humano, subrayando su relevancia tanto en contextos teóricos como prácticos, destacando su papel fundamental en diversas disciplinas.

Lo anterior, encuentra su fundamento en el autor de *En busca de Spinoza: Neurobiología de la emoción y los sentimientos*, el cual señala:

El significado principal del término “sentimientos” se refiere a alguna variante de la experiencia de dolor y placer, tal como ocurre en las emociones y los fenómenos relacionados: otro significado frecuente se refiere a experiencias tales como el tacto, como cuando apreciamos la forma o textura de un objeto. A lo largo del libro, y a menos que se diga lo contrario, el término sentimientos se usa siempre en su significado principal (Damasio. 2005, p. 9)

2.1. LIBIDO DOMINANDI: EL DESEO DE DOMINAR.

En el trabajo etnográfico, *Príncipes de Naranja*, Paul Friedrich (1986) aborda la historia política del pueblo de Naranja, Michoacán, centrándose en el concepto de “libido dominandi”. Este concepto se refiere al deseo de poder y control. Por ello, Friedrich explica que la lucha por la tierra en esa región originó una nueva forma de deseo de poder, que se manifiesta como una ambición de tener control por el simple hecho de tenerlo (p. 206).

Pero, ¿por qué es importante hablar de este concepto? La “libido dominandi”, es un término que se refiere al deseo de dominar o ejercer control sobre otros. Esto no se limita a la representación sexual o a la sexualidad en sí misma, lo cual podría ser un tema superficial. No, esto se refiere también a lo que consideramos correcto e incorrecto que extiende sus implicaciones hacia el ámbito político,

especialmente a lo que corresponde al tema de este trabajo de investigación, o sea, el contexto de las campañas electorales.

Para Claus Leggewie (2018), “la dominación es un elemento importante de ordenamiento social, un campo de fuerzas en torno al cual se organizan las relaciones y tensiones sociales” (p. 6). Esto afecta cómo se establecen las relaciones entre individuos y grupos, así como las dinámicas de poder que pueden llevar a conflictos o a la cohesión social.

Este concepto puede ser entendido como una fuerza motivacional que impulsa a los individuos a buscar poder y control. Este deseo no solo se manifiesta en acciones individuales, sino también se refleja en estrategias políticas donde las emociones juegan un papel crucial. Las campañas electorales, por su naturaleza agonística, son un campo fértil para la explotación de estas emociones.

2.2. EMOCIONES Y ESTRATEGIAS ELECTORALES.

Las emociones como el miedo, la esperanza, el odio y el amor son herramientas poderosas en la política. Estas pasiones pueden ser utilizadas para movilizar a los votantes, crear divisiones o unir a grupos en torno a una causa en común. Como muestra, se expone lo siguiente:

Miedo: los candidatos pueden utilizar narrativas que enfatizan amenazas externas o internas para justificar su dominio y control. Esto sirve para manipular el comportamiento, ya sea que se emplee desde el poder con el objeto de obtener control y obediencia (Maquiavelo, 1999), o bien, en el caso de las elecciones, con finalidad de asustar a la población de los posibles males que el futuro le dependería si se vota por el candidato contrario.

Un ejemplo práctico de lo anterior sería recordar las campañas electorales para la presidencia de México en 2024, estudio de esta tesis. El discurso de la coalición MORENA-PVEM-PT resaltaba que ellos eran los únicos que podían garantizar los programas sociales a diferencia de la alianza opositora, PRI-PAN-PRD, los cuales, según el partido gobernante, la oposición nunca ha estado de acuerdo con dichos programas.

Otra muestra sería la esperanza. Esta, como promesa de cambio y mejora puede generar un sentido de pertenencia y lealtad hacia un candidato o partido. Es la creencia que tienen los ciudadanos

de que la agenda política de tal candidato servirá para alcanzar ciertos objetivos que traerán felicidad y bienestar.

Ejemplo de lo antes mencionado, en el mismo contexto electoral analizado, la candidata del PRI-PAN-PRD, empezó su gira en Fresnillo, Zacatecas, un lugar que encabeza la percepción de inseguridad en el país, según datos del mismo INEGI (2024), mencionando que se encontraba en ese lugar para mandar un mensaje de esperanza ante el miedo que se vivía.

2.2.1. MANIPULACIÓN EMOCIONAL EN LAS CAMPAÑAS ELECTORALES.

La manipulación emocional es una técnica común en las campañas electorales. Los políticos a menudo diseñan sus mensajes para resonar con las emociones del electorado, utilizando tácticas que apelan a la “libido dominandi”. Esto incluye.

- Publicidad emocional: anuncios que evocan sentimientos intensos para influir en la percepción del candidato.
- Retórica incendiaria: discursos que polarizan a la audiencia, fomentando una sensación de urgencia y necesidad de acción.
- Narrativas personales: historias que conectan emocionalmente con los votantes, humanizando al candidato mientras demonizan a los oponentes.

En pocas palabras, la “libido dominandi” es un concepto fundamental para entender las dinámicas del poder en contextos políticos. Las emociones juegan un papel crucial en cómo se manifiesta este deseo de dominio durante los procesos electorales.

2.3. APROXIMACIÓN AL CEREBRO EMOCIONAL ELECTORAL.

La relación existente entre el cerebro, las emociones y el cuerpo es fundamental para comprender no solo nuestra experiencia individual, también ayuda a entender cómo estas dinámicas afectan decisiones colectivas en tiempos de campañas electorales. A través de un análisis profundo de estas teorías y conceptos, se puede obtener una visión más amplia del impacto emocional en la toma de decisiones políticas.

Para Roger Bartra (2007) el cerebro humano no opera de manera aislada, está íntimamente conectado con el resto del cuerpo a través de un complejo sistema químico y neuronal. Estas conexiones permiten que el cerebro y el cuerpo colaboren y se adapten continuamente a nuestro entorno. La actividad mental, que abarca nuestros pensamientos, emociones y percepciones, es el resultado de una interacción constante entre el cerebro y el ambiente. O sea, la actividad mental, que abarca nuestros pensamientos, emociones y percepciones, es el resultado de una interacción constante entre el cerebro y su entorno.

Esta relación dinámica no solo implica que nuestras experiencias externas influyen en cómo procesamos la información, sino que también sugiere que el cerebro puede depender de una “prótesis”, o sistemas simbólicos culturales que actúan como un mecanismo compensatorio para las deficiencias para funcionar de manera óptima. En este sentido, nuestras experiencias mentales dependen de cómo todo nuestro organismo se relaciona con el mundo que nos rodea, lo que es especialmente relevante en contexto electorales.

Hablar sobre esta conexión, cerebro-emociones, es esencial para que podamos comprender el comportamiento humano en la investigación del presente trabajo. Este capítulo, se centrará en cómo la teoría del “cerebro trino” de Paul MacLean (1990) se complementa con las contribuciones de Antonio Damasio (1994; 2005).

La teoría de MacLean (1990), propone que nuestra mente está compuesta por tres estructuras principales que interactúan entre sí. Esta perspectiva permite entender cómo las emociones influyen en nuestros procesos cognitivos. Por otro lado, las investigaciones de Damasio (1994; 2005) han demostrado que las emociones son fundamentales para la toma de decisiones racionales, sugiriendo que, sin la influencia emocional, nuestras decisiones podrían ser deshumanizadas.

Al integrar estos enfoques con los arquetipos propuestos por Carl Jung (1970), se establece un marco valioso para examinar cómo las emociones impactan en la toma de decisiones políticas. Los arquetipos representan patrones universales que influyen en nuestro comportamiento y percepción del mundo, lo cual es crucial para entender cómo los individuos responden a situaciones políticas específicas.

2.3.1. CEREBRO TRINO.

Para Carl Sagan (2003), la propuesta de MacLean (1990), sobre analizar nuestra mente a través del “cerebro trino” nos sumerge en un fascinante viaje por la evolución del sistema nervioso. Cada una de estas estructuras cerebrales, interconectadas, pero con funciones diferenciadas, representa una etapa clave en nuestro desarrollo como especie. Desde las regiones más antiguas, dedicadas a la supervivencia y la reproducción, nuestro cerebro es un mosaico de capacidad que han ido emergiendo a lo largo de millones de años. Esta visión multidimensional nos invita a comprender que nuestras acciones, pensamientos y emociones son el resultado de la interacción compleja entre estas tres mentes, cada una con su propia lógica y temporalidad.

Esta teoría, ha generado un considerable interés y debate en el campo de la neurociencia y la psicología. Es criticada por simplificar en exceso la complejidad del cerebro humano al dividirlo en tres partes distintas, pero proporciona una estructura clara y comprensible para entender la evolución del cerebro humano y cómo sus diferentes partes contribuyen a nuestras funciones cognitivas y emocionales. De igual forma, ayuda a explicar comportamientos instintivos y emociones básicas, como el miedo y la agresión, al asociarlos con el cerebro reptiliano.

Para MacLean (1990), el cerebro adquirió tres componentes que fueron surgiendo y superponiéndose:

- I. El cerebro reptiliano (primitivo).
- II. El sistema límbico (paleomamífera).
- III. Neocórtex (neomamífera).

En este contexto, el autor argumenta: “The human brain has developed to its great size while retaining the chemical features and patterns of anatomical organization of the three basic formations characterized as reptilian, paleomammalian, and neomammalian” (MacLean. 1990, p. 24).

2.3.1.1. CEREBRO REPTILIANO (PRIMITIVO).

El cerebro reptiliano es el legado más antiguo de nuestra evolución. Este cerebro ejerce un control significativo sobre nuestras respuestas automáticas e instintos de supervivencia (MacLean, 1990). Desempeña un papel crucial en la regulación de nuestras respuestas automáticas e instintivas, esenciales para nuestra supervivencia. De igual forma, procesa la información no verbal, como las

amenazas, aceptación y rechazo. Al ser la parte más primitiva de nuestro cerebro, influye de manera significativa en nuestras interacciones sociales y en la formación de vínculos.

El cerebro reptiliano organiza y gestiona funciones relacionadas con acciones y comportamientos instintivos, tales como rutinas y hábitos. Esto sugiere que gran parte de nuestra conducta diaria está influenciada por patrones aprendidos que se han vuelto automáticos a lo largo del tiempo. La territorialidad y el espacio vital son aspectos cruciales, ya que reflejan la necesidad de proteger recursos y garantizar la seguridad personal, lo cual es vital para la preservación de la especie.

Para este cerebro, las rutinas son vitales. Esto demuestra la capacidad del cerebro animal para reconocer patrones útiles para la supervivencia. Es como si el cerebro, en su búsqueda de eficiencia, reconoce el valor adaptativo de estos patrones y los incorpora a su repertorio conductual, creando así una especie de “ritualización” de acciones cotidianas. Paul MacLean, sobre el funcionamiento del cerebro reptil argumenta:

When subroutines become rigidly in their patterns and time of occurrence. They become known as rituals. Subroutines may creep into the master routine quite accidentally. It was as though the animal's brain had sized up the accidental circumstance as having survival value (MacLean. 1990, p. 180).

Esta parte de rutina que se establece con el día a día es importante en nuestra supervivencia y en la forma de operar de nuestro cerebro. Si en nuestra rutina, por ejemplo, saliendo de casa para ir al trabajo, nos encontramos con un evento inesperado o algún cambio en el entorno que amenaza con retrasar la llegada a nuestro destino, el cerebro reptiliano empieza a trabajar para reconocer lo que sucede y poder implementar estrategias que ayuden a restablecer la rutina y mantener un equilibrio en la vida diaria.

Lo anterior es más complejo porque estas amenazas o cambios a la rutina se manifiestan tanto a nivel físico como a nivel cognitivo. Para Damasio (1994), nuestro cuerpo y cerebro experimentan una serie de cambios rápidos para prepararse y responder a la situación. La forma en que el cuerpo utiliza la energía cambia, lo que afecta cómo funciona. El sistema que nos protege de enfermedades se prepara para actuar. Las sustancias químicas en el cuerpo cambian rápidamente. El cerebro recibe

información sobre estos cambios a través de señales nerviosas y químicas en la sangre. Esto significa que el cerebro está al tanto de lo que sucede en el cuerpo en tiempo real.

En el contexto de esta investigación, las campañas electorales para la presidencia de México en 2024, este enfoque del cerebro trino es de suma importancia. Nos ayuda a estructurar discursos que van dirigidos a activar ciertas emociones y, por lo tanto, una de estas tres partes. En el caso de nuestro lado reptiliano, recurro a exponer un ejemplo que llegó a ser el tema principal de las campañas electorales de esta investigación.

Cuando la alianza gobernante, MORENA-PVEM-PT, difundió la idea de que la alianza opositora, PRI-PAN-PRD, planeaba eliminar los programas sociales, se generó un sentido de amenaza en muchos ciudadanos que dependen de estos proyectos para su bienestar diario, como lo mencionó la Dra. María del Carmen García Aguilar, en el Foro Social Sobre Democracias Otras 2024. Esta percepción de amenaza activa el cerebro reptiliano, relacionado a nuestra supervivencia. En este caso, los votantes pueden haber sentido que su seguridad y estabilidad estaban en riesgo si votaban por la alianza opositora.

La defensa de Claudia Sheinbaum, se enfocó en fortalecer los programas sociales y ampliarlos. Esta estrategia logró conectar con esas preocupaciones. El arquetipo de la madre, Carl Jung (1970), en este caso representado por Sheinbaum, se hizo presente en su bondad protectora y sustentadora. Su discurso se centró en garantizar que estos apoyos no solo continuarían, sino que también se expandirían para incluir a más personas, especialmente a grupos vulnerables. Esto es fundamental para contrarrestar la ansiedad y el miedo generado por la amenaza percibida y que resuena en muchos votantes, quienes vieron en su propuesta un apoyo directo a sus necesidades y preocupaciones al ofrecer soluciones concretas y reafirmar el compromiso con los programas sociales, sustento de millones de familias mexicanas.

Derivado de lo anterior, podemos observar que la amenaza a las rutinas sociales puede desencadenar respuestas emocionales profundas, y los candidatos que logran abordar estas preocupaciones efectivamente pueden ganar el apoyo del electorado al ofrecer seguridad y continuidad a ciertos beneficios que reciben y que afectan directamente sus vidas.

El cerebro reptiliano regula nuestras acciones esenciales para la supervivencia, como la respiración y las reacciones rápidas ante el peligro. También se encarga de nuestras rutinas diarias y de cómo respondemos a la aceptación o el rechazo. En esencia, es la parte del cerebro que nos permite sobrevivir y actuar sin necesidad de hacer un análisis profundo del contexto.

En conclusión, el cerebro reptiliano, como el legado más antiguo de nuestra evolución, ejerce una influencia profunda en nuestro comportamiento cotidiano y en nuestras respuestas emocionales. Al regular nuestras rutinas, instintos de supervivencia y reacciones a las amenazas, este sistema primitivo juega un papel crucial en la toma de decisiones, especialmente en contextos de incertidumbre o cambio.

Las campañas políticas, al aprovechar la sensibilidad del cerebro reptiliano a las amenazas y a la búsqueda de seguridad, pueden influir significativamente en el comportamiento de los votantes. Al ofrecer soluciones concretas a las necesidades básicas y garantizar la continuidad de los beneficios sociales, los candidatos pueden generar un sentimiento de seguridad y confianza en el electorado. La óptica de Rafael Bisquerra, observa que:

Las emociones están presentes como un elemento esencial en las dinámicas políticas, aunque no se hable de ello. La política activa emociones y las emociones influyen en la política, hasta el punto de afectar a la toma de decisiones, a los votos, a las elecciones y por tanto a la política de un país (Bisquerra. 2017, p. 106).

Comprender el funcionamiento del cerebro reptiliano nos permite diseñar estrategias de comunicación más afectivas, tanto en el ámbito político como en otros contextos. Al identificar las necesidades básicas y las preocupaciones de las personas, podemos desarrollar mensajes que resuenen a nivel emocional y motiven a la acción.

2.3.1.2. EL SISTEMA LÍMBICO (PELEOMAMÍFERA).

El reconocimiento del papel fundamental de las emociones en la toma de decisiones durante las campañas electorales y en la comunicación política abre nuevas oportunidades para construir mensajes más efectivos y resonantes. Al integrar estrategias emocionales en su discurso, los candidatos pueden establecer una conexión más profunda con su audiencia. Carlos Andrés Pérez Múnera, afirmar que “la emoción es la que dicta la gran mayoría de esas decisiones, y como comunicador profesional

supe que vender la política debería ser un ejercicio de emociones. En el 90% de las veces actuamos desde la emoción” (Múnera. 2020, p. 20).

Para comprender esta dinámica, es útil explorar la segunda evolución que plantea MacLean (1990). El sistema límbico, también conocido como el cerebro paleomamífero, es la región del cerebro que desempeña un papel crucial en la experiencia emocional. La glándula “timo”, cuyo nombre proviene del griego *thymus* significa energía vital (Mi Sistema Inmune, 2023). Resalta su importancia no solo en el sistema inmunológico, también en su conexión con las emociones. Según MacLean (1990), este sistema evoluciona a partir del cerebro reptil, incorporando estructuras más complejas que permiten una gama más amplia de emociones y respuestas conductuales.

El sistema límbico incluye la corteza del mismo nombre y diversas estructuras del tronco encefálico, todas interconectadas y desempeñando funciones relacionadas con la regulación emocional, la formación de recuerdos y el aprendizaje social. Sin embargo, el neurólogo portugués Antonio Damasio (1994) desafía la visión neurobiológica convencional al sugerir que las redes emocionales abarcan no solo el sistema límbico, sino también otras áreas como capas de la corteza prefrontal y regiones cerebrales donde se integran señales corporales.

Esta conexión plantea preguntas intrigantes sobre la naturaleza de la conciencia y la identidad. Si nuestras emociones más profundas están ligadas a procesos biológicos específicos, ¿qué estrategias comunicativas pueden influir en estas áreas del cerebro?

Los discursos centrados en la superación personal, valores familiares, el trabajo arduo y la perseverancia suelen apelar a sentimientos de esperanza, optimismo y amor, creando vínculos emocionales sólidos con el público. Relatos inspiradores de lucha y éxito hacen eco profundamente en las personas tocando sus emociones y motivándolas a superar obstáculos. Esta estrategia comunicativa es eficaz para fomentar empatía, determinación y sentido de propósito.

En este caso, para argumentar lo anterior, expondré tres ejemplos prácticos:

Ejemplo uno: “Desde muy pequeña, mis padres nos enseñaron a amar la tierra en donde nacimos” (Sheinbaum, 2023). Esta declaración evoca una conexión emocional con los valores nacionales y familiares, generando un sentido de pertenencia.

Ejemplo dos: “A los ocho años, aquí vendí las famosas gelatinas para ayudar a mi familia” (Gálvez, 2023). Su relato sobre el esfuerzo desde temprana edad busca resonar mostrando determinación, dedicación y compromiso familiar.

Ejemplo tres: “Soy padre de unos niños de 5 y 7 años, que son el motor de mi vida” (Máñez, 2024). Esta frase resalta el amor familiar como un valor universal que llega a conectar con el electorado.

Este tipo de discursos no solo inspiran y motivan, también fortalecen la conexión emocional entre el orador y su audiencia. Para que un elector decida votar por un candidato, es necesario que exista un cierto grado de identificación personal. Esto significa que el elector debe sentirse representado por el candidato, compartir sus valores o creer que sus propuestas son las mejores para resolver los problemas de la comunidad. Al compartir historias personales de lucha y éxito los políticos pueden humanizarse e impactar profundamente con el electorado al activar el sistema límbico de estos. Esto no solo incrementa la empatía entre los votantes, sino que también fomenta un sentido renovado de propósito en la sociedad.

En resumen, el sistema límbico está estrechamente relacionado con la generación de emociones intensas. O sea, cuando sentimos “mariposas en el estómago” ante un enamoramiento, un “nudo en la garganta” al ver una película triste, es nuestro sistema límbico. Discursos como los anteriores, son importantes para activar ciertos puntos de esta parte del cerebro y conectar con el electorado. Para Carl Jung (1970) nuestro inconsciente actúa como un reservorio de emociones muy intensas, a menudo reprimidas o no completamente conscientes. Estas emociones, al acumularse, pueden generar una tensión considerable. En palabras de Carl Sagan:

En el sistema límbico se gestan las emociones intensas o singularmente vividas, circunstancias que amplían de inmediato nuestra perspectiva acerca de la mente del reptil, en cuanto que esta no viene caracterizada por indómitas pasiones ni calamitosas contradicciones, sino más bien por una dócil y torpe aquiescencia al modelo de conducta que le dictan sus genes y su cerebro (Sagan. 2023, p. 23).

2.2.1.3. NEOCÓRTEX.

La tercera y última evolución que se expone en la teoría del “cerebro trino” (1990) es la del neocórtex. Según la teoría que hemos venido abordando, esta parte del cerebro es responsable de las

funciones de procesos cognitivos complejos como el razonamiento, la toma de decisiones, el pensamiento abstracto y el lenguaje. Está principalmente orientado hacia el entorno externo. Esto implica que nuestras capacidades cognitivas y científicas han estado históricamente enfocadas en comprender y analizar el mundo que nos rodea, en lugar de centrarse en procesos internos o subjetivos.

La neocorteza podía considerarse la sede de la racionalidad en nuestro sistema nervioso, ya que nos permite la aparición del pensamiento sistemático y lógico, que existe independientemente de las emociones y de las conductas programadas por nuestra genética (Rubio. 2019, p. 4).

Al ser asociado con la capacidad de razonamiento, conectar con los pensamientos de forma lógica y ordenada encuadra con el arquetipo Junguiano (1970) de “El Sabio”. Este modelo llega a representar la búsqueda del conocimiento, la verdad y la comprensión profunda del mundo con un pensamiento crítico de enfoque analítico, reflexivo y que aplica su conocimiento de manera secuencial para solucionar problemas.

Pero, si las campañas electorales son emociones y no razones, como bien menciona Damasio (1994) “siempre ha sido evidente que en ciertas circunstancias la emoción altera el razonamiento” (p. 87), ¿Cuál sería la estrategia que apela a esta parte del cerebro? La estrategia ideal para activar esta tercera y última parte evolutiva del cerebro, sería una basada en datos y argumentos sólidos. La retórica generativa (Esquivel et al. 2020) busca demostrar la viabilidad y efectividad mediante un enfoque racional y basado en datos. Al hacerlo, se establece un marco donde el auditorio puede ver claramente cómo las propuestas pueden ser implementadas, lo que es fundamental para el éxito del discurso persuasivo.

Acá estamos hablando de un votante que realiza evaluaciones basadas en experiencias pasadas, considerando aspectos como la situación económica y política, así como el desempeño de los actores en estos ámbitos. Mostrar estadísticas, números, datos, resultados de análisis científicos sirve para persuadir esta última evolución del cerebro humano.

En los debates presidenciales 2024 en México, vimos a los candidatos hacer mención de cifras, indicadores y métricas que exponían un contexto del país. Para esto, vuelvo a exponer 3 ejemplos de frases que los tres candidatos contendientes a la presidencia de México en 2024 han expresado.

Ejemplo uno: “El 47 por ciento (de la población) se sentía satisfechas, en el caso del IMSS Bienestar, el 59 por ciento se siente satisfecho, vamos por buen camino” (Sheinbaum, primer debate presidencial 2024).

Ejemplo dos: “La tortilla pasó de 14 a 22 pesos. El frijol de 22 a 40 pesos. El aceite de 26 a 40 pesos” (Gálvez, segundo debate presidencial 2024).

Ejemplo tres: “Nueve de cada 10 personas que abandonan el mercado laboral para realizar tareas de cuidado, son mujeres” (Máynez, segundo debate presidencial 2024).

Lo anterior nos da un panorama sobre la relación entre el neocórtex, la parte asociada al razonamiento, la toma de decisiones, que ayuda a evaluar los costos y beneficios de estas (Downs, A.1957), y las estrategias de campaña política. Se argumenta que, si bien las emociones influyen en el comportamiento electoral, apelar a la racionalidad a través de datos y argumentos sólidos es una estrategia efectiva para activar esta última evolución cerebral. Pero, si bien la activación de esta parte del cerebro es una estrategia valiosa, las campañas electorales exitosas deben combinar elementos racionales y emocionales para conectar con una amplia gama de votantes.

Lo anterior es la idea principal de Damasio (1994). La emoción y la razón no son procesos mentales independientes, sino que están profundamente interconectados. Damasio sostiene que las emociones son esenciales en el proceso de toma de decisiones y que, en realidad, nuestra capacidad para pensar, razonar y comprender se ve afectada y moldeada por nuestras emociones. En palabras más técnicas del mismo neurólogo portugués:

Parece haber una colección de sistemas en el cerebro humano que están dedicados específicamente al proceso de pensamiento orientado hacia metas definidas que llamamos razonamiento, y a la respuesta selectiva que denominamos toma de decisiones, con énfasis especial en los dominios personal y social. Ese mismo conjunto de sistemas también está involucrado en la emoción y el sentimiento (Damasio, A. 1994, p.115).

2.2.1.4. EL EXOCEREBRO COMO PRÓTESIS CULTURAL.

Como se mencionó en líneas anteriores, Paul MacLean (1990) identificó el neocórtex como la etapa más avanzada en la evolución cerebral. Sin embargo, Roger Bartra (2007) propone una nueva

fase evolutiva: el “exocerebro”. Este concepto se refiere a un conjunto de elementos culturales y sociales, como el lenguaje, la música y otras formas de comunicación, que actúan como una extensión de la conciencia humana. Bartra argumenta que la conciencia no se limita a los procesos internos del cerebro; también se forma a través de interacciones con el entorno cultural.

Lo anterior implica que el exocerebro funciona como una prótesis que compensa las limitaciones del cerebro en situaciones adversas y complejas. Por ejemplo, cuando los seres humanos enfrentan entornos desconocidos o desafiantes, recurrimos a herramientas culturales para orientarnos y adaptarnos, lo que nos permite seguir funcionando a pesar de las dificultades. Un ejemplo del exocerebro en el contexto de las elecciones presidenciales de México en 2024 es el siguiente:

Los votantes mexicanos se enfrentan a un entorno político complejo y desafiante, con más de 20,000 cargos en disputa y una gran cantidad de información para procesar. En esta situación, el exocerebro actúa como una prótesis cultural que ayuda a los ciudadanos a navegar y adaptarse a este escenario electoral. El uso de redes sociales, debates televisados, encuestas, discusiones en su entorno familiar y social, símbolos y eslóganes de campaña son herramientas culturales que permiten a los votantes orientarse en el complejo panorama político. Estas herramientas facilitan su participación en el proceso democrático, incluso ante la complejidad y el volumen de información involucrada en las elecciones de 2024.

Para Roger Bartra esta condición del exocerebro funciona de la siguiente manera “esta prótesis puede definirse como un sistema simbólico de sustitución que tendría su origen en un conjunto de mecanismos compensatorios que remplazan a aquellos que se han deteriorado o que sufren deficiencias ante un medio ambiente muy distinto” (Bartra. 2007, p. 26).

La noción de exocerebro resalta la importancia de las interacciones culturales en la formación de la conciencia. Al integrar elementos externos en nuestro funcionamiento cognitivo, podemos enfrentar mejor los desafíos del entorno. Esta perspectiva no solo redefine cómo entendemos la conciencia humana, sino que también enfatiza el papel crucial de la cultura en nuestra capacidad para adaptarnos y prosperar en un mundo en constante cambio.

A manera de conclusión, de lo anterior se puede rescatar que, la intersección entre la exploración del cuerpo emocional en la toma de decisiones electorales y el concepto de “exocerebro”

propuesto por Roger Bartra (2007) revela una comprensión más profunda de cómo los seres humanos interactúan con su entorno político. Ambos enfoques destacan la complejidad de la toma de decisiones y subrayan la importancia de factores tanto internos como externos en el comportamiento electoral.

El análisis del “cerebro trino” de Paul MacLean (1990), complementado por las contribuciones de Antonio Damasio, muestra que las emociones son fundamentales para la racionalidad y el comportamiento electoral. El cerebro reptiliano y el sistema límbico juegan un papel crucial al regular instintos básicos y generar emociones intensas que motivan a los votantes. Estas dinámicas emocionales son esenciales para conectar a los electores con los candidatos y sus propuestas, lo que puede influir en sus decisiones en momentos de incertidumbre.

Por otro lado, el concepto de exocerebro introduce la idea de que la conciencia no se limita a procesos internos, sino que se forma a través de interacciones con elementos culturales y sociales. En situaciones desafiantes, como las elecciones, recurrimos a herramientas culturales, como el lenguaje y las narrativas, para orientarnos y adaptarnos. Este enfoque resalta cómo las campañas electorales efectivas deben integrar tanto estrategias emocionales como culturales, utilizando historias que resuenen con los votantes.

La combinación de estos dos enfoques proporciona una visión integral sobre cómo las emociones y las interacciones culturales influyen en las decisiones electorales. Al entender estas dinámicas, los comunicadores políticos pueden desarrollar mensajes más resonantes y efectivos, maximizando así su capacidad para influir en el comportamiento electoral y fomentar una participación activa en la vida democrática. Esta perspectiva no solo redefine nuestra comprensión de la conciencia humana, sino que también enfatiza la necesidad de abordar tanto los aspectos emocionales como culturales en el contexto político actual.

2.4. CARL JUNG Y LAS ESTRATEGIAS ELECTORALES.

En el apartado anterior, se llevó a cabo un análisis sobre la interacción entre el funcionamiento del cerebro, desde la perspectiva de la neurociencia, y las emociones en el contexto electoral. Ahora es momento de explorar otra disciplina en el mismo contexto de campañas electorales. La intersección entre la psicología profunda y la política moderna ofrece un terreno fértil para el análisis de las estrategias electorales. Carl Jung (1970), con su teoría de los arquetipos, proporciona un marco

invaluable para entender cómo los candidatos en una campaña electoral pueden resonar con el inconsciente colectivo de los votantes.

Los arquetipos junguianos, tales como el héroe, la madre, el sabio y la sombra, no solo son figuras mitológicas, sino también poderosas herramientas de comunicación que pueden ser empleadas para movilizar emociones y comportamientos en el electorado. Este apartado explorará una parte de las estrategias políticas actuales en donde se utilizan estos arquetipos para construir narrativas persuasivas y conectar emocionalmente con los votantes, revelando así la profunda conexión entre la psicología arquetípica y la dinámica electoral.

2.4.1. UNA MIRADA A LOS ARQUETIPOS JINGUIANOS.

Carl Jung (1970) describía los arquetipos como patrones universales e innatos de la psique humana que emergen del inconsciente colectivo. Estos arquetipos son imágenes y temas recurrentes que aparecen en los sueños, la mitología, el arte y la religión de todas las culturas. Funcionan como estructuras psíquicas básicas que moldean nuestras experiencias y comportamientos.

Entre los arquetipos más significativos se encuentran “El Héroe”, que simboliza la superación de desafíos; “La Sombra”, que representa los aspectos ocultos y reprimidos de nuestra personalidad; “La Madre”, que encarna la nutrición y la protección; y “El Sabio”, que personifica el conocimiento y la sabiduría. Aunque estos arquetipos residen en esa biblioteca de experiencias y símbolos que habitan en lo más profundo de nuestra psique que llamamos inconsciente colectivo, se manifiestan en la vida consciente a través de símbolos y conductas, influyendo profundamente en nuestras emociones, motivaciones y relaciones.

La forma en que entendemos y validamos nuestra existencia mental o psíquica está intrínsecamente relacionada con la capacidad de tomar conciencia de ciertos contenidos o experiencias (Jung, 1970). O sea, la existencia psíquica no es solo un estado pasivo, requiere activamente de contenidos que puedan ser concienciados para ser plenamente reconocida y comprendida.

En resumen, los arquetipos junguianos pueden considerarse como mapas antiguos que reflejan nuestra esencia, heredados de nuestros ancestros y transmitidos a lo largo de las generaciones. Estos patrones universales, profundamente arraigados en el inconsciente colectivo, nos guían a lo largo de nuestras vidas. En el contexto electoral, reconocer estos modelos resulta fundamental para identificar

el mensaje de los candidatos. Para los actores políticos, comprender esta temática es crucial para desarrollar una narrativa sólida y fundamentada que logre penetrar en la psique del votante.

2.4.2. ARQUETIPOS EN EL CONTEXTO ELECTORAL.

Las campañas electorales se configuran como competencias discursivas en las que las subjetividades de los votantes son construcciones moldeadas por narrativas políticas. Estas narrativas, a su vez, utilizan arquetipos para resonar con el público. En su obra *Vuelta de tuerca: aproximaciones críticas sobre el proceso electoral 2017-2018 y primeros atisbos de la Cuarta Transformación en Chiapas y México* (2021), La doctora María del Carmen García Aguilar y el doctor Jesús Solís, señalan:

Desde los marcos discursivos que disputan el modelo del orden social y político, las subjetividades en el plano nacional son construcciones deliberadas que hacen de la trama social, como pasaje cultural, los hilos transversales de proyectos y horizontes de cambio político que pierden el sentido de unicidad y confrontación en las escalas locales, cuyas sociedades se definen polarizadas y fragmentadas y, por ello, moldeables (Solís, J. et al, 2021, p. 71).

Este análisis resalta un aspecto crucial: las subjetividades son construcciones intencionadas que emergen de marcos discursivos en competencia por definir el orden social y político. En este sentido, la construcción de subjetividades es un proceso dinámico influenciado por discursos rivales, donde el contexto local desempeña un papel fundamental en la polarización y la capacidad de cambio social. Las identidades se perciben como fluidas y adaptables, reflejando las complejidades del entorno sociopolítico. Derivado de esto, es esencial considerar la intersección entre la construcción de subjetividades y el uso de arquetipos en la comunicación política. Esta relación es clave para comprender cómo se forman las identidades políticas y cómo pueden ser manipuladas para influir en el comportamiento electoral.

Los arquetipos, entendidos como modelos o ejemplos que representan ciertas acciones y comportamientos, juegan un papel importante en este proceso. En el contexto de la intervención social (Arzate. 2010), cada arquetipo refleja un enfoque único para abordar problemas en la sociedad. Así, al utilizar estas figuras junguianas en la comunicación política, se pueden moldear las subjetividades de los votantes, creando narrativas que resuenan con sus experiencias y aspiraciones.

En resumen, la interacción entre la construcción de subjetividades y el uso de arquetipos en

las estrategias electorales es esencial para entender cómo se forman las identidades políticas y cómo estas pueden ser estratégicamente manipuladas para influir en el comportamiento electoral. En consecuencia, en este proceso electoral presidencial 2024 en México, los arquetipos que encuadran a cada candidato son fundamentales para entender su conexión con el electorado y sus estrategias. A continuación, se presentan los principales candidatos y los arquetipos que podrían asociarse con ellos.

2.4.2.1. CLAUDIA SHEINBAUM: MADRE.

Como candidata a la presidencia de México en 2024, se puede asociar con el arquetipo de la madre debido a su enfoque en los programas sociales y su discurso centrado en la protección y el bienestar de los ciudadanos más vulnerables. Este arquetipo resuena especialmente en su narrativa política, donde enfatiza la necesidad de cuidar y apoyar a aquellos que menos tienen. No está de más hacer una comparación con el expresidente Andrés Manuel López Obrador, que igual adoptó una figura paternal ante sus seguidores.

Sheinbaum ha enfocado su campaña en iniciativas que buscan proteger y fortalecer los proyectos que se implementan para mejorar la situación de las personas. En este caso, su objetivo se centra en la entrega de recursos económicos a diversos grupos sociales que apelan a su supervivencia (García M. 2024). De igual forma, en diversos eventos públicos ha mencionado que, por ser mujer, tiene una visión de protección especial debido a su experiencia como madre (Sheinbaum, 2024). Esto implica que su papel maternal no solo influye en su vida personal, sino que también se traduce en un compromiso político hacia la protección infantil. Este enfoque puede ser visto como un intento de conectar emocionalmente con la sociedad, presentándose como una figura maternal que refuerza este arquetipo.

Para Carl Jung, este modelo tiene las siguientes características.

Lo materno, la autoridad mágica de lo femenino, la sabiduría y la altura espiritual que está más allá del entendimiento; lo bondadoso, protector, sustentador, dispensador de crecimiento, fertilidad y alimento. Pero también lo secreto, lo oculto, lo sombrío, el abismo, el mundo de los muertos, lo que devora, seduce y envenena, lo que provoca miedo y no permite evasión (Jung. 1970, p. 75).

O sea, estamos hablando de una figura compleja y multifacética, reflejando tanto las cualidades

nutritivas y protectoras de la maternidad como sus aspectos oscuros y amenazantes. Esta dualidad resalta la importancia de reconocer e integrar ambos lados en el proceso de desarrollo personal, permitiendo una comprensión más profunda de las dinámicas familiares y sociales asociadas con la figura materna.

Por otro lado, para Jung (1970) la madre negativa es vista como una figura que no proporciona el apoyo emocional necesario. En lugar de ser nutritiva y protectora, su comportamiento puede resultar en una relación tensa y conflictiva con sus hijos. De igual forma, encontramos su falta de flexibilidad. La madre negativa tiende a enfocarse en lo seguro y lo racional, desestimando las experiencias emocionales más profundas que son esenciales para el desarrollo integral del individuo. Esto puede resultar en una incapacidad para manejar situaciones complejas o ambiguas.

2.4.2.2. XÓCHITL GÁLVEZ: REBELDE.

La candidata de la alianza opositora cumple con las características del arquetipo del rebelde. Al adoptar una actitud auténtica y desinhibida, rechazando las expectativas tradicionales impuestas por los partidos políticos (su candidatura se vendió como una ciudadana). En sus declaraciones encontramos afirmaciones como “voy a mandar al carajo muchas cosas que no estoy dispuesta a aceptar”, lo que demuestra su disposición a desafiar normas establecidas y a ser fiel a sí misma, en lugar de conformarse con lo que se espera de una candidata presidencial.

Su campaña ha estado marcada por acciones disruptivas, como encadenarse en el Senado para protestar y vestirse con una botarga de dinosaurio para criticar al gobierno. Estas acciones no solo resaltan su carácter rebelde, sino que también capturan la atención del público y desafían la seriedad habitual de la política.

Desde una perspectiva psicológica, Carles Gódia (2019) sugiere que la motivación del rebelde puede estar arraigada en un deseo de cambio o en una respuesta a experiencias de injusticia. Sin embargo, esta motivación puede volverse peligrosa cuando se transforma en un rechazo absoluto de lo establecido, llevando al rebelde a cruzar líneas morales y éticas.

De igual forma, su naturaleza desafiante y su tendencia a romper reglas pueden llevarla a conflictos innecesarios y a la falta de estabilidad. O sea, la complejidad de esta figura oscila entre el idealismo y la destructividad, lo que genera un debate sobre los métodos y objetivos de aquellos que

buscan desafiar las normas sociales.

Gálvez Ruiz, ha presentado su imagen como una figura política notable en México, utilizando su historia personal y su narrativa de éxito como pilares fundamentales en su campaña electoral. Su trayectoria, que va desde la venta de gelatinas hasta la aspiración a la presidencia, se convierte en un relato poderoso que busca resonar con el electorado, especialmente en un contexto donde la inseguridad y la salud son preocupaciones predominantes.

Xóchitl, ha estructurado su narrativa entorno a dos ejes principales: diagnóstico de problemas y propuestas de solución. Su enfoque inicia señalando el problema que aqueja al país, tales como la inseguridad y las deficiencias en el sistema de salud. Al resaltar estos aspectos negativos, busca crear un sentido de urgencia y necesidad de cambio entre los votantes. Este diagnóstico no solo establece el contexto de su campaña, sino que también sirve para justificar sus propuestas como soluciones viables a los problemas identificados.

Uno de los elementos más distintivos de su estrategia es el uso de símbolos impactantes y mensajes directos. Por ejemplo, firmar con sangre es una metáfora poderosa que busca comunicar la seriedad de su compromiso y la urgencia del cambio que propone. Este tipo de simbolismo puede atraer tanto la atención mediática como el interés emocional del electorado, lo que es crucial en un entorno político saturado de mensajes.

En un contexto donde muchos ciudadanos se sienten inseguros o desilusionados por el estado actual del país, su historia personal de superación resuena profundamente. Esto crea una especie de “*rockstar*” político que puede tener impacto en la atracción del voto. Pero, aunque su historia es inspiradora, siempre existe el riesgo de que sea vista como una estrategia meramente populista si no logra traducir su narrativa en propuestas concretas y efectivas.

2.4.2.3. JORGE MÁYNEZ: CREADOR.

La campaña de Movimiento Ciudadano, liderada por Jorge Álvarez Máynez para las elecciones presidenciales de 2024 en México, se alinea con el arquetipo del creador, caracterizado por la creatividad y la innovación. Según Carmen Díaz Soloaga (2017), este arquetipo busca reemplazar lo viejo por lo nuevo, lo que se refleja en la narrativa de la campaña que promueve “*la nueva forma de hacer política*” frente a la “*vieja política*” que crítica el candidato naranja, Jorge Máynez.

La campaña se distingue por su enfoque innovador, utilizando jingles pegajosos, coreografías y un fuerte énfasis en las redes sociales como Instagram y TikTok. Estas plataformas son especialmente populares entre los jóvenes, un público objetivo clave para MC, como se indica en el “Reporte 2024 sobre el entorno digital en México de DataReportal”. Esta estrategia busca construir una identidad emocional con los electores alineándose con su narrativa de “lo nuevo”.

Jorge Máynez ha centrado su discurso en temas relevantes para los jóvenes y grupos vulnerables. Sus propuestas incluyen la regulación del consumo de drogas y la desmilitarización de la seguridad pública, buscando ofrecer soluciones frescas a problemas arraigados en la política mexicana. Además, el candidato ha enfatizado una visión de igualdad sustantiva y un compromiso con los derechos humanos y el medio ambiente, lo que refuerza su imagen como un innovador que busca transformar la realidad política del país.

El arquetipo del creador (2017) también se manifiesta en la estética de la campaña, que es original, audaz y artística, presentando una visión futurista. Esta búsqueda por diferenciarse puede ser vista como un intento de destacar en un panorama político saturado. Sin embargo, esta necesidad de originalidad también puede llevar a comparaciones constantes con otros candidatos, lo que puede resultar en un ego que va creciendo y que dificulta la autoevaluación crítica.

A pesar de las estrategias innovadoras, el arquetipo del creador enfrenta desafíos significativos. La dependencia en la percepción de originalidad puede llevar a una desconexión con las realidades políticas tradicionales. Además, el enfoque exclusivo en los jóvenes podría limitar su atractivo entre otros sectores demográficos. La decisión de realizar eventos privados en universidades refleja una estrategia cuidadosa para conectar con su base juvenil, pero también podría ser vista como una limitación en términos de alcance.

En resumen, la campaña de Movimiento Ciudadano para las elecciones presidenciales de 2024 es un claro ejemplo del arquetipo del creador aplicado a la política. A través de estrategias creativas y un enfoque centrado en la innovación, busca transformar el panorama político mexicano. Sin embargo, este arquetipo debe encontrar el equilibrio en esta búsqueda de originalidad con una conexión genuina hacia un electorado más amplio para maximizar su impacto electoral.

Con lo explicado anteriormente, se puede concluir que, el análisis de las estrategias electorales

mexicanas para la contienda presidencial de 2024 revela una sofisticada implementación de la teoría Junguiana de los arquetipos, evidenciando un profundo entendimiento de la psicología colectiva en la comunicación política contemporánea. Esta aproximación teórica permite examinar cómo los candidatos principales han estructurado sus narrativas para establecer conexiones significativas con el inconsciente colectivo del electorado.

En el caso de Claudia Sheinbaum, MORENA-PVEM-PT, la encarnación del arquetipo maternal se materializa a través de una agenda política centrada en el bienestar social y la protección de grupos vulnerables. Esta representación arquetípica representa una dualidad inherente entre sus aspectos nutricios y restrictivos, generando un complejo equilibrio en su proyección política.

Xóchitl Gálvez, por su parte, personifica el arquetipo del rebelde mediante una presencia disruptiva en el escenario político. Su narrativa, fundamentada en el cuestionamiento del orden establecido, aunque potencialmente efectiva para movilizar ciertos sectores del electorado, conlleva riesgos inherentes de volatilidad e inestabilidad en su propuesta política.

Por su parte, la estrategia de Jorge Máynez se distingue por su alineación con el arquetipo del creador, manifestándose a través de una comunicación innovadora que privilegia las plataformas digitales y mensajes orientados hacia la juventud. Su propuesta de “nueva política” busca establecer un paradigma diferenciado en el escenario electoral.

La importancia de estas representaciones arquetípicas está intrínsecamente vinculada a su autenticidad y capacidad de resonancia con el electorado. Los arquetipos funcionan como catalizadores entre el discurso político y el inconsciente colectivo, facilitando una conexión emocional más profunda con los votantes. Sin embargo, el principal desafío consiste en mantener la coherencia arquetípica mientras se responde a las exigencias pragmáticas de una campaña electoral.

Para la consultora política mexicana Gisela Rubach (2024), coordinadora de diplomados de marketing político del ITAM, los arquetipos de Jung ayudan a estructurar el storytelling político y puede facilitar la conexión emocional con los electores, mejorar la identificación del candidato y diferenciarlo de los competidores.

2.5. DEMOCRACIA: LA TENSION ENTRE RAZÓN Y EMOCIÓN.

“Tres facultades hay en el hombre: la razón que esclarece y domina; el coraje o ánimo que actúa, y los sentidos que obedecen”.

Platón.

2.5.1. INTRODUCCIÓN A LA DEMOCRACIA COMO PROCESO EVOLUTIVO.

Javier Tello Díaz (1996) señala que la obra de David Held, *Modelos de democracia* (1991), presenta a la democracia no solo como un sistema político, sino como un producto de la civilización occidental que ha evolucionado a través de un diálogo constante entre pensadores a lo largo de dos mil años. Este enfoque invita a reflexionar sobre cómo las ideas de diferentes filósofos y líderes políticos han moldeado nuestra comprensión contemporánea de la democracia. Held destaca que este proceso ha sido influenciado por una rica tradición filosófica y política, desde las raíces en la antigua Grecia hasta los desafíos actuales que enfrentamos en nuestras sociedades democráticas. Estas evoluciones que explica Tello Díaz (1996), podrían ser estructuradas de la siguiente forma:

Democracia directa, empatía y compromiso cívico: en el contexto de las antiguas ciudades-estado, la democracia directa permitía a los ciudadanos participar activamente en la toma de decisiones. Este modelo se basaba en la empatía y el compromiso cívico hacia los asuntos públicos. La doctora María Dolores García-Arnaldos enfatiza que el desarrollo de la empatía es crucial: “Por lo demás, el desarrollo adecuado de la empatía hace que se produzca el sentimiento de que los intereses de los demás son nuestros propios intereses” (García-Arnaldos, 2021). Así, el bienestar ajeno se convierte en una preocupación inherente, transformando la participación política en una expresión de identidad y responsabilidad compartida.

La democracia representativa, confianza y legitimidad: en contraste con la democracia directa, en la democracia representativa moderna, los ciudadanos eligen a sus representantes, quienes toman decisiones en su nombre. Aquí, las emociones juegan un papel fundamental; la confianza en estos representantes es esencial para la legitimidad del sistema. Julián Sauquillo argumenta que “la confianza

consiste en la concesión de poder a los representantes para ocupar responsabilidades” (Sauquillo, 2012). Esta confianza permite a los representantes actuar con libertad y criterio propio, reflejando así los intereses del *demos*.

La democracia cosmopolita, empatía global y movilización emocional: la democracia cosmopolita trasciende fronteras nacionales y requiere cultivar sentimientos de empatía y solidaridad con individuos de diversas culturas. La preocupación por el bienestar ajeno revela cómo las emociones influyen en la percepción ciudadana del sistema político. En este sentido, la movilización emocional se convierte en un recurso poderoso para desafiar el statu quo. A medida que los ciudadanos expresan su frustración con las instituciones existentes, el discurso afectivo cobra relevancia en la política contemporánea, convirtiendo al pueblo en un actor clave para construir un futuro democrático más inclusivo.

2.5.1.1. LA INTERACCIÓN ENTRE RACIONALIDAD Y EMOCIONES EN EL COMPORTAMIENTO POLÍTICO.

La comprensión del comportamiento político actual y la evolución de la democracia requiere un análisis profundo de la interacción entre racionalidad y emociones. Tradicionalmente, enfoques como el racionalismo, ejemplificado en obras como *An economic theory of democracy* de Anthony Downs (1875) y *The theory of political coalitions* de William Riker (1962), han postulado que los actores políticos, tanto ciudadanos como partidos, actúan como “lectores racionales”, tomando decisiones basadas en cálculos informados y motivados por intereses objetivos. Sin embargo, esta perspectiva ha sido objeto de un intenso debate en las últimas décadas.

Aunque tradicionalmente se ha visto a la política como un dominio regido por decisiones racionales, investigaciones recientes muestran que las emociones influyen significativamente en estas decisiones (Jasper, 2013; Arfuch, 2016). Por eso, la noción del elector racional resulta insuficiente al considerar cómo los factores emocionales pueden afectar las decisiones electorales.

Desde los modelos de democracia estudiados por David Held (1991), es evidente que las emociones juegan un papel crucial en la formación política y participación ciudadana. Filósofos desde Platón hasta Hobbes y Gramsci, han abordado esta relación entre razón y emoción, resaltando su importancia en la construcción institucional y el comportamiento político contemporáneo. Así, es esencial reconocer cómo estas dinámicas afectan no solo nuestra comprensión teórica de la

democracia, sino también su práctica real en nuestras sociedades actuales.

2.5.2. ANTIGUA GRECIA.

La democracia ateniense se caracteriza por su enfoque en la participación activa del *demos*, donde cada ciudadano tenía voz en la asamblea. Este modelo se basa en la premisa de que los ciudadanos son actores racionales capaces de deliberar y tomar decisiones informadas sobre los asuntos del estado. La estructura institucional, que permitía a todos los ciudadanos varones participar directamente en el proceso legislativo, promovía un espacio donde se ejercía la razón para alcanzar el bien común. En este sentido, lo racional es visto como un pilar fundamental que permite a los ciudadanos evaluar críticamente las políticas y decisiones que afectan a su comunidad.

Sin embargo, esta visión racionalista no es suficiente para explicar completamente el comportamiento político de los atenienses. La crítica de Platón y Aristóteles a la democracia ateniense resalta preocupaciones sobre la capacidad de las masas para tomar decisiones informadas, sugiriendo que, sin un consentimiento adecuado, el proceso democrático podría degenerar en caos. Esto plantea un dilema: ¿cómo puede un sistema basado en la razón evitar caer en decisiones irracionales?

2.5.2.1. PLATÓN Y EL REY FILÓSOFO.

Para David Held (1991) Platón es uno de los filósofos más influyentes de la antigua Grecia que ofreció una crítica profunda y sistemática a la democracia ateniense en su obra *La República* (1988). Su perspectiva se fundamenta en la creencia de que el control político debería residir en manos de una minoría adecuada y virtuosa, en lugar de ser delegado al pueblo en general.

La idea platónica de la lógica y la afectividad se presentan como fuerzas en constante tensión y antagonismo. Según el filósofo griego (1988), las emociones deben ser reguladas; no se debe permitir que las diferentes partes de nuestra alma interfieran entre sí ni que actúen en desacuerdo con la razón y la justicia. Antonio Gutiérrez-Rubí (2021, p. 70) señala que esta disonancia cognitiva, o sea, la dicotomía que se experimenta entre la lógica y la afectividad, se manifiesta como una tensión interna cuando nuestra subjetividad entra en conflicto con nuestras acciones, lo que afecta nuestra conducta y nuestra percepción de la realidad. Para Platón, la razón es la herramienta fundamental para alcanzar la verdad y la felicidad, actuando como guía en la vida de los individuos y, por extensión, en la organización de las polis.

La democracia en Platón era problemática debido a su tendencia a permitir que individuos sin formación adecuada participaran en la toma de decisiones políticas. Esto lo lleva a plantear la idea del “rey-filósofo” que es central en su pensamiento político. La idea sugiere que solo aquellos que han alcanzado un alto nivel de sabiduría y conocimiento, los filósofos, deberían gobernar ya que la libertad de los individuos fomentaba el deseo desenfrenado y una permisividad que erosiona el respeto por las leyes y las autoridades. Estos líderes, al estar imbuidos en la verdad y la virtud, tomarían decisiones justas y racionales en beneficio de la comunidad. Sobre esto, Platón argumentaba “a menos que los filósofos reinen en los Estados, o los que ahora son llamados reyes y gobernantes filosofen de modo genuino y adecuado, y que coincidan en una misma persona el poder político y la filosofía” (Platón, 1988, pág. 282).

La figura que presenta Platón simboliza la necesidad de una autoridad gobernante fundamentada en la sabiduría y la virtud. Esta perspectiva contrasta con la de los líderes motivados por intereses personales o ambiciones egoístas, quienes conducen inevitablemente a intrigas políticas interminables y a la inestabilidad. En el análisis de Held (1991, p. 46), esta situación resulta en una política marcada por deseos y ambiciones desenfrenadas.

Para cimentar el argumento de la razón y el rey-filósofo, Platón expone la alegoría de la caverna donde sostenía que la mayoría de las personas se encuentran atrapadas en las sombras de la ignorancia, guiadas por sus deseos y emociones inmediatas. Solo el que se liberó de sus cadenas y curó su ignorancia (Platón, 1988) subió y vio la luz de la razón, era capaz para gobernar. Por lo tanto, para Platón la razón nos permite elevarnos por encima de este mundo ilusorio y contemplar las formas perfectas e inmutables que residen en el mundo de las ideas.

Este es el gobernante ideal que posee la más altas cualidades intelectuales y morales para guiar a la sociedad hacia la justicia y el bien común. Caso contrario a la razón sería el gobierno del pueblo, democracia, ya que las decisiones se toman por votación, pero no necesariamente por sabiduría o virtud. Así lo expone Platón (1988) en su alegoría de la tripulación del barco que elige al más alto y fuerte, pero algo sordo y corto de vista y otro tanto de conocimientos náuticos (pp. 301-302).

En última instancia, Platón insta a reflexionar sobre la naturaleza de la autoridad y la sabiduría necesaria para gobernar con razón y justicia. ¿Quiénes son los verdaderos líderes? ¿Qué papel juega la persuasión en la toma de decisiones políticas? En este contexto de la alegoría del barco y su tripulación,

en torno de la democracia, Platón sugiere que el *demos* (el pueblo) puede ser fácilmente influenciado por aquellos que buscan el poder. La ineptitud de algunos líderes puede llevar al naufragio del ideal de autogobierno. ¿Quiénes son los verdaderos hombres de mar capaces de guiar la nave del Estado hacia aguas seguras?

Por lo anterior, la razón y la templanza se erigen como guías, es una virtud fundamental. Esta vida virtuosa es crucial en la formación de individuos. Platón enfatiza la necesidad de cultivar nuestra capacidad racional a través de la educación moral, misma que debía enseñar a los individuos a identificar sus emociones y deseos para poder controlarlos. Lo anterior era una parte importante en la visión platónica. Para Platón, estos son los verdaderos navegantes capaces de guiar la nave del Estado hacia aguas seguras. Es la cualidad indispensable para un gobernante ideal. Esto implica el dominio de sí mismo, la capacidad de controlar las emociones y los deseos, actuar con moderación y equilibrio.

En lo que hace a los deseos simples y mesurados en cambio, que son guiados por la razón de acuerdo con la opinión recta y sensatamente, los hallarás en unos pocos, los que son mejores por naturaleza y también por la forma en que han sido educados (Platón. 1988, pág. 220).

La visión que nos plantea Platón es un ideal. Su propuesta, enfocada en la filosofía y la razón pura, parece desconectada de la realidad práctica del gobierno y la gestión de un Estado. Para Victoria Camps (2011, pp. 24-25) desde los tiempos de Platón hasta la actualidad, la filosofía ha debatido la relación entre razón y el sentimiento en donde algunos filósofos han otorgado prioridad a la facultad racional sobre la que indica deseo, argumentando que la razón debe gobernar sobre las pasiones y emociones.

La política requiere de habilidades y conocimientos diversos que van más allá de la sabiduría intelectual, y la complejidad de los desafíos que enfrenta una sociedad no puede ser abordada únicamente desde la perspectiva de la razón abstracta. Es por lo que un estado gobernado por un rey-filósofo se debe tomar como una guía, pero no como una realidad. Imponer la visión única de la verdad y el bien podría sofocar la diversidad de pensamiento y la posibilidad de un debate público abierto y plural. Este planteamiento de Platón sobre las emociones es complejo. En efecto, las critica en general, pero defiende la importancia de encontrar un equilibrio entre las emociones y la razón a través de la educación.

David Held (1991) señala que Platón aboga por un sistema donde el poder reside en una élite adecuada, “filósofos-reyes”, lo que contrasta con la idea democrática moderna de participación igualitaria y activa de todos los ciudadanos. Su enfoque se centra más en la necesidad de un liderazgo sabio y virtuoso que en una verdadera democracia basada en la igualdad y la participación popular alentada también por las emociones.

2.5.2.2. LA LEY EN ARISTÓTELES.

Si bien David Held no habla sobre Aristóteles, es necesario que se haga un análisis de su pensamiento. Podemos observar que el alumno de Platón contrasta con esta visión, misma que deposita la responsabilidad del bienestar de la polis en las espaldas de unos pocos elegidos. En esta visión se reconoce la complejidad y la diversidad de la naturaleza humana. Para Aristóteles (1910) no son solo los sabios y virtuosos quienes sostienen la polis, sino también el ciudadano común, aquel que, bajo el amparo de la ley, puede contribuir al florecimiento de la comunidad.

En este enfoque aristotélico, las pasiones y los deseos individuales pueden ser volátiles e irracionales. Por lo tanto, la ley se erige como un contrapeso necesario para evitar que estas pasiones desmedidas dominen la vida en la ciudad. Y es que, para Aristóteles, las pasiones son inherente a la experiencia humana, pueden afectar nuestro proceso de toma de decisiones y conducen a cierta alteración o turbación corporal.

Estas personas que encuentran el equilibrio son virtuosas y Aristóteles (2002) los llama disciplinados que priorizan el pesar o el castigo inmediato si eso les permite obtener beneficio más duraderos o un placer posterior a diferencia de los indisciplinados que buscan satisfacción instantánea sin considerar las consecuencias a largo plazo, aquí es en donde la falta de control afecta toda sus acciones.

Por lo anterior, para Aristóteles esta es la mejor forma de vida. La que se ajusta a la virtud sin obstáculos. La virtud entendida como equilibrio, el punto medio tanto para la vida personal como para el gobierno de una ciudad. La búsqueda de la felicidad y el sentido de la vida requiere de una simetría entre razón, emoción y acción colectiva.

La vida bienaventurada es la que conforme a la virtud y sin estorbo, y la virtud decíamos que era medianía. Estos mismos términos se han de poner en la virtud de la ciudad y en el

vicio y en la manera del gobierno, porque no es otra cosa el público gobierno sino una vida de la ciudad (Aristóteles. 2010, pp. 167-168).

Por lo tanto, el objetivo es crear una sociedad donde las emociones no nublen el juicio colectivo, lo cual, para Aristóteles (1910), se logra con la justicia que está intrínsecamente vinculada a la vida en sociedad. No tiene pinta de una abstracción teórica, sino que es una realidad práctica que afecta a las personas en su convivencia diaria a través de sus normas y estructuras que guían la conducta de los ciudadanos.

En resumen, para Aristóteles, la estabilidad emocional de los ciudadanos también afecta la estabilidad del gobierno. Sociedades emocionalmente inestables, que fluctúan por los extremos, pueden experimentar conflictos y disturbios. Es por lo que el gobierno y la construcción de la polis están estrechamente vinculados a cómo las personas manejan sus emociones. Si los ciudadanos están dominados por la ira o pasiones similares, su juicio se corrompe.

A pesar de los contrastes con Platón, ambos filósofos están de acuerdo en que la clave reside en encontrar un equilibrio entre la razón y las pasiones. Esta es una visión realista y pragmática de Aristóteles ya que reconoce la complejidad de la naturaleza humana y la necesidad de conciliar la razón con las pasiones para lograr una convivencia justa y ordenada.

2.5.3. EL RENACIMIENTO DE LAS EMOCIONES.

2.5.3.1. EL PRÍNCIPE TEMIDO PARA MAQUIAVELO.

Maquiavelo (1999) intentó explorar las formas para encontrar el equilibrio adecuado entre los poderes del estado y los poderes del ciudadano (Held. 1991). Contrario a Platón y Aristóteles, Maquiavelo, no desestima las emociones humanas. Toma una postura pragmática y realista sobre el papel de las emociones al reconocer que son una fuerza poderosa que puede ser tanto beneficiosa como perjudicial para un gobernante. De esta forma, creía que los líderes debían comprender y manipular las pasiones de las personas para mantener el control.

Por lo tanto, no se abogaba por una virtud tradicional en el sentido moral como los antiguos filósofos griegos, sino que consideraba que la virtud de un príncipe radicaba en su habilidad para mantener el poder y la estabilidad del Estado, y de ser necesario, ser temido y no amado. Desde esta perspectiva, para Agnes Heller (2004) el sentimiento del miedo es más fundamental porque es lo que

realmente vivimos. El objeto del miedo puede cambiar, pero la experiencia interna del miedo es constante. Incluso si el objeto específico desaparece, este sentimiento persiste en forma de ansiedad o preocupación generalizada.

El miedo, es una emoción primordial y se manifiesta de manera intrigante en la conciencia humana. Su objeto puede variar ampliamente; puede ser una situación, un animal, una persona o incluso una idea abstracta. Pero en última instancia, el objeto del miedo es lo que desencadena esa respuesta emocional. Es aquello que provoca la activación de nuestro sistema nervioso, la aceleración del corazón y la sensación de alerta.

Entonces, esta disputa entre el miedo y el amor, no se trata de entender al segundo como algo malo, al contrario, Maquiavelo (1999) sugiere que el amor es un vínculo basado en la gratitud y la reciprocidad. Sin embargo, para el italiano, los hombres son egoístas y rompen este vínculo cuando pueden beneficiarse.

Para Sara Ahmed (2015) la cosmovisión de Maquiavelo se basa en el miedo dado que es un instrumento de poder más confiable que el amor, por la conexión que tiene con el castigo en donde el miedo se entiende como un instrumento de poder más seguro que el amor, dada su conexión con el castigo. En este contexto de liderazgo, un príncipe que se hace amar puede enfrentar desafíos si sus súbditos ven oportunidades para su propio beneficio personal, según lo expresado en el capítulo XVII de *El Príncipe*:

Y los hombres tienen menos cuidado en ofender a uno que se haga amar que a uno que se haga temer, porque el amor es un vínculo de gratitud que los hombres, perversos por naturaleza, rompen cada vez que pueden beneficiarse; pero el temor es miedo al castigo que no se pierde nunca (Maquiavelo, N. 1999, p. 85).

Maquiavelo, no niega la importancia de las emociones, sino que las reconoce como una realidad ineludible que debe ser comprendida y manejada por el príncipe. Afirma que las personas se mueven principalmente por sus emociones, como el amor, el odio, el miedo y la esperanza. El autor concebía la política como una lucha para obtener, utilizar y contener el poder (Held. 1991). Pero, un príncipe eficaz debe ser consciente de estas emociones y saber cómo utilizarlas a su favor.

En cada fragmento de *El Príncipe*, Maquiavelo (1999) deja en claro su perspectiva

epistemológica y su visión ontológica. De la primera, episteme, el autor siempre está en busca de comprender cómo se puede adquirir conocimiento sobre el gobierno y la política. Argumenta que un príncipe debe ser pragmático y adaptarse a las circunstancias.

Su conocimiento no se basa en ideales abstractos, sino en la observación empírica y la experiencia práctica. Por otro lado, en el segundo aspecto, su visión ontológica, expone su interés en la naturaleza fundamental de la realidad política y cómo los líderes deben comportarse para mantener el poder y la estabilidad. Considera que la crueldad y la piedad son dos aspectos inherentes al ejercicio del poder. Sobre esto dice:

Un príncipe no debe preocuparse porque lo acusen de cruel, siempre y cuando su crueldad tenga por objeto el mantener unidos y fieles a los súbditos; porque con pocos castigos ejemplares será más clemente que aquellos que, por excesiva clemencia, dejan multiplicar los desórdenes, causa de matanzas y saqueos que perjudican a toda una población, mientras que las medidas extremas adoptadas por el príncipe solo van en contra de uno (*Maquiavelo. 1999, p. 83*).

Muy a su estilo, y en última instancia, Maquiavelo buscaba un equilibrio entre la razón y la pasión. Reconoce la importancia de la razón para la toma de decisiones políticas, pero también acepta que las emociones son una fuerza poderosa que no puede ser ignorada. Un príncipe eficaz debe ser capaz de utilizar tanto la razón como la pasión para lograr sus objetivos. Ante esto Maquiavelo señala: “Hay, pues, que ser zorro para conocer las trampas y león para espantar a los lobos. Los que solo se sirven de las cualidades del león demuestran poca experiencia” (*Maquiavelo. 1999, p. 89*).

En esto, Maquiavelo (1999) sugiere que la bondad no puede ser un precepto universalmente aplicable porque no todos los hombres son inherentemente buenos. Aquí se explora la naturaleza humana, así como Hobbes lo hará en su momento, y por eso la necesidad de las leyes y normas sociales. El estilo pragmático de Maquiavelo sale a relucir. Se prioriza la acción efectiva sobre la moral idealista de Platón y Aristóteles. Si mantener una promesa perjudica al gobernante, este no tiene la obligación moral de cumplirla. Los líderes deben adaptarse a la realidad de la naturaleza humana.

2.5.4. CONTRATO EMOCIONAL.

2.5.4.1. NATURALEZA CORROMPIDA DE THOMAS HOBBS.

Como se dijo anteriormente, Hobbes es un explorador y analiza la naturaleza humana en su obra *Leviatán*. Para Izzat Haykal (2017) es aquí donde el pensador inglés destaca la facultad de los seres humanos, dotados de raciocinio y sentimientos, para alterar el mundo natural, diferenciar entre lo correcto y lo incorrecto, para así crear un sistema de comunicación a través del lenguaje.

Hobbes (2005, p. 150) sostiene que la realidad de todos los seres humanos se encuentra distorsionada. Según él, nuestras subjetividades y pasiones funcionan como lentes a través de los cuales interpretamos las acciones de los demás. O sea, nuestras emociones y deseos personales influyen en cómo interpretamos las acciones de los demás. David Held lo menciona de la siguiente manera:

Hobbes describía a los seres humanos como profundamente egoístas, siempre buscando “deleites más intensos” y una posición más fuerte desde la que asegurarse sus objetivos. Los conflictos de interés y las luchas por el poder definen la condición humana (Held, D. 1991, p. 66).

Sin embargo, también hay otro tipo de lentes, los prospectivos mismos que representan la moral y la ciencia civil. Son aportaciones, las cuales nos ayudan a ver las “miserias” que afectan a la sociedad en su conjunto. Sin ellos, no podemos abordar estas cuestiones de manera efectiva. Esto es esencial ya que con estas aportaciones que nos otorgan los lentes “prospectivos” podemos enfrentar las dificultades y desafíos.

La del filósofo nacido en Westport, Inglaterra, es una visión pesimista de la naturaleza que describe a los individuos como seres egoístas y movidos por la búsqueda de la propia supervivencia y bienestar. Encontramos en Hobbes (2005) que el hombre, en su estado natural, sin gobierno ni leyes, se encuentra en una constante lucha por el poder y los recursos, lo que lleva a una situación de “guerra de todos contra todos”, caracterizada por la violencia, la inseguridad y la miseria. Por eso, la figura principal del inglés es el Estado, una entidad que pone límites a las pasiones humanas y dirige las voluntades hacia el bien común.

Pero en un Estado civil donde existe un poder apto para constreñir a quienes, de otro modo, violarían su palabra, dicho temor ya no es razonable, y por tal razón quien en virtud del

pacto viene obligado a cumplir primero, tiene el deber de hacerlo así (Hobbes. 2005, p. 112).

Acá aparece la aportación teórica de Hobbes, un contrato es fundamental y se basa en que las personas entregan su derecho al autogobierno a una sola autoridad que tiene la facultad de actuar en nombre de estas personas, condicionado a que los individuos hagan lo mismo (Held, 1991). Es la cuestión de cómo surge la sociedad y por qué las personas se someten a un gobierno. Un poder central que impusiera reglas y restricciones haría de la vida menos caótica y un poco más segura. El contrato nos ayuda escapar de esta situación. Acá las personas acuerdan y mediante este pacto, renuncian a parte de su libertad individual a cambio de seguridad y protección proporcionadas por un gobierno soberano. Es el temor al caos y la violencia lo que motiva a las personas a obedecer al poder común.

Cuando cada hombre es un enemigo para los demás, por la falta de un poder común que los mantenga a todos a raya, nadie puede contar con que su propia fuerza o destreza le proteja suficientemente contra la destrucción, sin recurrir a alianzas, de las cuales cada uno espera la misma defensa que los demás.

Para Gabriela Rial (2020) Hobbes dedica su atención a las pasiones en su obra el *Leviatán* en donde las considera, ya sean sensuales o mentales, de origen biológico. O sea, están arraigadas en nuestro cuerpo y en nuestra naturaleza como seres humanos. La imaginación también desempeña un papel importante en la formación de las pasiones. Nuestra mente crea imágenes y representaciones que influyen en nuestras emociones y acciones.

Antes de actuar, solemos deliberar sobre las opciones disponibles y evaluamos cómo nos sentimos hacia cada una de ellas. Este proceso de deliberación es un proceso mental en el que sopesamos los pros y contras, consideramos las consecuencias y tomamos decisiones basadas en nuestras pasiones y deseos, pero es un proceso complejo, aunque necesario para Hobbes (2005). En esto, Hobbes no distingue claramente entre emoción, afecto y pasión. Para él, todas estas categorías están interconectadas y se manifiestan en nuestra experiencia cotidiana.

En este primer recorrido, se observa que enfrentar los desafíos de una sociedad no puede limitarse únicamente a la perspectiva de la razón abstracta. A lo largo de la historia, varios filósofos han reflexionado sobre la naturaleza del gobierno y la convivencia humana, y sus ideas han dejado una huella profunda en la teoría política. La política es un campo complejo porque es multifacético, donde

la razón, las pasiones y la adaptación a la naturaleza humana juegan un papel crucial y se requieren habilidades y conocimientos diversos, que van más allá de la mera sabiduría intelectual.

2.5.4.2. JOHN LOCKE: ENTENDIMIENTO.

Locke (2005) rechaza la doctrina del innatismo. En su obra fundamental, *Ensayo sobre el entendimiento humano*, argumenta que la mente humana es una “tabula rasa” u “hoja en blanco” al nacer (2005, p. 57) y que todas nuestras ideas provienen de la experiencia sensorial que es la piedra angular de nuestro saber, y de ella crece y se ramifica todo nuestro entendimiento. O sea, al nacer, nuestra mente no tiene conocimiento preexistente. En cambio, todo lo que llegamos a saber se origina a partir de experiencias sensoriales y la interacción con el mundo exterior.

Estas experiencias, llaman la atención para el nacido en High Laver. Al ubicar el origen de las ideas en la experiencia, esto abre la puerta a una serie de interrogantes fundamentales sobre la naturaleza y los límites del conocimiento humano que es la interacción de las facultades sensoriales con el mundo externo. En el *Ensayo sobre el entendimiento humano*, expone que, a través de los sentidos, percibimos las cualidades primarias que son las figuras, extensiones y movimientos; secundarias (2005) las que consideramos como colores, sabores y sonidos, o sea, de los objetos y, por último, las ideas morales (2005, p. 564) o abstractas que representan conceptos generales, como la justicia o la libertad.

Al observar estas operaciones mentales, también se observan nuestros pensamientos, ideas y sentimientos, lo que nos permite comprender el funcionamiento de nuestra propia mente. Esto tiene como objetivo explicar cómo nuestras ideas se relacionan con la realidad y qué tipo de conocimiento podemos alcanzar. Sin embargo, considero que esta pensar genera nuevas incógnitas sobre la naturaleza de las ideas morales o abstractas y la posibilidad de un conocimiento universal.

Es así como a través de la observación del mundo y el análisis de las causas, se infiere la existencia de un creador omnipotente y es gracias a la razón que el hombre puede discernir entre el bien y el mal, sentando las bases de una ética natural. Esta es la capacidad humana fundamental de la razón dotando un papel central a esta en la moralidad en donde nos permite comprender los principios morales básicos, como la ley natural, que dicta que todos los hombre son iguales y tienen derecho a la vida, la libertad y la propiedad. A lo que más adelante llama, estado de naturaleza.

En el *Segundo tratado sobre el gobierno civil*, Locke (2015) sostiene que existe una vida pacífica entre

los hombres en ese estado de naturaleza, contrastando con la visión de Thomas Hobbes, quien veía el estado de naturaleza como uno de guerra constante. Para Vallespín (1995) esta presunción guarda consonancia con los demás elementos analíticos, ya que propone que un sentimiento de hermandad y pertenencia a una humanidad común genera un grado de familiaridad y confianza entre las personas.

Es en este punto donde Locke esboza su propuesta de un contrato o pacto. Como se ha visto, en el estado de naturaleza cada hombre tiene el poder de hacer que se ejecute la ley natural, pero se correría el riesgo de que actuara como juez y parte, lo que podría llevar a la arbitrariedad y la injusticia. Por lo tanto, la idea del contrato social surge como una solución a este problema. Acá, los individuos de una sociedad acuerdan ceder parte de su libertad a un gobierno a cambio de protección y seguridad. Esa sociedad política, a su vez, se compromete a actuar en beneficio del bien común y a respetar los derechos de los ciudadanos.

Concedo sin reservas que el gobierno civil ha de ser el remedio contra las inconveniencias que lleva consigo el estado de naturaleza, las cuales deben ser, ciertamente, muchas cuando a los hombres se les deja ser jueces de su propia causa. Pues no es fácil imaginar quien fue tan injusto como para cometer una injuria contra su prójimo sea al mismo tiempo tan injusto como para castigarse a sí mismo por ello (Locke. 2015, pág. 18).

En el capítulo VI del *Segundo tratado del gobierno civil*, se explica el poder que tiene esta autoridad política en donde se contraponen conceptualmente la potestad de este gobierno civil, al imperio paternal. Mientras que la paternal se basa en la relación natural entre padres e hijos, la autoridad política se origina en un contrato social y se aplica a toda la comunidad. De igual forma, la autoridad paternal es parcial y subjetiva, ya que el padre actúa como juez en asuntos familiares, pero no puede crear leyes (2015) En contraste, la autoridad política debe ser imparcial y aplicarse por igual a todos los ciudadanos.

Acá, una de las preguntas sería ¿De qué tipo de gobierno está hablando Locke? ¿Cómo se conforma? La respuesta a la primer pregunta se puede encontrar de forma clara cuando habla de las formas de una república y se trata de la democracia. Ante esto Locke lo señala de la siguiente forma:

Gozando naturalmente la mayoría en sí misma, como se mostró al tratar del ingreso de los hombres en el nexo social, de todo el poder la comunidad, podrá aquella emplearlo entero

en hacer leyes para la república de tiempo en tiempo, y disponer que tales leyes ejecuten los funcionarios por allá designados, y entonces la forma del gobierno será la perfecta democracia (Locke. 2015, p. 129).

La segunda pregunta se podría responder de la siguiente forma. En primer lugar, el estado democrático se compone de aquellos que están unidos en un cuerpo y tienen una establecida ley común (2015) o sea, la población, aquellos que, para proteger su libertad, su propia vida, decidieron dejar atrás el estado natural y se unieron por medio de un pacto. En segundo lugar, las leyes desempeñan un papel crucial en su consecución.

En este caso, las leyes llegan a establecerse como el instrumento fundamental para alcanzar el fin último que es la protección de las libertades y el poder que destaca como elemento esencial para funcionamiento de estas es el legislativo. Este poder reside en la autoridad responsable de crear, modificar y derogar las leyes que rigen la sociedad. Para Locke (2015) esto garantiza el bienestar de cada individuo dentro de la sociedad, en la medida que sea compatible con el bien común.

Por otro lado, el poder ejecutivo tiene la responsabilidad de supervisar la aplicación y el cumplimiento de las leyes establecidas por el poder legislativo. Este poder actúa en estrecha colaboración con el poder federativo, aunque Locke le dedica pocas palabras en relación con sus facultades en materia de relaciones exteriores y el establecimiento de vínculos amistosos para garantizar su propia protección.

En su tarea de vigilante de la ley, el ejecutivo debe actuar de manera permanente y activa para garantizar que las normas se lleven a cabo de manera efectiva. Es en este apartado donde Locke nos expone la importancia de la separación de poderes, siendo crucial para evitar la concentración de poder, contrapesos, ya que, si un grupo controlara tanto la creación como la ejecución de las leyes, existiría el riesgo de abuso y tiranía. John Locke lo expone de la siguiente manera:

Pero por disponer las leyes hechas de una vez y en brevísimo tiempo, de fuerza constante y duradera, y necesitar de perpetua ejecución o de especiales servicios, menester será que exista un poder ininterrumpido que atienda a la ejecución de las leyes en vigencia, y esté en fuerza permanente. Así acaece que aparezcan a menudo separados el poder legislativo y el ejecutivo (Locke. 2015, p. 144).

Otro elemento importante en la teoría política de John Locke es la del consenso (2015). La acción de la comunidad depende exclusivamente del consentimiento de sus miembros individuales. Para que un grupo funcione de manera efectiva, es fundamental la sinergia y el trabajo en equipo para que todos los integrantes avancen hacia el mismo horizonte. Esta dinámica de la comunidad que expone el filósofo inglés podría interpretarse como otro guiño a la democracia.

Las personas en una comunidad acuerdan implícitamente seguir ciertas reglas y leyes para mantener la armonía y la seguridad. Por eso el consentimiento es fundamental en este proceso ya que se acepta vivir bajo un gobierno o sistema específico. En una democracia, las decisiones de la voluntad de la mayoría prevalecen, pero esto genera ciertas preocupaciones sobre la tiranía de la mayoría, donde los derechos de las minorías pueden verse comprometidos. Este consenso tiene que ser un acto de todos, pero es imposible.

Lo que hace difícil el consenso para Locke (2015) es la variedad de opiniones y la contrariedad de intereses que inevitablemente tienen lugar en toda colectividad de hombres. Son estas subjetividades del ser humano las que pondrían fin al Leviatán de Hobbes. Es en esta parte en donde encontramos el elemento importante en el pensamiento de Locke, la razón. El autor sugiere que ni una sociedad racional hubiese deseado formar sociedades solo para disolverlas. Esta es una racionalidad sustantiva (Vallespín. 1995) que tiene el hombre y que es dotada por Dios como ley entre hombres y su semejante que es el lazo común mediante el cual el humano se reúne en armonía y sociedad (Locke. 2015).

Siguiendo esta línea de pensamiento, vale la pena analizar este punto. En efecto, el hombre posee la capacidad de pensar y analizar lo correcto de lo incorrecto, se pueden poseer distintas opciones y tomar decisiones de forma libre. En este sentido el humano es autónomo para elegir su propio camino, pero lo que quiere dar a entender Locke es la naturaleza dual del hombre. Y es que, por un lado, cuando el hombre utiliza su capacidad racional de manera correcta, sus decisiones se alinean con los principios de la ley natural, la cual, es una creación de Dios y refleja su sabiduría y razón.

Digo que es dual porque, por otro lado, las pasiones y el dolor tanto en el cuerpo como en la mente el placer y el dolor siempre nos acompañan (Locke. 2015). Profundizaré más sobre el tema, porque es menester para esta tesis. Si como dice Locke, estas dos emociones nos acompañan en cuerpo y mente, entonces también nos guían. Nuestras experiencias en estas dos dimensiones, mental y corporal, no son neutrales. Ambas tienen un componente emocional inherente que puede influir en

nuestros pensamientos, sentimientos y comportamientos. Estas experiencias y perspectivas dan forma a cómo interpretamos y respondemos tanto a las sensaciones corporales como a las percepciones mentales. Es el papel importante que juegan estas reacciones en nuestro procesos cognitivo y que tienen un impacto significativo en nuestro día a día.

Sara Ahmed (2015) sugiere que nuestra experiencia del dolor y el placer no es simplemente una reacción sensorial a estímulos externos. En cambio, está influenciada por la importancia o el significado que le damos a esos estímulos. Por ejemplo: sentir un pinchazo en la mano puede ser doloroso, pero si lo interpretamos como una señal de que estamos en peligro, la experiencia del dolor será más intensa que si lo consideramos una simple molestia.

Las influencias en Locke han tenido un profundo peso en el desarrollo del pensamiento occidental, especialmente en el ámbito de la filosofía política. Sus conceptos de ley natural, pacto social, separación, equilibrio de poderes y democracia han sido pilares fundamentales para la construcción de las sociedades humanas. En donde la acción de la comunidad depende del consentimiento de sus miembros, quienes, guiados por la razón sustantiva, deben buscar el bien común. Con esto, Locke nos ofrece una base para comprender los fundamentos de la democracia liberal y nos invita a seguir reflexionando sobre los valores y principios que deben guiar la construcción de una sociedad más justa.

2.5.4.3. DAVID HUME: MOTOR EMOCIONAL.

Para Victoria Camps (2011) la filosofía del liberalismo clásico, en contraste con la filosofía medieval teocéntrica, se basó en la razón y la experiencia secular para explicar la moralidad. Esto no quiere decir que los liberales tenían la misma línea de pensamiento ya que había perspectivas matizadas. En este caso David Hume, el empirista escocés, tuvo un pensamiento muy influyente en cuanto al papel de las emociones y la razón en el ser humano. Según Hume, las emociones juegan un rol fundamental y la razón tiene un papel más limitado de lo que se creía.

En esta tradición empirista surge el escepticismo epistemológico, que sostiene que no es posible alcanzar un conocimiento absoluto ni certezas inmutables. Esta posición se fundamenta en la idea de que nuestras percepciones y experiencias están sujetas a limitaciones, lo que nos impide afirmar con certeza la verdad de nuestras afirmaciones. En este contexto, la valoración de los principios morales cobra gran relevancia. Los valores morales son subjetivos y cambiantes, dependiendo de la

cultura, el contexto histórico y las creencias individuales. Así, se erosiona la noción de que puedan existir principios morales inmutables (Vallespín, 1995).

En Hume, las emociones son los verdaderos motores de la conducta humana y son anteriores a la razón. Esta por sí misma es inerte y no puede motivar acción alguna si no está auxiliada por alguna emoción otorgando a estas un protagonismo importante ya que son las que realmente impulsan a actuar y la razón solo puede servirnos como su “esclava” para ayudarnos a conseguir lo que estos impulsos emocionales desean.

Nada puede oponerse o retardar el impulso de la pasión más que un impulso contrario, y si este impulso contrario surge siempre de la razón, esta última facultad debe tener una influencia original sobre la voluntad y debe ser capaz tanto de causar como de impedir una volición o un acto. Pero si la razón no tiene una influencia original no es posible que resista a un principio que posee una eficacia de este género o que mantenga en suspenso el espíritu un momento. Así, resulta que el principio que se opone a nuestra pasión no puede ser la razón, y se le llama así tan solo impropriamente. No hablamos de un modo estricto y filosófico cuando exponemos el combate de la razón y la pasión. La razón es y solo puede ser la esclava de las pasiones y no puede pretender otro oficio más que servir las y obedecerlas (Hume. 2001, p. 303).

De esta manera, Hume niega que la razón tenga la capacidad de influir originalmente en la voluntad. Por lo tanto, concluye que es imposible que la razón pueda resistir o suspender un principio con eficacia motivadora como las pasiones. Así, el principio que se opone a nuestras pasiones no puede ser propiamente la razón, sino que debe ser otra pasión contraria. Cuando habla del combate de la razón y la pasión se hace de modo impropio, no estrictamente filosófico.

En pocas palabras, se niega que la razón pura pueda por sí misma oponerse y vencer a los impulsos pasionales, su función queda supeditada a ser un instrumento al servicio de las pasiones que realmente gobiernan la conducta. Las razones son impermeables a la razón (Camp. 2011).

El filósofo sostiene que la razón es incapaz de dictaminar distinciones morales, ya que los juicios morales no se derivan de la razón, sino de los sentimientos morales que provienen de las pasiones. Para explicar lo anterior, David Hume expone el problema del ser y el deber ser, “*guillotina*

de Hume”, en donde expone la dificultad, o imposibilidad, de deducir proposiciones normativas, que establecen lo que debe ser, a partir de proposiciones fácticas, que describen lo que es. O sea, acá se sostiene que no podemos pasar de la simple observación de hechos a la determinación de valores morales.

En todo sistema de moralidad que hasta ahora he encontrado he notado siempre que el autor procede durante algún tiempo según el modo corriente de razonar, y establece la existencia de Dios o hace observaciones concernientes a los asuntos humanos, y de repente me veo sorprendido al hallar que en lugar de los enlaces usuales de las proposiciones no encuentro que ninguna proposición se halla enlazada más que con *debe* o *no debe* (Hume. 2001, p. 340).

Sobre lo anterior, Hume siguiere que muchos argumentos morales terminan reduciéndose a simples mandatos o prohibiciones sin un vínculo claro con un fundamento objetivo o absoluto.

De esta forma lo ejemplifico: Los hechos descriptivos (*ser*) son aspectos objetivos del mundo que se pueden observar y medir “María mide 1.68 metros” es un hecho descriptivo, pero esto no implica un juicio moral, simplemente describe un rasgo natural. Por otro lado, tenemos las normas morales (*deber ser*) y estas son declaraciones sobre lo que se considera correcto o incorrecto desde una perspectiva ética, como “no debo mentir” es una norma moral. Aquí se está haciendo una afirmación sobre cómo deberíamos compórtanos.

Lo anterior me lleva a pensar que este problema se centra en que la distinción entre oraciones descriptivas y normativas impiden deducir directamente las normas morales a partir de hechos empíricos. La “guillotina” establece una barrera lógica entre el *ser* y el *deber ser*, lo que significa que no se puede pasar directamente de una descripción de la realidad a una conclusión moral. En pocas palabras, la moralidad no se puede derivar directamente de la realidad empírica. Aunque los hechos pueden informar nuestras decisiones morales, necesitamos, en mi caso, principios éticos adicionales para establecer normas morales.

Ahora bien, nuestro autor no habló sobre la democracia como lo hizo Locke, pero dejó ideas relevantes a partir de su filosofía y pensamiento político como la simpatía y la comunidad. Entre estas ideas de David Hume encontramos la separación de poderes que, al dispersarlos en diferentes entidades,

se evita que una sola persona o grupo tome decisiones impulsivas o arbitrarias. Cuando este poder se halla disperso en otros menores es más susceptible de razón y orden (2001, p. 45).

Esto permite un análisis más deliberado y ordenado de los asuntos públicos, tomando en cuenta diversas perspectivas ya que la concentración del poder en un solo individuo puede generar corrientes y oleadas populares incontrolables. En cambio, un gobierno libre distribuye el poder, lo que actúa como un freno a la tiranía y la opresión.

¿Qué tipo de gobierno libre describe Hume? Las características de sus obras coinciden con diversos modelos democráticos, como las repúblicas representativas o las democracias parlamentarias. En estos sistemas, el poder se divide entre diferentes ramas del gobierno con mecanismos de control y equilibrio para evitar la concentración excesiva de poder en un solo individuo o grupo como anteriormente se explicó. “Porque tales son los efectos de la democracia sin un cuerpo representativo” (Hume. 2005, p. 27).

De igual forma, Hume hace un guiño a la democracia cuando destaca la importancia de la simpatía en la formación de comunidades políticas. Aunque reconoció que la simpatía tenía límites en comunidades grandes y heterogéneas, sugirió que, en comunidades pequeñas y culturalmente homogéneas, la simpatía podría ser un factor clave para la aceptación de los principios democráticos.

La idea principal es que, según Hume, la simpatía, la capacidad de ponernos en el lugar de los demás, es lo que nos lleva a valorar la virtud. Si simpatizas, tal vez tengamos un sentimiento solidario (Denzin. 1984). Para Ernesto Garzón Valdés (2013) en una democracia de ciudadanos solidarios, los resultados electorales expresarían un egoísmo socializado que busca el bien de todos, lo cual Hume vería como un progreso político y no habría inconveniente en atribuirle una virtud moral a esta comunidad.

Entonces, por simpatía aprobamos y consideramos virtuoso aquello que beneficia a la humanidad en general. Sin embargo, Hume plantea que, si la simpatía fuera el único origen de nuestra valoración de la virtud, entonces solo consideraríamos virtuoso aquello que realmente logra beneficiar a la humanidad. Es decir, solo aprobaríamos algo como virtud si consigue su objetivo final de ser beneficioso para todos.

Para el británico, hay acciones o medios que no logran completamente su fin benéfico, y aun

así se les otorga méritos y se consideran virtuosos. Esto se debe a que, además de la simpatía, hay otros factores que nos llevan a valorar la virtud, no solo su resultado final. De esta forma Hume plantea la idea:

La simpatía nos interesa por el bien del género humano, y si la simpatía fuese el origen de nuestra estima de la virtud, el sentimiento de aprobación solo podría tener lugar cuando la virtud lograra realmente su fin y fuese beneficiosa para el género humano. Cuando no alcanza este fin es solo un medio imperfecto y, por consiguiente, jamás adquiere mérito alguno por este fin. La bondad de un fin puede conceder mérito tan solo a los medios que son perfectos y que producen actualmente el fin (Hume. 2001, p. 413).

Cabe resaltar que esta simpatía también es ego. Hume explica que va más allá de toda consideración de ventaja egoísta (Hume. 2001), pero esto es un pensamiento idealista del escocés. Si bien se busca la comprensión y aprobación de nuestros propios sentimientos, emociones y situación es porque el ego anhela que los demás validen su perspectiva y le brinden apoyo emocional. Pero esto no implica una identidad completa en los sentimientos. No se espera que la otra persona experimente exactamente lo mismo que nosotros, sino que comprenda y se identifique con nuestras vivencias y si este objetivo no se alcanza se pueden generar resentimientos y frustración.

En pocas palabras, cuando amamos a alguien, no esperamos que la otra persona sienta exactamente lo mismo que nosotros, sino más bien que simpatice con nuestros sentimientos. Deseamos que le guste corresponder a nuestro amor. La simpatía es una implicación positiva en los sentimientos del otro, una correspondencia emocional, aunque no necesariamente una experiencia idéntica. Lo que buscamos del otro no es una réplica exacta de nuestros propios sentimientos, sino una sintonía emocional, una simpatía que nos haga sentir comprendidos y acompañados en nuestras vivencias afectivas. Para Agnes Heller, este concepto se maneja de la siguiente forma:

El Ego espera hallar en el otro simpatía: una implicación positiva en sus propios sentimientos. Si la persona amada me corresponde, yo no espero que sienta lo mismo que yo, sino más bien que simpatice conmigo . . . que le guste corresponder a mi amor. Si tengo mala conciencia, no espero que el otro también la sienta, sino que simpatice: que le duela mi situación. Incluso en el caso de sentimientos homogéneos, es absurdo esperar una identidad completa en los sentimientos de ambas personas (Heller. 2004, p. 76).

En forma de conclusión, las ideas de Locke y Hume hicieron importantes contribuciones a la teoría política en relación con la naturaleza humana, democracia, separación de poderes y emociones. De igual forma, ambos autores son relevantes para tener un contexto y radiografía del papel de las emociones en la política. Locke aboga por la democracia como una forma de gobierno en la que la comunidad ejerce el poder legislativo, destacando la importancia de la separación de poderes para evitar abusos y tiranía. Por otro lado, Hume plantea un escepticismo epistemológico y cuestiona la posibilidad de alcanzar conocimientos absolutos. De igual forma se destaca el papel predominante de las emociones sobre la razón en la conducta humana, y su “guillotina” que establece una separación entre los hechos descriptivos y las normas morales.

2.6. EMOCIONES CONTEMPORANEAS.

2.6.1. GRAMSCI: HEGEMONÍA EMOCIONAL.

Gramsci ofrece una crítica profunda al enfoque materialista del marxismo puro que argumenta: “las masas no obedecen a las pasiones, sino a las necesidades económicas” (Gramsci. 1985, p. 407). Según Gramsci, esta afirmación revela una limitación en la comprensión de la política, ya que ignora el papel fundamental de las emociones. O sea, el marxismo enfatiza la economía como motor de la historia, mientras Gramsci sostiene que esta visión es reductiva y minimiza la complejidad de la experiencia humana.

El autor de los *Cuaderni* (1985) cuestiona la idea de que las pasiones, como el sentimiento nacional o la política misma, no son mera ilusiones sin sustancia real. Su crítica se extiende a los análisis simplistas que reducen la política internacional a cuestiones económicas, como tarifas aduanales o precios de materias primas. Según él, estos enfoques ignoran la complejidad de las relaciones internacionales, donde los sentimientos nacionales y las aspiraciones colectivas juegan un papel crucial. Por lo tanto, la política exterior no puede ser entendida únicamente a través de una lente económica, debe incluir un análisis de cómo las naciones se perciben a sí mismas y a otras.

Esta perspectiva sugiere una reevaluación del estudio político contemporáneo, proponiendo que es necesario integrar tanto factores materiales como emocionales para comprender plenamente los fenómenos políticos. La intersección entre economía y emoción es crucial para analizar eventos políticos actuales, como las elecciones. Por lo tanto, las emociones no son entes independientes del pensamiento, son juicios acerca del valor y de la importancia que se les da tanto a las personas como

a las cosas con las que se interactúa continuamente (Nussbaum. 2014).

Gramsci resalta que los pueblos son guiados por sentimientos y pasiones, alineándose con enfoques contemporáneos en ciencias sociales que reconocen el impacto de factores emocionales en la toma de decisiones políticas. Las pasiones son esenciales para entender cómo se forman las identidades colectivas y cómo estas influyen en el comportamiento electoral. En este sentido, Gramsci aborda la importancia de las emociones en la construcción de la hegemonía cultural y el poder político.

En uno de sus cuadernos, escribe “el elemento popular ‘siente’, pero no comprende ni sabe; el elemento intelectual ‘sabe’ pero no comprende y especialmente no siente” (Gramsci. 1985, p. 418). Aquí se establece una relación entre saber, comprender y sentir, subrayando la importancia de la conexión emocional en el ámbito intelectual y social. Gramsci plantea un contraste entre dos tipos de individuos; el popular y el intelectual. Esta dicotomía puede llevar a extremos como la pedantería o el sectarismo.

Para Gramsci, un verdadero avance en la historia política requiere que los intelectuales se conecten emocionalmente con las pasiones del pueblo (1985). Esta conexión debe ser profunda e implicar una comprensión que permita interpretar y justificar las emociones populares dentro de un contexto histórico más amplio.

En resumen, Gramsci nos ofrece un marco teórico que reconoce la importancia de las emociones en la vida política. Al abordar la hegemonía como un proceso dinámico que involucra tanto estructuras materiales como experiencias emocionales, su pensamiento invita a considerar cómo las pasiones pueden ser movilizadas para construir una conciencia colectiva capaz de desafiar el statu quo.

2.7. DEMOCRACIA AGONÍSTICA Y EL RESCATE DE LAS EMOCIONES.

“Era el mejor de los tiempos, era el peor de los tiempos, la edad de la sabiduría, y también de la locura; la época de las creencias y de la incredulidad; la era de la luz y de las tinieblas; la primavera de la esperanza y el invierno de la desesperación. Todo lo poseíamos, pero no teníamos nada; caminábamos en derechura al cielo y nos extraviábamos por el camino

opuesto. En una palabra, aquella época era tan parecida a la actual, que nuestras más notables autoridades insisten en que, tanto en lo que se refiere al bien como al mal, sólo es aceptable la comparación en grado superlativo”.

Charles Dickens.

Es en el ágora, la plaza mayor, en el parque central donde se vive “lo político”, es el espacio urbano en donde todas las emociones se presentan y desarrollan. Las marchas, ya sean por la paz, por la democracia, para apoyar o no a la administración en turno, a cierto movimiento o proyecto político. Es un lugar en donde uno puede transitar o expresarse con seguridad. Por eso el ágora se encuentra dentro de la polis. Ahí la comunidad se siente segura de las amenazas y encuentra ciertas libertades. En donde se sabe que podemos expresarnos y ser representados. En donde nos podemos reunir, compartir, debatir y respetar al otro a pesar de su diferente forma de pensar o de sus ideas e intereses muy personales, mismas que, quizá, en algún momento podamos coincidir, apoyar, diferir y respetar. Este espacio es la olla exprés de las emociones de una sociedad.

Por lo anterior, en este capítulo hablaremos de dos conceptos que son centrales en este trabajo. Lo agonista y las emociones.

Chantal Mouffe (2007) presenta una propuesta que busca una nueva era de liderazgo político más dispuesto a aceptar la diversidad de la sociedad y que esté en armonía con las necesidades y aspiraciones del electorado. A esto le llama “pluralismo agonista”. Pero la aplicación de este concepto es algo difícil en un ambiente polarizado en donde hay una especie de inquisición que busca censurar las ideas y opiniones que difieren con los múltiples grupos sociales que componen nuestra sociedad. Se le da sepultura a la isegoría. No se permite que alguien más exprese sus ideas o su sentir porque se le “funa” con una velocidad tan rápida que pareciera que solo responde a sus propias leyes.

Ante esto vale la pena preguntarse la influencia de las emociones en esta agenda. Y es que las estas juegan un papel crucial en la política. A menudo, las decisiones y opiniones en esta esfera no se basan únicamente en hechos y lógica, también se encuentran influenciadas por las emociones personales. La idea de que estos fenómenos que experimentamos en nuestra psique son un factor que distorsiona la política puede provenir de una visión tradicional y positivista que valora la racionalidad y la objetividad por encima de todo. Esta perspectiva puede ignorar la complejidad y la profundidad

de la experiencia humana.

Las emociones son una fuerza poderosa para el cambio y la acción. Pueden motivar a las personas a participar, luchar y conectarse con los demás o no. Su influencia en nuestro día a día es importante y digno de estudiar. Menospreciar la esfera emocional, sería perjudicial para la convivencia en sociedad. El funcionamiento del cerebro humano demuestra que las emociones son procesadas de manera prioritaria. De hecho, las tendencias ideológicas de los individuos están más estrechamente vinculadas con el cerebro emocional que con la lógica pura.

Estos dos conceptos, agonista y emociones, son el pilar de la presente tesis y en este apartado se pretende explicar su significado, así como su papel en el actuar de “lo político”.

2.7.1. LO AGONISTA.

“Todo el mundo elaborará sus propias teorías acerca de cuál será la respuesta que al fin daré, ¿Y quién mejor que ustedes para capitalizar el mercado de los medios de comunicación? Mientras sigan en desacuerdo violento entre ustedes y se destrocen mutuamente en periódicos sensacionalistas, y en la medida en que dispongan de agentes inteligentes, podrán continuar viviendo del cuento hasta que se mueran. ¿Qué les parece?”.

Douglas Adams.

Eris, hija de Nyx (Noche) y Ares (el Marte romano), ocupa un lugar destacada en la mitología griega como la diosa que personifica la discordia y el desacuerdo. Es célebre por haber lanzado la manzana de la discordia durante las bodas de Tetis y Peleo. No obstante, su imagen no es completamente negativa. En *Trabajos y días* (s.f.), Hesíodo presenta una versión alternativa de Eris, sugiriendo que esta diosa tiene dos aspectos: uno más joven y problemática, que genera conflictos entre los seres humanos, y otra más anciana y benevolente, que promueve una competencia saludable en lugar de una lucha destructiva.

No era en realidad una sola la especie de las Érides, sino que existen dos sobre la tierra. A una, todo aquel que logre comprenderla la bendecirá; la otra, en cambio, solo merece reproches. Son de índole distinta; pues esta favorece la guerra funesta y las pendencias, la muy

cruel. A la otra la parió la Noche tenebrosa y la puso el Crónida de alto trono que habita en el éter, dentro de las raíces de la tierra y es mucho más útil para los hombres: ella estimula al trabajo incluso al holgazán. (Hesíodo, s.f. p. 3).

Esta dualidad en la representación de Eris refleja su complejidad como figura mitológica. Mientras que su papel en el desencadenamiento de conflictos es bien conocido, también se le atribuye la capacidad de inspirar un sentido de competencia que puede ser beneficioso. De esta manera, Eris simboliza tanto el caos como la posibilidad de crecimiento a través del desafío recordándonos que el conflicto es una parte inevitable de la existencia. En este sentido, Chantal Mouffe (2007) expone que la política es inherentemente agonística; es decir, el conflicto y la confrontación son elementos integrales del proceso democrático. En lugar de buscar un consenso absoluto, Mouffe argumenta que es más saludable para una democracia aceptar y gestionar las diferencias y antagonismos. Esto implica reconocer que los adversarios políticos no son enemigos, sino competidores legítimos en un espacio democrático donde las diferencias deben ser debatidas y confrontadas.

Este reconocimiento del conflicto sugiere que los modelos democráticos no buscan eliminarlo, sino aceptarlo como una parte de la interacción social. Aceptar que las diferencias políticas son fundamentales en cualquier sociedad diversa es importante. El concepto de democracia agonística de Mouffe (2007) se basa en la capacidad de las personas para negociar y llegar a acuerdos, lo que requiere un entorno donde se respete la competencia legítima y el derecho de cada individuo a expresar su disenso sin ser considerado un enemigo.

En el contexto de este trabajo de investigación, observamos que los candidatos están utilizando tácticas agresivas para atacar a sus oponentes y movilizar a sus bases. Los mensajes se centran en temas conflictivos como la inseguridad, por un lado, y la corrupción por otro. En este sentido, el concepto de lo agonístico se hace presente, los candidatos buscan no solo ganar votos, sino también deslegitimar a sus adversarios.

Es importante destacar que las campañas están diseñadas para crear divisiones claras entre diferentes grupos políticos. Claudia Sheinbaum, Xóchitl Gálvez y Jorge Máynez representan visiones opuestas sobre el futuro del país, intensificando así el conflicto electoral. Este fenómeno refleja tanto la noción de Mouffe sobre el antagonismo en la política como el papel de Eris en fomentar divisiones y pruebas.

Con este preámbulo, en la democracia agonística de Chantal Mouffe (2007), “lo social” es visto como un gran océano de prácticas e interacciones humanas, lleno de corrientes y olas que representan nuestras acciones y experiencias cotidianas. Este océano es infinito y siempre cambiante, nunca podemos conocerlo o controlarlo completamente. Por otro lado, “la sociedad” es como una isla que hemos construido en medio de este océano. Es una estructura definida y organizada que hemos creado para dar sentido a nuestra existencia y para poder vivir juntos de manera coherente. Pero esta isla siempre se encuentra rodeada por el océano de “lo social, y está constantemente siendo moldeada y cambiada por las corrientes de este océano.

Lo “social” viene siendo una suerte de prácticas sociales históricas, sedimentadas, heterogéneas, potencialmente infinitas e indeterminadas. Es algo que siempre excede a la sociedad, manifestando su límite o imposibilidad, pero al mismo tiempo es una condición de posibilidad de su existencia. En este marco, “lo político” es el proceso a través del cual construimos y mantenemos nuestra isla, nuestra sociedad. Es la forma en que decidimos qué incluir en nuestra isla, cómo organizarla y cómo relacionarnos entre nosotros. Por otro lado, “la política”, es el conjunto de instituciones, normas y prácticas que hemos establecido para llevar a cabo este proceso. Son las reglas del juego, por así decirlo, que nos ayudan a navegar y a dar forma a nuestro océano social.

Pero aquí está la clave: nuestra isla, nuestra sociedad, nunca puede abarcar todo el océano. Siempre habrá aspectos de “lo social” que queden fuera de “la sociedad”, que desafíen nuestras normas y estructuras establecidas. Y es aquí donde reside el conflicto y el poder, y donde surge la necesidad de la política. Por lo tanto, la política nunca puede desaparecer por completo de una sociedad. Siempre habrá tensiones y conflictos, siempre habrá aspectos de “lo social” que desafíen a “la sociedad”. Y es a través de la política que navegamos y gestionamos estos desafíos.

En la idea de Chantal Mouffe, lo primero que debemos saber para entender la democracia agonista es conocer la diferencia entre “enemigo” que es la base del concepto de lo político en Carl Schmitt (2009); y, “adversario” que propone la autora belga. Esta distinción es fundamental para entender cómo funciona la democracia, una en donde los oponentes políticos son vistos como “adversarios” legítimos, no como “enemigos” a eliminar. Aunque sus ideas pueden ser confrontadas de forma enérgica, su derecho a defenderlas nunca se cuestiona.

Sin embargo, esta dimensión de “enemigo” no se extingue por completo. Aquellos que

cuestionan las bases mismas del orden democrático pueden ser vistos como enemigos de ese orden. Esta distinción entre antagonismo (enemigo) y agonismo (adversario) es crucial para entender la dinámica del pensamiento de Mouffe, que ante lo explicado señala lo siguiente:

Una vez que hemos distinguido de esta manera entre antagonismo (relación con el enemigo) y agonismo (relación con el adversario), podemos comprender por qué el enfrentamiento agonal, lejos de representar un peligro para la democracia, es en realidad su condición misma de existencia. Por cierto, que la democracia no puede sobrevivir sin ciertas formas de consenso —que han de apoyarse en la adhesión a los valores ético-políticos que constituyen sus principios de legitimidad y en las instituciones en que se inscriben—, pero también debe permitir que el conflicto se exprese, y eso requiere la constitución de identidades colectivas en torno a posiciones bien diferenciadas. Es menester que los ciudadanos tengan verdaderamente la posibilidad de escoger entre alternativas reales (Mouffe, C. 2007, pág. 8).

En esta dimensión, “lo político” aguarda cautelosamente a las relaciones humanas. Es acá en donde el antagonismo y la hostilidad se manifiestan en la pluralidad de las relaciones. Este antagonismo, inherente e ineludible, surge de la imposibilidad de forjar una objetividad social sin exclusión. Y es que la política tiende a establecer fronteras, “nosotros” y “ellos”, “amigo-enemigo”. Sí es una lucha, pero la propuesta de Mouffe es convertirlo en una lucha que reconoce al oponente y su punto de vista.

No se debe concebir al que piensa diferente como un “enemigo” que hay que eliminar sino como un “adversario” con el que se puede negociar. Siempre habrá una lucha agonística. Con esto podemos observar que “lo político” está intrínsecamente ligado al conflicto y la democracia se basa en otorgar la oportunidad a las diversas perspectivas para que se manifiesten y discrepen.

Este disonar puede manifestarse a través de lo que Carl Schmitt (2009) denominaba el binomio “amigo-enemigo” donde se ve al contrincante como un *otro* al cual se tiene que eliminar. Desde la lente del agonismo de Mouffe (2007), el “enemigo” se convierte en “adversario” y esto admite la legalidad y aceptación del *otro* y el conflicto se gestiona a través de las instituciones.

No hay que confundir lo anterior con el concepto de “la política”, ya que esto implica la creación de formas de convivencia que reconoce y gestiona a este antagonismo sin intentar eliminar o

suprimirlo. Para la autora belga, esta distinción entre “lo político” y “la política” tiene el mérito de establecer un vínculo entre las dos raíces comunes del término político/a: por un lado, *pólemos* que significa guerra o conflicto en griego antiguo y, en la otra esquina, *polis* que significa ciudad o comunidad política en el mismo griego antiguo.

A fuerza de querer privilegiar el «vivir conjuntamente», propio de la polis, dejando de lado el pólemos, es decir, el antagonismo y el conflicto —como ocurre en el caso de muchos autores contemporáneos que se inspiran en la tradición del republicanismo cívico— se pierde la posibilidad de aprehender la especificidad de la política democrática (Mouffe, C. 2007, pág. 6).

En resumen, si imaginamos una partida de ajedrez, cada jugador tiene sus propias piezas y estrategias para ganar. Algunos jugadores pueden tener más piezas o más poderosas debido a su posición ventajosa. Estas piezas representan los recursos, como el dinero y los medios. Este juego, con todas sus reglas y estructuras, representan las instituciones y normas sociales que regulan la vida social. Pero estas reglas no son fijas ni justas para todos. Son el resultado de negociaciones y conflictos entre los jugadores, y a menudo favorecen a aquellos que tienen una posición ventajosa.

Los jugadores están en constante conflicto, tratando de mover sus piezas para ganar más poder y alcanzar sus objetivos. Pero estos conflictos nunca terminan realmente. Solo se detienen temporalmente cuando los jugadores llegan a algún tipo de acuerdo o contrato. Pero estos acuerdos son inestables y pueden cambiar a medida que los jugadores continúan luchando por el poder.

Una vez hecha esta diferenciación con todos estos ejemplos, entremos al punto del agonismo que tiene como punto central el respeto a la pluralidad y esto es por la misma naturaleza de la sociedad en la que vivimos, con una diversidad de un espectro muy amplio. Cada persona va construyendo su subjetividad a través del registro de experiencias sucesivas que dan forma a la realidad psíquica, la cual a su vez da origen a la realidad consensuada. Estas experiencias individuales contribuyen a la formación de nuestra realidad psíquica y por extensión, a la realidad compartida o consensuada en la sociedad.

Es por lo que en cualquier sociedad habrá desacuerdos. Lo importante de estos desacuerdos es que se manejen de forma respetuosa y justa ya que vivimos dentro de una “polis” en donde tenemos normas e instituciones que regulan la vida en sociedad. Algunos, sino la mayoría, pueden discutir sobre

política y de cuál debe ser el camino a tomar sin el temor de ser censurados por una santa inquisición moderna. Esto es lo importante, el respeto a las diferentes formas de pensar. Después de todo, cada voz aporta algo único a la conversación y este respeto a esa forma de pensar le da vida a la isegoría.

Sin embargo, esta pluralidad también puede presentar desafíos ya que se requiere entrar en el campo de la negociación, compromiso y respeto mutuo para manejar las diferencias. Ya que la vida en sociedad es conflicto y aceptar esta realidad es liberador. Esto lo podemos vivir con mayor énfasis en época electoral.

La negociación y el compromiso no significan necesariamente renunciar a nuestras propias creencias, sino encontrar un terreno común donde se puedan tomar decisiones que beneficien al conjunto de la sociedad. Y esta es la diferencia, porque, mientras autores como Carl Schmitt (2009), ya explicamos que ve a los otros como enemigos, Mouffe los ve como adversarios alguien con el que se puede negociar, no eliminar.

Este sistema adversarial valora la diversidad y el conflicto como elementos inherentes a la sociedad humana. En lugar de buscar una única verdad o solución definitiva, este enfoque se centra en la negociación y el compromiso entre diferentes grupos e intereses. Esto reconoce que cada individuo o grupo puede tener su propia interpretación de lo que es correcto o justo, y que estas interpretaciones pueden variar ampliamente debido a diferencias culturales, históricas, económicas, etc. Por lo tanto, en lugar de imponer una única solución universal, la política adversarial busca acuerdos transitorios que permitan la convivencia productiva de estas diferentes perspectivas.

O sea, lo universal se adapta a las circunstancias y experiencias individuales y culturales específicas. Esto no significa que los principios universales sean menos importantes, sino que se interpretan y aplican de manera que reflejen la diversidad y la singularidad de las experiencias humanas. Por eso se sugiere un nuevo tipo de articulación entre lo individual y lo particular, una forma de equilibrar los ideales universales con las realidades particulares.

En este sentido, la política adversarial puede ofrecer un marco útil para esta articulación, ya que valora la diversidad y el conflicto como elementos inherentes a la sociedad humana y busca acuerdos transitorios que permitan la convivencia productiva de diferentes grupos e intereses. Chantal

Mouffe, aclara diciendo: “No se rechaza el universalismo, se particulariza; lo que hace falta es un nuevo tipo de articulación entre lo individual y lo particular” (Mouffe. 2007, pág. 20).

Chantal Mouffe, en su obra *El retorno de lo político* (2007), entiéndase como un retorno a la vida en la polis que por su propia naturaleza genera conflicto, argumenta que la democracia liberal, busca la igualdad y el consenso. Esto puede pasar por alto la diversidad inherente y los conflictos potenciales en una sociedad. En cambio, la democracia agonista, que reconoce y valora la diversidad y el conflicto, puede proporcionar un marco más realista y efectivo para la política contemporánea.

La democracia agonista no busca eliminar el conflicto, sino canalizarlo de manera productiva. Se reconocen las diferencias y desacuerdos, que son parte esencial de la política, y por eso no pueden ser resueltos simplemente a través del consenso. No se busca una unidad homogénea sino fomentar un diálogo y una deliberación saludable entre diferentes grupos sociales.

En este punto resalto el hecho de que vivir en sociedad, en la polis, es conflicto ya que hay muchos puntos de vista y llegar a un consenso con todos, es imposible. Se acepta y respeta esta diversidad de vivir y de pensar. Por ende, la política, en su esencia, es un espacio de conflicto y antagonismo. No es simplemente la organización de la sociedad humana y sus instituciones, sino también la actuación en común donde hay pugnas. Esta pugna es propia a la esfera política y no puede ser resuelto de manera racional ya que navega por un espectro muy amplio de subjetividades.

Aquí encuentro una tensión entre la identidad y la diferencia en un comunidad política plural. Esta tensión es tanto la condición de posibilidad como la condición de imposibilidad de la política, como argumenta Chantal Mouffe. Esta tensión refleja el hecho de que la identidad de una comunidad política plural nunca puede ser completamente fija o establecida de una vez por todas. Siempre está en proceso, se encuentra en constante negociación y concertación.

Con esto Mouffe nos trata de decir que la política es un acto de equilibrio constante entre identidad y diferencia, entre ciudadanía y alteridad. Y que este equilibrio nunca puede ser completamente alcanzado, pero siempre debe ser perseguido. Es un recordatorio de que la política es un proceso, no es un producto final. Y este proceso requiere de nuestra atención y participación constante. “La condición de posibilidad de la política es al mismo tiempo, la condición de imposibilidad de su realización” (Mouffe. 1997, pág. 20).

Este momento representa una transformación paradigmática hacia una política más inclusiva y empática, que reconoce y aprecia la pluralidad de emociones y experiencias humanas en el dominio público. En el contexto sociocultural actual, la política que se acerca a la gente, construyendo puentes con el individuo y la ciudadanía, emerge como el núcleo de la posibilidad de renovación y cambio.

El compromiso de una política agonística, que reconoce y respeta la diversidad de opiniones y conflictos propias de cualquier sociedad democrática, podría ser un enfoque más revolucionario. Esta mirada que nos presenta Chantal Mouffe suena a ser más efectiva que la sola adhesión a ideologías abstractas, ya que permite una mayor inclusión y participación. Aquí, cada individuo y comunidad tiene su propia subjetividad construida por experiencias particulares y únicas. Estas subjetividades deben ser reconocidas y valoradas en el proceso político.

De esta forma, la era que nos desafía está marcada por la primacía de las emociones, las interacciones sociales, las comunidades y los principios éticos. Gobernar y representar de manera efectiva lo que no se entiende se convierte en una quimera.

Hoy, la realidad está muy alejada de la propuesta de Chantal Mouffe. La política se ha transformado en un escenario donde las emociones juegan un papel crucial. Los líderes políticos a menudo recurren a la estrategia de “nosotros contra ellos” para movilizar a sus bases, simplificando así problemas complejos y desviando la atención de los temas de fondo.

Esta vía de la acción política, por lo general, se aprovecha de estas tácticas. Se identifica a un enemigo en común ya sean los conservadores, la “mafia del poder”, el “Estado profundo”, los “*chairros*”, “*fachos*” o “*fffs*”. Los líderes pueden unir a las personas bajo una causa y mantener una presencia constante en los medios. Sin embargo, esta estrategia puede ser problemática, ya que muchas veces motiva a la división y el antagonismo, en lugar de promover el diálogo y la cooperación.

Estas campañas electorales 2024 para elegir al ejecutivo federal no son diferentes a las anteriores, el uso del discurso para manipular las emociones y movilizar a los simpatizantes de los partidos es notorio y más en las redes sociales, mismas que funcionan como catalizador en esta olla exprés emocional. A menudo, estas tecnologías de la comunicación presentan la política como un espectáculo, centrando su atención en los escándalos y las luchas de poder en lugar de las cuestiones políticas reales. Esto puede hacer que la política parezca más un drama que una cuestión seria que afecta

a la vida de las personas. Murray Edelman expresa de forma directa este tema interesante en *La construcción del espectáculo político*, mismo que dice:

Los políticos, funcionarios, periodistas cuyas carreras dependen de historias de actualidad, los abogados de causas, y un alto número de personas continuamente interesadas, conmovidas, entretenidas o cosquilleadas por las noticias constituyen un público ávido del espectáculo político. Para ellos hay triunfos y derrotas semanales, diarios, a veces de hora en hora, que dan pábulo a esperanzas o miedos, un popurrí de acontecimientos que marcan tendencias y aberraciones, algunas de ellas históricas. La vida política es hiperreal: típicamente más portentosa que los asuntos personales” (Edelman. 1991, pág. 13).

Gisela Rubach, académica del ITAM en marketing político y la primera mujer en el salón de la fama Reed Latino de la comunicación política, tiene una máxima que dice: “las elecciones son emociones, no razones”.

2.7.2. LO EMOCIONAL.

En nuestro día a día hacemos, deshacemos o simplemente no hacemos. Desde que nos despertamos hasta que nos vamos a la cama en la noche, nuestra conducta está influenciada por las emociones. Cuando algo nos emociona, por ejemplo, ese mensaje que tanto estamos esperando, nuestro cuerpo reacciona. Podemos sentir escalofríos, las manos nos sudan y el corazón se acelera. Esas serían las emociones, el preámbulo de los sentimientos, que son como una segunda fase, pero estas se proyectan en nuestra mente. Cuando pensamos en lo que sentimos y le empezamos a dar un nombre, alegría, tristeza, miedo, amor.

Victoria Camps, en su libro *El gobierno de las emociones* (2011) define de esta manera lo que es la emoción y el sentimiento. Tomaremos el primero porque sería la primera fase de un proceso que nos hace reaccionar ante algo. Para esta autora, las emociones no son algo que nos pasa, sino lo que hacemos. Es decir, no solo reaccionamos a lo que nos sucede, también podemos decidir cómo queremos sentirnos y actuar en consecuencia.

Como vemos, las emociones son experiencias personales y únicas. Cada uno de nosotros siente las emociones de manera diferente. Por ejemplo, lo que hace feliz a uno, a otra persona puede no hacerle tanta gracia. Eso es la subjetividad: cada uno interpreta y reacciona de forma distinta. Todo lo

que decimos, hacemos, o no, está conectado a cierta cantidad de factores como nuestra historia, nuestras experiencias y nuestras emociones. Cuando vemos una película, los personajes, los objetos y los eventos tienen un significado y representan algo más grande que ellos mismos. Por ejemplo, un personaje puede representar la lucha por la justicia, mientras que un objeto puede simbolizar el poder o la corrupción.

Ahora, dependiendo de quién esté viendo la película, la interpretación de lo que está sucediendo puede variar enormemente. Por ejemplo, si somos fanáticos de las películas de acción, podríamos centrarnos en las escenas de lucha y pasar por alto los mensajes subyacentes. Pero si somos críticos de cine, podríamos analizar cada detalle y descubrir capas de significados que otros podrían no ver.

Lo mismo ocurre en la esfera política. Dependiendo de nuestras subjetividades podemos interpretar los eventos de manera muy diferente. Por ejemplo, si somos un obrero, podría ver a un político prometer aumentar el salario mínimo como un héroe. Pero si somos empresarios, esta promesa o acto de campaña podría verse como una amenaza para el negocio.

Estos personajes y objetos políticos no solo reflejan nuestras ideologías, también pueden influir en nuestras emociones y comportamientos. Pueden hacernos sentir esperanza, miedo, ira o alegría. Pueden inspirarnos a tomar medidas o cambiar nuestras creencias. Cada uno de nosotros tiene una interpretación única de lo que está sucediendo, y esas interpretaciones pueden cambiar con el tiempo y con nuestras experiencias.

Por eso es importante no ver a la política como una simple cuestión de leyes y campañas, sino también de interpretación y percepción. Como dice Murray Edelman, “En conjunto, esos objetos y personas constituyen un espectáculo que varía con la situación social del espectador y sirve como máquina de significados: un generador de puntos de vista y por lo tanto de percepciones, angustias, aspiraciones y estrategias” (Edelman. 1991, pág. 17).

Lo anterior nos muestra la importancia de las emociones en la vida social y política, y la necesidad de reconocer su influencia. Para abordar lo antes dicho, se expondrá la *Teoría de las emociones* de Agnes Heller (2004), ya que es un marco muy útil para entender cómo nuestras emociones influyen en nuestra percepción.

Imaginemos que estamos en una fiesta llena de gente. Hay música, luces, comida, conversaciones, risas, todo tipo de estímulos. Pero no podemos prestar atención a todo a la vez. Tenemos que seleccionar a qué le prestamos atención. Eso es lo que Agnes Heller llama “el primer sistema de selección”. Las emociones actúan como filtro, ayudando a decidir, qué es importante para nosotros en ese momento. Si estamos de buen humor, tal vez nos fijemos en la música alegre, las risas, la buena comida. Pero si el caso es el contrario, tal vez estemos más pendientes del ruido, el desorden, las luces demasiado brillantes.

Ahora pensemos en todo lo que sucede a nuestro alrededor. Tenemos que decidir lo que vale la pena recordar. Eso es lo que Agnes Heller llama “el segundo sistema de selección”. Nuestras emociones ayudan a decidir qué recuerdos guardar para el futuro. Tal vez se recuerde una conversación interesante o el sabor de tal comida. Pero probablemente olvidemos qué canción sonaba a una hora específica o cuantas personas llevaban camisa azul.

Estos dos sistemas de selección trabajan juntos para ayudarnos a navegar por el mundo. Las emociones nos guían y ayudan a decidir qué es importante mantener. No podemos recordar todo, y eso está bien. Olvidar es tan importante como recordar. Por eso los discursos políticos están estructurados de tal forma que solo recordemos palabras o frases que resuenan en nuestra psique.

Palabras como “seguridad”, “bienestar”, “esperanza” se posicionan en nuestra mente y las guardamos, nos sentimos más atraídos a esa agenda o proyecto. Esas palabras y frases hacen clic en la psique de las personas que se sienten identificadas con esto ya sea por su estatus social, por el momento que estén pasando en sus vidas o porque nos sentimos representados por la persona que pronuncia esos discursos.

Las elecciones son, en efecto, un reflejo de nuestra identidad y valores colectivos. No se trata solo de intereses personales o económicos, sino también de quiénes somos como individuos y como sociedad. En época electoral las personas expresan sus creencias, valores y de elegir a los líderes que sentimos que mejor representan estos aspectos. Esto puede ser influenciado por una variedad de factores, incluyendo nuestro origen étnico, clase social, educación, religión, género, edad, orientación sexual, entre otros.

Las personas se sienten atraídas por los candidatos con los que se identifican a nivel personal.

Esto puede ser porque ven en ellos a alguien que entiende sus luchas y aspiraciones, alguien que comparte su visión del mundo o simplemente alguien que les cae bien. Andrés Manuel López Obrador entendió esto y durante más de diez años repitió el mismo discurso: “la culpa de lo que sucede en México es por *la mafia del poder*”. La sociedad más vulnerable, la que era invisibilizada por las elites políticas se vio reflejada en las palabras del político tabasqueño, pasando los filtros del primer y segundo sistema de selección de Agnes Héller.

Por lo tanto, simplificar el comportamiento electoral a una cuestión de intereses personales es un error. La democracia es un sistema complejo y fascinante que refleja nuestra identidad colectiva y los valores que defendemos como sociedad.

La gente no vota necesariamente por sus intereses. Votan por su identidad. Votan por sus valores. Votan por aquellos con quienes se identifican. Es posible que se identifiquen con sus intereses. Puede ocurrir. No es que la gente no se preocupe nunca de sus intereses. Pero votan por su identidad. Y si su identidad encaja con sus intereses, votarán por eso. Es importante entender este punto. Es un grave error dar por supuesto que la gente vota siempre por sus intereses (Lakoff. 2007, pág. 18).

Vemos a la política siempre como un teatro o un show. Los políticos se apropian del escenario como actores y los ciudadanos son la audiencia. Ahora, si los actores simplemente recitan sus líneas sin ninguna emoción o pasión, la audiencia se aburrirá y perderá interés. Pero si los actores ponen su corazón y alma en su actuación, si muestran pasión y emoción, la audiencia se sentirá atraída y comprometida.

La política requiere de una dimensión emocional. Los líderes políticos necesitan ser conmovidos por lo que van diciendo en su discurso. Lo experimentan en lo más profundo de su ser y, al hacerlo, pueden transmitir esa emoción a los ciudadanos. Pueden inspirar a la sociedad para que se sientan emocionadas por el discurso y entusiastas por la agenda. Sin embargo, la sociedad no solo busca soluciones inmediatas a sus problemas. Nuestro lado reptiliano quiere sobrevivir y permanecer con vida. Es por lo que la sociedad también anhela las visiones del futuro.

La sociedad quiere saber que existe un plan a largo plazo, que hay un horizonte hacia el cual están avanzando. Y están dispuestos a hacer sacrificios a corto plazo si saben que eso conducirá a un

futuro más prometedor, como es el caso de El Salvador con Nayib Bukele que en su discurso habló de terminar con los homicidios por violencia a manos de pandillas (corto plazo) y a mantener la paz (largo plazo).

Así que los actores políticos no solo necesitan proporcionar soluciones prácticas. También necesitan proporcionar una visión inspiradora del futuro. Necesitan mostrar a la sociedad que hay un camino a seguir, que hay una agenda que vale la pena seguir. Esto es lo que se ve claramente en estas elecciones cuando se crea una narrativa de *“el segundo piso de la transformación”*, *“sigamos haciendo historia”*.

En los ejemplos anteriores se muestra un proyecto, una agenda, un camino ¿cuál? El de *“la cuarta transformación”*. Todo aquel que la escucha sabe a qué partido y figuras políticas se refiere. Es una narrativa que ha sido creada y reforzada durante más de veinte años. Caso contrario el de la oposición que no ha podido crear una narrativa, un discurso o una agenda con el que la sociedad se identifique y pueda transmitir emociones. Esto es una máxima del consultor político español, Antonio Gutiérrez-Rubí:

La capacidad que tengan para transmitir pasión por los cambios, entusiasmo por las ideas e ilusión por los retos se convertirá en la llave emocional que les permitirá conectar con los ciudadanos. Éstos quieren soluciones, pero también horizontes, sueños, proyectos (Gutiérrez- Rubí, A. 2007. Pág. 64).

Con la ayuda de Agnes Heller se habló de los procesos que hay en nuestra mente para recordar momentos, objetos, aromas, etc. Hay cosas que se nos quedan grabadas y otras que no. También sabemos que las emociones son una fuerte herramienta para que esto suceda. La situación social de las personas juega un papel importante. Pero, junto con la emoción, es importante poner énfasis al poder de las palabras.

Para Teun Van. Dijk, en su libro *El discurso como interacción social* (2000) el lenguaje es un fenómeno social que se utiliza no solo para la comunicación, sino también para la construcción y representación de identidades sociales y culturales. Cada acto de habla o escritura es una elección, consciente o inconsciente, que refleja y construye nuestra identidad y posición en la sociedad. Por ejemplo, un médico puede utilizar un lenguaje técnico y formal al interactuar con sus colegas para demostrar su competencia y profesionalismo. Sin embargo, al interactuar con un paciente, puede

cambiar a un lenguaje más simple y empático para facilitar la comunicación y construir una relación de confianza.

Además, el lenguaje puede reflejar y reforzar las estructuras de poder existentes en la sociedad. Por ejemplo, las personas en posiciones de autoridad a menudo utilizan un lenguaje que refuerza su estatus y control. Por eso, el lenguaje es una forma de acción social que está intrínsecamente vinculada a nuestra identidad y lugar en la sociedad. No es simplemente un medio de comunicación, sino una herramienta poderosa para la construcción y representación de identidades sociales y culturales. Con frases como *“me canso ganso”*, *“fuchi caca”*, *“lo que diga mi dedito”*, *“tengan para que aprendan”* van dirigidas a cierto sector de la sociedad más popular. Con esto, López Obrador proyecta una imagen de una persona común y corriente, fuera de la estampa del tecnócrata o del político distanciado de la sociedad.

Para Teun Van Dijk, las acciones humanas son a menudo vistas como fenómenos intencionales que están dirigidos hacia la realización de ciertos fines o metas. Esta intencionalidad es lo que dota a las acciones de su significado o sentido, y sugiere que los actores están motivados por algún tipo de propósito.

El discurso, como una forma específica de acción, no es una excepción a esta regla. De hecho, el discurso es una actividad humana que está controlada, es intencional y tiene un propósito. Firmar con sangre una promesa de campaña como lo hizo la candidata de la alianza opositora, Xóchitl Gálvez; o dar un discurso con la bandera en el asta en pleno zócalo de la Ciudad de México al igual que la candidata de Morena, Claudia Sheinbaum, son acciones que tienen un objetivo. Estas actividades son generalmente realizadas con la intención de comunicar algo a los demás, ya sea una idea, una emoción, una petición, etc.

La mayoría de las acciones son ejecutadas intencionalmente para realizar o producir alguna otra cosa, esto es, otras acciones, sucesos, situaciones o estados mentales; es decir, las acciones tienen metas y esto hace que sean significativas o tengan un "sentido", lo que a su vez hace que sus actores parezcan tener algún propósito (Van Dijk, T. 2000. Pág. 28).

Tanto las acciones en general como el discurso en particular son fenómenos significativos que están imbuidos de intencionalidad y propósito. Estos elementos son fundamentales para nuestra comprensión de la experiencia humana y la forma en que interactuamos con el mundo que nos rodea.

Al hablar de lo anterior, hacemos referencia a una forma de autoridad. La entrega del bastón de mando que le hizo López Obrador a la candidata de su partido es una forma de nombrar la superioridad que se impone sobre las otras personas, en este caso la militancia de ese instituto político, y esto impacta las emociones de la sociedad en general. Otro ejemplo es el del mismo presidente de México llamando a votar por su candidata. Por el lado de la oposición no han encontrado ese “momento”.

Este tipo de autoridad, también conocida como “*potestad discursiva*” o “*softpower*” (poder blando) no se fundamenta en la violencia física, sino en la habilidad de incidir en las intenciones, convicciones y comportamientos de otros a través del lenguaje. Se trata de usar el lenguaje para moldear las percepciones, las actitudes y, en última instancia, las acciones de los demás y se basa en la habilidad para atraer y seducir.

La potestad discursiva se manifiesta de diversas formas, a través de mandatos, instrucciones o actos de habla performativos. Pero también puede ser más sutil, operando a través de la persuasión, la retórica, la manipulación de las normas sociales, y la construcción de narrativas que definen lo que es “normal” o “aceptable”.

Este tipo de autoridad es especialmente relevante en contexto donde la autoridad formal es limitada o inexistente. Por ejemplo, en las redes sociales, donde las personas pueden influir en las opiniones y comportamientos de grandes grupos de personas a través de sus publicaciones y comentarios.

Además, el ejercicio de la potestad discursiva puede limitar la libertad de los demás al restringir sus opciones de acción. Esto puede ser explícito, como en el caso de una orden directa, o implícito, como cuando se establecen expectativas sociales que las personas se sienten obligadas a cumplir. O sea, la potestad discursiva es una herramienta clave para entender cómo funcionan las colectividades humanas y cómo las ideas y las creencias se propagan y se mantienen.

En resumen, en este apartado se está hablando de la interacción entre las emociones, las percepción y la política. En este trabajo se explora cómo nuestras emociones, por ende, los sentimientos, influyen en nuestra conducta diaria, y cómo estos se proyectan en nuestra mente para formar sentimientos y poder tomar decisiones. Las emociones son producto de lo que hacemos,

vemos, sentimos, oímos, saboreamos, olemos. Esto es que, tenemos la capacidad de decidir cómo queremos sentirnos y actuar en consecuencia. Ante algo que para nosotros podemos considerar como una desgracia, para otros es ganancia.

Agnes Heller, Teun Van Dijk, Antonio Gutiérrez-Rubí, nos presentan un panorama más amplio del tema. Desde los sistemas de selección que nos ayudan a navegar por el mundo e interpretarlo, hasta la afinidad a cierto proyecto político. Gracias a esto, se explora cómo nuestras emociones y percepciones influyen en nuestra manera de ver la vida y participación política.

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.

Como se vio en el capítulo anterior, el eje teórico de esta investigación tiene su base en la influencia de las emociones en la democracia y en el concepto de lo agonístico de Chantal Mouffe. Por ello, el método de esta investigación se manifiesta en un análisis profundo de la recepción de los mensajes provenientes de las campañas presidenciales, un fenómeno que revela el conflicto inherente en la relación entre el individuo y la sociedad. En este contexto, la democracia se presenta no como un ideal abstracto, sino como un campo de batalla donde lo agonístico se convierte en la esencia de la interacción política.

Se observa a la democracia, en su forma más pura, como un espacio de libertad, pero también un terreno de confrontación (Mouffe. 2007). De esta forma, los mensajes de campañas electorales no son meras palabras; son armas que moldean emociones y, a su vez, son reflejo de una lucha constante por la legitimidad y el poder (Van Dijk. 2000). Las emociones en este entramado, actúan como catalizadores que influyen en la percepción y la acción de los ciudadanos, transformando el discurso político en una experiencia intensa dentro de nuestra psique que puede movilizar o paralizar.

El marco teórico que sustenta este análisis se nutre de la crítica a la objetividad del discurso político. La recepción de estos mensajes no puede ser entendida sin considerar la subjetividad del receptor, quien, atrapado en su propia existencia, interpreta y reinterpreta el mensaje a través de su contexto personal y social. Así, el individuo no es un mero receptor pasivo, sino un actor que participa activamente en la construcción de la realidad política.

Este enfoque requiere un compromiso con la verdad de la experiencia vivida, un

reconocimiento de que cada individuo es un producto de su tiempo, pero también un agente de cambio. La investigación, por tanto, no se limita a observar; busca comprender las dinámicas de poder que se despliegan en el ámbito público, donde la lucha por la significación se convierte en un imperativo ético y político.

La reciente victoria de Claudia Sheinbaum Pardo, quien con 35 millones 923 mil 669 votos ha sido electa como la primera mujer Presidenta de México, nos invita a reflexionar sobre la naturaleza de la política y el papel que juegan las emociones en este proceso. En un mundo donde la razón ha sido tradicionalmente exaltada, es imperativo cuestionar cómo las pasiones han moldeado esta elección y, por ende, la estructura del poder en nuestra sociedad.

La cifra de votos que respaldan a la coalición MORENA-PVEM-PT, representa un 59.7% del total, es un claro indicio de que varios factores en su mensaje resonaron profundamente en el electorado. Sin embargo, este fenómeno no es exclusivo de la candidata ganadora. Xóchitl Gálvez Ruiz, con 16 millones 502 mil 428 votos (27.4%), y Jorge Álvarez Máynez, con 6 millones 204 mil 518 votos (10.3%), también han sido actores en este escenario político, cada uno de ellos con sus propias estrategias y emociones. La pregunta que surge es: ¿cómo influyeron las emociones en sus campañas y en la decisión de los votantes?

La investigación que se propone no solo busca desentrañar la influencia emocional en la elección de 2024, sino que pretende evidenciar una tendencia: las decisiones políticas se fundamentan más en el sentir que en el racionalizar. Este proceso electoral se presenta como un testimonio de que el pulso de la democracia mexicana late al ritmo de las pasiones, donde los corazones dictan el rumbo y se desplaza a la razón en la balanza del poder.

Este acontecimiento tiene repercusiones significativas en el ámbito público y político, pues las emociones no solo influyen en la elección de un líder, también afectan la convivencia social y la interacción entre los ciudadanos. La dinámica política en México está guiada por las emociones y pasiones de los ciudadanos, lo que implica que estas emociones pueden ser más determinantes que los argumentos racionales en el proceso electoral.

El profesor y politólogo estadounidenses Donald Kinder (1985) explica que la comprensión de los eventos políticos no se basa únicamente en la razón; está impregnada de emociones. Las personas

reaccionan a los símbolos políticos de manera análoga a cómo responden a objetos que han generado respuestas emocionales previamente, lo que refleja un condicionamiento emocional. La participación se convierte en un catalizador de respuestas emocionales habituales, lo que sugiere que las decisiones y acciones políticas son impulsadas por patrones emocionales profundamente arraigados en la historia personal de cada individuo. Esto puede resultar una mayor participación en causas políticas.

La investigación sobre cómo las emociones moldean la política y la toma de decisiones en México puede revelar patrones de comportamiento que son fundamentales para el entendimiento de la dinámica electoral. Al explorar este vínculo, se podría arrojar luz sobre la manera en que los ciudadanos perciben y responden a sus líderes, así como la forma en que estos últimos se ven obligados a navegar un paisaje emocional que, a menudo, escapa a la lógica pura. En última instancia, la política no es solo una cuestión de poder y estrategia, sino también la capacidad de tocar las fibras más íntimas del ser humano, un desafío que requiere inteligencia emocional.

3.1. METODOLOGÍA.

Para el presente trabajo de campo se ha optado por el enfoque etnográfico, mismo que se reveló como la elección más adecuada para obtener la información requerida. Rosana Guber, en su libro *La etnografía: método, campo y reflexividad* pregunta sobre la importancia de una metodología artesanal como la etnográfica en un mundo digital. Si bien las encuestas y la información nos brindan una visión más amplia y pueden recopilar datos de grandes muestras y proporcionar una vista panorámica de tendencias y patrones. La etnografía permite comprender el contexto cultural y social en el que se desarrollan las vidas de las personas, proporcionando una perspectiva más profunda que otros métodos. No se trata solo de *qué* hacen las personas, sino también de *por qué* lo hacen. Las historias personales, las tradiciones y las creencias cobran vida en este enfoque.

Este método permite sumergirnos a profundidad en las actividades de los actores sociales y explorar sus experiencias con el mundo. Así, podemos comprender cómo estas actividades están moldeadas por esas vivencias, actuando como un reflejo de su comprensión social.

En el contexto de los mítines electorales en México, lugares clave y privilegiados para observar y considerados como espacios de registro de antropología cultural, la etnografía se convierte en un espejo que refleja las dinámicas y políticas en juego. Las reacciones de los asistentes, sus emociones y

sus relatos personales son fundamentales para comprender no solo el fenómeno electoral, sino también el tejido social que lo sustenta. Aquí, la pluralidad de voces y perspectivas se hace esencial, pues cada individuo aporta una pieza única al rompecabezas de la realidad.

Así, el etnógrafo no es un observador distante, sino un participante activo en la construcción del conocimiento. La conciencia de su propia subjetividad y la interrelación con los sujetos de estudio son elementos vitales en este proceso (Guber, R. 2011). En última instancia, la etnografía nos invita a reconocer que en la búsqueda de la verdad somos tanto el objeto de estudio como los observadores, entrelazados en una danza de significados y experiencias compartidas.

La piedra angular de este método radica en su atención a lo cotidiano. Se observa cómo las personas interactúan, cómo se comunican, qué significados atribuyen a sus acciones diarias, (Hammersley et al., 1994). Se asemeja a la forma en que las personas interpretan y encuentran significado en el mundo que les rodea. De esta manera me he convertido en observador participante, experimentando y reflexionando sobre lo que ocurre, observando e interpretando.

Así que, en lugar de verlo como una elección excluyente, muchos investigadores combinan dos estrategias del mismo método etnográfico. Las encuestas pueden proporcionar datos cuantitativos, mientras que la etnografía aporta riqueza cualitativa. La combinación de enfoques nos permite obtener una imagen más completa y matizada.

Durante la investigación, me encontré en la necesidad de establecer un contacto directo con las personas. Esta inmersión me permitió analizar el tema desde la perspectiva de los miembros del campo estudiado. En otras palabras, aprendí de ellos y descubrí los pequeños matices de su día a día.

Para adentrarme en los significados sociales, observar comportamientos y trabajar codo a codo con los entrevistados en el terreno, la etnografía despliega una variedad de métodos de recolección de datos. Entre ellos, destacan las entrevistas a profundidad, misma herramienta que se aplicó en este trabajo. ¿El objetivo? Descubrir y analizar las percepciones que las personas tienen respecto a los mensajes políticos expresados durante las campañas electorales de las candidatas y el candidato a la presidencia de México. Esto ha sido como abrir una ventana para entender cómo esos mensajes son recibidos y qué despiertan en las personas. A través de estas conversaciones, pude capturar de cerca las descripciones de los eventos y las perspectivas de los entrevistados.

3.2. ETNOGRAFÍA.

Lo primero que descubrí es que la investigación etnográfica, en su esencia, se enfrenta a desafíos significativos en términos de recursos. Estos desafíos abarcan no solo los costos financieros, sino también la inversión en capital humano y logístico. Sin embargo, la adopción de la observación participante como método de investigación ofrece una alternativa valiosa que facilita el acceso a contextos complejos sin incurrir a gastos adicionales importantes.

En esta investigación, se decidió aplicar el análisis crítico del discurso (ACD) en tres eventos públicos de cada uno de los candidatos presidenciales en el estado de Chiapas. Por un lado, Claudia Sheinbaum Pardo, candidata por la coalición “*Sigamos Haciendo Historia*”; Xóchitl Gálvez Ruíz, candidata por la alianza “*Va Por México*”; y Jorge Álvarez Máynez, candidato por el partido Movimiento Ciudadano. Estos eventos tuvieron lugar en dos ciudades distintas, Tuxtla Gutiérrez y Tapachula, cada una con su relevancia única y enraizada en un contexto social específico.

Estos espacios no solo sirven como escenarios para la interacción social, también son portadores de significados que se revelan a través de la observación atenta. En este caso nos enfocaremos en la elección de las palabras por parte de las y el candidato presidencial, así como la forma en que comunican sus ideas, mismos que se convierten en elementos claves para entender las narrativas que construyen en el entorno, consciente e inconsciente, en el que se desarrollan. En palabras de Teun Van Dijk, “Hay propiedades de los modelos contextuales de los cuales los hablantes no están necesariamente conscientes, pero que influyen ‘subconscientemente’ en la manera en que hablamos” (Van Dijk, T. 2000, p. 139).

De igual forma, se establecieron cuatro marcadores para realizar el análisis crítico del discurso en cada evento. Estos marcadores que se proponen son:

1.- **Identidad Personal:** Cómo se presentan a sí mismos en el discurso. El uso de pronombres, metáforas o referencias autobiográficas contribuyen a la construcción de una imagen de sí mismos.

2.- **Identidad Comunicativa:** Cómo los hablantes se posicionan en relación con su audiencia y contexto, lo que los lleva a adoptar ciertos roles.

3.- **Identidad Comunicativa como candidata:** Se examina cómo los candidatos utilizan

retóricas para presentarse como competentes, empáticos o alineados con los valores del electorado. También se evalúa si su discurso se ajusta a las expectativas del género discursivo candidatura.

4.- **Identidad como opositora:** Se analiza cómo construyen su identidad en contraposición a la narrativa del gobierno en turno y frente a la candidata oficial. Se estudia cómo el opositor utiliza estrategias de deslegitimación, crítica o contraste para diferenciarse de los demás candidatos, así como su posicionamiento frente a los demás temas clave de la campaña.

Cada marcador aborda un aspecto único de la comunicación y la identidad política, lo que significa que su uso conjunto proporciona una visión más completa y matizada del discurso analizado. En este sentido, cada marcador se complementa entre sí para ofrecer un análisis más profundo.

Una vez finalizados los eventos observados, se estableció un acercamiento al público presente. Este contacto directo permitió al investigador seleccionar un grupo de personas para realizar preguntas en profundidad. Este diálogo posterior no solo ha enriquecido la comprensión del contexto, sino que proporciona una oportunidad para explorar las percepciones y experiencias de los asistentes, generando un espacio de reflexión que complementa las observaciones iniciales.

- Observación #1:

La candidata Xóchitl Gálvez Ruíz, realizó el día 23 de abril en la ciudad de Tapachula, Chiapas. La segunda ciudad más grande del estado, se convirtió en el escenario de interés de investigación por las siguientes razones: su ubicación geográfica en la frontera sur de México la hace crucial. Tapachula es un punto de encuentro para migrantes que viajan hacia el norte convirtiéndose en una zona de reunión y de descanso para continuar su viaje. Otro factor que influyó, es su importancia y su dinámica económica y política para el estado. De igual forma, es importante aclarar que esta ciudad está gobernada por el partido MORENA.

- Análisis Crítico del Discurso #1:

- Identidad personal: Mujer de la cultura del esfuerzo. Valiente, luchadora y trabajadora con amplia trayectoria y conocedora del lugar en donde se encuentra.

- Identidad comunicativa: Se presenta como una oradora que utiliza un lenguaje con mucho folclor, con emoción en su tono de voz.

- Identidad comunicativa como candidata: Enfatiza su compromiso con la justicia social, la vida y la libertad, pero al hablar de los programas sociales hace énfasis en qué ella sí los apoya. Esto último es importante porque pareciera que estuviera rectificando alguna decisión pasada.

- Identidad como opositora: Hay una crítica burlona al gobierno federal y a la candidata Claudia Sheinbaum.

- Conclusiones:

El discurso comienza estableciendo la credibilidad de la candidata al hablar sobre su experiencia profesional y su conocimiento de la región. Al mencionar que tiene varios amigos en el lugar, busca generar confianza entre los asistentes. El mensaje se centra en la necesidad de paz y seguridad. Al mencionar que se requiere una presidenta valiente que se enfrente a los delincuentes, la candidata apela a las preocupaciones de seguridad de la audiencia. Esto resuena especialmente en un contexto de violencia e inseguridad real.

Al compartir experiencias personales sobre inseguridad, la candidata buscaba conectar emocionalmente con la audiencia. Esto es poderoso, ya que las historias personales a menudo vibran más que los datos abstractos. De igual forma, se involucra al público con preguntas que estos respondían. Al lanzar críticas al gobierno federal y a la candidata Claudia Sheinbaum genera un efecto en los asistentes que se mostraban emocionados con risas, aplausos y vítores.

El contexto local influye y establece las reglas del juego en una interacción comunicativa, los oradores deben ser conscientes de él para poder interpretar correctamente los mensajes (Van Dijk, T, 2000). Por lo anterior, al mencionar temas de comercio agrícola, la candidata se adapta a las preocupaciones específicas de la región. De igual forma, se destacan los programas sociales. Este punto es relevante ya que es el tema de estas campañas electorales. Al afirmar que estos programas seguirán, la candidata busca ganar apoyo entre aquellos que se ven escépticos frente a una narrativa que dice lo contrario.

Este discurso utiliza una combinación de pasiones al hacer uso de un lenguaje coloquial, emociones personales y adaptación al contexto local para persuadir a la audiencia. Sin embargo, es importante considerar cómo estas estrategias afectan a diferentes segmentos de votantes y si el mensaje es lo suficientemente claro para generar un impacto positivo en las elecciones. Esto es justo

mencionarlo porque a pesar de la emoción que se vive en el lugar, varios de los asistentes mencionan que no hay otra opción.

- Observación #2:

Este evento se llevó a cabo el día 9 de mayo en la ciudad capital de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, en donde el candidato de Movimiento Ciudadano, Jorge Álvarez Máynez, realizó un encuentro con jóvenes universitarios en un instituto académico. Esto mantiene la coherencia con su estrategia de comunicación. El partido del “movimiento naranja” ha destacado por su agenda de comunicación dirigida a la población joven. A través de las redes sociales y plataformas digitales, han buscado conectar con este segmento demográfico. De igual forma, se señala que esta ciudad está gobernada por el partido MORENA.

- Análisis Crítico del Discurso #2:

- Identidad personal: Joven, pero con experiencia política.
- Identidad comunicativa: Cercano a la juventud. El uso de las redes sociales como TikTok es su fortaleza.
- Identidad comunicativa como candidato: De forma técnica, enfocando sus temas a las nuevas generaciones de votantes como el medio ambiente, a las libertades y al respeto por movimientos como LGBT+.
- Identidad comunicativa como opositor: Enfoca su discurso en la necesidad de un cambio y en la idea de que se necesita una nueva política.

- Conclusiones:

El evento se realizó en una universidad y llevó por título *Conversatorio Universitario*, por lo tanto, optar por un ambiente alejado de lo festivo, como comúnmente suelen realizar, el partido busca transmitir compromiso y seriedad. Esto es crucial para construir credibilidad, especialmente si se enfrenta a críticas sobre su juventud o falta de experiencia. La formalidad puede ser una estrategia deliberada para desviar la atención de la percepción de inexperiencias. Al representarse en un entorno académico, el partido intenta asociarse con valores como la educación y la preparación.

El discurso enfatiza su identidad como organización joven, diseñada específicamente para

cobrar con las inquietudes y aspiraciones de los jóvenes. Este enfoque no solo se presenta como una característica distintiva, sino que también se articula como una nueva forma de hacer política en un contexto donde muchas veces se percibe que las estructuras tradicionales son rígidas y desconectadas de las realidades contemporáneas. Al posicionarse como un partido joven, el mensaje que se transmite es claro: están aquí para representar a una generación que busca un cambio significativo en la forma en que se gestionan los asuntos públicos.

Al identificar claramente a su público objetivo y el contexto, les permite ser más efectivos al comunicarse, ya que consideran no solo sus propias identidades y objetivos, sino también las dinámicas de la situación y las personas involucradas. Ante esto, el partido puede desarrollar estrategias de comunicación y campañas con mayor alcance como las redes sociales y la música. Teun van Dijk lo explica de la siguiente forma:

Como es el caso para todas las interacciones y experiencias, los participantes ya saben y planean por adelantado muchas de las propiedades probables de la situación comunicativa. De esta manera, además de sus propias identidades, a menudo sabrán o planificarán con quién hablarán o se comunicarán, cuándo, dónde y con qué objetivos (Van Dijk, T. 2000, p. 31).

Por otro lado, Chiapas, donde la riqueza natural coexiste con desafíos significativos como la pobreza, se vuelve un caldo de cultivo para el descontento social y la migración hacia otras regiones en busca de mejores oportunidades. En este sentido, los discursos sobre la defensa del medio ambiente adquieren una nueva dimensión. Es así que las promesas de oportunidades laborales y crecimiento económico en armonía con la conservación del medio ambiente resuenan profundamente entre los jóvenes chiapanecos.

- Observación #3:

La candidata de la coalición MORENA-PVEM-PT, Claudia Sheinbaum Pardo, tuvo su cierre de campaña presidencial el día 26 de mayo de 2024 en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez. Se eligió este momento por su importancia. Siendo la última visita que realizaba la candidata al estado todas las fuerzas políticas de la coalición que la respalda estarían congregadas mostrando lo que se llama “músculo” que es una demostración del poder.

- Análisis Crítico del Discurso #3:

- Identidad personal: Mujer y académica, con experiencia gobernando. Pragmática.
- Identidad comunicativa: Mensajes claros y directos, pero se nota que se esfuerza para emocionar al público.
 - Identidad comunicativa como candidata: Destaca su experiencia como gobernante y su compromiso con el movimiento de la transformación con valores humanístico. Se enfoca en los programas sociales, conoce la importancia y el apoyo que estos tienen.
 - Identidad comunicativa: como candidata del oficialismo: En sus mensajes recalca los avances y los logros del gobierno del presidente Andrés Manuel López Obrador, sabe que la base de su voto se encuentra ahí, en la aprobación y apoyo del presidente.
- Conclusiones.

El discurso de Claudia Sheinbaum tiene varios elementos importantes. El hecho de que sea mujer y académica lo hace relevante en un contexto político donde la representación de género y la formación académica son temas debatidos. Su experiencia previa en el gobierno de la Ciudad de México también le otorga credibilidad y conocimiento práctico.

Habla con claridad y de forma directa a su audiencia, pero el esfuerzo por emocionar al público puede ser un indicio de que reconoce la importancia de conectar emocionalmente con los votantes

¿qué estrategias utiliza para lograr esta conexión? La respuesta se encuentra cada vez que menciona los logros del presidente Andrés Manuel López Obrador. Es sabedora que la base del voto de ella se encuentra ahí. De esta forma capitaliza la popularidad de su administración. Por eso menciona que “no habrá avión presidencial” parte de la narrativa propia de AMLO.

Por su rezagos y altos índices de pobreza, Chiapas depende en gran medida de los programas sociales implementados por el gobierno federal. Los datos señalan que estos programas han beneficiado a más de 2 millones de personas en el estado, lo que representa una base de apoyo electoral significativa para la coalición MORENA-PVEM-PT. Es por esto que Claudia Sheinbaum adapta su discurso y en Chiapas se enfoca a este tema. La dependencia de estos apoyos es evidente, ya que muchas personas ven en ellos una fuente vital de ingresos y apoyo, tal como lo menciona la Dra. María del Carmen García Aguilar “Para la población mayoritaria, el triunfo de la 4T, representa un alivio existencial por las condiciones que la caracterizan en términos de recursos de sobrevivencia” (García,

M. 2024).

Este enfoque que ha cobrado relevancia en las campañas electorales recientes se presenta como un reflejo de la angustia existencial que caracteriza al ser humano. En un mundo donde la supervivencia se convierte en el eje de la vida cotidiana, los políticos, manipulan este concepto para apelar a lo más profundo de la psique colectiva. La candidata, al enfatizar la continuidad de los programas de apoyo, no solo busca asegurar votos, sino que también intenta establecer un vínculo emocional que legitima su propuesta como cuestión de vida o muerte. Esta estrategia relega otros temas a un segundo plano, permitiendo que ciertos discursos se impongan sin oposición.

3.3. ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD.

La particularidad radicó en que las entrevistas se realizaron en los mismos lugares en donde ocurrieron los eventos antes mencionados, lo que permitió capturar el estado emocional de los entrevistados, influenciados por la atmósfera política del momento. Siendo diferente el contexto del grupo de las personas que no tienen ninguna preferencia electoral.

Las entrevistas a este último grupo se hicieron en persona, frente a frente, para observar sus gestos y reacciones. Lo esencial en estos informantes es que las entrevistas se realizaron en las mismas ciudades en donde se llevaron a cabo los eventos, pero en un contexto neutral, lejos de las emociones políticas, como en sus respectivas casas y cafeterías.

En todos los casos, se tomaron tres criterios para elegir a los informantes:

Primero. - Los participantes debían ser ciudadanos sin cargos públicos o políticos. Este criterio garantiza que no estuvieran influenciados ni presionados por sus roles o títulos.

Segundo. - Rango de edad entre 30 y 60 años. Esta decisión se basa en el hecho de que las personas de 19 a 29 años tienden a votar por debajo del promedio general en todas las elecciones, según el informe de la Estrategia Nacional de Educación Cívica 2024-2026.

Tercero. - En el caso de los entrevistados en los eventos que se llevaron a cabo en las ciudades de Tuxtla Gutiérrez y Tapachula, se buscó incluir a personas que estuvieran en familia. Este enfoque facilita obtener respuestas más personales y enriquecedoras, lo que contribuye a una comprensión más

profunda de las opiniones y experiencias de los informantes.

Se tomó especial cuidado en la composición de los grupos, procurando incluir tanto a mujeres como a hombres para evitar sesgos de género.

Desde el inicio, se determinó no considerar el nivel socioeconómico como una variable determinante al seleccionar a los entrevistados, permitiendo así una evaluación más individualizada. Al excluir este factor, se busca promover una mayor equidad en la elección de los participantes. En consecuencia, se procuró que los cuatro grupos analizados compartieran factores homogéneos como edad y que sean ciudadanos sin cargos públicos ni políticos. De modo que la única variable verdaderamente relevante para esta investigación fuera la postura política.

El criterio a seguir será agrupar a los entrevistados de acuerdo a lo siguiente:

Los entrevistados conforman una muestra total de 50 personas, mismas que se dividieron en cuatro grupos:

Grupo #1: Preferencia por la coalición MORENA-PT-PVEM: incluye a 12 personas, 6 mujeres y 6 hombres, que manifestaron su afinidad a esta coalición.

Grupo #2: Preferencia por la coalición opositora PRI-PAN-PRD: integrada por 12 personas, 6 mujeres y 6 hombres, mismas que manifestaron su afinidad a esta coalición.

Grupo #3: Preferencia por el candidato del partido Movimiento Ciudadano: compuesto por 12 personas, 6 mujeres y 6 hombres, que manifestaron su afinidad por este partido.

Grupo #4: Sin preferencia política, pero con intención de votar: Un grupo de 14 personas indicó que no se sentían convencidas por ningún partido político en particular, pero afirmaron que sí participarán en las elecciones para la elección del ejecutivo federal. Este grupo se encuentra equilibrado en cuanto a género, con 6 mujeres y 6 hombres.

3.3.1. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD.

Las entrevistas a profundidad se muestran como un encuentro existencial entre el investigador y el informante, donde la esencia de este se despliega a través de la revelación de contextos y vivencias.

En este diálogo, el informante no solo proporciona información; ofrece su propia subjetividad, sus percepciones y opiniones, que son la manifestación de su libertad y su angustia ante los acontecimientos.

En las conversaciones o entrevistas sostenidas con los informantes les pedimos, como a cualquier otra persona, que nos relaten qué sucede en determinadas situaciones, así como que nos ilustren sobre los participantes, sus significados y demás. Pero a diferencia de otras personas, con los informantes sostenemos diálogos más profundos y en un tono que demanda su reflexividad y objetivación de lo tratado (Restrepo. 2018, p. 75).

Este tipo de entrevistas se caracterizan por la búsqueda de una comprensión más allá de lo superficial, permitiendo captar no solo las palabras, sino también las expresiones no verbales que revelan la autenticidad de la persona. La riqueza de la información obtenida se convierte en un reflejo de la complejidad humana, donde cada respuesta es un eco de la existencia del informante, un fragmento de su lucha por dar sentido a su realidad.

El papel que se juega como etnógrafo, debe adoptar una postura de respeto y cuidado, consciente de que cada interacción es un acto de libertad compartida. Se debe guiar la conversación con precisión, evitando que el informante divague, pues cada palabra es un testimonio de él. No se debe imponer tendencias a través de preguntas sugestivas o un tono que dirija la narrativa, sino permitir que la verdad emerja de manera orgánica, como un acto de autenticidad en un mundo que muchas veces busca silenciarla.

En este proceso, he sentido que se establece un juego de libertades donde el investigador y el informante se encuentran, no como meros sujetos de estudio, sino como cocreadores de significados. En un ambiente donde la comprensión del otro es, en última instancia, un acto de solidaridad existencial.

Algunos de los temas explorados con los entrevistados fueron:

Motivación e interés en las elecciones: Qué impulsa a los ciudadanos a mantense informados sobre el proceso electoral y en qué medios de comunicación.

Percepción de las autoridades electorales: La opinión de los ciudadanos respecto a estas

instituciones electorales y su papel.

Contexto político y social: Visión general que tienen los ciudadanos respecto a la situación política y social del país, así como el clima en torno a las elecciones presidenciales de 2024.

Impacto emocional en votantes: Elementos que han influido en las emociones y actitudes de los ciudadanos durante el proceso electoral.

3.3.2. MOTIVACIÓN E INTERÉS EN LAS ELECCIONES.

Al hablar sobre la motivación e interés para mantenerse informados sobre el proceso electoral y los medios de comunicación que seguían, se observó una tendencia en el grupo simpatizante de la coalición MORENA-PVEM-PT que reflejaba un distanciamiento hacia los medios convencionales. Siendo las mañaneras del presidente López Obrador y las cuentas de redes sociales de la candidata Claudia Sheinbaum Pardo y de los candidatos de su coalición. Ya que los noticieros nacionales eran comprados por la oposición, tachándolos de “*chayoteros*”. En cambio, percibían que las mañaneras y las cuentas de los candidatos de “*Sigamos Haciendo Historia*” proporcionaban información directa a la ciudadanía, sin intermediarios y confiable.

En contraste, los simpatizantes de la coalición opositora, PRI-PAN-PRD, indicaron que se informaban a través de noticieros nacionales, programas de debate y redes sociales de las cuentas de periódicos como El Financiero, Reforma y Milenio Noticias. Reconociendo también, que los medios que seguían tienen una postura más crítica al gobierno federal.

El Grupo #3, mencionaba que su medio de información eran las redes sociales ya que ahí era el único lugar en donde encontraban información sobre el candidato de su partido, ya que los medios convencionales y las televisoras nacionales no generaban una cobertura equilibrada de los candidatos. De igual forma, señalaron que es donde se encontraba el debate real sobre la situación y problemas de la sociedad mexicana. Siendo las plataformas como YouTube, TikTok y X (antes Twitter) las redes sociales que han sido escenarios para organizar movimientos sociales y expresar su descontento.

Por su parte, los integrantes del Grupo #4, mencionaron que los noticieros nacionales, redes sociales y conversaciones en su entorno familiar y social eran sus medios de información. Si bien sienten que hay un desequilibrio en la cobertura y en las opiniones a ciertos candidatos, mencionan que

no son todos los medios ni comentaristas que están sesgados. Lo importante de este grupo es que encuentran valiosa la conversación cara a cara con amigos, familiares y colegas para poder definir su voto.

A pesar de que todos los entrevistados afirmaron buscar información, se encontró lo siguiente:

Las diferencias siguen siendo notables, evidenciando una especie de polarización política y social ya que distinguen rasgos de divisiones entre grupos con opiniones extremadamente opuestas o irreconciliables. Esto dificulta la apertura de búsqueda de información enfocándose solo en los medios que ayudan a fortalecer sus ideas.

En el caso de los entrevistados, las diferencias notables en sus fuentes de información y sus percepciones políticas sugieren que la sociedad mexicana está atravesando un momento de fuerte polarización.

Sobre la percepción de sesgo en los medios se observa que el Grupo #1, considera a los noticieros nacionales como “*chayoteros*”, o sea, comprados por la oposición. Revelando una desconfianza hacia ciertos medios. Esta idea se origina desde el discurso de las conferencias mañaneras del presidente Andrés Manuel López Obrador y demuestra que la polarización ideológica es un fenómeno que se origina en las élites y se manifiesta en la base afectando tanto la dinámica política como la salud de la democracia. La responsabilidad de las élites es crucial para fomentar un clima de diálogo y moderación en el discurso político.

Por otro lado, los simpatizantes de la coalición opositora reconocen que los medios de donde se informan también tienen una postura política contraria al gobierno. Esto sugiere que la percepción de sesgo es compartida, aunque desde perspectivas diferentes.

Llama la atención que cuando los entrevistados hablan sobre los medios de comunicación como las noticias y programas de debates en la televisión, no se observa un sujeto pasivo bajo control sino a un sujeto social activo. Esto implica que las audiencias no son meros receptores pasivos, sino que también participan activamente en la construcción de significados a través de su consumo televisivo.

Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la formación de la opinión

pública. Su cobertura influye en cómo percibimos la realidad y en nuestras preferencias políticas. En un entorno polarizado, la imparcialidad de los medios puede verse comprometida.

Las redes sociales han revolucionado la forma en que nos informamos. Para el grupo de indecisos, estas plataformas son espacios donde se comparten noticias, opiniones y debates. Sin embargo, es importante observar que estas redes sociales también son un terreno fértil para la desinformación. Por lo tanto, el ejercer un pensamiento crítico al evaluar la veracidad de lo que se comparte es necesario.

En el contexto mexicano, donde la política y los problemas sociales emergen como temas de apasionante relevancia, las conversaciones en el entorno cercano se convierten en un refugio de información contextualizada y matizada. Estas charlas, lejos de ser meras anécdotas, son actos de libertad que permiten a los individuos ejercer su capacidad de discernimiento en un mundo que a menudo se presenta como absurdo y caótico.

La elección de combinar estos tres medios (noticieros, redes sociales y conversaciones sociales personales) sugieren que el Grupo #4 busca una visión más completa y equilibrada. Al no aferrarse exclusivamente a una fuente, están abiertos a recibir información desde diferentes ángulos.

El Grupo #4, muestra una actitud reflexiva al diversificar sus fuentes de información. La combinación de medios tradicionales, plataformas digitales y conversaciones personales les permite formar una opinión más informada.

La idea de que los individuos tienden a adoptar posturas ideológicas más definidas y coherentes es relevante. Esto sugiere una mayor consistencia interna en las creencias políticas de las personas. Sin embargo, la realidad puede ser más compleja. Muchos ciudadanos tienen posturas matizadas que no se alinean perfectamente con una ideología o partido. Hay espacio para el pensamiento independiente como los integrantes del Grupo #4.

3.3.3. PERCEPCIÓN DE INSTITUCIONES ELECTORALES.

Sobre la opinión que se tiene respecto a estas instituciones electorales y su papel en el proceso, los resultados no distan del tema anterior. Se llama a la defensa del voto para que los “*conservadores*” no regresen al poder y por otro lado se dice que los “*chairros*” no deben seguir. La polarización sigue

presente en este tema.

Todos los grupos tienen un dejo de escepticismos en cuanto a las instituciones como el Instituto Nacional Electoral (INE), el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJ) y, el menos conocido por los informantes, la Fiscalía Especializada en materia de Delitos Electorales (FISEL).

Los resultados de la investigación revelan una notable similitud entre los tres primeros grupos analizados. La percepción general que emerge es que las autoridades electorales parecen estar cooptadas por grupos de interés, lo que genera inquietudes sobre la posibilidad de que estos actores puedan influir en los resultados de la elección presidencial. Este hallazgo es particularmente interesante, especialmente considerando que también proviene del grupo #2 perteneciente a la coalición opositora PRI-PAN-PRD, misma que ha enfatizado la necesidad de preservar la independencia del INE para garantizar elecciones justas y transparentes. La percepción de cooptación no solo afecta la confianza pública en el sistema electoral, sino que también puede tener repercusiones significativas en el comportamiento electoral y en la legitimidad del gobierno resultante.

Un dato relevante que merece atención es la percepción generalizada entre los cuatro grupos analizados en relación con el Instituto Nacional Electoral (INE). Todos ellos comparten la creencia de que son los trabajadores del gobierno quienes organizan las elecciones, lo cual refleja un desconocimiento significativo sobre su funcionamiento y la estructura de dicho instituto. Esta falta de información es preocupante, ya que el INE es un organismo autónomo encargado de garantizar la transparencia y equidad en los procesos electorales en México. Su labor incluye no solo la organización de elecciones federales, sino también la regulación de los partidos políticos y la promoción de la participación ciudadana.

Además, se observa que existe un notable desconocimiento sobre el trabajo de Fiscalía Especializada en materia de Delitos Electorales (FISEL). Esta institución tiene un papel crucial en la protección del proceso electoral, investigando y persiguiendo delitos relacionados con las elecciones. La falta de conocimiento sobre su función puede contribuir a una percepción errónea de que no hay mecanismos efectivos para salvaguardar la integridad electoral.

En cuanto al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF), hay una idea

generalizada entre los entrevistados que sugiere que el destino del país no debería estar en manos de unos pocos, cuyos miembros son desconocidos para la mayoría. Este sentimiento refleja una desconfianza hacia las instituciones electorales, lo que puede ser perjudicial para el fortalecimiento de la democracia en México.

Al explicarles las funciones específicas de cada autoridad electoral, los grupos manifestaron su sorpresa al descubrir que no conocían las responsabilidades y operaciones de las autoridades electorales. Este desconocimiento inicial podría haber sido una oportunidad para fomentar un diálogo más profundo sobre la importancia de estas instituciones en el proceso democrático. Sin embargo, al final de las entrevistas, muchos se limitaron a expresar una postura común: “hay que votar y defender el voto”. Esta respuesta sugiere que, a pesar de reconocer la importancia del proceso electoral, persiste una polarización donde cada grupo tiende a culpar al otro por acciones percibidas como contrarias a la democracia.

Los puntos a rescatar en este tema, son:

- Desconocimiento institucional: La falta de información sobre las autoridades electorales indica una necesidad urgente de educación cívica. Es fundamental que los ciudadanos comprendan cómo funcionan estas instituciones para poder participar activamente y defender sus derechos electorales.
- Importancia del voto: A pesar del desconocimiento, existe un consenso sobre la importancia del voto como herramienta fundamental para influir en el futuro del país. Sin embargo, esta perspectiva debe ir acompañada de un entendimiento más profundo sobre cómo proteger y defender ese voto en un entorno electoral cada vez más complejo.
- Desconfianza generalizada: Hay una idea de que el destino del país no debería estar en manos de unos pocos, lo que refuerza la desconfianza hacia las instituciones electorales.

Falta de información sobre las autoridades electorales: Todos los grupos analizados comparten la creencia errónea de que las autoridades electorales son manejadas por trabajadores del gobierno, lo que indica un desconocimiento significativo sobre su autonomía y funciones.

- Influencia de grupos de interés: Los informantes creen que las autoridades electorales están cooptadas por grupos de interés, lo que genera inquietudes sobre la integridad del proceso

electoral. Esta percepción de cooptación no solo disminuye la confianza en el sistema electoral, sino que también puede afectar el comportamiento electoral y la legitimidad del gobierno resultante.

3.3.4. CONTEXTO POLÍTICO Y SOCIAL.

Los resultados y el análisis de la situación política y social de los informantes de los cuatro grupos revelan un panorama complejo, marcado por sentimientos de desconfianza y desánimo hacia la política, a pesar de su potencial como electores.

Se experimenta una falta de confianza en el sistema político. Esto se traduce en una percepción negativa hacia sus representantes en los municipios, estados, congresos, candidatos, a las autoridades de gobierno y electorales, quienes no logran resonar con sus expectativas ni representar adecuadamente sus intereses. Varios de los informantes se sienten desconectados de la política, lo que se refleja en su preferencia por votar por diferentes partidos para distintos cargos. La falta de representación efectiva y la percepción de que los políticos son ajenos a sus realidades contribuyen a esta desconexión.

Las preocupaciones más apremiantes son la falta de oportunidades laborales, bajos salarios y la inseguridad. Este contexto socioeconómico adverso influye en su percepción política y en su disposición a participar en procesos electorales.

Todos los informantes de los cuatro grupos demandan políticos más preparados y comprometidos con acciones concretas en lugar de promesas y peleas en los medios. Existe un anhelo por ver cambios reales que aborden sus preocupaciones, lo que pone presión sobre los candidatos para que adapten sus mensajes y estrategias a las necesidades del electorado.

De igual forma, los cuatro grupos coinciden sobre un panorama de incertidumbre y de división. Aunque, en medio de estas percepciones, el grupo #1 confía en el presidente y la candidata de la coalición oficial.

El ambiente político y social en México se caracteriza por una profunda polarización, marcada por sentimientos de incertidumbre, desconfianza y enojo. Aunque existe una percepción generalizada de apatía, también hay segmentos dispuestos a participar activamente si se les ofrece una representación adecuada como los informantes del grupo #4.

Las redes sociales juegan un papel crucial al amplificar tanto las preocupaciones como las esperanzas de los ciudadanos, lo que sugiere que cualquier estrategia política futura debe considerar estas plataformas como herramientas clave para fomentar un diálogo constructivo y restaurar la confianza pública.

Los puntos clave de este tema, son:

- Panorama general: Existe un sentimiento de desconfianza y desánimo, predomina una percepción negativa hacia la clase política mexicana, a pesar del potencial electoral de los informantes.
- Desconexión política: Muchos informantes se sienten alejados de la política, prefiriendo votar por diferentes partidos para distintos cargos.
- Inquietudes: La falta de oportunidades laborales, bajos salarios e inseguridad son las preocupaciones más apremiantes.
- Apatía vs participación activa: Aunque hay una percepción generalizada de apatía, algunos segmentos están dispuestos a participar activamente si se les ofrece representación adecuada.
- Amplificación de sentimientos: Las redes sociales juegan un papel crucial al amplificar tanto preocupaciones como esperanzas.

3.3.5. IMPACTO EMOCIONAL EN VOTANTES.

Las emociones, eje central de este análisis, desempeñan un papel crucial en la motivación de la mayoría de los mexicanos para votar. Este estudio revela que el acto de votar abarca múltiples dimensiones que trascienden lo meramente electoral.

El coraje, el miedo, la esperanza, la frustración y la incertidumbre son factores interrelacionados que influyen en la forma en que los ciudadanos se involucran en estas elecciones. Estos sentimientos no solo reflejan el contexto político actual, sino que también moldean las decisiones individuales en momentos clave como las elecciones.

Para el grueso de los informantes, el voto se considera una responsabilidad cívica fundamental. Este concepto implica que cada persona tiene el deber de participar en el progreso democrático, asegurando que sus intereses y necesidades sean representados. La participación activa en las urnas se percibe como un medio para ejercer control sobre sus representantes y garantizar que actúen en beneficio de la población.

Los informantes de los cuatro grupos consideran que el voto los empodera al permitirles expresar sus preferencias y prioridades. Este acto no solo se ve como un derecho, sino también como una forma de canalizar demandas sociales hacia cambios concretos. La participación electoral brinda a los votantes la oportunidad de influir en políticas públicas y exigir rendición de cuentas a sus representantes. En este sentido, votar se convierte en un medio para transformar realidades sociales y políticas, permitiendo que las voces de la ciudadanía sean escuchadas.

La importancia de los programas sociales vuelve a relucir, siendo un factor motivador para muchos votantes. Estos programas son considerados herramientas para mejorar las condiciones de vida y abordar problemas como la pobreza y la desigualdad. La expectativa de que nuevos líderes implementen políticas efectivas puede inspirar a los ciudadanos a participar activamente en las elecciones, buscando un cambio positivo en sus comunidades. Sin embargo, esta esperanza también viene acompañada de escepticismo sobre la capacidad real de estos programas para generar un impacto duradero.

De nueva cuenta, la inseguridad es una preocupación constante que afecta la percepción del proceso electoral. Las altas tasas de criminalidad y violencia crean un ambiente de incertidumbre que puede desincentivar la participación ciudadana. Muchos informantes expresan temor sobre si su voto será respetado o si realmente contribuirá a un cambio significativo. Algunos incluso señalan que el factor criminal podría ser utilizado como herramienta a favor del gobierno federal.

Emociones clave identificadas:

- Coraje: Surge de la frustración ante problemas sociales como la corrupción, la desigualdad y la violencia. Este sentimiento puede movilizar a los ciudadanos a actuar, impulsándolos a participar en las elecciones como una forma de expresar su descontento y exigir cambios.
- Miedo: Se relaciona con la inseguridad y la percepción de que el voto puede no ser respetado. El miedo puede desincentivar la participación electoral, generando dudas sobre la efectividad del voto y los riesgos asociados a acudir a las urnas, especialmente en contextos violentos.
- Esperanza: La expectativa de que los programas sociales y nuevos líderes puedan mejorar las condiciones de vida actúa como un motor que inspira a los votantes a participar, ya que creen que su voto puede contribuir a un futuro mejor y más equitativo.
- Incertidumbre: Genera aprehensión sobre si el voto realmente tendrá un impacto, lo cual

podría desincentivar o motivar a los ciudadanos a informarse más y participar activamente. Se relaciona con la falta de confianza en el proceso electoral y en los resultados esperados.

- Orgullo y solidaridad: La noción de que el voto es una responsabilidad cívica fundamental está arraigada en sentimientos como el deber y el compromiso. Los ciudadanos sienten una obligación moral de participar para garantizar que sus intereses sean representados. Al ejercer su derecho al voto, muchos experimentan un sentido de orgullo por contribuir al proceso democrático y solidaridad al reconocer que su participación beneficia a su comunidad.

En conclusión, en el marco de los discursos políticos y los eventos de campaña, se evidencia que las emociones no solo influyen en la decisión del voto, sino que también moldean el espacio democrático. La polarización política, exacerbada por el uso estratégico de las emociones, puede limitar el diálogo constructivo y la posibilidad de un debate enriquecedor, así como dificultar la percepción del otro como un ser con derechos equivalentes. Esta incapacidad para trascender las emociones inmediatas puede dar lugar a un ciclo de desconfianza y división, donde el miedo y la ansiedad prevalecen sobre la esperanza.

Las emociones actúan como motores de movilización, pero también pueden convertirse en herramientas de control que restringen el debate y perpetúan conflictos, llegando incluso al desconocimiento del “otro”. La polarización política que se manifiesta en México en el contexto del proceso electoral de 2024, es un fenómeno que requiere un análisis profundo. Como ciudadanos que compartimos espacio y tiempo, nos encontramos en una realidad marcada por la división, donde las diferencias entre grupos se expresan de manera extrema e irreconciliable. Esta situación lleva a considerar a aquellos que piensan de manera diferente como enemigos, en lugar de verlos como personas con quienes se puede debatir, negociar y convivir (Mouffe, C. 2007).

Esta polarización no es un evento casual en la historia; más bien, es una manifestación profunda de nuestra existencia concreta. En su vida cotidiana, los individuos tienen a aferrarse a sus creencias como una forma de escapar de la angustia generada por la apertura y la incertidumbre inherentes a la complejidad de la vida diaria. Esto se refleja en su tendencia a consumir únicamente aquellos medios de información que refuerzan sus propias convicciones, evitando deliberadamente perspectivas alternativas.

La desconfianza expresada por el Grupo #1 hacia los noticieros nacionales, a los que califican

como “*chayoteros*”, revela aspectos fundamentales sobre la estructura del individuo mexicano. El discurso del presidente Andrés Manuel López Obrador no debe ser visto únicamente como un fenómeno político; representa la voz del primo entre pares que guía cómo el ciudadano debe interpretar su vida (Zafrilla, 2022). En este sentido, las élites tienen la responsabilidad de asumir su papel como autoridades y proyectar posibilidades auténticas para fomentar un clima de diálogo y moderación en el discurso político.

Por otro lado, la percepción de parcialidad en los medios, compartida por simpatizantes de los diferentes grupos de informantes, refleja nuevamente la estructura del ciudadano mexicano. Los individuos construyen su identidad en función de los otros, proyectando sus posibilidades a partir de cómo son percibidos. Así, garantizar la imparcialidad en la cobertura mediática se convierte en una tarea esencial para facilitar el encuentro entre las personas.

La idea generalizada de que los medios no son objetivos genera desconfianza hacia la información recibida, independientemente de la afinidad política. Como resultado, cada grupo se aferra más a sus propias creencias y se aísla del otro, lo que dificulta aún más el diálogo.

Por otro lado, la desconfianza sigue presente, esta vez, en las autoridades electorales, como el Instituto Nacional Electoral (INE), el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) y la Fiscalía Especializada en materia de Delitos Electorales (FISEL), se convierte en un tema recurrente. Los ciudadanos expresan una percepción generalizada de cooptación por parte de grupos de interés, lo que disminuye su confianza en el sistema electoral y afecta su disposición a participar. Este sentimiento se ve agravado por un notable desconocimiento sobre el funcionamiento de estas instituciones, lo cual indica una falta crítica de educación cívica que impide a los ciudadanos ejercer sus derechos al voto de manera informada.

Sumado a lo anterior, las preocupaciones más apremiantes entre los ciudadanos incluyen la falta de oportunidades laborales, bajos salarios e inseguridad. Este contexto socioeconómico adverso influye directamente en su percepción política y en su disposición para participar en procesos electorales. La demanda por políticos más capacitados y comprometidos con acciones concretas resalta un anhelo por cambios reales que aborden estas inquietudes. Sin embargo, persiste una sensación mayor de desconfianza hacia los políticos, quienes son percibidos como ajenos a las realidades cotidianas.

En resumen, el análisis revela cómo las emociones juegan un papel crucial no solo en las decisiones electorales individuales sino también en el tejido mismo del espacio democrático. La desconfianza, el miedo, la esperanza y la polarización política actual exigen una reflexión profunda sobre nuestras interacciones sociales y políticas para fomentar un diálogo constructivo y restaurar la confianza pública necesaria para fortalecer nuestra democracia.

CAPÍTULO 4. ELECCIONES PRESIDENCIALES EN MÉXICO 2024.

El presente capítulo analizará las elecciones presidenciales de 2024 en México, mismas que representan un hito significativo en la historia política del país, no solo por la magnitud del evento, sino también por el contexto social y emocional en el que se desarrollaron. En un entorno marcado por el conflicto y la polarización política-social y la lucha por el poder, estas elecciones se convirtieron en un reflejo de las aspiraciones, temores y esperanzas de la sociedad mexicana contemporánea.

El proceso electoral no solo abarcó la elección presidencial, sino que también incluyó la renovación de la Cámara de Diputados, el Senado y diversas gubernaturas, convirtiéndose en uno de los eventos democráticos más significativos del país. La participación ciudadana, aunque ligeramente inferior a elecciones anteriores, reflejan el interés continuo de los mexicanos por influir en su futuro político. En este contexto, las emociones jugaron un papel crucial; desde el entusiasmo y la esperanza, hasta el miedo y la incertidumbre que acompañaron a los discursos de los contendientes.

Claudia Sheinbaum llevó a cabo una campaña electoral exitosa que la llevó a convertirse en la primera mujer presidenta de México en las elecciones de 2024. Su estrategia se centró en dos aspectos clave: Presentarse como heredera del legado del presidente saliente, Andrés Manuel López Obrador, AMLO, prometiendo continuar con sus políticas mientras enfatizaba su propio sello personal y establecía el tema de estas campañas a sus contrincantes, los programas sociales. Esto le permitió capitalizar la alta popularidad de AMLO mientras establecía su propia identidad

Xóchitl Gálvez, candidata de la coalición opositora “*Fuerza y Corazón por México*”, PRI-PAN-PRD, quedó en segundo lugar con aproximadamente el 28% de los votos. Su campaña se centró en temas como la seguridad y la defensa de las instituciones democráticas, resonando con un electorado

que busca alternativas al gobierno actual. Gálvez destacó por ser una figura que, presentándose como indígena, intentó distanciarse de los partidos que la impulsaron y la llevó a tomar una actitud disruptiva en la forma de hacer campañas.

Por otro lado, Jorge Máñez, candidato de Movimiento Ciudadano, obtuvo alrededor del 10% de los votos. Aunque su presencia fue menos prominente en comparación con Sheinbaum y Gálvez, su campaña apeló a un electorado joven y progresista que buscó una ruptura con el bipartidismo tradicional. Su estrategia de campaña fue el uso de las redes sociales, la marca de la casa de Movimiento Ciudadano. Es por eso que Máñez se ha enfocado en una gira por universidades de todo el país. A pesar de su popularidad en redes, Máñez enfrenta el reto de traducir esa intención en votos efectivos.

El contexto de continuidad del proyecto político iniciado por Andrés Manuel López Obrador, junto con la representación de diferentes corrientes políticas a través de estas candidaturas opuestas, resalta las tensiones y expectativas que rodean a este proceso electoral. Este trabajo se propone analizar las dinámicas que caracterizaron las elecciones presidenciales de 2024, explorando no solo los resultados y sus implicaciones inmediatas, sino también el trasfondo emocional en la sociedad mexicana que influyó en el comportamiento electoral y en la configuración del nuevo gobierno. A través de esta investigación, se busca comprender cómo estas elecciones reflejan las transformaciones en la sociedad mexicana con el papel emocional en el centro del debate.

4.1. CLAUDIA SHEINBAUM.

Podría afirmarse que la campaña electoral de Claudia Sheinbaum Pardo enfrenta su mayor desafío en la alarmante situación de violencia que atraviesa el país. El gobierno de Andrés Manuel López Obrador concluyó su mandato con un saldo de 199 mil 619 homicidios, lo que se traduce en un promedio diario de 94 muertes violentas (El Financiero, 2024). Este contexto se presenta como un obstáculo significativo para la candidata oficial, al tiempo que se convierte en una herramienta potencial para sus principales oponentes, Xóchitl Gálvez y Jorge Máñez. Sin embargo, la realidad es más compleja. La estrategia de Sheinbaum, representante de la coalición MORENA-PVEM- PT, ha logrado revertir la narrativa predominante sobre la inseguridad, estableciendo su propia agenda discursiva y obligando a sus contrincantes a adoptar su discurso defensivo.

Tomando como base el arquetipo Junguiano de la madre, Sheinbaum ha promovido la defensa

de los programas sociales como eje central de su campaña presidencial para México 2024. Esta figura materna es representada como alguien que abraza y protege a quienes lo necesitan, pero también ejerce autoridad sobre aquellos que desafían su visión. La narrativa comenzó cuando Sheinbaum Pardo afirmó que la oposición, PRI-PAN-PRD, no apoyaría los programas sociales y que estos serían eliminados en caso de ganar la presidencia. Esta declaración permitió desplazar el foco del debate desde la inseguridad hacia los programas sociales, llevando a Gálvez y Máynez a posicionarse como defensores de estas iniciativas.

También se ha observado que en su campaña, Claudia Sheinbaum, ha adoptado un enfoque pedagógico distintivo, buscando involucrar activamente a los ciudadanos en un proceso de reflexión y análisis crítico. Al utilizar expresiones como “pregúntense” y “piénsenlo”, ella no solo transmite información, sino que también invita a su audiencia a cuestionar y pensar en sí misma. Este método se complementa con una técnica interactiva donde inicia frases esperando que el público las complete, lo cual empodera a los ciudadanos y los convierte en participantes activos del proceso político.

4.2. XÓCHITL GÁLVEZ.

La campaña presidencial de Xóchitl Gálvez para las elecciones de 2024 fue intensa y repleta de desafíos. Como candidata de la coalición opositora “*Fuerza y Corazón por México*”, PRI-PAN-PRD, se posicionó como la principal rival de Claudia Sheinbaum. Inicialmente, Gálvez centró su discurso en criticar al gobierno actual por sus fallas en materia de seguridad y economía, buscando presentarse como una opción viable para el cambio.

Durante su campaña, Gálvez enfrentó tensiones entre su estilo personal y las expectativas impuestas por los partidos que la respaldaban. Aunque comenzó con un tono más sobrio, decidió adoptar un enfoque más auténtico y rebelde, utilizando un lenguaje coloquial y vistiendo huipiles bordados para conectar con el sentido tradicional mexicano. Sin embargo, se encontró con varios obstáculos. A pesar de defender constantemente que era candidata gracias al apoyo ciudadano, sus enfrentamientos con López Obrador dificultaron su intento por distanciarse de la imagen desgastada de los partidos tradicionales.

Además, las tensiones con las dirigencias partidistas sobre el presupuesto y las estrategias de campaña fueron evidentes; en eventos importantes, los líderes del PRI-PAN-PRD solían estar

ausentes. Gálvez también se vio forzada a defender los programas sociales establecidos por el gobierno saliente debido a la narrativa impuesta por Sheinbaum. Esto culminó en un acto simbólico donde firmó ante notario público un compromiso de no eliminar dichos programas, lo que podría interpretarse como una trampa ideológica tendida por la candidata oficialista.

4.3. JORGE MÁYNEZ.

Jorge Máynez fue el candidato presidencial de Movimiento Ciudadano (MC) para las elecciones de 2024. Su campaña se caracterizó por un enfoque dirigido a la juventud; realizó más de 50 visitas a universidades en todo el país. Adoptando una imagen fresca y renovadora frente a la “*vieja política*”, utilizó activamente las redes sociales para conectar con votantes más jóvenes. Su campaña ganó notoriedad gracias al jingle “*Máynez, presidente Máynez*”.

A pesar de su crítica a la “*vieja política*”, Máynez enfrentó desafíos significativos al estructurar su estrategia principalmente en eventos privados en universidades. Esto limitó su visibilidad pública del candidato naranja y por eso no hay mucha información sobre su campaña electoral; sin embargo, logró superar las expectativas iniciales al obtener más de 10 puntos en las encuestas en solo 90 días (Animal Político, 2024). Al inicio de su campaña, muchos analistas dudaban sobre sus posibilidades reales.

En resumen, las campañas electorales en México reflejan una dinámica compleja donde las emociones juegan un papel crucial. Claudia Sheinbaum utiliza una narrativa emocional centrada en la supervivencia al hablar de la protección de los programas sociales. Xóchitl Gálvez lucha por establecer una identidad clara frente a su coalición mientras enfrenta los desafíos del gobierno actual. Jorge Máynez busca renovarse como una alternativa fresca en medio del polarizado panorama electoral. La interacción entre estas estrategias y las emociones del electorado ha sido determinante para el desarrollo del proceso electoral 2024.

4.4. EMOCIONES POSTELECTORALES: DOS MOMENTOS DE LOS PRIMEROS MESES DE LA PRESIDENTA DE MÉXICO, CLAUDIA SHEINBAUM PARDO.

En líneas anteriores se ha analizado el papel de las emociones en las elecciones presidenciales de 2024 en México. En ese contexto, este apartado se centra en la etapa posterior a dicho evento

electoral. Transcurridos más de 300 días desde entonces, hasta el día en donde se está redactando este trabajo, se ha observado cómo las emociones se consolidan como herramientas fundamentales en la persuasión y manipulación política, desempeñando un papel activo tanto en el discurso público como en las estructuras de poder.

Al referirme a las emociones como elementos vivos y activos, hago alusión a autores como Sara Ahmed (2005), quien destaca que estas “hacen cosas”; es decir, poseen una capacidad performativa que configura realidades sociales. Este enfoque presenta a las emociones como fuerzas materiales que moldean relaciones, identidades y comunidades. Así, su viveza radica en su inherencia a la condición humana, mientras que su dinamismo se evidencia en su constante interacción con las dinámicas políticas y sociales.

En este sentido, el presente apartado busca analizar las emociones en dos momentos clave que han definido el sexenio de Claudia Sheinbaum Pardo, los cuales han influido significativamente en la agenda del país. Estos momentos no solo reflejan la instrumentalización de las emociones en la política contemporánea, sino también su capacidad para incidir en la percepción ciudadana y en la legitimidad del programa de gobierno.

El primer momento, denominado de transición, abarca desde el 3 de junio de 2024, un días después de las elecciones, hasta el 30 de septiembre del mismo año, último día del gobierno del presidente Andrés Manuel López Obrador. Este periodo estuvo marcado por el cierre de AMLO, quien entregó la oficina del Ejecutivo Federal a la primera mujer presidenta del país. De igual forma, se analiza el impacto del debate público de la reforma al Poder Judicial de la Federación en ambas cámaras del Congreso de la Unión.

El segundo momento comprende el análisis del nuevo gobierno federal en funciones, desde el 1 de octubre de 2024 hasta marzo de 2025, mes en que se redacta este trabajo de investigación. Este periodo incluye eventos como la toma de protesta de la presidenta Claudia Sheinbaum Pardo y la relación entre México y Estados Unidos, particularmente tras el regreso del presidente estadounidense, Donald Trump.

El objetivo de analizar estos dos momentos es demostrar que el uso de las emociones no se limita a las campañas electorales, sino que constituye un elemento central y dinámico en la política contemporánea, con un impacto tangible en la configuración del poder y la agenda nacional. Por lo tanto, las emociones no deben ser consideradas meros residuos psicológicos, sino fuerzas capaces de

moldear la realidad política, influyendo en la toma de decisiones y en la estructura del poder. En otras palabras, las emociones tienen el potencial de generar un impacto concreto y palpable en las dinámicas sociales, políticas y culturales.

4.4.1. TRANSICIÓN: EL PANORAMA EMOCIONAL DEL ASCENSO DE SHEINBAUM AL PODER.

El periodo comprendido entre el lunes 3 de junio, un día después de las elecciones de presidenciales de 2024, que marcaron la elección de Claudia Sheinbaum como la primera mujer presidenta de México y el lunes 30 de septiembre del mismo, un día antes de su toma de posesión, constituyó una etapa trascendental en la historia política del país. Este lapso se caracterizó por la elección de la primera mujer presidenta de México, la conclusión del sexenio del entonces presidente Andrés Manuel López Obrador y, de manera significativa, la discusión y aprobación de una polémica reforma al Poder Judicial de la Federación en ambas cámaras del Congreso de la Unión. La coincidencia de estos eventos generó un ambiente cargado de emociones diversas, que permearon el discurso público y las dinámicas sociales.

Este análisis sostiene que la transición política en México se distinguió por una compleja interacción de emociones, incluyendo esperanza y ansiedad en torno a la presidenta entrante, un sentimiento de nostalgia por el cierre de un periodo presidencial marcado por el carisma, y una notable defensa, por un lado, y resistencia, por otro, hacia la reforma judicial. Estas emociones cumplieron diversos propósitos, desde la consolidación del apoyo político hasta la expresión de disenso, y en última instancia desempeñaron un papel crucial en la configuración del debate político y las dinámicas sociales de este periodo de transformaciones. La simultaneidad de una transición presidencial y una reforma judicial de gran calado creó un entorno emocional particularmente intenso.

4.4.1.1. PRESIDENTA CON A.

La elección de Claudia Sheinbaum como la primera mujer presidenta de México, marcó un hito histórico y generó respuestas emocionales significativas relacionadas con el género y la representación política. Según Estrada-García et al. (2024), su plataforma política presenta discrepancias con su discurso de campaña, ya que, aunque mencionaba a las mujeres en ocasiones, no las posicionaba como eje central de su propuesta. Sin embargo, la frase emblemática de Sheinbaum, “*No llego sola, llegamos todas*”, ha despertado un notable optimismo. De acuerdo con una encuesta realizada por El País, la victoria de la presidenta generó esperanza en el 86% de las mujeres

encuestadas, especialmente en lo referente a la protección de los derechos de las mujeres (Pérez, 2025).

Esto no solo simbolizó un avance significativo en la lucha por la paridad de género, sino que también generó un optimismo disposicional (Scheier & Carver, 1985), es decir, una expectativa generalizada de resultados positivos que ayuda a amortiguar el estrés y motiva la búsqueda de apoyo social en acciones colectivas. Este optimismo se manifestó en quienes vieron en su elección una oportunidad histórica para transformar la realidad política y social del país. Esto podría indicar, entre otros tantos factores, que la percepción activa en el liderazgo político de Claudia Sheinbaum ha sido un catalizador para movilizar esfuerzos colectivos y promover un sentido de comunidad y solidaridad entre las mujeres mexicanas. Sobre este optimismo disposicional, Schier y Carver, señalan:

This outcome expectancy influences subsequent behavior in the following way: If expectancies are favorable, the result is renewed effort. If expectancies are sufficiently unfavorable, the result is reduced effort, or even complete disengagement from further attempts (see also Klinger, 1975; Kukla, 1972). Both renewed effort and disengagement are presumed to be exaggerated by further self-focus (Scheier & Carver, 1985, p. 222).

Una parte que influyó en el optimismo mencionado fue el contexto emocional heredado de los altos niveles de aprobación del presidente saliente, Andrés Manuel López Obrador, quien concluyó su mandato con un 68% de aprobación ciudadana, incluyendo evaluaciones positivas en rubros como los derechos de las mujeres (Moreno, 2024). Este panorama emocional sirve como telón de fondo para entender la aceptación de Claudia Sheinbaum Pardo, pero no debe oscurecer el hecho de que su liderazgo se está construyendo con un enfoque propio.

Más allá de heredar una narrativa positiva, Sheinbaum ha comenzado a desarrollar una conducción política que, aunque marcada en la continuidad, introduce nuevos matices emocionales. Su perfil se distingue por proyectar una imagen de racionalidad técnica, autoridad tranquila y, al mismo tiempo, empatía social. Esta combinación ha sido clave para canalizar sentimientos como la esperanza, la confianza y la necesidad de estabilidad, elementos que se activan particularmente en contextos de transición política.

Haber recibido el bastón de mano, puede entenderse como un puente emocional entre dos liderazgos. Sin embargo, es en la capacidad de la presidenta para reconfigurar ese legado, capitalizando emociones colectivas como el deseo de continuidad sin ruptura y la expectativa de profesionalismo con cercanía, donde reside su estrategia política. En lugar de limitarse a reproducir el carisma del líder

saliente, Sheinbaum ha comenzado a construir su propia narrativa emocional basada en otros arquetipos: madre protectora, una figura que promete orden, cuidado y castigo.

Este tránsito arquetípico es relevante en el análisis de este apartado ya que ayuda a explicar cómo se movilizan afectos colectivos no solo desde el carisma, sino también desde la credibilidad, la constancia y la autoridad técnica.

Pero, es la carisma una fuerza aparentemente intangible pero profundamente influyente, misma que ha fascinado durante mucho tiempo a académicos y observadores del liderazgo político. Este concepto de carisma en la ciencia política ha sido moldeado de manera más notable por el trabajo de Max Weber (2014). En su obra, definió el carisma como una cualidad específica de la personalidad de un individuo que lo distingue de las personas ordinarias.

Es algo especial que algunas personas tienen y que les hace parecer casi mágicas o sobrehumanas a los ojos de los demás. Lo importante es que la gente los vea como si tuvieran poderes o habilidades que nadie más tiene. Esta percepción es lo que les da su autoridad y su capacidad para influir en los demás y tener seguidores, mismos que ven en ellos inspiración al mismo tiempo que se conectan con el líder en un nivel personal al ser esta figura un amplificador de sus necesidades y valores.

Para Weber (2014) el carisma abarca una amplia gama de figuras, cada una con su propia dinámica y manifestación única. Desde los guerreros, magos, fundadores religiosos y líderes demagógicos. Todos ellos comparten una cualidad que les permite ejercer una influencia profunda sobre sus seguidores. Y eso es lo importante, la influencia en los demás y ejercer un poder significativo sobre su entorno.

Así el carisma se convierte en una herramienta universal que puede ser utilizada por diversas figuras, o arquetipos, para alcanzar sus metas. Al respecto Weber mencionaba:

El carisma de un “Berserker” (cuyos frenesíes se atribuían, al parecer sin razón, al uso de determinadas drogas; en el Bizancio medieval se mantenía un cierto número de estos datos con el carisma del frenesí bélico como una especie de instrumento de guerra), de una “chamán” (mago, para cuyos éxtasis la posibilidad de ataques epileptoides se considera como condición previa en el tipo puro), la del fundador de los mormones (quizás, mas no con seguridad absoluta, un tipo de refinado farsante) o la de un literato entregado a sus éxitos demagógicos como Kurt Eisner, todos ellos se consideran por la sociología, exenta de valoraciones [*wertfreie*

Soziologie], en el mismo plano que el carisma de los que según apreciación corriente son los “más grandes” héroes, profetas y salvadores (Weber, M. 2014, p. 320).

Que Claudia Sheinbaum Pardo, haya recibido el bastón de mando, es un acto simbólico importante que refuerza la posición de la nueva presidenta como líder creando un fuerte telón de fondo emocional para la administración entrante. Los partidarios pueden sentirse validados y esperanzados en un progreso continuo desplazando la ansiedad del cambio, mientras que los detractores pueden sentirse decepcionados y aprensivos por la continuidad de ciertas políticas que generan tensión.

Lo anterior es una razón por la cual en este trabajo de investigación se analizan los arquetipos de Carl Jung en este contexto político, ya que, entre muchas cosas, facilitan la conexión humana y ayudan a explicar la interacción social y política de un país.

4.4.1.2. REFORMA AL PODER JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN: CRISOL EMOCIONAL.

Con lo antes explicado, expongo que la narrativa que generó esperanza y orgullo significativos para muchos, potencialmente anuló o mitigó otras ansiedades sobre la continuidad o el cambio de políticas. El énfasis de Sheinbaum en continuar con el “*Segundo Piso de la Cuarta Transformación*” de AMLO, sugiere un intento de capitalizar su popularidad y mantener el apoyo de su base. Sin embargo, esto también pudo haber creado ansiedades entre aquellos que esperaban cambios de política significativos.

La enmarcación que hace Claudia Sheinbaum, respecto de la reforma judicial en términos democráticos indica una conciencia de la aprehensión pública y un intento de legitimar la iniciativa. La elección de un líder de un grupo previamente subrepresentado a menudo conlleva una fuerte carga emocional de esperanza y progreso que describe una conexión inmediata en la construcción estratégica de legitimidad a lo largo del tiempo. Para Francisco Collado-Campaña y José Francisco Jiménez-Días, lo anterior se configura de la siguiente forma:

En el corto plazo el líder se mantiene en la medida en que por medio de su subjetividad transmite una visión capaz de definir su posición entre sus seguidores dentro de la arena política y, en el largo plazo, a través del proceso de acumulación de diversos bienes simbólicos que posibilitan el reconocimiento de su liderazgo como diferenciado de los demás o

confrontado a ellos, al tiempo que consigue hacer partícipes de la lucha por dicho bienes a otros posibles competidores (Collado-Campana, Jiménez-Díaz & Entrena-Durán. 2016, p. 66).

Estas retóricas y posturas políticas de Sheinbaum como líder entrante, desempeñan un papel crucial en la formación de las expectativas públicas y en calmar o exacerbar las ansiedades. De esta forma, las representaciones mediáticas del carácter y el estilo de liderazgo de la presidenta contribuyen aún más al panorama emocional general que rodea su ascenso al poder. De esta forma, el proceso de deliberación y aprobación de la Reforma Judicial en México se erige como un estudio de caso paradigmático sobre la intrincada y a menudo volátil interacción entre las decisiones políticas de alto impacto y el entramado emocional de la sociedad.

El análisis que se hace sobre este tema en el período de transición, revela un campo emocional complejo y dinámico, caracterizado por una profunda polarización afectiva, estrategias de movilización popular basadas en sentimientos primarios, y la potencial erosión del bienestar psicosocial de la ciudadanía.

El punto de partida puede residir en la frustración sistemática de la sociedad y la desafección institucional han echado raíces profundas. La ciudadanía, al enfrentarse a un sistema percibido como inequitativo, corrupto e ineficaz, ha generado una creciente percepción de injusticia. Estas emociones no son simplemente reacciones pasajeras, son impulsoras de cambio. Barrington Moore en *Injustice* (1996) argumenta que, cuando las personas perciben que están siendo tratadas de forma arbitraria o que no se les está protegiendo, el sentimiento de injusticia se convierte en una fuerza que cuestiona la legitimidad del poder establecido. Bajo esta perspectiva, este caldo de cultivo de desconfianza y hartazgo, arraigado en experiencias personales y colectivas de ineficiencia, corrupción y desigualdad, proporciona el sustrato emocional sobre el cual se articula el discurso reformista. Por lo tanto, mi postura es que la reforma judicial no solo es una necesidad técnica, sino también una respuesta emocional a un clamor de legitimidad.

Los dirigentes que no pueden proteger a su propia sociedad, o aquellos a los cuales el fracaso en la guerra ha desacreditado, serán los que perderán legalmente el derecho a gobernar. En algunas ocasiones, los reveses militares o la simple y pura incompetencia han sido el preludeo a los estallidos revolucionarios (Moore, 1996, p. 37).

En este contexto, la narrativa de la presidenta Claudia Sheinbaum reconoce y explota la indignación moral preexistente, presentando la reforma como una respuesta necesaria y largamente

esperada a una problemática endémica. La promesa de una justicia cercana y real, así como la denuncia del nepotismo y la corrupción, apelan directamente al anhelo de equidad y al deseo de justicia retributiva, emociones poderosas que son movilizadas estratégicamente para generar apoyo popular.

Sin embargo, la respuesta a la reforma no es unívoca. En contraposición a la esperanza movilizadora, emerge una profunda ansiedad social, alimentada por el temor a la regresión democrática, a la concentración de poder y a la potencial politización del sistema judicial. La incertidumbre sobre la naturaleza y el propósito de la reforma, junto con la percepción de que representa una amenaza para el Estado de derecho, se agrava por la constante exposición a narrativas polarizadas. Estas narrativas intensifican la radicalización emocional, donde el rechazo hacia el grupo contrario se convierte en un componente clave de la identidad política. Esto no solo dificulta la construcción de entendimiento mutuo, sino que también bloquea la posibilidad de alcanzar entendimientos.

La falta de empatía, tanto cognitiva como afectiva, entre los diversos actores y segmentos de la población representa un obstáculo importante para alcanzar un debate constructivo. La tendencia a simplificar al adversario, reduciéndolo a etiquetas como “*conservadores*” y caricaturizando su postura, ignora la diversidad de ideas y motivaciones que lo conforman. Esta percepción homogeneizadora, que facilita su clasificación superficial, junto con la presunción de que sus acciones o propuestas se basan en intenciones negativas o dañinas, incrementa la desconfianza y alimenta el conflicto. Estos factores perpetúan la fragmentación social y dificultan el reconocimiento de la complejidad inherente a la Reforma Judicial.

En este contexto, la presidenta Claudia Sheinbaum, al construir una clara dicotomía entre un pueblo virtuoso y un Poder Judicial corrupto, intensifica esta polarización, buscando movilizar la empatía hacia el primero y generar antipatía hacia el segundo. Esta estrategia, si bien efectiva para la movilización popular, puede obviar la necesidad de un análisis más matizado y técnico de las implicaciones de la reforma. De igual forma, estas declaraciones buscan legitimar la reforma como una medida en favor del pueblo y contra las estructuras de poder que, en su opinión, perpetúan la corrupción, lo cual parece ser una idea aceptada por gran parte de la sociedad según varias encuestas (De la Rosa, 2025; Rojas, 2024).

Parece que es un asunto entre algunos ministros de la Corte y la Presidenta de la República. No, esta es la defensa del pueblo de México por la justicia, por la honestidad, por la honradez, por erradicar en México lo que tanto daño le ha hecho a nuestro país, que es la

corrupción. El nepotismo es corrupción en el Poder Judicial (Sheinbaum, 2024).

Por otro lado, desde la perspectiva del Poder Judicial de la Federación, expresada por su presidenta, la ministra Norma Piña, se percibe una preocupación institucional ante la erosión de su autonomía y una defensa normativa de los principios fundamentales del Estado de derecho. La descripción de un clima de hostilidad simbólica y amenaza al capital simbólico de la judicatura revela la tensión entre diferentes visiones del orden social y la incertidumbre ante el futuro del sistema judicial.

El discurso por parte del Poder Judicial, destaca que este panorama refleja un fenómeno en donde la razón es ignorada o se reinterpreta si no concuerda con las narrativas que apelan a las emociones y creencias, mismas que han ganado más peso en la construcción de la opinión pública y las decisiones políticas que los hechos comprobables. Este enfoque emocional y polarizado complica la posibilidad de un debate profundo sobre el futuro de la reforma judicial y, al mismo tiempo, intensifica las tensiones entre visiones opuestas del orden social. Según la ministra presidenta, preservar la objetividad y la evidencia es esencial para garantizar el equilibrio entre los poderes.

Nos encontramos, entonces, ante un caso típico de posverdad, en el que las apelaciones, a las emociones, a las creencias y a los sentimientos han tenido más influencia en la formación de la opinión pública y de los actores políticos, que los hechos objetivos y verificados (Piña, 2024).

Si observamos ambas declaraciones, se observa que estas reflejan una dinámica compleja y profundamente humana en el debate público. Por un lado, las declaraciones de la titular del ejecutivo federal que apelan a emociones poderosas como la indignación y el deseo de justicia, especialmente en un país donde muchas personas han experimentado desigualdad o corrupción en el sistema judicial. Hablar de corrupción y nepotismo no solo señala problemas estructurales, sino que también conecta con el dolor y la frustración de quienes han sentido que el acceso a la justicia les ha sido negado. Este enfoque moviliza apoyo al generar una conexión emocional inmediata.

Por otro lado, la presidenta del Poder Judicial de la Federación, adopta una postura más analítica, advirtiendo sobre los riesgos de dejar que estas emociones dominen el debate. Al señalar el fenómeno de la posverdad, subraya cómo las narrativas cargadas de emociones pueden eclipsar los hechos objetivos y dificultar un análisis racional y profundo de la reforma judicial. Desde su perspectiva, esto no solo polariza a la sociedad, sino que también amenaza la posibilidad de construir

soluciones equilibradas y sostenibles.

El impacto de estas dinámicas emocionales en el bienestar psicosocial de la ciudadanía es una preocupación central. La incertidumbre estructural, la sobrecarga informativa polarizada y la sensación de impotencia política pueden exacerbar los niveles de estrés, ansiedad y anomia social. La erosión de la confianza en las instituciones, incluso se si perciben como imperfectas, puede minar el sentimiento de estabilidad y en la cohesión social. La intensificación de la polarización afectiva puede fomentar un clima de resentimiento y división, afectando negativamente la salud mental colectiva.

Lo anterior me impulsa a argumentar que, la Reforma Judicial en México se desenvuelve en un complejo crisol emocional, en donde la frustración histórica por el acceso a la justicia, la esperanza movilizadora, el miedo al cambio, la polarización afectiva y la preocupación institucional interactúan de manera dinámica. Los discursos, como el de las presidentas de ambos poderes, judicial, ministra Norma Piña, por un lado; ejecutivo, Claudia Sheinbaum por otro, juegan un papel crucial en la amplificación y canalización de estas emociones para la construcción de consenso y legitimidad.

La intensidad y la amplitud de las reacciones negativas a la reforma judicial sugieren una profunda preocupación por la separación de poderes y el potencial de interferencia política en el poder judicial. Esto podría conducir a una disminución de la confianza pública en el sistema judicial y a una mayor polarización política. La rápida aprobación de la reforma, a pesar de una oposición significativa, indica la determinación del partido gobernante y su capacidad para aprovechar su mayoría. Esto podría interpretarse como una falta de consideración por las voces disidentes y generar preocupaciones sobre los procesos democráticos. Las protestas y los desafíos legales contra la reforma resaltan la resistencia activa de ciertos segmentos de la sociedad, particularmente dentro del propio Poder judicial.

En conclusión, las emociones desempeñaron un papel crucial en la configuración del discurso político y las dinámicas sociales en este periodo. Sirvieron como motivadores de la acción política, como lentes a través de los cuales se interpretaron los acontecimientos políticos y como fuerzas que fomentaron la unidad o exacerbaron la división. Comprender las corrientes emocionales durante momentos tan cruciales, en este caso la transición presidencial, es esencial para tener un panorama más amplio sobre las complejidades del dinamismo político y su impacto duradero en la sociedad.

4.4.2. SEGUNDO PISO DE LA TRANSFORMACIÓN EN EL PODER: CONFIANZA Y ESPERANZA.

La similitud que guarda la esperanza con el miedo es que ambos son excelentes herramientas en las estrategias políticas. Al igual que el miedo, la esperanza en política es un concepto fundamental que se entrelaza con la capacidad de las sociedades para movilizarse y buscar cambios significativos. Pero a diferencia del miedo, que se vende como algo inmediato, la esperanza se vende a futuro otorgándole a los políticos un margen de maniobra en su agenda.

Esta creencia de que las cosas pueden mejorar es poderosa, la pregunta acá es ¿cuándo? Quizá nunca suceda y esa es la esencia de la esperanza en la estrategia política, mantener la expectativa. Pero esto tiene implicaciones, porque los resultados se tienen que ir mostrando como sea. Es por esto que el uso de la esperanza es frágil, las personas al no ver resultados inmediatos, en cualquier escala o magnitud, empiezan a tener dudas sobre las instituciones, como expone Antonio Gutiérrez-Rubí “La democracia requiere tiempo, que la ciudadanía no tiene o no está dispuesta a conceder” (2024).

En resumen, la relación entre miedo y la esperanza en la política es fundamental para comprender cómo se moldean las dinámicas sociales y electorales. El miedo ha sido históricamente utilizado como una herramienta de control y manipulación, permitiendo a los líderes políticos persuadir a los votantes mediante la creación de percepciones de amenaza.

Por otro lado, la esperanza también juega un papel crucial en la política, actuando como un motor que impulsa a las sociedades a movilizarse y buscar cambios significativos. Aunque la esperanza ofrece una visión positiva del futuro, su fragilidad radica en la expectativa de resultados inmediatos. La falta de cumplimiento de estas puede llevar a la desilusión y al cuestionamiento de las formas de hacer política.

Desde el 1 de octubre de 2024, Claudia Sheinbaum ha ido consolidando su legitimidad política mediante una estrategia emocional cuidadosamente diseñada. A diferencia del tono confrontativo y cargado de resentimiento que marcó el inicio del gobierno de Andrés Manuel López Obrador, Sheinbaum ha optado por transmitir confianza y optimismo, emociones que resuenan especialmente entre quienes perciben beneficios tangibles de las políticas sociales y anhelan estabilidad.

La continuidad de programas sociales emblemáticos, junto con la promesa de un “*segundo piso*”

en la transformación nacional, fortalece el sentido de pertenencia y valida el proyecto del oficialismo, estableciendo así un vínculo afectivo entre el gobierno y sus seguidores. Esta estrategia emocional no es fortuita. MORENA, como partido movimiento, ha comprendido que la adhesión popular se sostiene menos en argumentos racionales y más en la capacidad de generar sentimientos de confianza y orgullo en amplios sectores de la sociedad mexicana.

Usaré un ejemplo que puede ilustrar esta dinámica. El discurso de Sheinbaum durante su toma de posesión en el Zócalo de la Ciudad de México, al anunciar su compromiso número 14, afirmó: “No regresaré al avión presidencial, tampoco el Estado Mayor Presidencial, ni viviré en los Pinos” (Azteca Noticias, 2024, 30m182). Aunque a primera vista esta declaración ya fue utilizada por el anterior presidente de la república y parece alejada de un proyecto de políticas públicas, en realidad busca establecer una conexión emocional con la ciudadanía que rechaza las prácticas de gobiernos anteriores, subrayando un claro distanciamiento respecto a ellos.

Estas narrativas, combinadas con la celebración de logros sociales, funcionan como rituales de pertenencia que movilizan emociones y refuerzan la legitimidad del régimen. En este contexto, Sheinbaum utiliza recursos retóricos que apelan tanto a la credibilidad y la esperanza como a la reflexión racional. Otro ejemplo es, en el discurso donde recibió la banda presidencial en el Congreso de la Unión, invitó a analizar con objetividad la reducción de la pobreza en 9.5 millones de personas y empleó preguntas retóricas que, sin afirmar directamente el éxito de las políticas públicas, sugieren su eficacia, reforzando la narrativa oficial (Presidencia de la República, 2024).

Para esta investigación, resulta fundamental destacar que el nuevo sexenio se apoya en una narrativa que resalta la confianza, una emoción que actúa como una promesa vinculada a la idea religiosa de fe y esperanza en un futuro mejor. Aunque en la política no existen certezas absolutas como en la religión, este tipo de discurso se encuentra muy cerca a la divinidad y funciona como una promesa simbólica que invita a la ciudadanía a creer en la capacidad del gobierno para cumplir sus compromisos y preservar la estabilidad. En relación con la confianza, Victoria Camps ofrece el siguiente análisis:

Confianza viene de *confido*, “tener fe”. Es un sentimiento vinculado a la religión, donde se sustenta y alimenta la fe en Dios. Desde un punto de vista metafísico o trascendente, la confianza tiene que ver con la promesa de salvación para una existencia hundida en la miseria y el pecado. Confiar en Dios significa esperar una redención que ninguna realidad humana puede proporcionar. Ya Aristóteles decía que es confiado el que está bien con los dioses y cumple los preceptos religiosos. Por

eso el modelo de la confianza es religioso, porque solo un dios o una promesa divina están en condiciones de no defraudar, a diferencia de lo terrenal, donde el futuro es incierto y las alegrías que suscita la confianza son dudosas e inconstantes. (Camps. 2011)

Esta orientación emocional se vincula con el arquetipo de la madre real divina propuesto por Carl Jung (1970), que posee un carácter suprahumano propio de dicho símbolo. Esta conexión podría explicar, en parte, la alta aprobación ciudadana que registra la presidenta en las encuestas.

Por su cercanía con el expresidente, Andrés Manuel López Obrador, un líder carismático percibido con atributos casi sobrenaturales, Claudia Sheinbaum es vista como una figura especial con una misión salvadora. Esta percepción genera en la población una confianza casi incondicional, sin cuestionamientos ni pruebas, donde predominan la fe y la admiración. Este tipo de liderazgo rompe con modelos tradicionales, pues se basa en una dominación que surge no de reglas o tradiciones, sino de una fuerte conexión emocional entre la líder y sus seguidores.

En este sentido, Max Weber profundiza en el concepto del carisma y la confianza al señalar:

Toda dominación carismática implica la sumisión a la persona del jefe al que se cree destinado a realizar una misión. Su fundamento es pues emocional y no racional, ya que toda la fuerza de tal actividad descansa en la confianza, con frecuencia ciega y fanática, en la fe, en la ausencia de todo control y casi siempre de toda crítica. (Weber. 2014, p. 104).

De esta manera, la estrategia narrativa de la presidenta Sheinbaum se distingue claramente de la oposición en México. Mientras que Acción Nacional (PAN) y el Partido Revolucionario Institucional (PRI), ambos con experiencias en el gobierno federal, tienen a centrar su discurso en señalar problemas, fallas y generar sentimientos de frustración o pesimismo hacia el actual sexenio, desde la presidencia de la república se opta por un mensaje más positivo y esperanzador. En lugar de alimentar la desconfianza o el enojo, el discurso de Sheinbaum busca transmitir continuidad y un compromiso firme con un proyecto político.

El enfoque del PRI y el PAN en la frustración conlleva riesgos significativos. Si esa estrategia no se traduce en resultados visibles o mejoras concretas, la frustración inicial puede transformarse en cansancio y desilusión social, un fenómeno que ya se refleja en las recientes encuestas de aprobación ciudadana. Sobre este tema, la profesora Julie Massal, del Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales (IEPRI) de la Universidad Nacional de Colombia, señala:

La frustración, de hecho, que era vista como motivante en el esquema de la ‘frustración relativa’, puede ser también desestimulante si no se consiguen impactos o resultados: además no siempre alcanza la frustración para movilizar, sobre todo si hay muchos obstáculos a la acción, como la represión. (Massal. 2015, p. 98).

Una característica esencial de esta narrativa es que la confianza que se promueve desde el oficialismo no es estática, sino dinámica. Se fortalece y evoluciona con el tiempo. En un inicio, esta confianza puede ser cautelosa, sustentada en datos concretos y observaciones objetivas. No obstante, a medida que avanza la gestión, se profundiza y se convierte en un vínculo basado en un entendimiento mutuo que genera una seguridad más sólida.

Tomando como ejemplo el discurso que señala las 9.5 millones de personas que han salido de la pobreza, y dejando a los economistas un análisis más detallado de las cifras, se puede apreciar que este dato no solo representa un logro tangible, sino también la consolidación de una esperanza real. Esta evolución de la confianza tiene sus raíces en el discurso inicial de Andrés Manuel López Obrador, quien planteó que los programas sociales serían la clave para reducir la pobreza, acompañado de la frase: *“Por el bien de México, primero los pobres”*.

Con el tiempo, esa expectativa se ha convertido en certeza, ya que los resultados demuestran que dichas políticas han contribuido efectivamente a mejorar las condiciones de vida de millones de mexicanos. Así, la narrativa del gobierno federal no solo responde a la oposición, sino que también construye una historia de progreso y confianza basada en hechos, alejándose del pesimismo y disminuyendo el miedo a lo desconocido. Esto ofrece una base sólida para actuar incluso cuando no se cuenta con toda la información.

En ese contexto de discursos de confianza y de frustración que hay en el país, es pertinente avanzar hacia el siguiente tema en donde el miedo y la incertidumbre es esencial: la relación entre México y Estados Unidos.

4.4.3. RELACIÓN MÉXICO – ESTADOS UNIDOS: MIEDO Y PATRIOTISMO.

El miedo en la política es un fenómeno complejo que ha sido utilizado históricamente como herramienta de control y manipulación. Este sentimiento puede funcionar tanto como un mecanismo de cohesión social como un medio para justificar la represión y la dominación. A lo largo de la historia, los líderes políticos han empleado el miedo para persuadir a las masas. Tenemos el ejemplo de la

campana del PAN en el 2006 que tenía como eslogan “*López Obrador, un peligro para México*”. Con esto se puede observar que los estrategas políticos utilizan esta emoción para crear percepciones de amenaza, lo que genera inseguridad y, en última instancia, moldea la conducta de la población en su favor, y es que la política crea realidades.

Como se mencionó anteriormente, Maquiavelo (1999), en *El Príncipe*, sostenía que es mejor ser temido que amado, ya que el miedo al castigo puede resultar más efectivo que el amor en el control social.

En el contexto de las elecciones presidenciales actuales en México, el miedo inicialmente se centraba en la inseguridad que vive el país. Sin embargo, con el tiempo, este enfoque fue cambiando hacia un nuevo temor: la posible desaparición de los programas sociales. Este cambio apela a un sentido de supervivencia entre aquellos que dependen de estos beneficios gubernamentales. La afirmación de que si gana la oposición estos programas desaparecerían es una técnica deliberada de manipulación basada en el miedo, utilizada para mantener el apoyo de los votantes.

En el contexto anterior, el regreso de la administración del presidente Donald Trump en Estados Unidos ha intensificado de manera inédita la dinámica bilateral con México, su principal socio comercial y vecino del sur. Este nuevo ciclo se caracteriza por una estrategia coercitiva que combina amenazas constantes con la imposición de aranceles punitivos, utilizados como herramientas de presión política y económica. El objetivo central de esta táctica es influir directamente en las políticas mexicanas especialmente en temas sensibles como la seguridad fronteriza y la lucha contra el narcotráfico transnacional.

Frente a este escenario, el gobierno mexicano enfrenta el reto de diseñar una respuesta estratégica que defienda su soberanía sin sacrificar una relación constructiva con su socio más importante en materia comercial. Sin embargo, en el ámbito político y social mexicano persiste un temor palpable ante la naturaleza inquisitiva y agresiva del liderazgo estadounidense, que ha reconocido el miedo como una fuente de poder.

Trump le dio un consejo privado a un amigo que había reconocido comportamientos indeseables hacia las mujeres: “El verdadero poder es el miedo. Todo es cuestión de fuerza. Nunca hay que mostrar debilidad. Siempre hay que ser fuerte. No dejarse acosar. No hay elección” (Woodward, 2018, p. 185).

Sobre el miedo político, Corey Robin señala:

Por miedo político entiendo el temor de la gente a que su bienestar colectivo resulte perjudicado – miedo al terrorismo, pánico ante el crimen, ansiedad sobre la descomposición moral-, o bien la intimidación de hombres y mujeres por el gobierno o algunos grupos. Lo que hace políticos, más que personales, ambos tipos de temor, es que emanan de la sociedad o que tienen consecuencias para esta (Robin. 2009 p.9).

En el 2024, el posible retorno de Donald Trump a la Casa Blanca en 2024 activó en México un síndrome de dejá vu político. Los fantasmas de la administración 2017-2021, aranceles del 25% al acero, amenazas de abandono del T-MEC y la retórica antiinmigrante, resuenan como heridas mal cicatrizadas en la psique colectiva en México. Este escenario no solo evidencia vulnerabilidades económicas, sino que desnuda las capas psicológicas de la interdependencia bilateral.

Los números dibujan un mapa de vulnerabilidades estructurales. En el ámbito comercial, el 80.2% de las exportaciones mexicanas tienen como destino Estados Unidos (Coll Morales, 2023), cifras que equivale al 31% del PIB nacional. Esta dinámica encierra una paradoja: aunque cada dólar generado por las exportaciones fortalece la economía nacional, simultáneamente incrementa la dependencia y vulnerabilidad frente a las fluctuaciones y decisiones del gobierno de Estados Unidos.

Esto ha generado una especie de incertidumbre y ansiedad colectiva en México, sobre todo lo relacionado con las remesas. Los 62,529 millones de dólares que México recibió en 2024 (Cervantes, 2025) no solo representan un apoyo económico fundamental, sino que también reflejan conexiones transnacionales donde el temor a deportaciones masivas y a políticas migratorias estrictas se transmiten a través de estas transferencias de dinero.

Para Kevin Smith (2022) la política es un generador de estrés crónico y puede ocurrir tanto cuando las personas prestan atención pasiva a la política, escuchando noticias o siguiendo debates sin participar directamente, como cuando se involucran activamente en ella, ya sea en protestas, votaciones o actividades políticas. En donde en ambos casos, la política puede generar impactos que perjudican el bienestar emocional de las personas.

The notion that politics as a chronic source of stress could exact a toll on public health not only seems entirely plausible, there is increasing evidence that it manifests itself clinically in a range of health conditions. Although the mechanism by which politics could negatively

affect the health of large numbers people seems well-understood, the larger public health ramifications are not (Smith. 2022, p. 3).

Lo anterior se puede observar en una encuesta realizada por Consulta Mitofsky, misma que muestra que el 27.3% de los mexicanos encuestados reconocen el miedo como emoción primaria al regreso de Donald Trump a la presidencia de Estados Unidos y el 62.5% tiene una opinión negativa sobre él (Morales, 2025). Esto evidencia como las acciones y discursos de Trump han dejado una huella profunda en la psique de los mexicanos, especialmente en aquellos que han sido repatriados.

De igual forma, los problemas crónicos generados por la administración Trump, se pueden observar en el 40% de los mexicanos que han sido deportados de Estados Unidos y que presenta síntomas de ansiedad severa y un 20% sufre depresión clínica (Ocampo, 2025), lo que configura una crisis de salud mental que va más allá de las fronteras. Ante esta situación, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) creó la plataforma digital Acción Migrante, que brinda apoyo psicológico a migrantes mexicanos y de otras nacionales, tanto en Estados Unidos como en México.

En este contexto de miedo, ansiedad, estrés e incertidumbre, cada anuncio o amenaza de nuevos aranceles no solo pone en riesgo la estabilidad económica del país, sino que también obliga a actores políticos, sociales y económicos a adaptarse continuamente a un contexto cambiante y poco predecible, lo que repercute en el bienestar y supervivencia económica de México. Con la economía mexicana desacelerándose, recortes en las previsiones de crecimiento y una contracción en el Producto Interno Bruto, se crea un entorno donde la volatilidad financiera y la inestabilidad política aumentan el estrés social y económico.

Esta situación actual puede condicionar las tomas de decisiones para la supervivencia de una sociedad, requiriendo un manejo complejo de estrategias para mitigar sus efectos adversos. Toma de decisiones que generan un miedo cercano a la incertidumbre que se construye sobre lo desconocido (Heller. P, 126) ante un personaje que no se sabe cómo actuará al día siguiente. Sobre este contexto, Antonio Damasio menciona que “las decisiones personales y sociales están cargadas de incertidumbre e impactan -directa o indirectamente- en nuestras posibilidades de supervivencia. Requieren, entonces, un amplio repertorio de conocimientos relativos al mundo externo y al que contiene el organismo” (Damasio, p. 130).

Como resultado, la respuesta de la presidenta Claudia Sheinbaum se ha construido sobre dos ejes complementarios cuyo objetivo único es: legitimar su gobierno. El primer eje, ya comentado, se

enfoca en calmar a la sociedad mexicana y al mercado (El Financiero, 2024; Aristegui Noticias, 2024). El segundo eje, al mencionar “*Cooperación sí, subordinación no*” y, “*México es un país libre, independiente y soberano*”, se apuesta por el patriotismo mexicano.

Claudia Sheinbaum en su discurso por el 108 aniversario de la Constitución Mexicana despertó el sentimiento de patriotismo al mencionar que “Podrán amenazarnos con cometer cualquier atropello, pero jamás permitiremos que violen nuestra soberanía y pisoteen la dignidad de nuestro pueblo y de nuestra patria” (Sheinbaum, 2025, 51m49s). Humberto Morales Moreno (2019) define el patriotismo como “la acción de defensa identitaria de una comunidad territorial identificada con el Estado moderno, el cual se constituye como soberano ante la Constitución fundante” (p. 267). El patriotismo motiva a que un grupo reconozca que amar y sentirse orgulloso de su tierra es algo valioso, lo que lleva a sembrar ese sentimiento en cada persona que forma parte de él a través de historias, tradiciones y fiestas que se celebra (Bar-Tal, 1994).

Es por eso que en este tipo de discursos se apela a imágenes internas que forman la base de nuestro pensamiento y sentimiento colectivo. Los símbolos en esta esfera política son mucho más que herramienta decorativas, son arquetipos de la realidad social y su verdadero poder radica en operar como puentes entre lo abstracto del poder y lo concreto de las emociones humanas (Herrero de Miñón, 2006). Estos símbolos generan una conexión profunda con representaciones mentales que nos permiten sentirnos parte de algo más grande, que nos une y nos fortalece como la bandera, el himno nacional, los migrantes, la fortaleza del mexicano y su unión ante la adversidad.

Frecuentemente se afirma que el pensamiento no sólo está hecho de imágenes, sino también de palabras y de símbolos abstractos de índole no imaginaria. Nadie negará, por cierto, que el pensamiento incluye palabras y símbolos arbitrarios. Sin embargo, lo que falta en ese aserto, es que tanto las palabras como los símbolos arbitrarios se basan en representaciones topográficamente organizadas, pasibles de convertirse en imágenes (Damasio. 1994, p. 165).

En el mismo contexto, el 9 de marzo de 2025, la presidenta convocó a un mitin político, estratégicamente denominado “Asamblea informativa”, en el Zócalo de la Ciudad de México. Dicho evento tenía como objetivo dar a conocer las acciones arancelarias y no arancelarias que el gobierno de México emprendería en respuesta a la imposición de los aranceles de Donald Trump al 25% a las exportaciones mexicanas. Tras una llamada entre Sheinbaum y Trump, se acordó suspender temporalmente la imposición de aranceles hasta el 2 de abril del mismo año, por lo tanto, el evento,

que inicialmente tuvo un tono de protesta y defensa de la soberanía nacional ante la medida de Estados Unidos, cambió a un festival con música para celebrar y mantener la unidad del pueblo mexicano.

El discurso que pronunció Claudia Sheinbaum, se encuentra lleno de retóricas patrióticas, populistas, apelaciones emocionales y afirmaciones de soberanía nacional. Mas que una mera exposición de logros gubernamentales, se trata de una muy estratégica construcción de un lazo político, donde la emoción y la identidad nacional se encuentran para consolidar el apoyo popular y legitimar cualquier acción del gobierno.

Este tipo de discursos, especialmente en situaciones de amenazas o cambios importantes en un país, funciona como un recurso estratégico para movilizar y obtener el apoyo social esperado, apelando a un elemento subjetivo, pero de alta eficacia social, el orgullo o sentido de pertenencia nacional. O sea, se construye una narrativa en la que las decisiones gubernamentales se presentan como expresiones de un interés superior y colectivo ligado al honor y la soberanía nacional.

Para tener una idea sobre este tipo de discursos, el historiador por el Colegio de México, Omar Fabián González Salinas, en su artículo denominado *Discurso patriótico y el aparato propagandístico que sustentaron a la expropiación petrolera durante el cardenismo*, señala: “A mi parecer, esto fue así debido al alto componente emocional, de orgullo y de compromiso que encierra el discurso nacionalista, el cual puede llegar a convencer a las masas de matar o morir por su nación”. (González, 2016, p. 90).

Más adelante, el mismo artículo argumenta:

Constantemente el gobierno recurrió a la identidad nacional – un elemento subjetivo, pero de alta eficacia social, que influye sobre el comportamiento de los individuos – como una de las justificaciones para obtener de los ciudadanos la reacción esperada, recalcando que el acto expropiatorio se trataba de una cuestión de orgullo nacional y no de una decisión tomada por un gobierno en particular (González, 2016, p. 95).

Como se observa, estos discursos no son nuevos en México y funcionan para crear un sentido de unidad y legitimidad, pero también pueden ser instrumentos para controlar y dirigir la opinión pública, minimizar críticas y consolidando el poder estatal. A pesar del llamado a la unidad sin importar colores o ideologías, existe una constante manifestación de la dicotomía entre “el pueblo” y “las élites”.

Con esto se evidencia una simplificación que busca unificar a una audiencia diversa bajo la identidad común. “El pueblo”, en el discurso de la presidenta, no solo se refiere a la demografía, sino

a un ente idealizado, poseedor de virtudes y depositario de la soberanía. Al repetir frases como “gobierno del pueblo, por el pueblo y para el pueblo” no solo intenta establecer una relación de representación, sino que también invoca una identidad colectiva, un “nosotros” que se contrapone a un “ello” que está implícito.

En el mismo tenor, la carga emocional de este discurso es un instrumento clave en la construcción identitaria. El recurso a la historia patria, la invocación de figuras como Juárez y Guerrero, y la exaltación de la solidaridad con los migrantes, no son adornos retóricos, es una estrategia bien establecida para despertar emociones profundas. Como la mayoría de los discursos, este busca trascender la razón y apelar a emociones muy arraigadas del mexicano como a los sentimientos de orgullo, pertenencia y justicia. Con esto se busca crear un lazo afectivo entre el gobierno y el pueblo, un sentido de comunidad que trascienda las diferencias individuales.

De esta forma, en su búsqueda por apoyo y legitimidad, la presidenta Claudia Sheinbaum y el partido movimiento MORENA, han logrado conectar con la psique del mexicano teniendo como resultado una alta aprobación ante una oposición casi nula y una amenaza externa como Donald Trump.

La legitimidad no trata únicamente de una condición formal o legal, sino de una cualidad intrínseca que confiere al poder una autoridad moral reconocida por la sociedad. Esta autoridad moral, a su vez, legitima el derecho a gobernar, estableciendo un vínculo de confianza y reconocimiento entre gobernantes y gobernados (Somuano, 2020). O sea, no solo justifica la posesión de poder, sino que también actúa como un motor que impulsa la cooperación política, facilitando la estabilidad y la gobernabilidad al alinear los intereses y expectativas de la población con las acciones del gobierno.

Lo anterior me lleva a argumentar que, en la búsqueda de la legitimación, la manipulación de las emociones es sustancial.

De acuerdo con la experiencia ninguna dominación se contenta voluntariamente con tener como probabilidades de su persistencia motivos puramente materiales, afectivos o racionales con arreglo a valores. Antes bien, todas procuran despertar y fomentar la creencia en su ‘legitimidad’. Según sea la clase de legitimidad pretendida es fundamentalmente diferente tanto el tipo de la obediencia, como el del cuadro administrativo destinado a garantizarla, como el carácter que toma el ejercicio de la dominación. (Weber. 2014, pp. 196-197).

5. CONCLUSIÓN.

A lo largo de esta investigación, se ha intentado desentrañar con profundidad y rigor la compleja, poderosa y muchas veces subestimada influencia de las emociones en el escenario político mexicano. El foco se ha situado en un momento de inflexión: las elecciones presidenciales de 2024 y el inicio del nuevo gobierno federal, encabezado por la presidenta Claudia Sheinbaum Pardo. Este contexto no solo fue un parteaguas histórico por la llegada de la primera mujer a la presidencia, sino también un campo privilegiado para observar las fuerzas afectivas que dinamizan la vida pública, condicionan el discurso político, estructuran la percepción ciudadana y moldean la disputa por el poder y la legitimidad.

La hipótesis de partida, que las emociones no son simples reacciones individuales o epifenómenos psicológicos del acontecer político, sino elementos estructurantes, performativos y colectivos, ha sido reafirmada en múltiples niveles. Las emociones actúan como filtros de la realidad, como catalizadores de la acción colectiva y como cimientos de las identidades políticas. Son, en este sentido, una dimensión constitutiva y no accidental de lo político.

La política mexicana actual, como se ha demostrado, no puede entenderse si se ignora el papel que juegan el miedo, la esperanza, el orgullo, la rabia o el desencanto en la forma en que las personas se vinculan con los liderazgos, interpretan los acontecimientos y proyectan imaginarios de futuro.

A partir de un andamiaje teórico que abarca desde la neurociencia y la teórica crítica hasta la filosofía y el psicoanálisis cultural, se ha construido una mirada compleja y situada de la política emocional. Desde el cerebro trino de Paul MacLean, que permite reconocer la dimensión evolutiva de las emociones, hasta el exocerebro de Roger Bartra, que subraya su carácter simbólico y culturalmente mediado, pasando por la inteligencia afectiva, los arquetipos junguianos, la hegemonía emocional de Gramsci y el agonismo de Chantal Mouffe, se ha tejido una red conceptual capaz de iluminar las dinámicas emocionales que subyacen a los discursos, las campañas, las narrativas institucionales y los vínculos ciudadanos.

Este enfoque se ha enriquecido también con el diálogo con autores y autoras del campo latinoamericano y mexicano, como Esteban Krotz, Anna María Fernández Poncela, Rosario Aguilar y Angélica Mendieta Ramírez, cuyas investigaciones han contribuido a visibilizar la dimensión afectiva

en los estudios de cultura política, comportamiento electoral y construcción de legitimidades. Al articular estos marcos teóricos con el trabajo empírico y metodológico, se ha podido delinear una cartografía afectiva del proceso electoral de 2024 y del inicio del nuevo sexenio, revelando no solo las emociones movilizadas, sino también discursos, símbolos y estrategias que las organizaron.

Los principales contendientes en la elección presidencial apelaron a registros emocionales distintos y cuidadosamente diseñados. La presidenta Claudia Sheinbaum convocó a la esperanza y a la continuidad de un proyecto transformador; Xóchitl Gálvez articuló su campaña en torno al enojo, el hartazgo y la irreverencia; Jorge Álvarez Máynez buscó conectar con el desencanto juvenil y con quienes no se sentían representados por la dicotomía dominante. Estas emociones no se limitaron a movilizar votos; también configuraron climas afectivos, alimentaron pasiones públicas y definieron el tono, a menudo polarizado, del proceso democrático.

La llegada de Claudia Sheinbaum a la presidencia no solo marcó un hito institucional y simbólico, sino que encarnó un arquetipo emocional de profunda resonancia: el de la madre protectora. Esta figura conectó con sectores amplios de la ciudadanía que proyectaron en ella una expectativa de cuidado, orden, firmeza y continuidad con la figura del “padre fundador” encarnado por López Obrador.

Por otro lado, las fuerzas opositoras se articularon en torno a emociones como el miedo, la frustración, la incertidumbre, que persistieron tras la elección y se reconfiguraron en el escenario postelectoral, especialmente ante debates clave como la reforma al Poder Judicial de la Federación o las tensiones diplomáticas con Estados Unidos. En ambos casos, las emociones no fueron consecuencias, sino herramientas políticas y formas de interpretación del presente.

Desde la perspectiva del agonismo democrático, se ha argumentado que la polarización no es, por sí misma, un defecto del sistema político, sino una característica inherente a toda democracia viva. La democracia no se construye en la ausencia de conflicto, sino en su canalización legítima y productiva. La confrontación de proyectos, visiones y afectos es parte del juego democrático, siempre que se mantenga dentro de los marcos de una disputa legítima entre adversarios y no enemigos. En este sentido, la gestión emocional, tanto por parte del Estado como de la sociedad, se vuelve una tarea estratégica para sostener el pluralismo, evitar la erosión institucional y preservar los espacios comunes de deliberación.

Este trabajo ha buscado demostrar que una comprensión meramente racional, tecnocrática o institucionalista de la política resulta insuficiente. No se trata de contraponer emoción y razón como esferas opuestas, sino de reconocer su entrelazamiento constitutivo. La emoción no es el enemigo de la política democrática, sino una de sus condiciones esenciales. Las decisiones políticas, las lealtades ciudadanas y los imaginarios colectivos se construyen tanto con ideas como con afectos. Por ello, comprender las emociones que circulan en el espacio público es fundamental no solo para describir lo que ocurre, sino para intervenir críticamente en ello.

En definitiva, este trabajo busca ser una contribución a la comprensión de la política mexicana desde una clave afectiva, situada y crítica. Al iluminar el papel de las emociones en la formación del juicio político, en la estructuración del discurso y en la movilización ciudadana, se ofrece una herramienta interpretativa para comprender tanto el presente como los futuros posibles de nuestra democracia.

CLAROSCUROS.

Ahora bien, en este trabajo se ha sostenido que las emociones no constituyen una dimensión secundaria y residual de la vida política, sino que son un componente estructurante de la experiencia democrática. Sin embargo, arribar a esta constatación no implica una celebración irreflexiva ni una idealización ingenua del papel de las emociones. Por el contrario, reconocer su centralidad obliga a examinar con mayor agudeza crítica los matices, ambigüedades y tensiones que atraviesan el campo de la política afectiva. Las emociones son tan fértiles como peligrosas; tan potentes como manipulables. Tan constitutivas de lo público como vulnerables a su degradación.

El primer matiz identificado es la creciente instrumentalización de las emociones dentro de la lógica electoral. En un entorno mediático saturado, fragmentado y profundamente competitivo, los equipos de campaña recurren cada vez más a dispositivos emocionales diseñados para activar respuestas viscerales e inmediatas, muchas veces sin espacio para la reflexión o la deliberación racional. La retórica política se convierte, así, en una sofisticada ingeniería afectiva que busca captar atención, fidelidad y votos mediante estímulos que apelan al sistema límbico más que al juicio. Como advierte George Lakoff (2004), esto transforma el debate público en una pugna por marcos mentales más que por argumentos. Importa más *sentir* que se tiene la razón que *saber* por qué se tiene.

En este contexto, la emoción deja de ser una vía de conexión ética con el otro para transformarse en un recurso de manipulación estratégica. Esta condición plantea interrogantes éticos y democráticos

urgentes: ¿hasta qué punto puede una democracia tolerar campañas vaciadas de contenido programático y saturadas de estímulos afectivos? ¿Dónde se traza la línea entre la persuasión legítima y el adoctrinamiento emocional? ¿Puede una ciudadanía deliberativa coexistir con una política cada vez más sentimental?

El segundo matiz, reside en la volatilidad de la emoción cuando esta se convierte en el único pegamento entre representantes y representados. La esperanza, una emoción clave en la campaña de la actual presidenta de México, moviliza, ilusiona, cohesiona. Pero también, como advierte Anna María Fernández Poncela (2020), “es un arma de doble filo” si no se concreta en resultados tangibles, puede transformarse en frustración, desencanto o incluso cinismo. En contextos como el mexicano, marcados por una larga historia de promesas incumplidas y traiciones políticas, el costo de defraudar emocionalmente a la ciudadanía puede ser mayor que el de fallar racionalmente. Donde hubo entusiasmo, puede brotar la decepción. En donde hubo identificación, puede surgir la desafección o el rechazo.

Un tercer punto es el potencial de las emociones para intensificar la polarización social. Cuando el enojo, el miedo o el resentimiento se convierten en ejes articuladores del discurso político, el otro deja de ser adversario y pasa a ser percibido como enemigo. Chantal Mouffe (2007) menciona que la democracia agonística acepta el conflicto como inherente, pero exige transformarlo en agonismo, la confrontación entre adversarios legítimos, y no permitir que derive en antagonismo, en lógica amigo-enemigo. Si no se logra esta conversión, la política emocional puede reforzar dinámicas autoritarias, alimentar discursos de odio o legitimar prácticas de exclusión. Las emociones, en este escenario, pueden dejar de articular comunidad para comenzar a desgarrarla.

En todos estos casos, el problema no es la emoción en sí misma, sino el modo en que se moviliza, se canaliza y se resignifica. El riesgo no radica en sentir, sino en no reflexionar sobre lo que sentimos, por qué lo sentimos y cómo ese sentir nos posiciona frente a los otros. Cuando la afectividad se convierte en una ideología sin contrapeso ético ni institucional, se vuelve terreno fértil para el dogmatismo, el populismo y la tecnocracia sentimental. En este sentido, las emociones pueden ser tanto fuerza de articulación democrática como vector de disolución del lazo social.

Estas tensiones no invalidan el enfoque afectivo de esta tesis, al contrario, lo profundizan y complejizan. La política emocional no es un camino unidireccional hacia la emancipación ni una

amenaza inevitable al orden racional. Es un campo disputado, dinámico, heterogéneo y abierto a múltiples apropiaciones. El desafío para los estudios críticos de las emociones en política es precisamente resistir la tentación de romantizar su poder, y en su lugar, desplegar herramientas para comprender su ambivalencia constitutiva.

Ahora bien, el miedo, la ira o incluso la esperanza y la alegría pueden ser instrumentalizados con fines manipuladores o excluyentes. Por ello, lo que está en juego no es simplemente la existencia de emociones en la política, sino su orientación, gestión y apropiación crítica. Las emociones construyen mundos, pero también puede destruirlos. Puede abrir horizontes de posibilidad o clausurarlos con violencia. Pueden articular nuevas subjetividades colectivas o reforzar viejos órdenes desiguales.

Por eso, esta investigación no se cierra con una respuesta definitiva, sino con una invitación abierta y urgente: a pensar críticamente cómo sentimos, a disputar los marcos afectivos que nos configuran, a imaginar una democracia donde la emoción no sea reprimida ni absolutista, sino comprendida, habitada y politizada con conciencia. No se trata de sentir menos, sino de pensar mejor lo que sentimos.

Quedan así planteadas preguntas que esta tesis no pretende resolver, pero sí enunciar como horizonte de reflexión colectiva y futura:

¿Cómo generar una ética del uso de las emociones en campañas políticas sin caer en censura moralista ni en permisividad acrítica?

¿Es posible articular una pedagogía emocional democrática que enseñe a la ciudadanía a identificar, nombrar y deliberar sobre sus afectos políticos?

¿Qué papel deben jugar las instituciones en la canalización y resignificación de emociones colectivas intensas, especialmente en contextos de alta polarización?

¿Cómo garantizar que la movilización emocional no sustituya al contenido político, sino que lo complemente y lo enriquezca?

Responder a estas preguntas implica asumir que las emociones no son un lujo decorativo ni una amenaza irracional, sino una dimensión constitutiva, ineludible y profundamente política de la vida

democrática. Comprenderlas, disputarlas, examinarlas, sin reprimirlas, es quizás, uno de los desafíos intelectuales, éticos y colectivos más urgentes de nuestro tiempo.

ACLARACIÓN: CAPÍTULO METODOLÓGICO.

En el desarrollo de esta investigación, se recurrió a una estrategia cualitativa basada en entrevistas a profundidad y observación etnográfica. En específico, el trabajo de campo se construyó a partir de un universo compuesto por 50 entrevistas realizadas en distintos momentos del proceso electoral presidencial 2023-2024. Las personas entrevistadas fueron seleccionadas con base en criterios de diversidad territorial, de género, edad, ocupación, afiliación o simpatía política o no, con el propósito de captar distintos registros del clima emocional que atravesó la contienda.

No obstante, es imprescindible señalar, con responsabilidad y transparencia metodológica, que este universo, si bien significativo, no es representativo de la totalidad del electorado mexicano. La muestra no responde a criterios probabilísticos ni busca producir generalizaciones estadísticas. En cambio, se inscribe en una tradición cualitativa interpretativa que privilegia la densidad narrativa, el contexto subjetivo y la complejidad simbólica de los discursos sociales. Así, las entrevistas no tienen el propósito de ofrecer datos extrapolares a toda la población, sino abrir ventanas de comprensión sobre cómo las emociones políticas se viven, se narran y se resignifican en ciertos sectores sociales.

En este marco, se reconocen de manera explícita las limitaciones de la muestra. Se trata de un corte necesariamente parcial, que no aspira a capturar la totalidad de la experiencia social, sino ofrecer un reflejo de las dinámicas afectivas que atraviesan el espacio político mexicano. La heterogeneidad y la pluralidad de los sujetos entrevistados permite articular un mosaico de perspectivas, pero no equivale a una representación proporcional del cuerpo electoral nacional.

Esta limitación, no invalida los hallazgos. Por el contrario, permite afirmar con honestidad que los resultados obtenidos no deben leerse como verdades absolutas no definitivas, sino como aproximaciones interpretativas, abiertas al contraste, al debate y a futuras verificaciones desde otros enfoques o métodos.

Así, este estudio se inscribe en la línea de investigaciones que apuestan por una comprensión más profunda, situada y matizada del comportamiento político. Bajo esta idea, las 50 entrevistas no constituyen una muestra en el sentido demoscópico tradicional, pero sí representan una fuente

invaluable para comprender el papel que juegan las emociones en la construcción de subjetividades políticas.

En suma, los alcances de esta investigación no son representativos, pero sí profundos. Las emociones aquí estudiadas no se presentan como categorías cerradas, sino como expresiones encarnadas de un tiempo político específico, que merece ser comprendido desde la experiencia vivida, el discurso cotidiano y la resonancia simbólica. Reconocer los límites del trabajo no implica debilitarlo, sino más bien fortalecer su rigor, su transparencia y su apertura al diálogo interdisciplinario.

ANEXO:
**GUÍA DE PREGUNTAS Y CLÁUSULAS DE
CONFIDENCIALIDAD.**

El siguiente formato de preguntas fue diseñado para fungir como guías para estructurar y enfocar la entrevista a profundidad sobre las elecciones presidenciales de 2024 en México y el papel de las emociones, pero no necesariamente se aplicaron de manera literal. Con esto, se logró cubrir los temas y mantener la conversación enfocada en los aspectos relevantes para mi investigación.

A lo largo de la entrevista, fui adaptando y reformulando las preguntas según el flujo natural de la conversación, buscando profundizar en los puntos más interesantes y obtener información detallada de las personas entrevistadas. Esto permitió que la conversación fluyera de manera más orgánica y el informante se sintiera cómodo.

A) El siguiente conjunto de preguntas se realizó durante las campañas electorales a los cuatro grupos:

1. ¿Qué te motiva a estar al tanto de las noticias relacionadas con estas elecciones?
2. ¿Qué medios de comunicación prefieres para informarte sobre las elecciones?
3. ¿Qué percepción tienes del Instituto Nacional Electoral (INE) y el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TRIFE) y de la información que comunican?
4. ¿Cuál es tu percepción sobre la actualidad de México?
5. ¿Cuál es tu percepción sobre los candidatos presidenciales?
6. ¿Qué factores son determinantes en tu decisión de participar?
7. ¿Qué aspectos podrían influir en tu decisión final?
8. ¿Cómo describirías el ambiente político y social que rodea las elecciones presidenciales de 2024 en México?
9. ¿Qué factores crees que han influido en el ambiente emocional de los votantes?
10. ¿Cómo crees que la historia personal de los candidatos ha influido en la percepción pública y en los votantes?

B) El siguiente conjunto de preguntas se realizó una semana después de las elecciones a las personas que no tenían afinidad política, pero que sí querían votar, Grupo #4. Lo anterior sirvió para contrastar sus respuestas en dos etapas del proceso electoral, etapa de campañas y etapa postelectoral.

1. ¿Qué motivó tu decisión de participar o no el día de las elecciones?
2. ¿Cómo te sentiste el día de las elecciones?
3. Describe cuál fue el ambiente que percibiste ese día.
4. ¿Cuál es tu percepción de la sociedad pasadas las elecciones?
5. ¿Cómo se siente pasadas las elecciones?

Es importante que los informantes comprendan claramente sus derechos y las medidas de protección que se implementarán para salvaguardar su información. Por lo tanto, se les informó sobre lo siguiente:

Cláusula de confidencialidad.

1. **Confidencialidad de la información:**
El entrevistador se compromete a mantener la confidencialidad de toda la información proporcionada por el entrevistado durante el proceso de entrevista. Esto incluye, pero no se limita a, la identidad del entrevistado, sus respuestas y cualquier otro dato personal que pueda ser revelado.
2. **Uso exclusivo de la información:**
La información recopilada durante la entrevista será utilizada únicamente para fines académicos. No será divulgada a terceros ni utilizada para fines comerciales o de promoción sin el consentimiento expreso del entrevistado.
3. **Protección de identidad:**
El entrevistador tomará las medidas necesarias para asegurar que la identidad del entrevistado permanezca anónima en cualquier publicación, presentación, informe u otro medio o forma de divulgación que se derive de la información recopilada. Esto incluye la eliminación de nombres, datos personales y cualquier otro identificador que pueda vincular la información con el entrevistado.
4. **Consentimiento del entrevistado:**
El entrevistado tiene el derecho de solicitar la eliminación de su información en cualquier momento antes de la publicación de los resultados. El entrevistador deberá respetar esta solicitud y proceder a eliminar toda la información relacionada con el entrevistado y manera inmediata.
5. **Aceptación de la cláusula:**
Al participar en la entrevista, el entrevistado acepta los términos de esta cláusula de confidencialidad y otorga su consentimiento para el uso de la información según lo descrito anteriormente.

BIBLIOGRAFÍA.

Ahmed, S. (2005). *La política cultural de las emociones*. Universidad Autónoma de México, D. F., México.

Almond & Verba (1970). *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política democrática en cinco naciones*. Fundación Foessa. Editorial Católica, S. A. Madrid.

Animal Político. (2024, junio 3). *Movimiento Ciudadano logra resultado histórico en votos; Máynez se consolida como fenómeno entre jóvenes*. <https://animalpolitico.com/elecciones-2024/presidencia/movimiento-ciudadano-congreso-votos-maynez-2>

Aristegui Noticias (6 de noviembre de 2024). *Sheinbaum ante declaración de victoria de Trump: “No hay motivo ninguno de preocupación”*. <https://aristeguinoticias.com/0611/mexico/sheinbaum-ante-declaracion-de-victoria-de-trump-no-hay-motivo-ninguno-de-preocupacion/>

Aristóteles. (1910). *Política*. Ediciones Nuestra Raza. Madrid, España.

Aristóteles. (1998). *La retórica (1era ed.)*. Alianza Editorial. Madrid, España.

Aristóteles. (2002). *La retórica*. Alianza Editorial. Madrid, España.

Azteca Noticias. (1 de octubre de 2024). *EN VIVO – Discurso de Claudia Sheinbaum como presidenta de México desde el Zócalo capitalino* [Archivo de Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=MexwRW1cFcI>

Barragán, A. (2024, 24 de septiembre). *López Obrador cierra su mandato con una aprobación que roza el 80%, similar a la de Sheinbaum*. *El País*. https://elpais.com/mexico/2024-09-25/lopez-obrador-cierra-su-mandato-con-una-aprobacion-que-roza-el-80-similar-a-la-de-sheinbaum.html?event_log=oklogin

Bar-Tal, D. (1994). *Patriotismo como creencia fundamental de la pertenencia de grupo*. *Psicología Política*, 8, 63-85.

Bartra, R. (2007). *Antropología del cerebro: la conciencia y los sistemas simbólicos*. Fondo de Cultura Económica, Pre-Textos. México. D.F.

Bisquerra, R. (2007). *Política y emoción*. Edición Pirámide (Grupo Anaya, S.A.).

- Camps, V. (2011). *El gobierno de las emociones*. Herder Editorial, S. L., Barcelona, España.
- Castillo Durán, J.L., & Esquivel Solís, E. (Eds.). (2020). *Campañas electorales y comunicación política: de la gestión estratégica al posicionamiento mediático*. CLACSO; Asociación Mexicana de Ciencias Políticas; Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Cervantes Gonzáles, J. (10 de febrero de 2025). Las remesas familiares ante un entorno difícil. *Revista, Liderazgo en Finanzas y Negocios*. <https://www.revista.imef.org.mx/articulo/las-remesas-familiares-ante-un-entorno-difícil/#:~:text=En%202024%2C%20el%20ingreso%20de,aumentado%20durante%2011%20a%20C3%B1os%20consecutivos>
- CESMECA-UNICACH OFICIAL. (2024, agosto 8). 9º Foro Social sobre las Democracias Otras [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=YQ1lznjEzJQ&t=1s>
- Claudia Sheinbaum. (05 de febrero de 2025). EN VIVO – 108 Aniversario de la Constitución de 1917. Santiago de Querétaro, Querétaro [Archivo de Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=wzUEFOwQn9s>
- Collado-Campana, F., Jiménez-Díaz, J. F., & Entrena-Durán, F. (2016). El liderazgo político en las democracias representativas: propuesta de análisis desde el constructivismo estructuralista. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, LXI (228), 57-90.
- Consulta Mitofsky. (2024, septiembre). *Evolución Final del Gobierno de AMLO: Un Sexenio de popularidad estable, septiembre 2024*. <https://www.mitofsky.mx/post/evaluacion-final-gobierno-de-amlo-septiembre-2024>
- Consultores y Marketing Político [@ConsultoresMkt]. (2024, 23 de julio). *Los arquetipos evitan improvisaciones y dotan de coherencia el relato del político. Adoptarlos en tu #storytelling puede ayudarte para: *Conectar emocionalmente con electores *Ser identificable *Diferenciarte de los competidores* [Tweet]. https://x.com/ConsultoresyMkt/status/1815846597084828070?t=y3_gt-SQU09Byub7gUSJgw&s=08
- Cruces, F., & Días de Rada, Á. (1995). ¿La cultura política, es parte de la política cultural, o es parte de la política, o es parte de la cultura? *Política y Sociedad*, 18, 165-183.
- Damasio, A. (1994). *El error de Descartes: La emoción, la razón y el cerebro humano* (S. Barros, Colab.; P. Barros, Prep.). Libros Maravillosos. Recuperado de <https://www.librosmaravillosos.com/>

- Damasio, A. (2005). *En busca de Spinoza: Neurobiología de la emoción y los sentimientos* (Traducción de la edición castellana). Crítica. (Edición especial, 2009). España.
- De la Rosa, Y. (2025, 2 de marzo) 63% acudirá a votar en la elección judicial, según encuesta. *Expansión Política*. <https://politica.expansion.mx/mexico/2025/03/02/63-acudira-a-votar-en-la-eleccion-judicial-segun-encuesta>
- Denzin, N. K. (1984). *On understanding emotion*. Jossey-Bass Publishers, San Francisco.
- Díaz Soloaga, C. (2017). *El arquetipo del Creador, una personalidad que inspira*. Recuperado de Social Media Pymes. <https://www.socialmediapymes.com/arquetipo-del-creador/>
- Downs, A. (1957). *An economic theory of democracy*. New York: Harper & Row.
- Edelman, M. (1991). *La construcción del espectáculo político*. Editorial Manantial. Avellaneda, Argentina.
- El Financiero (6 de noviembre de 2024). Sheinbaum “tranquiliza” a México tras triunfo de Trump: “Siempre salimos adelante y habrá buena relación”. <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/2024/11/06/donald-trump-gana-eleccion-presidencial-en-eu-que-dijo-claudia-sheinbaum/>
- El Financiero. (2024, 2 de octubre). *Termina el sexenio de AMLO con 199 mil 619 asesinatos: la cifra más alta en la historia reciente*. <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/2024/10/02/termina-el-sexenio-de-amlo-con-199-mil-619-asesinatos-la-cifra-mas-alta-en-la-historia-reciente/>
- Estrada-García, M. C., Ruíz-Barrios, A., Saldaña-José, M., Ruíz-Barrios, K. F., & Salazar- Martínez, N. V. (2024). Claudia Sheinbaum y la inclusión de género: ¿Un compromiso real o estrategia política? Análisis de su campaña presidencial en X. *Revista Panamericana de Comunicación*, 6(2), 1-22. <https://orcid.org/0009-0009-6792-4113>
- Friedrich, P. (1986). *Los príncipes de Naranja: un ensayo de método antropológico*. Editorial Grijalbo.
- García-Arnaldos, M.D. (2021). Responsabilidad y compromiso cívico. *Estudios de Filosofía*, 63, 151-167. Instituto de Filosofía, Universidad de Antioquia. <https://doi.org/10.17533/udea.ef.n63a08>
- Garzón Valdés, E. (2013). *El futuro de la democracia*. Instituto Electoral Federal, D. F., México.
- Gobierno de México. (2025). *Reforma al Poder Judicial: Es la lucha del pueblo de México contra*

la corrupción y el nepotismo. Presidenta Claudia Sheinbaum. Presidencia de la República. Recuperado de <https://www.gob.mx/presidencia/prensa/reforma-al-poder-judicial-es-la-lucha-del-pueblo-de-mexico-contr-la-corrupcion-y-el-nepotismo-presidenta-claudia-sheinbaum>

Godia, C. (2019). *Arquetipos de Jung*. Recuperado el 1 de septiembre de 2021.

González Salinas, Omar. 2016. El discurso patriótico y el aparato propagandístico que sustentaron a la expropiación petrolera durante el Cardenismo. *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México*, n.º 52 (agosto): 88-107. <https://doi.org/10.1016/j.ehmcm.2016.06.003>.

Guber, Rosana. (2011). *La etnografía: método, campo y reflexividad*. 1ª ed. Siglo Veintiuno Editores, Buenos Aires, Argentina.

Gutiérrez-Rubí, A. (2007). *La política de las emociones*. Revista de la fundación Rafael Campalans, 22(12).

Gutiérrez-Rubí, A. (2021). *La fatiga democrática*. Autoedición, Madrid, España.

Gutiérrez-Rubí, A. (2024). *La política de la esperanza como solución*. Recuperado de <https://www.gutierrez-rubi.es/2024/09/03/la-politica-de-la-esperanza/>

Hammersley, M. y P. Atkinson. (1994) *Etnografía. Métodos de investigación*. Paidós. Barcelona.

Haykal, I. (2017). *¿Qué es el leviatán de Thomas Hobbes? Psicología y Mente*. Recuperado de <https://psicologiymente.com/psicologia/leviatan>

Heller, A. (2004). *Teoría de los sentimientos*. Ediciones Coyoacán, D. F., México.

Herrero de Miñón, Miguel (2006). Símbolos políticos y transiciones políticas. *Athenea Digital*, 10, 172-184. Disponible en <http://antalya.uab.es/athenea/num10/herrero.pdf>

Hesíodo. (n.d.). *Trabajos y días*. Fundación Carlos Slim. Ciudad de México.

Hobbes, T. (2005). *Leviatán*. Fondo de Cultura Económica, México.

Hume, D. (2001). *Tratado sobre la naturaleza humana*. Dipualba. Recuperado de www.dipualba.es/publicaciones

Hume, D. (2005). *Ensayos morales y políticos*. Unión Editorial. Madrid, España,

Jung, C. G. (1970). *Arquetipos e inconscientes colectivos*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A., España.

- Kinder, D.R., & Sears, D. O. (1985). *Whites' opposition to busing: On conceptualizing and*

- operationalizing group conflict*. Journal of Personality and Social Psychology, 48(5), pp. 1141-1147.
- Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante*. Lenguaje y debate político. Editorial Complutense. Madrid, España.
- Leggewie, C. (2018). *La dominación política*. En H. Sánchez de la Barquera y Arroyo (ed.), “*Antologías para el estudio y la enseñanza de la ciencia política*. Volumen II: Régimen político, sociedad civil y política internacional” (pp. 5-23). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Locke, J. (2005). *Ensayo sobre el entendimiento humano*. Fondo de Cultura Económica, D.F., México.
- Locke, J. (2015). *Ensayos sobre el gobierno civil*. Editorial Universitaria, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Jalisco, México.
- MacLean, P (1990). *The triune brain in evolution: Role in paleocerebral functions*. Plenum Press.
- Maquiavelo. (1999). *El príncipe*. Editado por elaleph.com; recuperado de <http://www.educ.ar>
- Marcial Pérez, D. (2025, 07 de marzo). Encuesta. El 86% de las mexicanas cree que la protección de los derechos de las mujeres mejorará con el Gobierno de Sheinbaum. *Enkoll. W Radio. El País*. <https://elpais.com/mexico/2025-03-07/encuesta-el-86-de-las-mexicanas-cree-que-la-proteccion-de-los-derechos-de-las-mujeres-mejorara-con-el-gobierno-de-sheinbaum.html>
- Massal, Julie. (2015). EMOCIONES Y MOVILIZACIÓN SOCIAL: UN CUESTIONAMIENTO AL PARADIGMA RACIONALISTA. *Análisis Político*, 28(85), 93-111. <https://doi.org/10.15446/anpol.v28n85.56249>
- Mi Sistema Inmune. (2003, 7 de febrero). *El timo: glándula del sistema inmune*. <https://www.misistemainmune.es/inmunologia/componentes/el-timo-la-glandula-de-la-salud-y-la-inmunidad#:~:text=La%20palabra%20timo%20es%20%E2%80%9Cthymus,las%20emociones%20y%20la%20felicidad.>
- Millán, C. (2018). CULTURA POLÍTICA: ACERCAMIENTO CONCEPTUAL DESDE AMERICA LATINA. *Perspectivas de la comunicación*. Vol. 1, N° 1, 2006. (pp. 42 -55).
- Moore, B. (1996). LA INJUSTICIA BASES SOCIALES DE LA OBEDIENCIA Y LA REBELIÓN. Universidad Autónoma de México, D. F., México.
- Morales Fredes, F. (15 de febrero de 2025). Donal Trump 2.0: ¿Qué emociones provoca el

presidente de EU entre los mexicanos? *El Economista*.
<https://www.economista.com.mx/politica/donald-trump-2-0-emociones-provoca-presidente-eu-mexicanos-20250215-746467.html>

Morales Moreno, H. (2019). Nacionalismo, patriotismo y cuarta transformación. TLA- MELAUA, Revista de Ciencias Sociales. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, 13(46), 266-288. Epub 02 de octubre 2020. Recuperado en 25 de abril de 2025, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-69162019000100266&lng=es&tlng=es.

Moreno, A. (2024, 30 de septiembre). El adiós de AMLO: Termina su sexenio con 68% de aprobación, según la Encuesta EF. *El Financiero*.
<https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/2024/09/30/amlo-termina-su-sexenio-de-cuanto-es-su-popularidad-encuesta-ef/>

Mouffe, C. (2007). *El retorno de lo político*. Ediciones Paidós.

Ocampo, A. (2 de abril de 2025). Estrés y Depresión: La Otra Cara de las Políticas Migratorias en EUA. NMAS. <https://www.nmas.com.mx/foro/internacional/estres-y-depresion-por-politicas-migratorias-en-eua/>

Nussbaum, M. C. (2014). Las emociones políticas ¿Por qué el amor es importante para la justicia? (A. Santos Mosquera, Trad.). Espasa Libros, S. L. U. (Obra original publicada en 2013).

Pérez Múnera, C.A. (2020). *Comunicación y marketing político: Guía práctica para ser elegido y gobernar con excelente reputación* (6ª ed.). Fundación Konrad Adenauer Stifting y Centro de Análisis y Entrenamiento Político (CAEP).

Piña Hernández, N. (2024) PALABRAS DE LA MINISTRA PRESIDENTA NORMA PIÑA HERNÁNDEZ EN SU SEGUNDO INFORME DE LABORES. Suprema Corte de Justicia de la Nación. Recuperado de Chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.scjn.gob.mx/informedelabor/es/pjf/pdf/discurso-ministra-norma-pina-informe-2024.pdf

Platón. (1988). *República*. Editorial Gredos, S. A. Madrid, España.

Presidencia de la República. (1 de octubre de 2024). *Versión estenográfica. Toma de protesta de Claudia Sheinbaum como Presidenta Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos*. Gobierno de México.

<https://www.gob.mx/presidencia/articulos/version-estenografica-toma-de-protesta-de-claudia-sheinbaum-como-presidenta-constitucional-de-los-estados-unidos-mexicanos?idiom=es>

Restrepo, Eduardo. (2018). *Etnografía: alcances, técnicas y éticas*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Robin, C. (2009). *El miedo. Historia de una idea política*. Fondo de Cultura Económica. México, D. F.

Rodríguez Rial, G. (2020). *Miedos políticos: Emociones, sentidos y efectos en tres momentos de la teoría política*. *Revista Teoría y Filosofía Política Clásica y Moderna*, 10(19), 120-148.

Rojas, A. (2024, 17 de junio) Claudia Sheinbaum da a conocer resultados de encuestas sobre reforma al Poder Judicial: 81% la avala. *El Economista*.
<https://www.economista.com.mx/politica/Sheinbaum-da-a-conocer-resultados-de-encuestas-sobre-reforma-al-Poder-Judicial-81-la-avala-20240617-0053.html>

Rubio García, E. (2019). *Apuntes sobre el cerebro triuno*. Recuperado de
<https://enriquerubio.netrrington/el-cerebro-triuno-de-maclean>
<https://enriquerubio.net/el-cerebro-triuno> - <https://enriquerubio.net/el-cerebro-triuno-y-el-sistema-polivagal>.

Sagan C. (2003). *Dragones del Edén: Especulaciones sobre la evolución de la inteligencia humana* (R. Andreu, Trad.; D. Bergadá Rev.) Planeta DeAgostini.

Scheier, M. F., & Carver, C. S. (1985). Optimism, coping, and health: Assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health Psychology*, 4(3), 219-247.
<https://doi.org/10.1037/0278-6133.4.3.219>

Schmitt, C. (2009). *El concepto de lo político*. Alianza Editorial. Madrid, España.

Smith KB (2022) Politics is making us sick: The negative impact of political engagement on public health during the Trump administration. *PLoS ONE* 17(1): e0262022.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0262022>

Solís, J et al (2021) *Vuelta de tuerca: Aproximaciones críticas sobre el proceso electoral 2017-2018 y primeros atisbos de la Cuarta Transformación en Chiapas y México*. (1ª ed.). Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

Sommano Ventura, Ma. Fernanda. (2020). Los determinantes de la legitimidad gubernamental: el sexenio de Enrique Peña Nieto. *Foro internacional*, 60(2), 367-396. Epub 14 de agosto de 2020.

<https://doi.org/10.24201/fi.v60i2.2729>

Vallespín, F. (1995). *Historia de la teoría política 3*. Alianza Editorial.

Van Dijk, T. (2000). *El discurso como interacción social*. Gedisa Editorial.

Wagner, J. (4 de marzo de 2025). Amenazado por los aranceles de Trump, México apoya a su presidenta y acoge el nacionalismo. The New York Times. <https://www.nytimes.com/es/2025/03/04/espanol/america-latina/hecho-en-mexico-aranceles.html>

Weber, M. (2014). *Economía y Sociedad* (3ra ed.). Fondo de Cultura Económica.

Woodward, B. (2018). *Miedo. Trump en la Casa Blanca*. Traducciones Imposibles. Titivillus ePub base r2.0.

Zafrilla, P. (2022). *Cómo la polarización política amenaza la democracia... y cómo afrontarlo*. Análisis político n. 104, Bogotá, pp. 91-111. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/anpol/article/view/105167/84832>