

EL HUMOR SOCIAL Y POLÍTICO, COSMOVISIÓN E IDEOLOGÍA DE LOS SALVADOREÑOS



Oscar Picardo Joao

Con la colaboración de:

Luis Enrique Amaya

Jorge Arturo Colorado

María Isabel Quintanilla de Campos

Oscar Luna



Misión

Formar profesionales para transformar, investigar para solucionar problemas e incidir para tener un mejor país.

Visión

Ser una universidad digital con proyección institucional que forme profesionales competentes y responsables socialmente y desarrolle investigaciones aplicadas que contribuyan a resolver los problemas principales de El Salvador.

Consejo Directivo

Presidenta:	MEd. Rosario Melgar de Varela
Vicepresidente:	Ing. Oscar Armando Rivera Andino
Secretaria General:	MEd. Teresa de Jesús González de Mendoza
Primer Vocal:	Dr. e Ing. Mario Antonio Ruiz Ramírez
Segunda Vocal:	Ing. Ruth María Portillo Guevara

Rector

Dr. e Ing. Mario Antonio Ruiz Ramírez

Secretaria General

MEd. Teresa de Jesús González de Mendoza

Dirección y contacto

Universidad Francisco Gavidia: Calle El Progreso n.º 2748, Edificio de Rectoría, San Salvador, El Salvador.

Tel. (503) 2249-2700

www.ufg.edu.sv

Misión

Diseñar, promover y acompañar iniciativas, políticas, programas y proyectos académicos empresariales para el desarrollo de la ciencia, la tecnología y la innovación que impacten en la productividad y competitividad de El Salvador.

Visión

Ser el instituto científico líder en El Salvador en el desarrollo de la ciencia, la tecnología y la innovación.

Director

Oscar Picardo Joao, PhD.

UFG EDITORES

Coordinación y corrección de estilo

Claudia Meyer

Diagramación y diseño

Gustavo A. Menjívar

DIRECCIÓN Y CONTACTO

Calle El Progreso n.º 2748, Edificio de Rectoría,
San Salvador, El Salvador, Centroamérica.
Tel.: (503) 2249-2700 y (503) 2249-2716
Correo electrónico: editores@ufg.edu.sv
www.ufg.edu.sv

DE ESTA EDICIÓN

Título: El humor social y político, cosmovisión e ideología de los salvadoreños

Autor: Oscar Picardo Joao

Colaboradores: Luis Enrique Amaya, Jorge Arturo Colorado, María Isabel Quintanilla de Campos y Óscar Luna Pineda

Colección: Ciencias Sociales

Obra de la cubierta: Hoy no se hacen milagros

© Artista: Renacho Melgar (2021)

1 x 4 metros

Grafito sobre lienzo

La imagen de la obra ha sido reproducida en la cubierta y en interiores de la publicación, previa autorización del artista.

Primera edición

© Instituto de Ciencia, Tecnología e Innovación, 2021.

ISBN 978-99983-970-1-9

El contenido y opiniones vertidas en la publicación son responsabilidad exclusiva del autor. Este documento puede ser utilizado atendiendo las condiciones de la Licencia Creative Commons: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



Para citar: Picardo, O. (2021). *El humor social y político, cosmovisión e ideología de los salvadoreños*. El Salvador: UFG Editores.

Noviembre de 2021, San Salvador, República de El Salvador, Centroamérica.

E-book

Consejo editorial

Oscar Picardo Joao, PhD.

Director del Instituto de Ciencia, Tecnología e Innovación
Correo electrónico: opicardoj@ufg.edu.sv

Rolando Balmore Pacheco

Director de Egresados y Graduados UFG
Correo electrónico: rpacheco@ufg.edu.sv

Fernando Amestoy Rosso (Uruguay)

Director de Polo Tecnológico de Pando (Facultad de Química, UDELAR) Presente en Parque Científico – Tecnológico de Pando.
Correo electrónico: famestoy@gmail.com

Dr. David López

Investigador asociado ICTI – UFG
Correo electrónico: davidlopez@hotmail.com



TABLA DE CONTENIDO

A modo de **10** introducción

1. Sobre el **14** humor social

2. Sobre **18** neurociencias

3. Modelo de **24** investigación

4. Metodología: sobre la encuesta **26**

5. Resultados **28**

6. Cruce de **88** variables

7. Notas sobre el estado anímico **111**
de la sociedad salvadoreña

8. Interpretación desde **118**
la antropología

9. El Salvador en el diván: una **124**
lectura psicoanalítica, conclusiva
y su *identikit*

Referencias bibliográficas **130**

Anexos **135**

NIDOS



A modo de introducción

El estudio sobre “El humor social y político, cosmovisión¹ e ideología² de los salvadoreños”, es el primer producto científico del Centro Universitario de Neurociencia (CUN) de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), a través del cual busca presentar una fotografía antropológica y sociológica de la realidad salvadoreña, desde la psicología social y desde la neurociencia.

Para lograr este propósito, se diseñó un instrumento que se aplicó a 1,210 salvadoreños a nivel nacional (polietápico y representativo). El instrumento, además de la caracterización demográfica y de un set de treinta preguntas, incorpora una sección de marcadores neurocientíficos tomados de los aportes de Mel Levine M.D y de la *QED Foundation*.

Los neuromarcadores son ocho imágenes que representan, cada una, un constructo:

1 Modo de interpretar el mundo; imagen o figura general de la existencia, realidad o mundo que una persona, sociedad o cultura se forma en una época determinada. Suele estar compuesta por determinadas percepciones, creencias, conceptualizaciones y valoraciones sobre dicho entorno (Real Academia Española, s.f.)

2 El conjunto total de actitudes de un individuo forma una estructura que, por lo general, traduce la ideología de la sociedad y, más en concreto, de la clase social a la que el individuo pertenece (...) La ideología es entonces un nivel de significación que puede estar presente en cualquier tipo de mensajes, aun en el discurso científico (...) sistema de reglas semánticas que expresa determinado nivel de organización de los mensajes (Martín-Baró, 1976)



1) Tablero: atención; 2) Escritorio: memoria; 3) Rompecabezas: pensamiento espacial; 4) Engranajes: pensamiento superior; 5) Letras y años: pensamiento secuencial temporal; 6) Grupo de personas: pensamiento social; 7) Brazos y balones: funciones neuromotoras; y 8) Torre: lingüística.

Esta captura de datos permitió el alcance de dos objetivos específicos: en primera instancia, lograr una imagen amplia de las inteligencias o capacidades de la sociedad salvadoreña; y por último, realizar cruces de variables entre los resultados de ciertas preguntas con cada uno de los neuro constructos.

El instrumento está configurado por treinta preguntas, las cuales profundizan sobre los siguientes tópicos:

- Reacciones emocionales (Ekman) frente a la política;
- Temperamento frente a la figura del presidente;
- Requisitos de felicidad y realización;
- Valoración de socios políticos del país;
- Reacción temperamental frente a la alteridad;
- Prospectiva;
- Admiración y desprecio frente al liderazgo (nacional e internacional);
- Posición de la admiración;
- Posición ideológica;
- Uso y preferencia de redes sociales;
- Confianza en las instituciones;
- Definición de familia;
- Principales estresores;
- Creencias religiosas y pertenencia a iglesias;
- Dilemas éticos;
- Posición frente a los movimientos sexuales;
- Salvadoreñidad (definición);
- Contrastes y selección;
- *Influencers*;
- Hábitos de lectura y culturales.

La encuesta es justamente una encuesta al entrevistado: no como suele ser sobre temas externos o periféricos que le afectan o sobre los cuales puede tener una opinión, sino para explorar sus creencias, valores, circunstancias y formas de procesar la realidad; casi como si pasáramos un test psicológico a 1,210 ciudadanos.

El punto de partida de esta investigación se basa en los principios de psicología social definidos por Martín-Baró (1976):

La psicología social debe, pues, aclarar el impacto que la presencia de la gente tiene en determinados quehaceres del individuo, es decir, en qué medida, cuáles, cómo y por qué sus acciones son influidas por la presencia de los otros.

Esto significa que la acción misma del sujeto implica una relación esencial a los otros, y es esta relación la que tiene que aclarar la psicología social (...) El aspecto relacional no es algo genérico o abstracto en la conducta, sino algo bien concreto: es esta, aquella o la otra relación con tal o cual persona, bajo tal o cual característica, con tal o cual significación (...) En este sentido, la psicología social trata de encontrar las referencias entre cada conducta y cada sociedad, es decir, esta conducta en cuanto social y esta sociedad, en cuanto actuada en las conductas concretas (...) En definitiva, la psicología social es una ciencia bisagra, cuyo objeto es mostrar la conexión entre dos estructuras: la estructura individual (la personalidad humana y su consiguiente quehacer) y la estructura social (cada sociedad histórica), o, dicho con otras palabras, mostrar la doble realidad del individuo en la sociedad y de la sociedad en el individuo (...) **A la luz de este análisis, podemos afirmar que el objeto específico de la psicología social es el estudio de la ideología.** Precisamente la ideología lo constituyen aquellos procesos psicológicos determinantes de la manera concreta como viven (piensan, sienten, actúan) los individuos, pero cuya explicación adecuada no se encuentra en los individuos, sino en la realidad grupal y en la manera como el individuo se inserta en los grupos sociales en una determinada situación histórica" (...) Una ideología es un sistema (que posee su lógica y su rigor propios) de representaciones (imágenes, mitos, ideas o conceptos según los casos), dotados de una existencia y de un papel históricos en el seno de una sociedad dada (...) La ideología es primero y ante todo una serie de esquemas vitales (psicosociales) en los cuales y a través de los cuales los individuos dan forma y significación a su existencia concreta. (p. 19-20, 22).

En síntesis, y desde el propio planteamiento experimental de Martín-Baró, el estudio también ha obtenido información para:

- **Explicar los procesos psicosociales, su causalidad, sus aspectos, etc.** Por ejemplo, los procesos psicológicos que llevan a adoptar determinada actitud política, a votar por determinado candidato, a participar en determinada manifestación o a circular un determinado "chambre".
- **Predecir los comportamientos de individuos y grupos.** La comprensión de los procesos psicológicos y sus causas permite predecir cuál será la conducta que, en cada situación, más probablemente van a observar los individuos. Así, por ejemplo, predecir en qué condiciones y circunstancias, y qué tipo de individuos votarán por tal o cual candidato, cómo puede evolucionar una manifestación ante una u otra

circunstancia (intervención policial o no), qué reacción pública puede desencadenar tal tipo de "chambre", etc.

- **Controlar los comportamientos.** Es el objetivo de toda ciencia: adquirir un control sobre los procesos, en este caso, sobre los procesos sociales. Este control no hay que entenderlo como algo mecánico y menos en algo tan complejo como es la conducta humana. Se habla de control en el sentido de poder orientar y propiciar las conductas consideradas socialmente más constructivas y provechosas, y modificar aquellas consideradas socialmente nocivas. Así, por ejemplo, prevenir o predecir la aparición de comportamientos inadecuados o futuros, y encauzar a los grupos sociales hacia actividades más provechosas.

Ahora bien, es obvio que, como toda ciencia experimental, el presente estudio posee una serie de límites que es importante no perder de vista. Uno de los límites más serios es su condicionamiento a los hechos accesibles en cada caso y circunstancia a la investigación; esta limitación no tiene tanta importancia cuando el objeto de una ciencia lo constituyen objetos de la naturaleza (ciencias físico-químicas), pero es primordial cuando el objeto lo constituyen seres históricos, en los que la peculiaridad es precisamente su diversidad socio-cultural. Otras limitaciones metodológicas tendrán que ver con los asuntos relacionados a la dinámica de aplicación de encuestas, concretamente, en los extremos demográficos y las dificultades de acceso a segmentos socioeconómicos altos y bajos, por inseguridad y barreras; elementos que se buscaron corregir con técnicas supletorias.



1. Sobre el humor social

La psicología social busca estudiar, comprender y explicar cómo los pensamientos, sentimientos y comportamientos individuales están influenciados por la presencia real, simbólica o implícita de otros seres humanos. Por otra parte, el humor es una disposición o expresión del ánimo de un sujeto. Entonces, ¿puede existir un humor social?, ¿puede, determinado fenómeno, incidir en el humor o estado de ánimo de la gente?, y finalmente: ¿la gente puede actuar políticamente o votar influenciada por este humor social?

El humor social³ se puede definir como el estado de ánimo (optimista o pesimista) de una comunidad o sociedad dominante, en un contexto o en un momento dado. Este humor social se forma por la interacción de los individuos (Spivak, 2015). En función de esta circunstancia, se percibe, procesa e interpreta la realidad y la información, y afecta las decisiones que se toman en cuanto a la aceptación o rechazo de la comunicación, el modo de vivir y las aspiraciones. Tiende a influir significativamente en las opiniones, actitudes, posturas de fenómenos, instituciones y personajes.

³ Es el estado de ánimo que predomina en la sociedad, en función de él se percibe la realidad y se filtra e interpreta la información. Impacta en las decisiones que se toman, en la compra de bienes, en la aceptación-rechazo de la comunicación, en la manera de vivir, en las metas y en los deseos que se establecen. Prevalce e influye significativamente en las actitudes, posturas y evaluaciones de temas, instituciones y personajes expuestos a la opinión pública. (NODO, s.f., párr. I).

RO NO

En la revisión bibliográfica no se han encontrado mayores antecedentes sobre libros o artículos arbitrados relacionados sobre el humor social, salvo un aporte de la doctora Marjolein 't Hart "*Humour and social protest: an introduction*" (Marjolein 't Hart, 2007); el resto son investigaciones sobre humor y comunicación (Segado-Boj, 2011), tipología del humor (Cantero García, 2020), discursos sobre el humor (Cabral Scabin, 2020), entre otros. Existen algunas referencias que se han consultado, pero no citadas, listadas también en las referencias bibliográficas.

La conducta social, por su parte, son formas de actuar colectivas, generalizadas y contagiosas, sobre la base de cohesiones, rumores, creencias y valores compartidos. Efectivamente, antes les llamábamos "fenómenos de masas", hoy también se clasifican como "primaveras". Así, los sujetos pierden su individualidad y actúan como rebaño, se contagian, siguen tendencias *-hashtags-*.

El análisis del humor social y la conducta social es un asunto que puede ser tratado por biólogos, matemáticos, antropólogos, sociólogos y psicólogos sociales. Implica un análisis holístico basado en datos, que generalmente aportan las encuestas y estudios sectoriales.

Partimos de un principio fundamental metodológico para entender el humor y la conducta social: los compartimentos o clases. En las sociedades latinoamericanas han existido tres grandes bloques demográficos socioeconómicos que poseen paradigmas distintos, humores y conductas diferentes: una minoría con la vida resuelta, una segunda minoría en un proceso de ascenso social, y una mayoría en problemas serios de supervivencia. Esto ha sido clasificado tradicionalmente como ricos, clase media y pobres.

Las redes sociales ocasionaron un fenómeno particular: desconectaron los elementos articuladores entre los tres bloques demográficos. En el pasado, las clases dominantes generaban un fenómeno de dependencia que inmovilizaban el humor y la conducta de los grupos subyacentes, a través de estructuras de dominación (educación, empleo, cultura, etcétera); ahora las redes sociales hiper-democratizaron la información, ocasionando una independencia de pensamiento y un fenómeno fractal.

Partiendo del principio de que el voto es una decisión emocional, en materia electoral, en el pasado influían cuatro elementos en la toma de decisiones para emitir el voto: la tradición, la propaganda, la moda y el miedo; estos elementos moldeaban el humor y las conductas electorales. Actualmente, en la sociedad de la información (Castells,

1999), hay una nueva lógica en red; a través de la web y de sus plataformas o redes sociales, se han creado otros nodos de información que influyen en las decisiones, y modifican el humor y la conducta.

Las redes sociales han acelerado el proceso de la “relativización de todo”: ya no dependemos de la autoridad clásica (empresarial, religiosa, académica, etcétera), pues es la imagen, los textos breves o Twitter, las *fakenews*, el *influencer* en YouTube, los que movilizan las nuevas verdades, creando otros humores y conductas. Los símbolos también han cambiado: son digitales y líquidos (Bauman, 2004), por lo tanto, volátiles, dinámicos y efímeros.

La relativización de todo implica una subversión axiológica; ahora, el desdén, el insulto, la malcriadez y el uso disruptivo de la autoridad, están por encima de otros valores que eran bien vistos, pero no fueron eficaces. En efecto, la honestidad, la honradez y la ética del pasado no fue genuina, pues permitió y posibilitó la corrupción. El nuevo humor y conducta social ha dado la oportunidad a nuevos discursos estridentes.

También el tradicional caudillismo o liderazgo político ha cambiado; hay proyecciones vicariantes o sustitutas de carácter digital: nos referimos a espejismos virtuales, a fenómenos que se despliegan en las redes sociales de forma viral. No se admira o se sigue a alguien por lo que es o por lo que hace, sino por lo que proyecta, por su capacidad de producir “likes” o por ser un *influencer* de consumo. Los nuevos liderazgos son binarios y algorítmicos.

Entender esto es clave para leer e interpretar la realidad y sobre todo para comprender lo que sucederá en el futuro. Obviamente, a la base de los pronósticos puede haber una importante cuota de populismo, ocasionado por el fenómeno de la ayuda o subsidio gubernamental asociado a la pandemia por COVID-19. Pero hay algo más, un humor y una conducta social anti-ARENA, anti-FMLN, anti cualquier otro partido que no sea afín a Nayib Bukele. Más bien, existe una atmósfera en el compartimento de las mayorías (¿80 %?) que ubican a Bukele en un plano o cuadrante anti sistémico; en efecto, se ha creado una imagen blindada y redentora en torno a la figura del presidente, y desde ese lugar, con una súper estructura digital se influye digitalmente en el humor y conducta de la población. Por otro lado, influye también la proyección vicariante de ver en el presidente a una figura distinta, antagónica, mesiánica, en la que muchos jóvenes se ven reflejados; Bukele es desdén, histrionismo, irreverencia, y esto también modifica el humor y la conducta social. Algo más: ¿alguien compite con él?

Consideremos en el análisis un fenómeno particular adicional: el “partido espejo”; así como todas las grandes marcas tienen un producto espejo de menor calidad para responder a los clientes insatisfechos, también Nuevas Ideas tiene a GANA; en efecto, mucha gente votó por Nuevas Ideas y otros por GANA, de modo consciente y también inconsciente: la bandera de GANA tiene la golondrina y esto generó confusión.

Los partidos políticos no han resuelto sus “pecados” del pasado (y ya es tarde para que lo hagan); no es un tema de simple desgaste, se trata del fin de un ciclo, no hay vuelta atrás. El humor y la conducta de la gente ha cambiado y esto es lo que se ha estudiado en esta investigación.

2. Sobre neurociencias

La neurociencia es el conjunto de disciplinas dedicadas a estudiar el cerebro y el sistema nervioso, con el fin de comprender los mecanismos que administran las reacciones nerviosas y del comportamiento del cerebro, y su relación con el medio externo. Existen múltiples disciplinas como la neuroanatomía, neurofisiología, neurofarmacología, neuroquímica, psicopedagogía, neurología, psiquiatría, psicología (entre otras), que establecen aportes sustantivos con sus investigaciones. Es por ello que, la neurociencia, debe ser estudiada de manera integrada y complementaria con el fin de comprender la complejidad del cerebro.

El cerebro se sigue conociendo gracias al desarrollo científico y tecnológico; los avances en neurociencias han permitido comprender mejor cómo funciona el cerebro, y observar el importante papel que poseen el asombro, la curiosidad y la emoción en la adquisición de nuevos conocimientos.

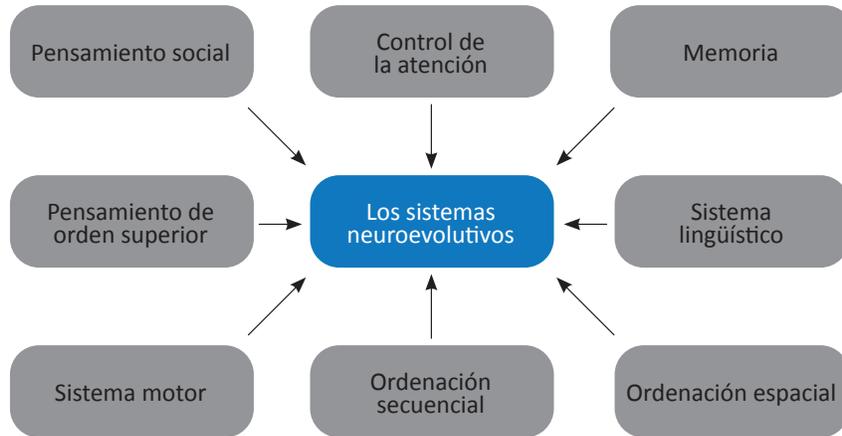
Tomamos dos fuentes de referencia para nuestro enfoque investigativo: los aportes de Mel Levine, M.D. *“All kind of mind”* (Mentes diferentes, aprendizajes diferentes); y Rodolfo Llinás, M.D. destacado neurofisiólogo, creador de leyes electrofisiológicas de alta relevancia en la neurociencia.

El comportamiento y las conductas, las creencias y valores, la opinión y la percepción, las emociones y la conciencia, son administrados por el cerebro; estudiar el humor social implica asumir un conjunto colectivo de inteligencias y formas de enfrentar la vida, y para ello esta investigación se auxilia de criterios neurocientíficos.

Los perfiles neuroevolutivos de cada ser humano se muestran en la figura 1. Las funciones y disfunciones se desarrollan dinámicamente, a partir de ciertos factores o fuerzas, tal como se muestra en la figura 2; como se puede apreciar, hay elementos endógenos y exógenos determinantes.

Figura 1

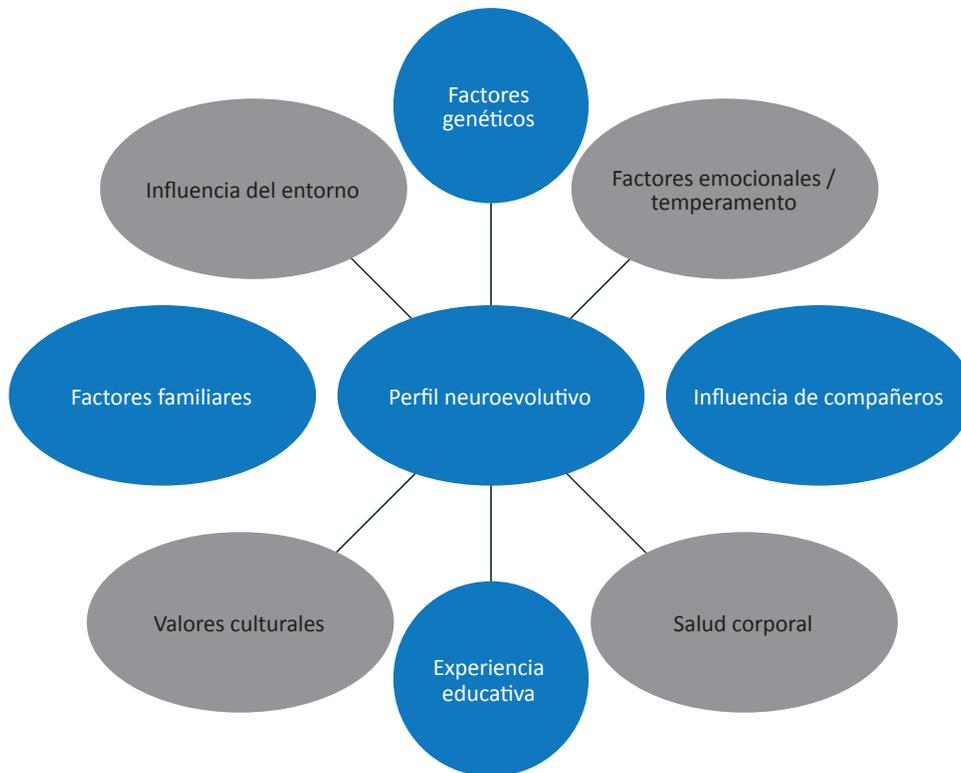
Constructos o perfiles neuroevolutivos



Fuente: Levine (2003, p. 38)

Figura 2

Constructos o perfiles neuroevolutivos



Fuente: elaboración propia con base en Levine (2003, p. 50)

Desde el punto de vista neurocientífico, el cerebro y la mente, o el estado mental, son eventos inseparables. La mente es co-dimensional al cerebro, lo ocupa todo. En efecto, el cerebro humano posee estados funcionales o mentales: soñar, dormir, alucinar, crisis epilépticas, sensorio-motoras y aprender; y el propio yo es un estado funcional del cerebro.

El cerebro funciona con tormentas eléctricas auto controladas, generando imágenes internas del mundo externo, imágenes cambiantes en tiempo real. La percepción en el cerebro funciona como la validación de imágenes externas. Estas propiedades eléctricas del cerebro son la oscilación, la resonancia, la ritmicidad y la coherencia.

Afirma Llinás (2003), que la predicción (espacial y temporal), es la función primordial del cerebro. Así, la inteligencia no es otra cosa que la aplicación de reglas tácticas de supervivencia y movimiento en relación con el entorno (decisiones). La predicción de eventos futuros es esencial para la supervivencia. Predicción es un pronóstico de lo que pueda suceder; la predicción es una función central y antigua de la conciencia y de los reflejos, es parte de un mecanismo básico de protección humana.

En el “sí mismo” se administra la función de predicción, que es un *locus* creado por el propio ser humano; representaciones internas de lo que va a suceder. El cerebro recibe la información, divide, selecciona e implementa su atención con base a la importancia para tomar decisiones momentáneas y para sincronizarse con el medio exterior.

La capacidad predictiva del cerebro ha evolucionado con el control motor. Cada vez que hacemos algo (tomar algo), los vectores musculares son accionados: contracción, secuencia, extensión, presión, postura: unidad motora. Todo lo planifica el cerebro antes de realizar la actividad.

Para predecir, el cerebro cuenta con estímulos teleceptivos, retroalimentación cinética, ángulos, vectores, fuerza, aceleración. Cincuenta músculos entre la mano, brazo y hombro suponen 10^{15} combinaciones de contracciones en milisegundos, tomando posiblemente 10^{18} decisiones por segundo. Si el cerebro fuera una computadora, su procesador debiera ser exahertzio (un millón de gigahertzios). Pero es más complejo, porque cada músculo responde a no menos de 100 unidades motoras y a sinergias musculares (grupos de músculos).

Partimos del siguiente principio: la mente y el yo son las más significativas interpretaciones neuronales. Es decir, detrás de todo el telón de análisis del cerebro hay un elemento central: las neuronas.

La mente es el estado funcional del cerebro por excelencia, la cual se rige por las reglas biológicas y fisiológicas del ser humano. Así las células nerviosas trabajan como una red o sociedad en el cerebro, en conjunto, creando símbolos, representando universales, y generando una interacción dinámica entre el medio exterior y el interior.

Existen actividades eléctricas neuronales que generan una excitabilidad intrínseca y una conectividad sináptica en arquitectura de redes, para administrar y generar respuestas entre el sujeto y su medio exterior.

La variedad de propiedades eléctricas de las neuronas y su conectividad, permiten que las redes cerebrales interioricen las imágenes del mundo externo, y las transformen en un comportamiento motor (lo observable y lo imaginable).

¿Cómo el cerebro interioriza el mundo externo? Por ejemplo, el dibujo es un *feedback*: externo-interno-externo, captamos la realidad externa, la interiorizamos en el cerebro y la devolvemos en la expresión dibujada.

La interiorización de la motricidad es clave para comprender las funciones de pensamiento. Es un proceso celular muy complejo e importante, llamado selección neuronal activa que va desde lo mecánico muscular hasta la cefalización.

Para que un individuo actúe correctamente debe procesar y comprender con facilidad y rapidez las señales externas por los sentidos; luego, esta señal es transformada en respuesta motora para conectarse nuevamente con la realidad externa. Para ello el cerebro crea representaciones de espacios internos equivalentes o relacionados con los externos.

Hay diversos principios en las relaciones internas y externas, temporales o espaciales, a lo que se ha llamado geometría funcional; esto implica un conjunto de representaciones inimaginables.

El proceso de comunicación intercelular de organismos primitivos (eucarióticos), a formas más complejas de interacción (intercelular y multicelular), supone billones de años de evolución y la intervención de elementos químicos (calcio, fósforo, etc.), hasta que llegamos a las estructuras neuronales, interneuronas y a la creación del sistema nervioso central (SNC).

Las neuronas (en forma de asamblea celular), transmiten y reciben información, construyen, memorizan y configuran la actividad cerebral, simulando la realidad externa

y apropiándose de los principios operativos, facilitando y organizando transformaciones sensoriomotoras, para responder con productos cognitivos.

Las neuronas funcionan como una batería, generando un voltaje, llamado potencial de membrana de carácter iónico; por ejemplo, corrientes o canales de potasio, al interior o exterior de la célula como gradientes electroquímicos de $-X$ MiliVoltios a través de potenciales de acción, sinápticos, acoples electrotónicos, neurotransmisores.

Habría mucho más que decir y profundizar sobre el tema. La intención es dejar una idea general del enfoque neurcientífico del estudio, e incorporar elementos de análisis que tradicionalmente se dejan de lado en las investigaciones de psicología social. En este contexto, se decidió incorporar este elemento de entendimiento humano más profundo, con la finalidad de abrir las puertas y seguir profundizando en la conducta y comportamiento desde las neurociencias, ya que nada escapa a las determinaciones, funciones y capacidades del cerebro.

Lectura e interpretación de los neuromarcadores en el instrumento

El instrumento contiene ocho imágenes elaboradas por la *QED Foundation*, las cuales representan los ocho sistemas o rasgos cognoscitivos; estas imágenes surgen de un profundo trabajo terapéutico realizado por Mel Levine M.D y la fundación. En las entrevistas y trabajo clínico se han ido depurando y trabajando estas imágenes; cuando un sujeto selecciona una como la más importante o la que más le llama la atención, hay una asociación con tres niveles de profundidad (sistemas, funciones y componentes), y permite ubicar a la persona o sujeto en un constructo, o definir que esta función cognitiva le representa o caracteriza sobre las demás.

Tabla 1

Constructos neuroevolutivos, figuras e interpretación

Representación o imagen	Constructo o sistema	Funciones y componentes	Descripción
Tablero	Atención	<ul style="list-style-type: none"> • La atención es el principal sistema que administra y dirige la mente. • Control de energía mental. • Detalle y profundidad. • Regulación y control. 	Personas o sujetos detallistas, atentas, con una energía mental controlada, focalizadas.
Escritorio	Memoria	<ul style="list-style-type: none"> • El sistema de memoria, su profundidad y detalle, trabaja con elementos proximales y distales. • Memoria de corto y largo plazo. 	Personas o sujetos con un buen manejo de los recuerdos, capturan y administran la información, almacenan, categorizan, asocian y presentan datos.

Representación o imagen	Constructo o sistema	Funciones y componentes	Descripción
Rompecabezas	Inteligencia visual y espacial	Procesamiento visual y espacial, producción visual y espacial, administración de material intangible.	Personas o sujetos con una inteligencia más visual y entendimiento sensitivo, capaces de organizar y suplir con varios recursos intangibles.
Engranajes	Pensamiento superior	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento conceptual y abstracto. • Pensamiento crítico. • Creatividad y resolución de problemas. 	Personas o sujetos con pensamiento lógico abstracto, capaces de resolver problemas y razonar lógicamente.
Años, números y letras	Pensamiento temporal secuencial	<ul style="list-style-type: none"> • Procesamiento y producción secuencial y temporal. • Administración del tiempo. 	Personas y sujetos con capacidad de organizar, calcular, distribuir tiempos y recursos.
Grupo de personas	Pensamiento social	<ul style="list-style-type: none"> • Pragmática verbal. • Capacidad empática. • Autopresentación. • Colaboración. • Iniciativa. • Controles de regulación social. • Resolución alternativa. 	Personas o sujetos empáticos, gregarios o con sentido social, que buscan relacionarse, establecer comunicaciones y entablar relaciones o diálogos.
Brazos, instrumentos, balones	Funciones neuromotoras	<ul style="list-style-type: none"> • Motricidad fina y gruesa. • Funciones grafomotoras. • Coordinación ojo-mano. • Sentido de posición del cuerpo. • Memoria de motricidad. • Pre-visualización. 	Personas o sujetos con habilidades físicas, deportivas o artísticas; capaces de expresar o comunicarse de modo cinético o imaginativo.
Torre	Sistema lingüístico	<ul style="list-style-type: none"> • Lenguaje receptivo. • Procesamiento fonológico. • Sentido morfológico. • Entendimiento semántico. • Proceso del discurso. • Lenguaje expresivo • Fluidez y articulación. • Uso semántico. • Sentido de formulación. 	Personas o sujetos propensos a aprender idiomas, con habilidades lingüísticas y expresivas, buena discriminación auditiva y capacidad de expresarse mediante el habla.

Fuente: elaboración propia.

Nota: para profundizar ver *Explanation of neurodevelopmental terms (QED Foundation)*

El uso de esta herramienta en la encuesta tiene como base dos elementos importantes:

- Tres años de trabajo clínico en el Instituto de Investigación para el Aprendizaje (IIA), concretamente con 41 pacientes; en estas experiencias se logró validar los recursos;
- El estudio de biología-matemática “*Contagion in mass killings and school shootings*” (Towers *et al.*, 2015).
- La publicación La curva de aprendizaje: un enfoque neuroevolutivo y neurocientífico (Picardo y Ábrego, 2021), en sus apartados 2 (los aportes de la neurociencia) y 8 (procesos psicológicos superiores).

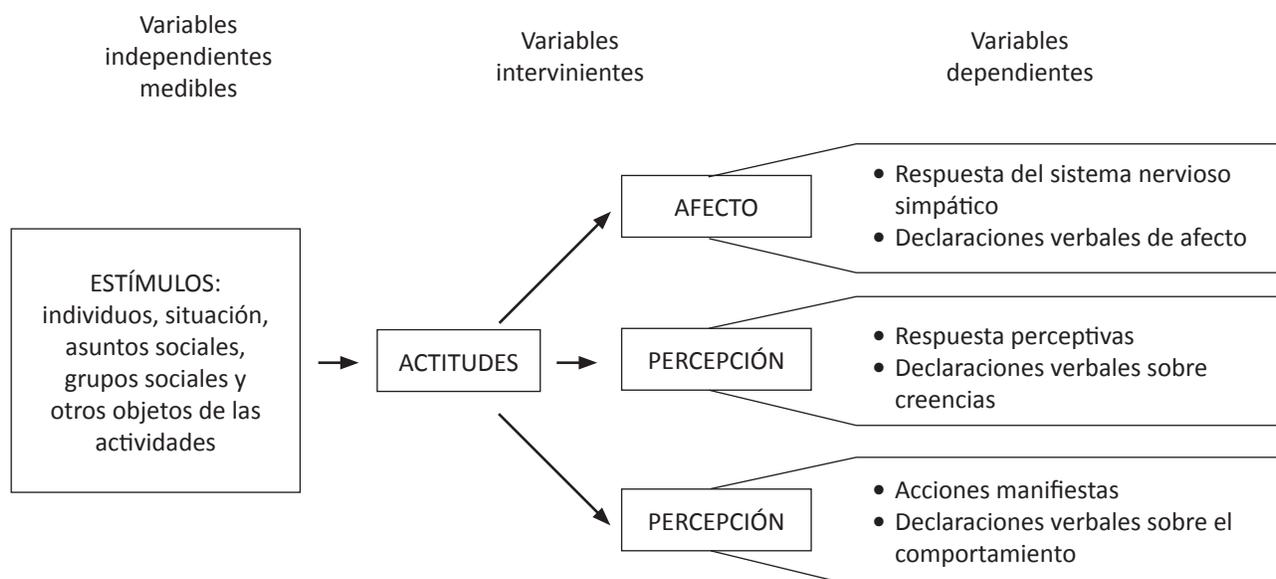
Estos elementos metodológicos nos permitieron explorar nuevas formas de auscultación masiva desde las neurociencias, aspecto que no suele hacerse.

3. Modelo de investigación

Las actitudes políticas de los ciudadanos se basan en un conjunto complejo de creencias, estados emocionales y conductas contagiosas; estas actitudes poseen una anatomía como reacción evaluativa favorable o desfavorable frente a algo, como respuesta o como postura cognitiva convergentes afectivas o racionales. Un esquema multidimensional para comprender estas actitudes es propuesto por Martín-Baró citando a Rosemberg y Hovland, como puede verse en la siguiente figura.

Figura 3

Arquitectura del estudio de las actitudes



Fuente: Martín-Baró citando a Triandis (en Rosemberg y Hovland)

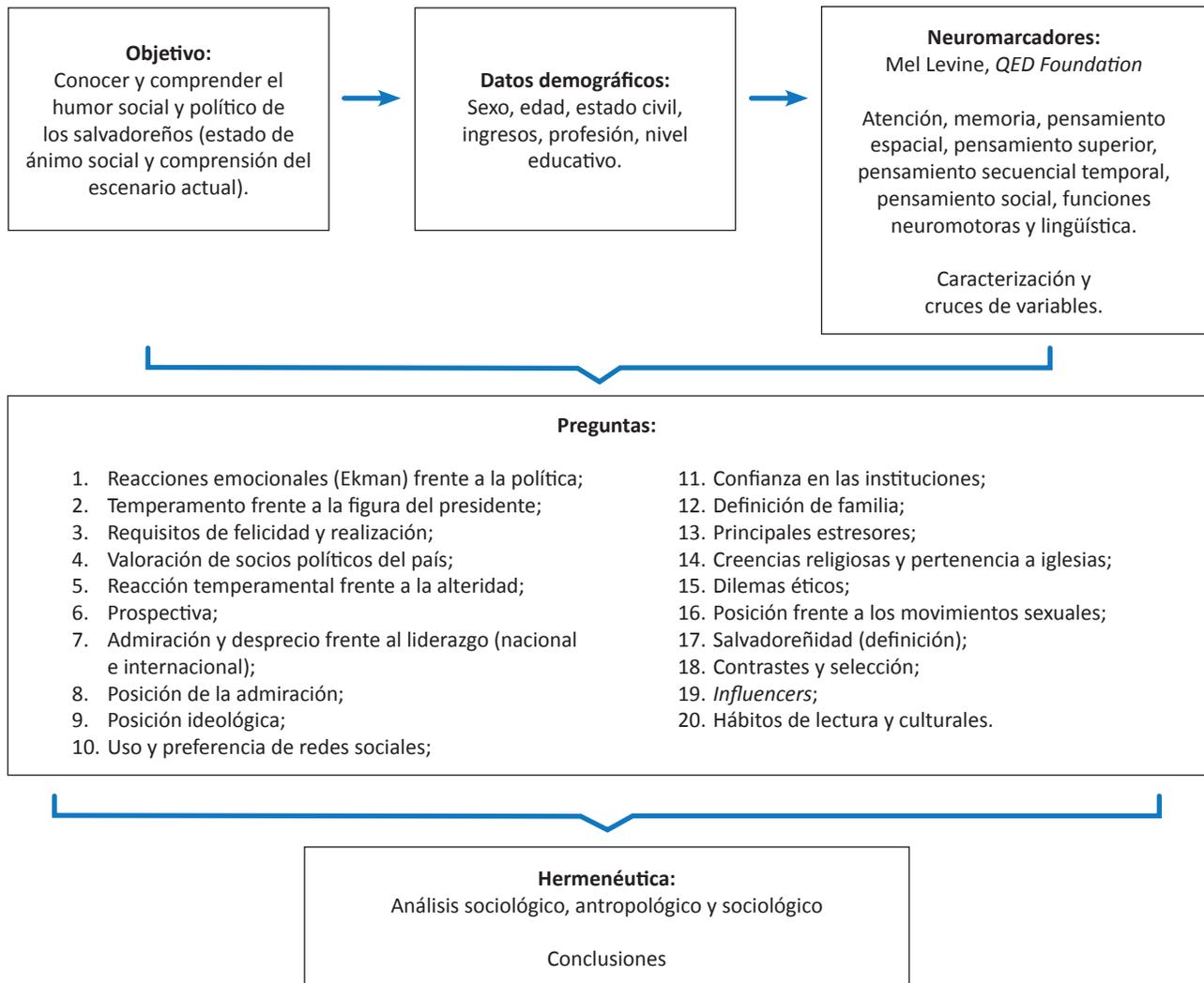
Esta investigación explora tendencias reactivas de un individuo frente a los diversos objetos de la realidad, y si la ideología expresa la manera como un grupo o clase social se relaciona con la realidad: cómo capta los objetos (categorización perceptiva: componente cognoscitivo), cómo los evalúa (valoración positiva o negativa: componente afectivo), y cómo actúa ante ellos (conductas socialmente posibles y aceptables: componente reactivo).

También hay una preocupación (y una búsqueda de respuesta), sobre las relaciones entre actitudes, conocimientos y opiniones de los ciudadanos; y cómo la propaganda y las redes sociales modifica estos elementos.

Para lograr estos propósitos se utilizaron algunos recursos psicométricos para medir constructos hipotéticos operacionalizando ciertas variables, considerando dirección, magnitud, ambivalencias, importancias, entre otras.

Finalmente, en la siguiente figura proponemos el modelo del estudio para que el lector tenga una idea general de la propuesta científica.

Figura 4
Modelo de investigación



Fuente: elaboración propia.

4. Metodología: sobre la encuesta

Ficha técnica de la encuesta

Tipo de estudio: cuantitativo.

Técnica de registro: cuestionario individual estructurado.

Tipo de entrevista: visita casa a casa, una persona elegible por vivienda.

Informante: persona mayor de 18 años.

Trabajo de campo: del 30 al 31 de octubre y del 01 al 04 de noviembre de 2021

Entrevistas efectivas: 1,210 boletas efectivas a nivel nacional.

Parámetros de muestreo: nivel de confianza 95%, error muestral $\pm 2.8\%$

Muestreo

Tabla 2

Detalle del muestreo realizado

Depto/Municipio	Rural		Rural total	Urbana		Urbana total	Gran total
	Hombre	Mujer		Hombre	Mujer		
AHUACHAPÁN	11	12	23	22	20	42	65
AHUACHAPÁN	6	7	13	11	11	22	35
ATIQUIZAYA	5	5	10	11	9	20	30
CABAÑAS	5	5	10	9	9	18	28
SENSUNTEPEQUE	5	5	10	9	9	18	28
CHALATENANGO	6	6	12	12	14	26	38
CHALATENANGO	6	6	12	12	14	26	38
CUSCATLÁN	7	8	15	15	17	32	47
SAN PEDRO PERULAPÁN	3	4	7	7	8	15	22
SAN RAFAEL CEDROS	4	4	8	8	9	17	25
LA LIBERTAD	19	17	36	48	59	107	143
CIUDAD ARCE	4	5	9	9	10	19	28
COLÓN	0	0	0	12	15	27	27
SAN JUAN OPICO	5	4	9	9	10	19	28
SANTA TECLA	6	5	11	11	13	24	35
ZARAGOZA	4	3	7	7	11	18	25

Depto/Municipio	Rural		Rural total	Urbana		Urbana total	Gran total
	Hombre	Mujer		Hombre	Mujer		
LA PAZ	11	10	21	21	22	43	64
OLOCUILTA	5	5	10	10	10	20	30
ZACATECOLUCA	6	5	11	11	12	23	34
LA UNIÓN	11	5	16	15	17	32	48
CONCHAGUA	5	3	8	8	8	16	24
LA UNIÓN	6	2	8	7	9	16	24
MORAZÁN	5	5	10	10	10	20	30
SAN FRANCISCO GOTERA	5	5	10	10	10	20	30
SAN MIGUEL	11	14	25	24	29	53	78
EL TRÁNSITO	3	4	7	8	9	17	24
SAN MIGUEL	8	10	18	16	20	36	54
SAN SALVADOR	17	15	32	162	164	326	358
APOPA	0	0	0	14	16	30	30
CIUDAD DELGADO	0	0	0	14	16	30	30
MEJICANOS	0	0	0	26	28	54	54
SAN MARTÍN	5	6	11	10	9	19	30
SAN SALVADOR	0	0	0	47	44	91	91
SANTO TOMÁS	7	4	11	9	10	19	30
SOYAPANGO	0	0	0	32	31	63	63
TONACATEPEQUE	5	5	10	10	10	20	30
SAN VICENTE	5	4	9	11	11	22	31
SAN VICENTE	5	4	9	11	11	22	31
SANTA ANA	19	20	39	37	39	76	115
CHALCHUAPA	4	4	8	9	8	17	25
EL CONGO	5	5	10	8	8	16	26
SAN SEBASTIÁN	4	4	8	8	9	17	25
SANTA ANA	6	7	13	12	14	26	39
SONSONATE	16	14	30	32	29	61	91
ARMENIA	6	4	10	11	7	18	28
JUAYÚA	5	5	10	9	9	18	28
SONSONATE	5	5	10	12	13	25	35
USulután	14	12	26	22	23	45	71
JIQUILISCO	6	6	12	9	10	19	31
USULUTÁN	8	6	14	13	13	26	40
Total	157	147	304	440	463	903	1207

Fuente: elaboración propia.

5. Resultados

Introducción a los aspectos sociodemográficos

La muestra seleccionada cumple con los criterios estadísticos de ser una muestra representativa a nivel nacional, bajo un muestreo aleatorio sistemático probabilístico, estratificado por zona y sexo, y proporcional a la población departamental con los parámetros siguientes: nivel de confianza 95 %, error muestral de ± 2.8 %; obteniendo así una muestra de 1207 encuestas efectivas. La población base para este estudio es tomada del Censo 2007, levantado por la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC). Las encuestas fueron levantadas en 37 municipios correspondientes a los 14 departamentos.

En un 75 % los encuestados son residentes de la zona urbana, y un 25 % de la zona rural. El 50.5 % de los participantes son mujeres y el 49.5 % hombres. Aproximadamente el 85 % de los participantes por su edad (18 a 60 años), son parte de la población económicamente activa; aunque solo el 63.5 % expresó estar trabajando al momento de ser entrevistado. Explorando la actividad económica a la que se dedican, solo el 40 % expresa estar empleado, el resto si trabaja, pero en actividades que quizá no les permite contar con las prestaciones mínimas de un empleo (seguro, AFP, aguinaldo, otras).

La formación académica del 80 % de encuestados no supera el grado académico de bachillerato, factor que podría estar viéndose relacionado en los bajos ingresos (ingresos de menos de \$211 a \$500) que el 75 % de las familias reciben como promedio mensual; un 28 % reciben remesas. Las remesas, para algunas de estas familias, pueden ser el complemento para cubrir las necesidades básicas demandadas en el hogar.

1. Configuración de inteligencias de los salvadoreños

Tal como se puede apreciar en la siguiente tabla, desde el punto de vista estructural, los sistemas dominantes de los salvadoreños son los constructos de “memoria” (20.7 %), “pensamiento social” (16.2 %) y “pensamiento superior” (16 %); mientras que los más débiles son el “pensamiento secuencial temporal” (4.4 %) y el “pensamiento espacial” (4.6 %); los demás constructos (lingüística, neuromotor y atención) posee una representación equilibrada.

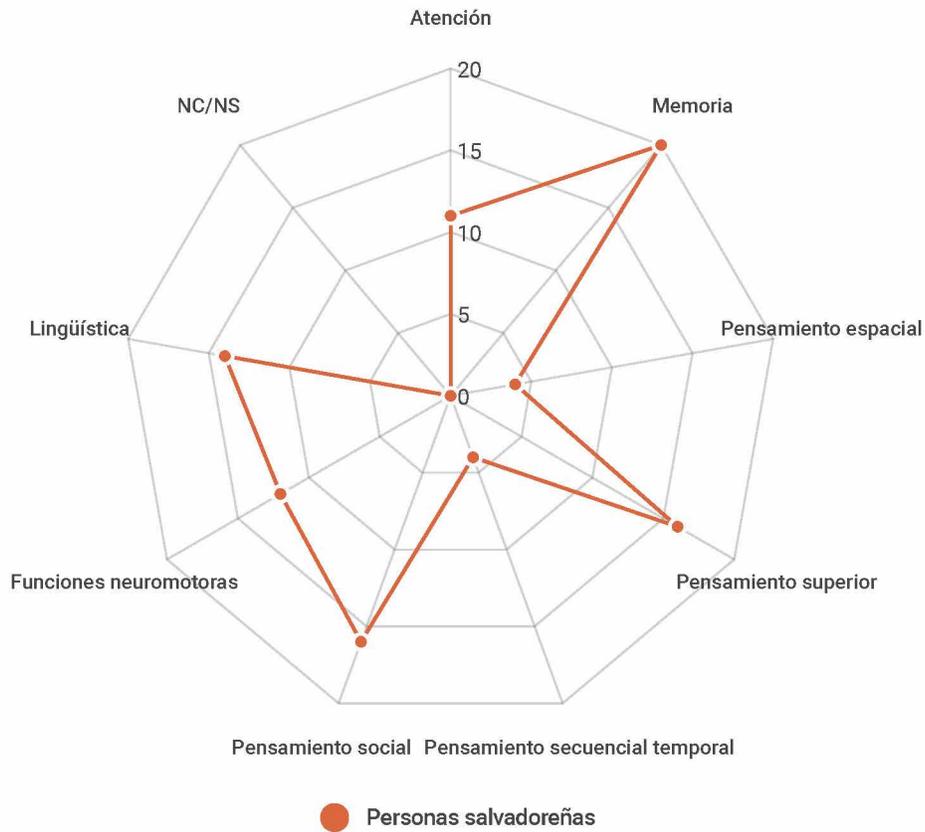
¿Qué deducimos de esta fotografía?

Constructo	Pensamiento secuencial temporal	Pensamiento espacial	Atención	Neuromotor	Lingüística	Pensamiento superior	Pensamiento social	Memoria
Porcentaje	4.4	4.6	11.3	12.3	14.3	16	16.2	20.7
Situación								

Fuente: elaboración propia.

- En la distribución y dispersión de datos hay más factores con una representación positiva o alta que negativa o baja (3 a 2);
- La inteligencia o sistema que predomina es la “conductista” más que “constructivista”, léase memoria; esto se atribuye al modelo pedagógico del sistema educativo. Podría afirmarse que el salvadoreño promedio ha sido marcado o configurado por una escuela conductista;
- Junto con la memoria, el pensamiento social y superior representan un valor agregado, ya que existe una orientación al pensamiento abstracto, creativo y diseño de soluciones con un enfoque o proyección de afabilidad;
- Atención, lingüística y funciones neuromotrices, guardan un equilibrio en la configuración y distribución de datos;
- Los puntos débiles: secuencias, fechas, hilvanación temporal y las representaciones abstractas de la realidad en nuestro cerebro.

Figura 5
Neuromarcadores



Fuente: elaboración propia.

En síntesis, el salvadoreño promedio tiende a memorizar, es empático y posee buenas capacidades de pensamiento abstracto y lógico. Sus habilidades de atención, lingüísticas, comunicacionales y sus capacidades artísticas y/o deportivas están en un rango promedio; mientras que sus puntos débiles son las competencias para crear representaciones abstractas y secuenciales de la realidad.

2. Emociones y política

Las emociones predominantes de los salvadoreños frente a la política son “alegría” (24.4 %), “sorpresa” (22.2 %) y “tristeza” (18.1 %); presentan un cuadro optimista y de hecho las emociones menos representativas son aversión y desprecio. Se puede interpretar que hay una conexión o interés entre la ciudadanía y el acontecer político.

Figura 6

¿Cuál de las siguientes emociones refleja su situación frente a la política salvadoreña?



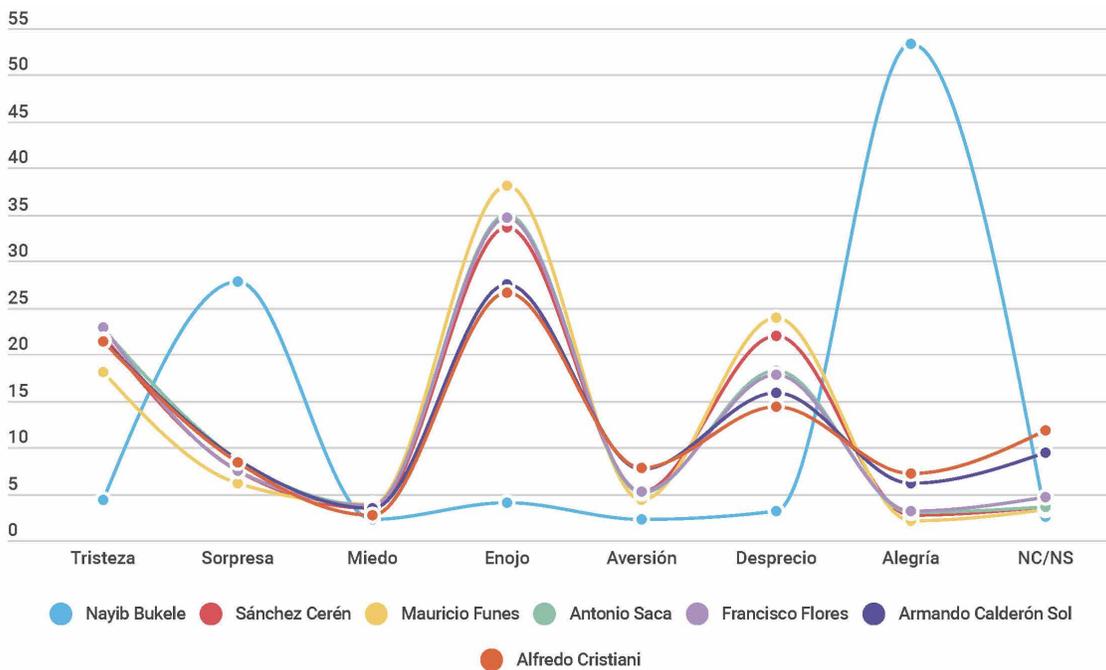
Fuente: elaboración propia.

3. Emociones y presidentes

El presidente Bukele genera alegría y sorpresa; el resto de los ex presidentes (Sánchez Cerén, Saca, Funes, Flores, Calderón Sol y Cristiani) generan enojo, desprecio y tristeza; mientras que el ex presidente con más animadversión es Mauricio Funes.

Figura 8

Las emociones hacia los últimos presidentes (comparativo)



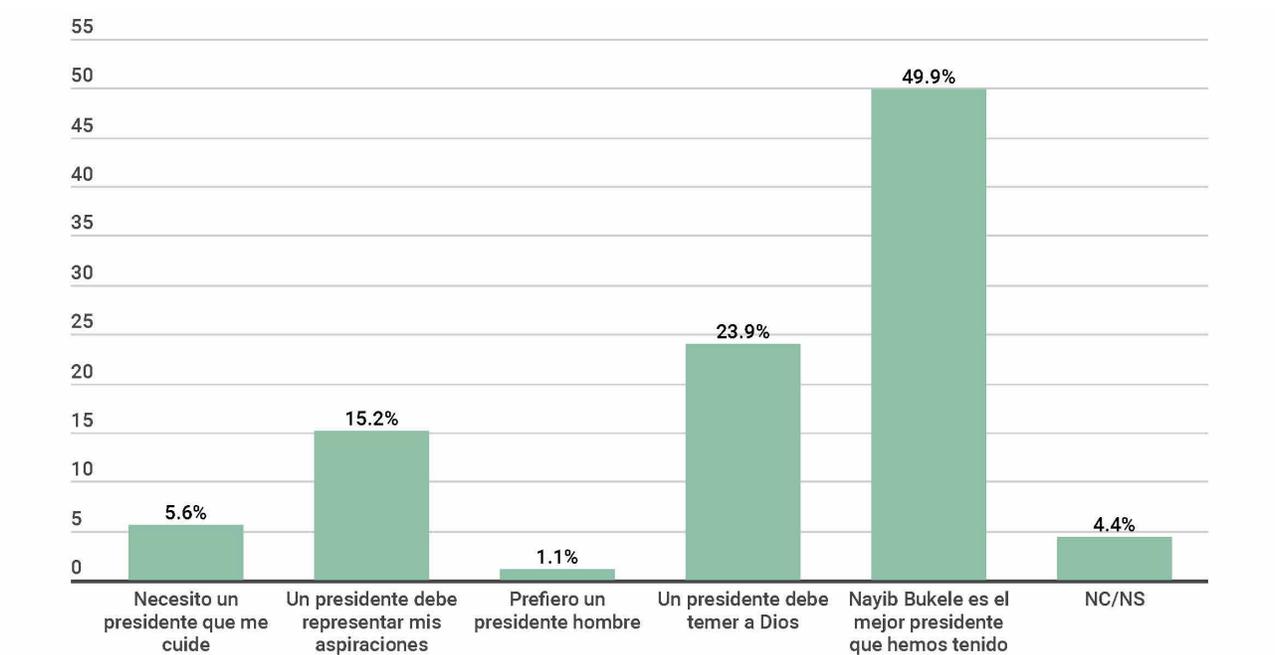
Fuente: elaboración propia.

4. Identificación en la relación con el presidente

Casi la mitad de los entrevistados señalan que Bukele es el mejor presidente que ha tenido el país; a la vez, indican que un mandatario debe temer a Dios y representar las aspiraciones de los ciudadanos.

Figura 9

¿Con cuál de las siguientes afirmaciones usted se identifica más?



Fuente: elaboración propia.

5. Imagen y reputación del presidente

A Bukele se le percibe como el presidente “amigo”, “empresario” y “autoritario”, tres categorías que lo etiquetan o definen desde la perspectiva ciudadana.

Figura 10

Según usted, ¿cómo es Nayib Bukele?



Fuente: elaboración propia.

Figura II

Según usted ¿cómo es Nayib Bukele?



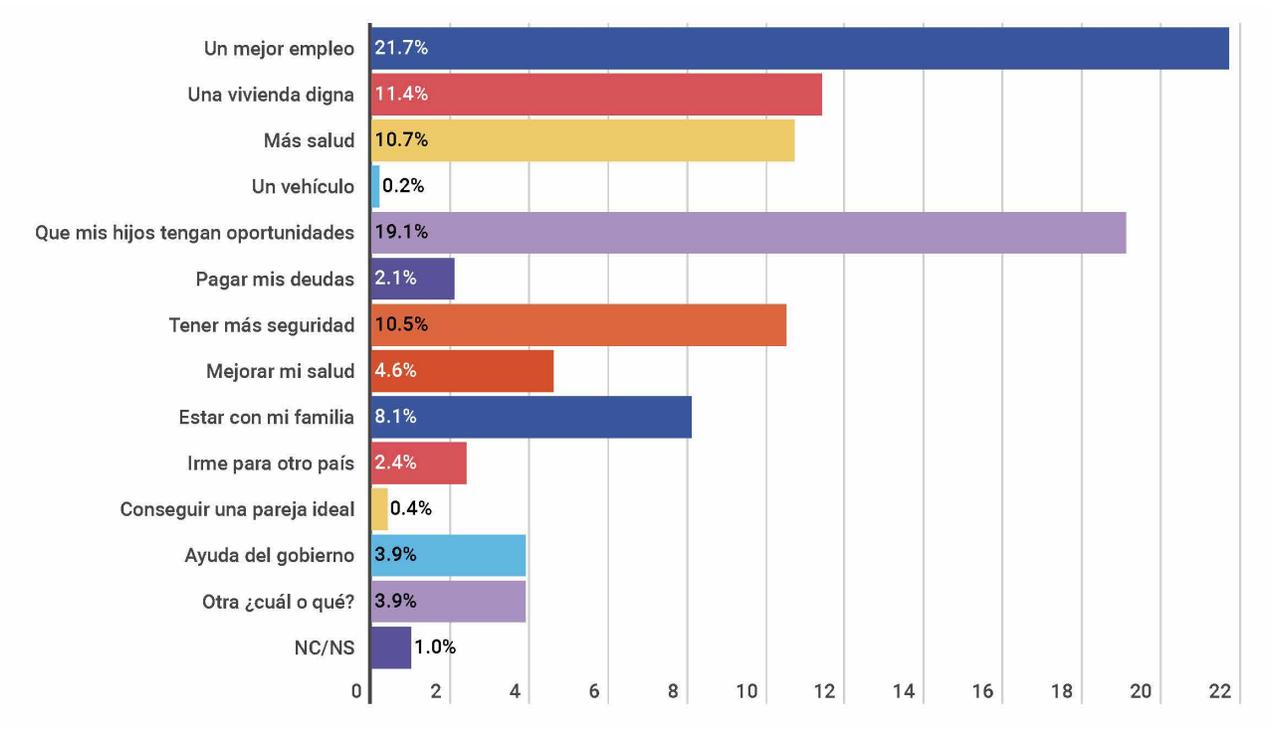
Fuente: elaboración propia.

Las personas sobre todo conciben a Nayib Bukele como un amigo, compasivo y como un instrumento de Dios; sin embargo, hay un importante porcentaje que lo concibe como autoritario y prepotente.

6. Realización

La felicidad, en opinión de los salvadoreños, se logra con un mejor empleo, más oportunidades para los hijos, una vivienda digna, salud y seguridad; al parecer estas son las claves del bienestar.

Figura 12
Sobre realización y felicidad



Fuente: elaboración propia.

Figura 13

¿Qué necesita más usted, para ser más feliz?



Fuente: elaboración propia.

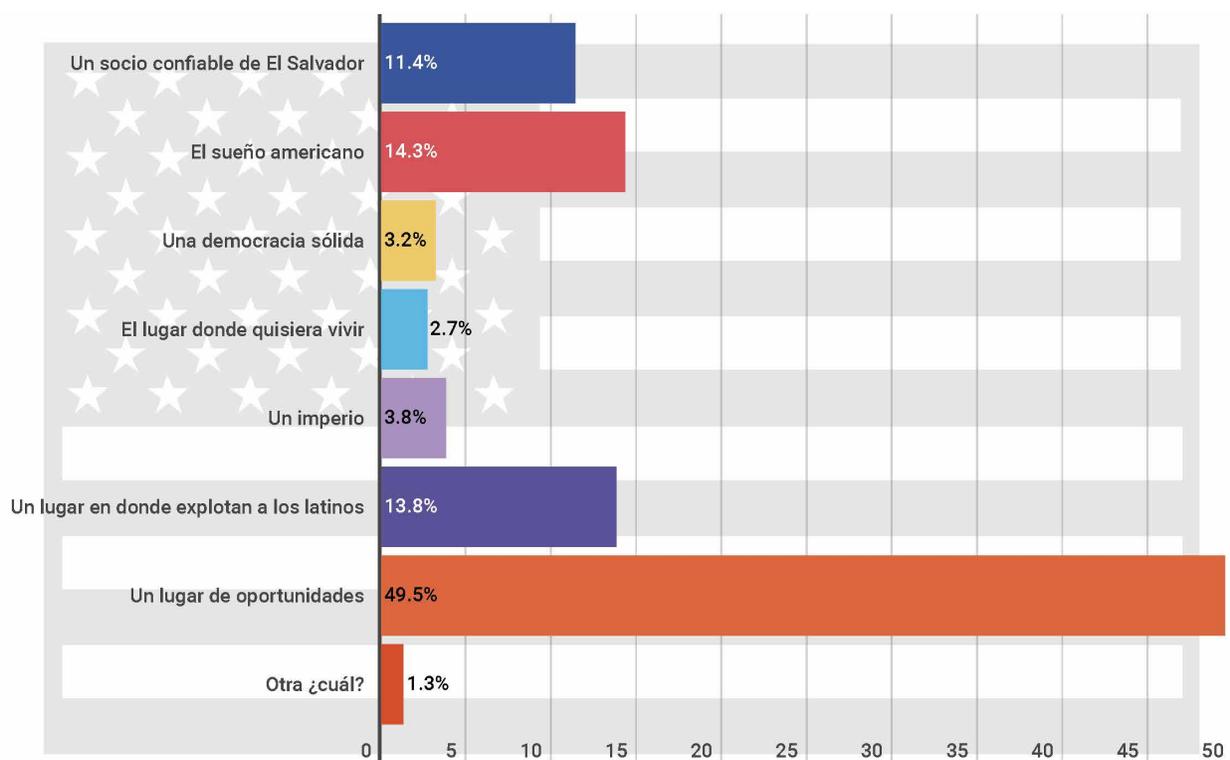
Las personas sobre todo manifiestan que necesitan a Dios, necesitan mejor educación, mejores ingresos, estabilidad y que mejore la economía.

7. La imagen de Estados Unidos

El principal socio comercial y lugar en donde residen casi dos millones de salvadoreños es definido como “lugar de oportunidades”, “sueño americano”, “lugar en dónde explotan a los latinos” y “socio confiable de El Salvador”.

Figura 14

Para usted, Estados Unidos es...



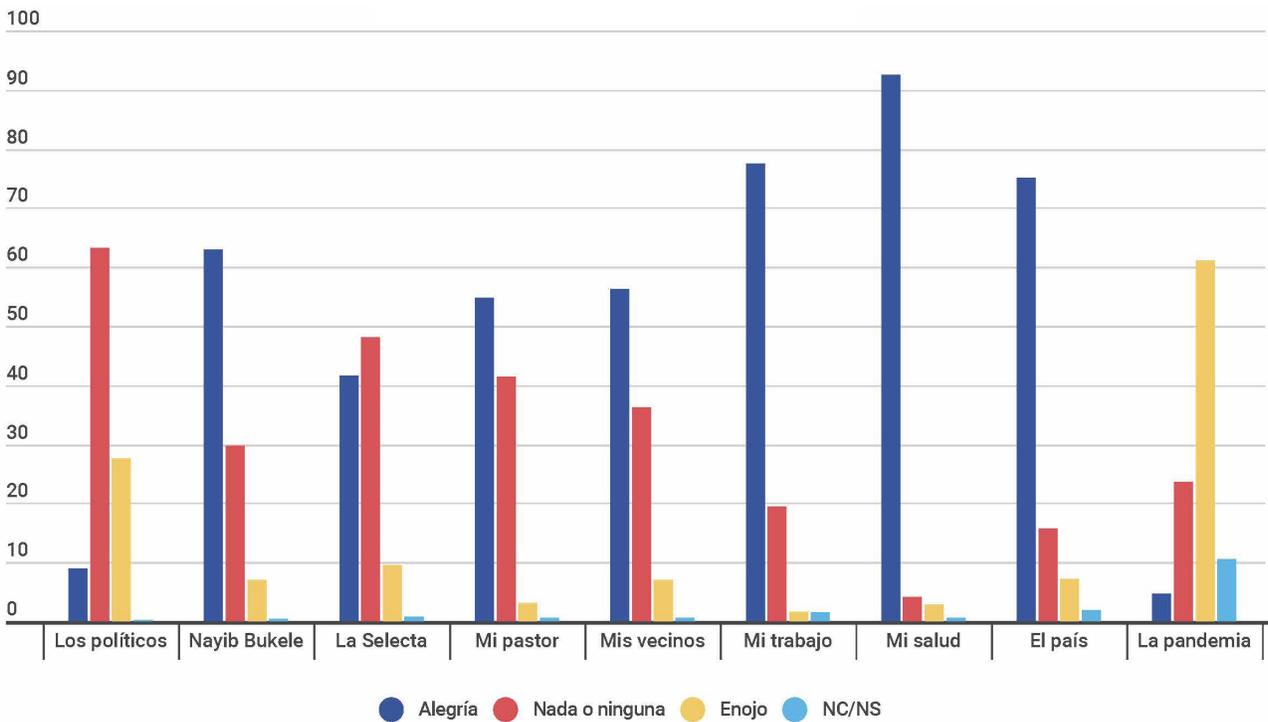
Fuente: elaboración propia.

8. Contrastes emocionales

Los encuestados se asocian, identifican o valoran en rangos altos de alegría: su salud, su trabajo y su país; en una segunda escala, al presidente Bukele, a su pastor y vecinos; en contraste, les causa enojo la pandemia y los políticos.

Figura 15

Le presentaré algunas personas o circunstancias, por favor indíqueme con cuál de las tres opciones las asocia



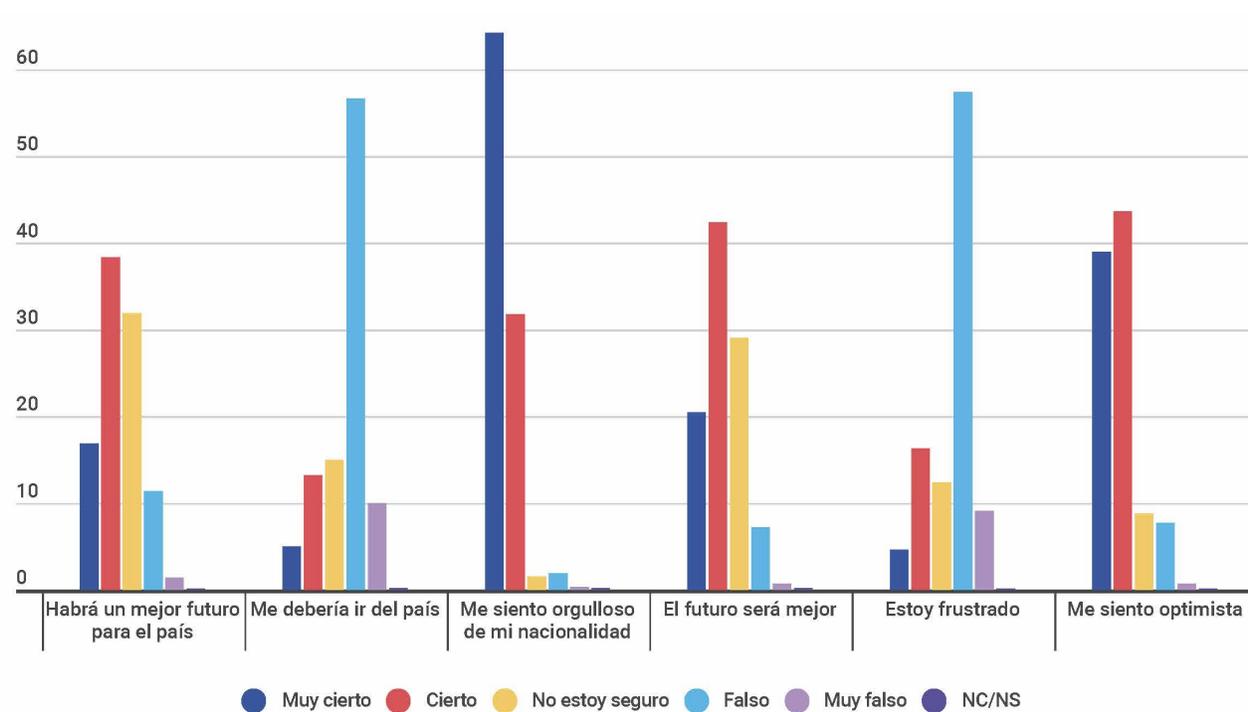
Fuente: elaboración propia.

9. Definiciones de prospectiva

Más de la mitad de los encuestados se sienten orgullosos de su nacionalidad; casi cuatro de cada diez se sienten optimistas; perciben que el futuro será mejor.

Figura 16

Le presentaré algunas definiciones, ¿me puede indicar si son muy ciertas, ciertas, no está seguro, falso o muy falso?



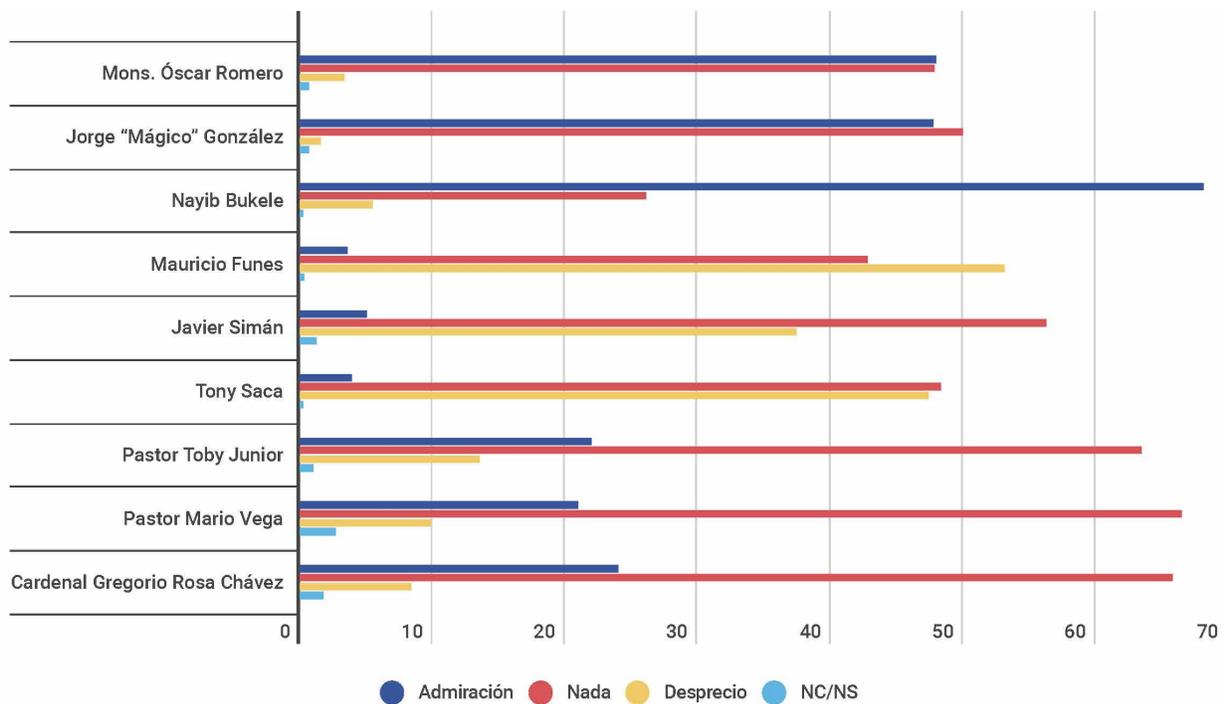
Fuente: elaboración propia.

10. Referentes nacionales

Los personajes nacionales a los que más admiran los salvadoreños son Bukele, San Óscar Romero y Jorge “El Mágico” González; y a los que más desprecian son Mauricio Funes, Tony Saca y Javier Simán. Las figuras nacionales religiosas (Toby Jr., pastor Mario Vega y Cardenal Rosa Chávez) no generan una reacción de admiración o desprecio.

Figura 17

Le voy a mencionar algunos personajes importantes de El Salvador, por favor indíqueme si le inspiran admiración, nada o desprecio



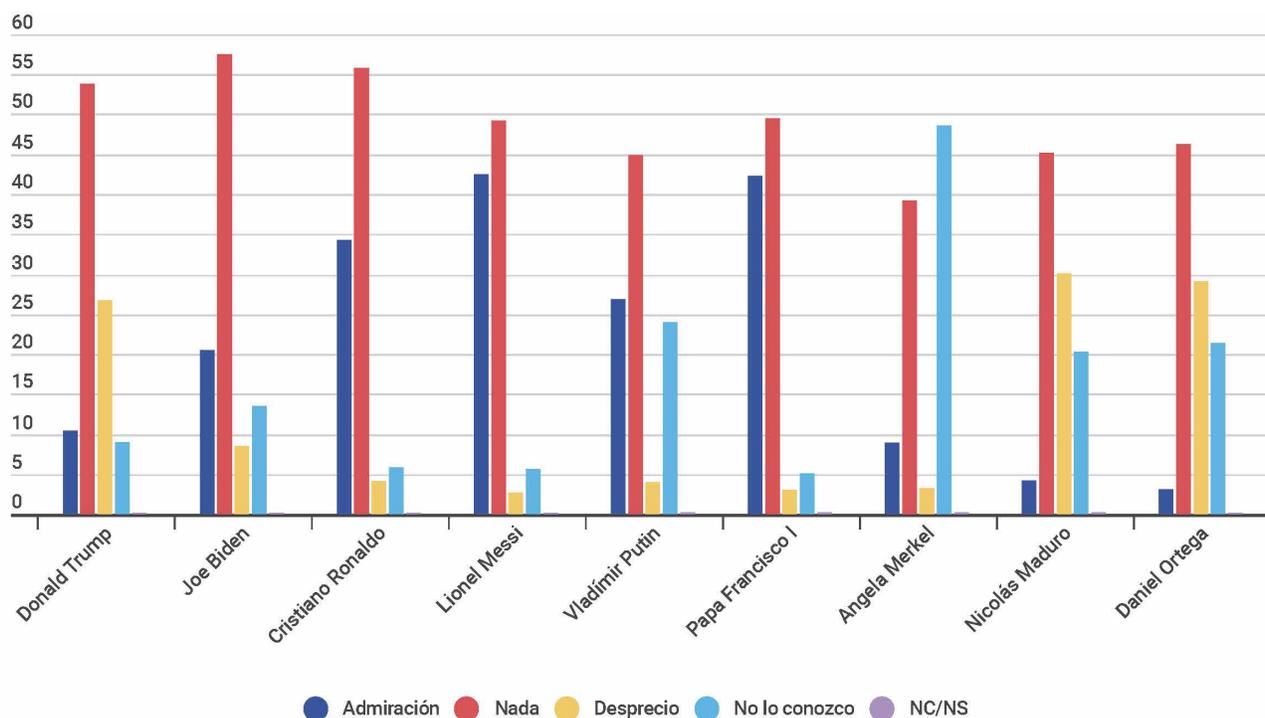
Fuente: elaboración propia.

11. Referentes internacionales

Los referentes internacionales que son más admirados por los salvadoreños son Lionel Messi, Papa Francisco I y Cristiano Ronaldo; mientras, los más despreciados son Nicolás Maduro y Donald Trump; los más desconocidos por los salvadoreños son Ángela Merkel y Vladímir Putin.

Figura 19

Ahora, le voy a mencionar algunos personajes importantes a nivel internacional, indíqueme si le inspiran admiración, nada o desprecio



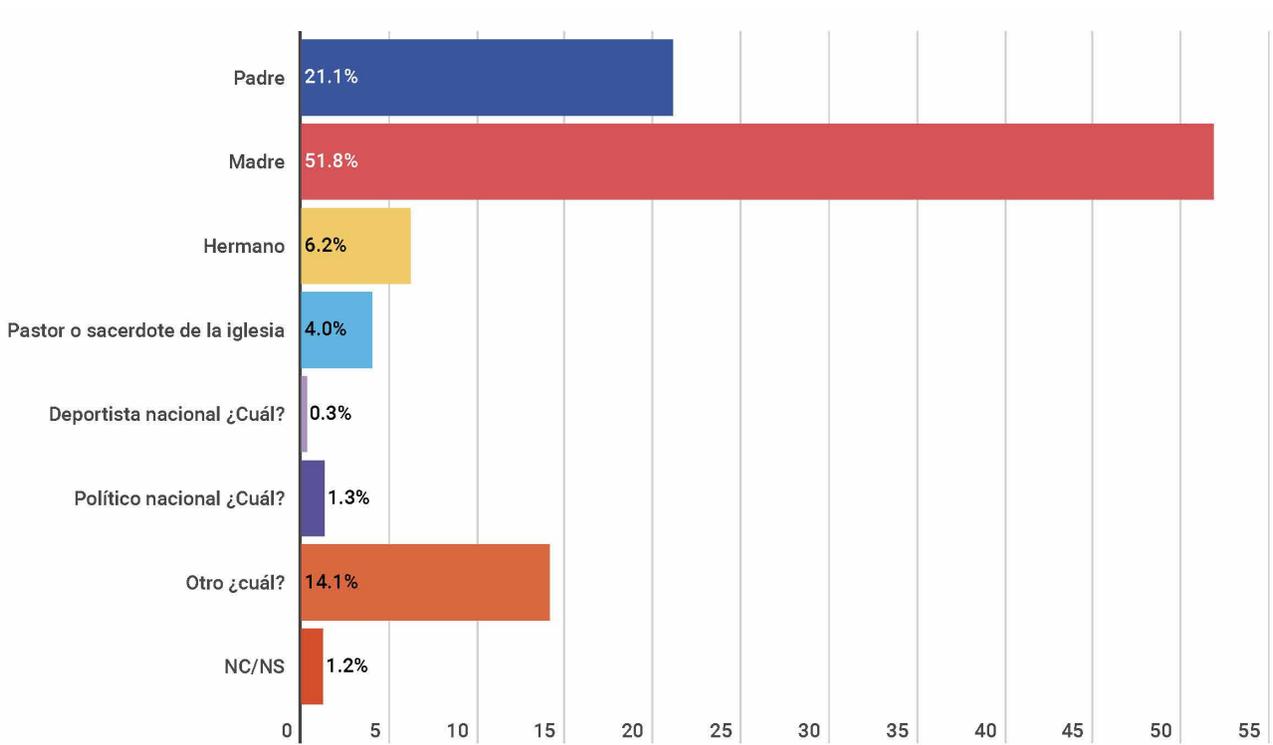
Fuente: elaboración propia.

12. Admiración

El salvadoreño promedio admira, sobre otras figuras familiares, a su madre; casi el doble que a su padre o que a otros familiares.

Figura 20

¿A quién admira más en su entorno más cercano?



Fuente: elaboración propia.

Figura 21

¿A quién admira más en su entorno más cercano? Otro ¿cuál?



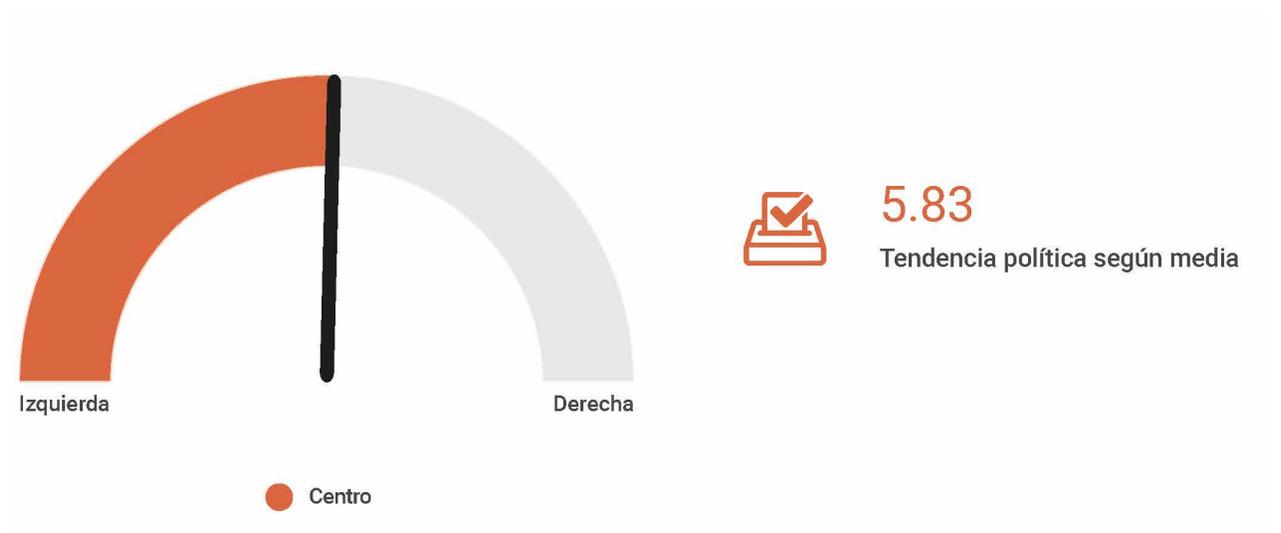
Fuente: elaboración propia.

13 y 14. Escala ideológica

Más de la mitad de los salvadoreños se ubican en una escala ideológica al centro y centro-derecha; la posición de izquierda se ha debilitado significativamente en los últimos tiempos.

Figura 22

¿Cómo se define usted políticamente hablando? En dónde 1 es muy de izquierda y 10 muy de derecha, marque en la escala que mejor le identifique



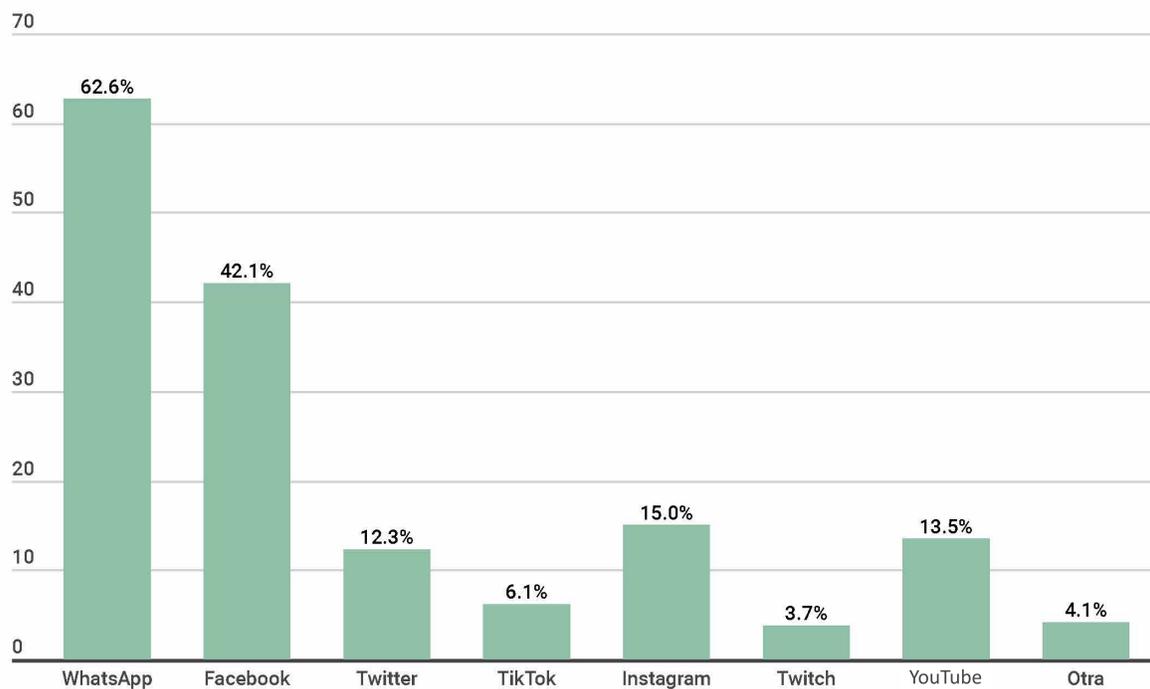
Fuente: elaboración propia.

15. Redes sociales

Las redes sociales preferidas de los salvadoreños son WhatsApp y Facebook; otras redes como Instagram, YouTube y Twitter están muy por debajo de las dos primeras.

Figura 23

¿Cuál es su red social preferida?



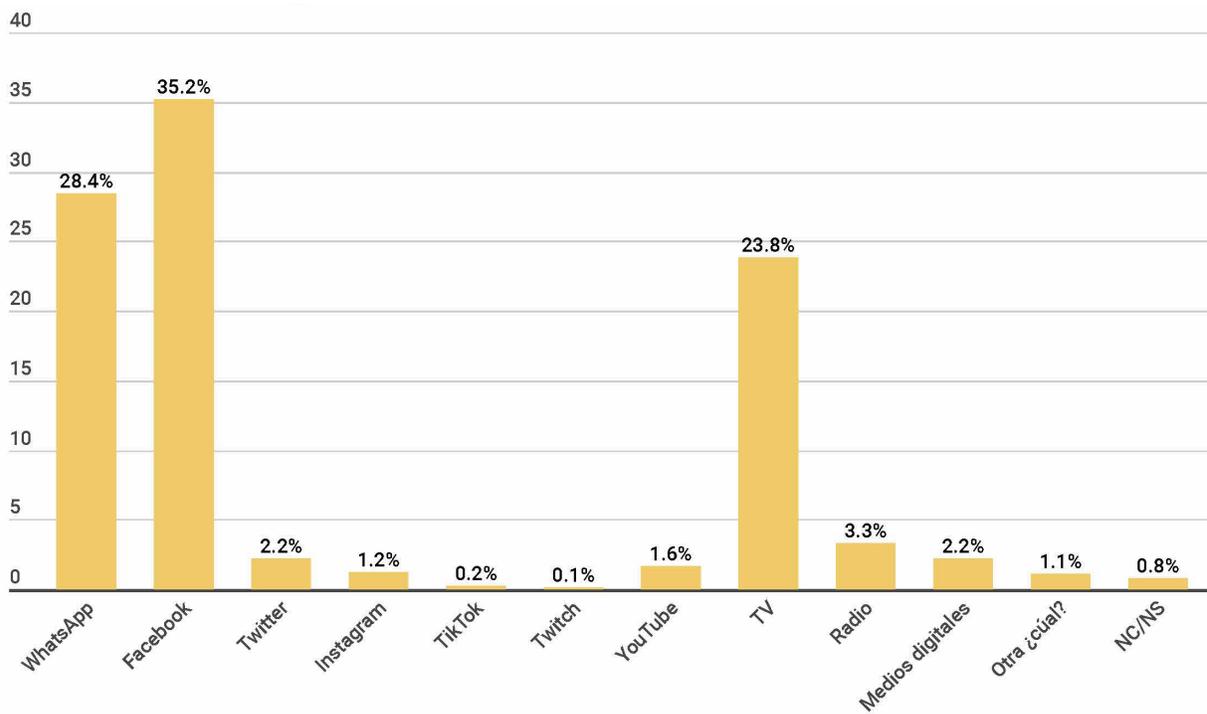
Fuente: elaboración propia.

16. Medios de información

La población salvadoreña se informa por Facebook, WhatsApp y televisión.

Figura 24

¿Por cuál medio usted se informa más?



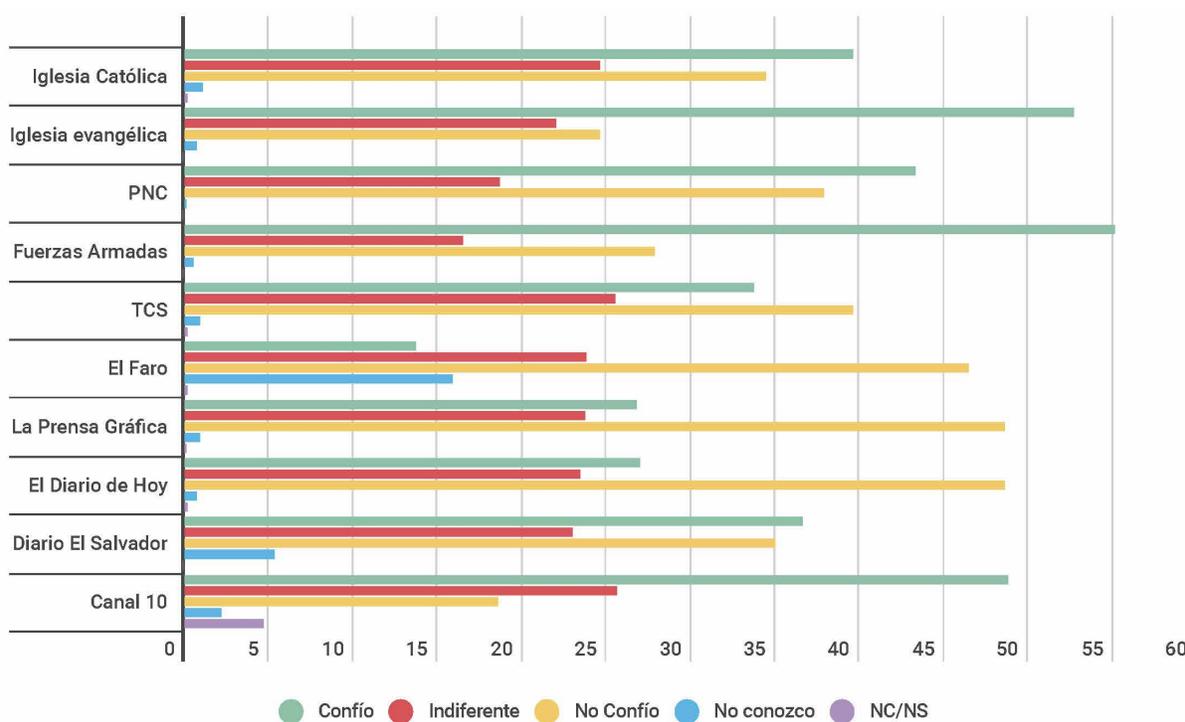
Fuente: elaboración propia.

17. Confianza en las instituciones

Las instituciones y/o medios en los cuales confían más los salvadoreños son: Fuerzas Armadas, Iglesia evangélica y Canal 10; los menos confiables son: La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y El Faro.

Figura 25

Le propondré un listado de instituciones, me puede decir ¿qué tanto confía en ellas?



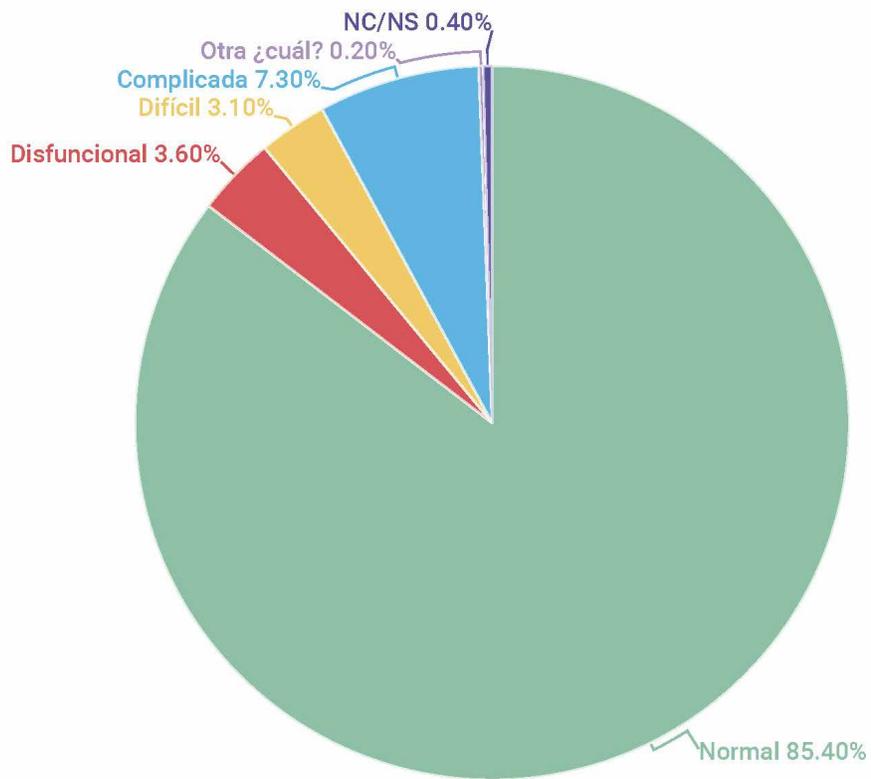
Fuente: elaboración propia.

18. Familia

Casi nueve de cada diez salvadoreños definen a su familia como “normal”; apenas un 7.3 % la presenta como complicada y un 3.6 % como disfuncional.

Figura 26

¿Cómo define usted a su familia?



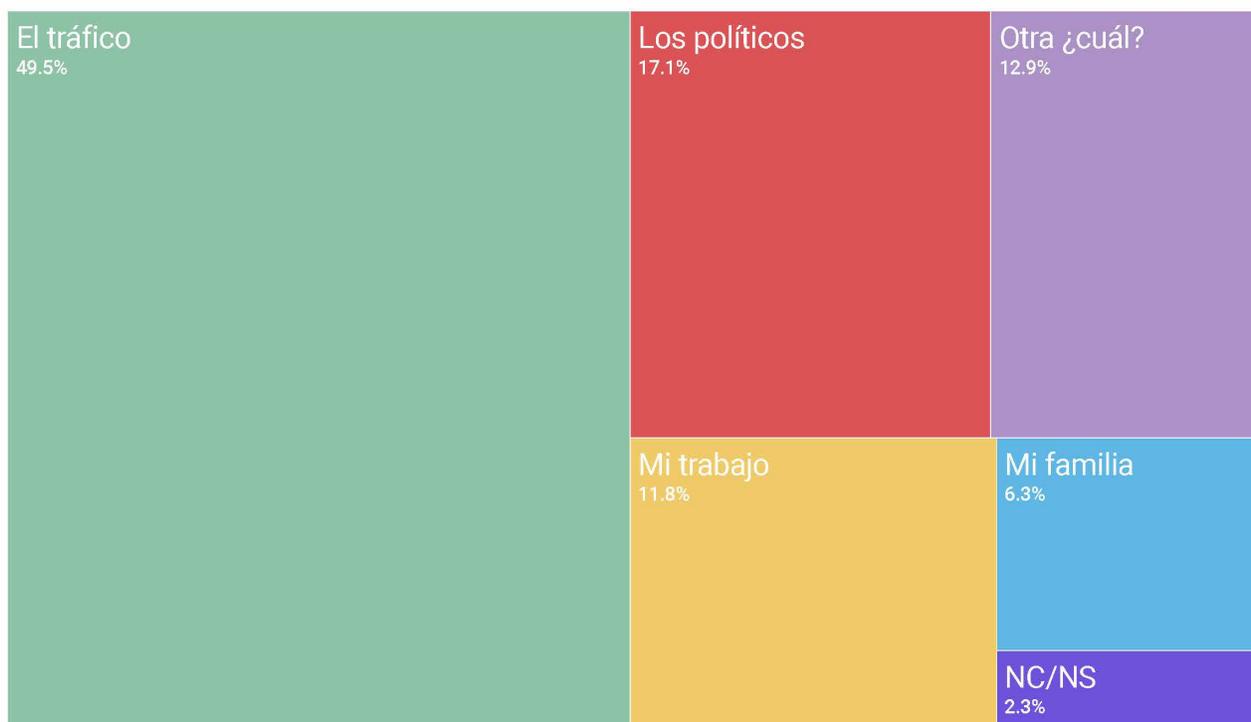
Fuente: elaboración propia.

19. Estresores

La mitad de los salvadoreños manifiestan que el tráfico es el principal generador de estrés; 17.1 % agregan que son los políticos los que le ocasionan estrés, y 11.8 % su trabajo.

Figura 27

¿Qué factores o cosas a usted le generan estrés?



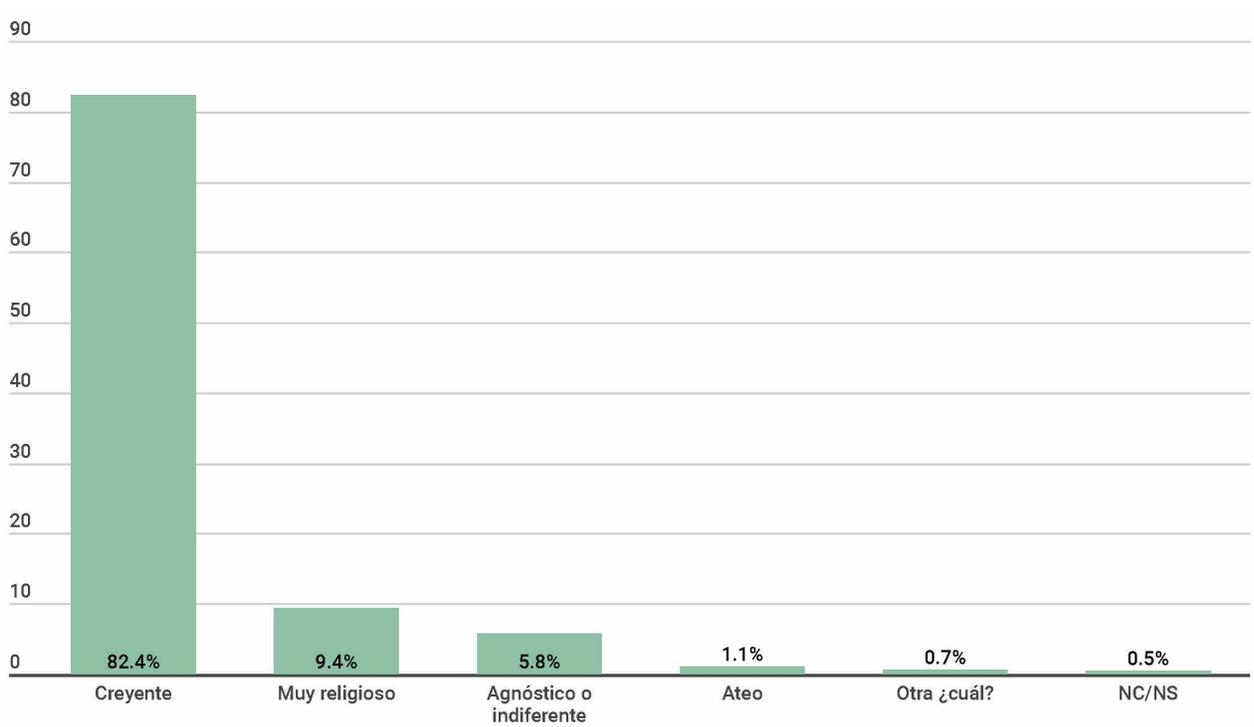
Fuente: elaboración propia.

20. Creencias religiosas

El 82.4 % de los salvadoreños se definen como “creyentes”; el 9.4 % muy religioso y el 5.8 % agnóstico o indiferente.

Figura 29

Respecto a las creencias religiosas, ¿usted se considera?



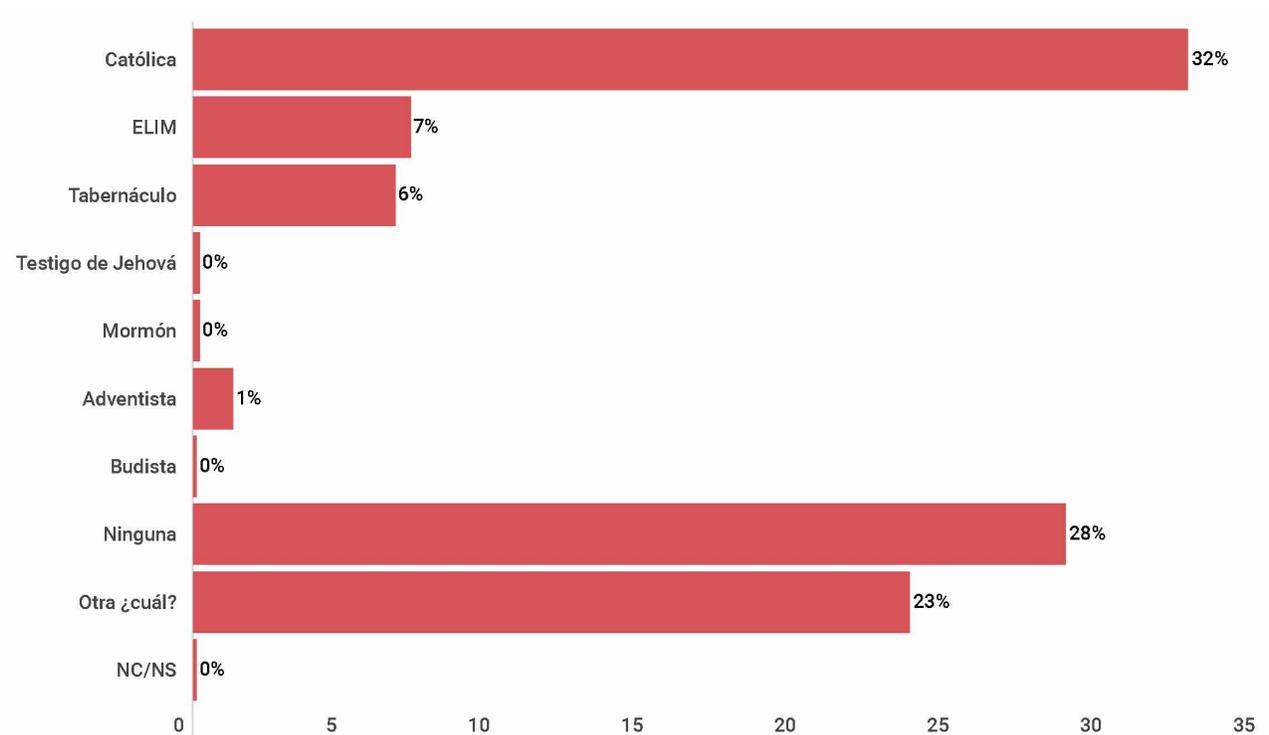
Fuente: elaboración propia.

21. Pertenencia a iglesias

El 32.5 % de los salvadoreños se definen como católicos; un 28.5 % manifiesta no pertenecer a ninguna iglesia, mientras que un 15.4 % pertenecen a otras iglesias cristianas.

Figura 30

¿A qué iglesia usted pertenece?



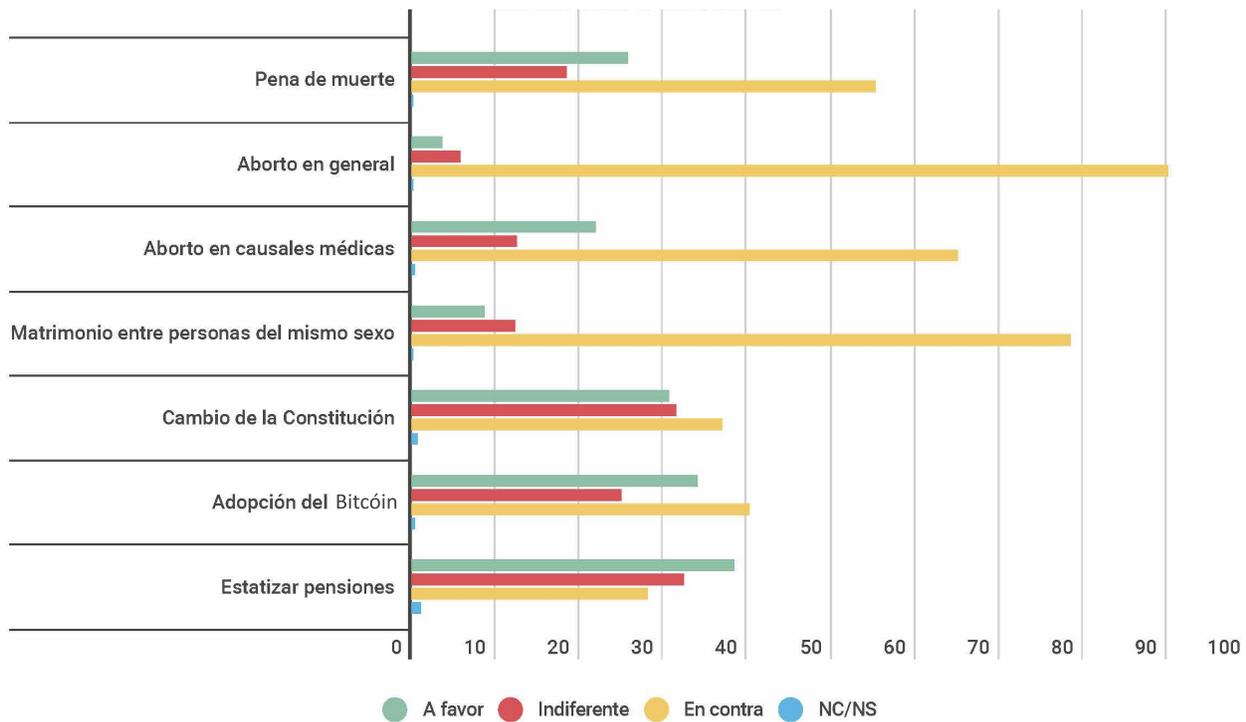
Fuente: elaboración propia.

22. Dilemas éticos

Nueve de cada diez salvadoreños están en contra del aborto y dos de cada diez a favor del aborto terapéutico. El 25 % de los salvadoreños apoyan la pena de muerte; ocho de cada diez están en contra del matrimonio entre personas del mismo sexo. El cambio de constitución, la adopción del bitcón como moneda de curso legal y la estatización de las pensiones son temas que cuentan con opiniones divididas.

Figura 31

Le propondré algunos temas polémicos, favor indíqueme si está a favor, indiferente o en contra



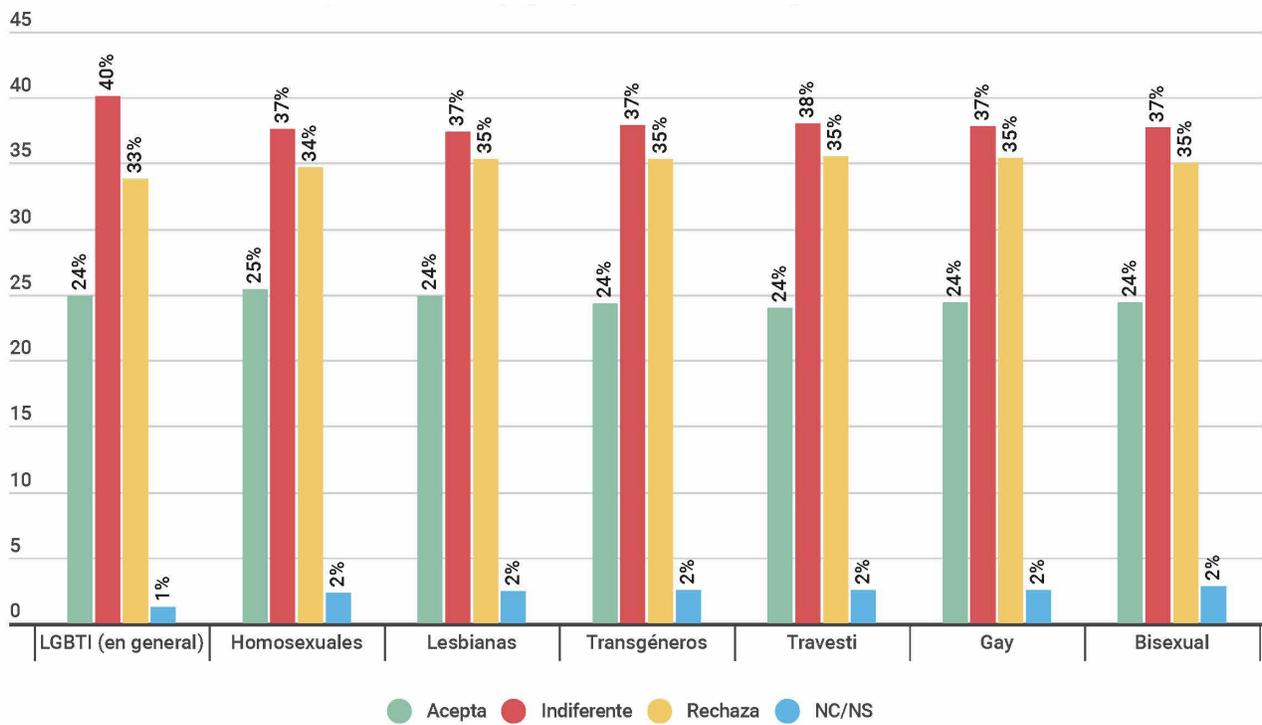
Fuente: elaboración propia.

23 y 24. Colectivos sexuales

Los movimientos LGBTI y otros asociados son vistos con indiferencia; sólo cuentan con el apoyo del 24 % de los salvadoreños y un mayor rechazo. Las razones de rechazo son de índole bíblica o religiosa.

Figura 32

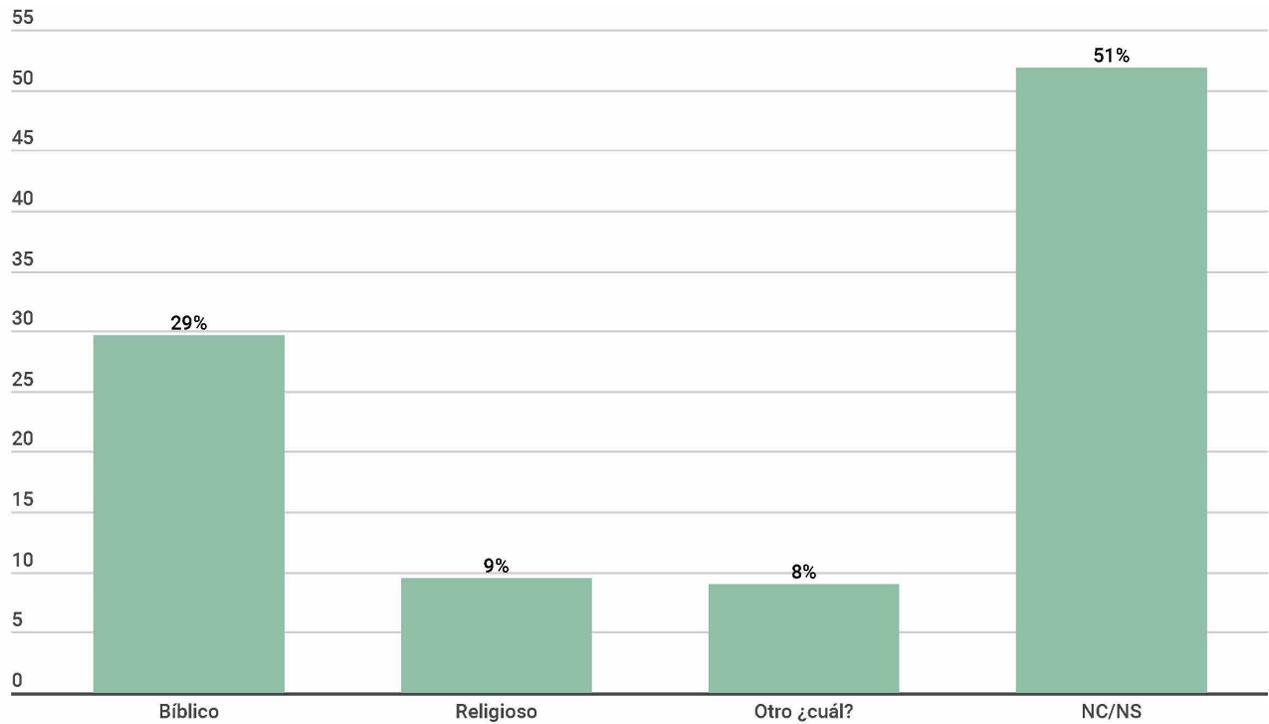
En la actualidad hay diversos movimientos y teorías sobre la sexualidad, quisiéramos saber su posición respecto a ciertos grupos, en términos de aceptación o rechazo



Fuente: elaboración propia.

Figura 33

En caso de rechazo, su fundamento es...



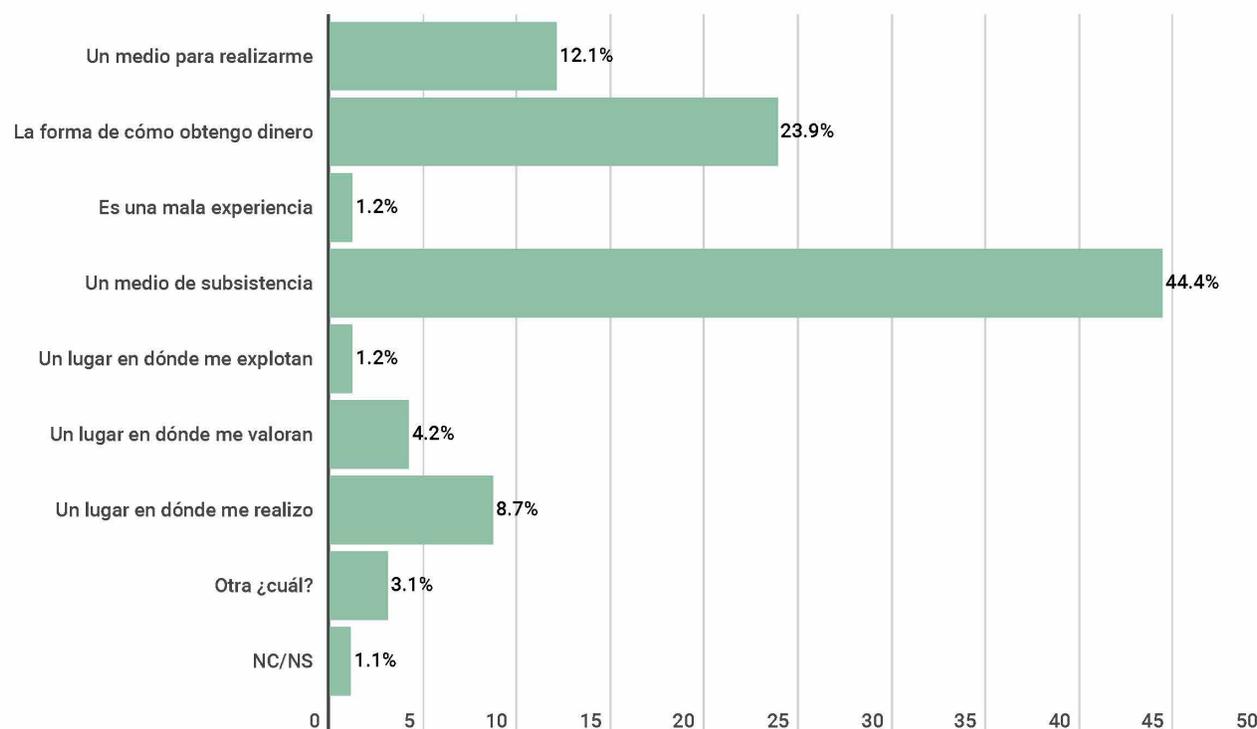
Fuente: elaboración propia.

25. El trabajo

El trabajo es definido por los salvadoreños como un medio de subsistencia para conseguir dinero; otras opciones como explotación, valoración o realización poseen bajas ponderaciones.

Figura 34

¿Qué es para usted el trabajo?



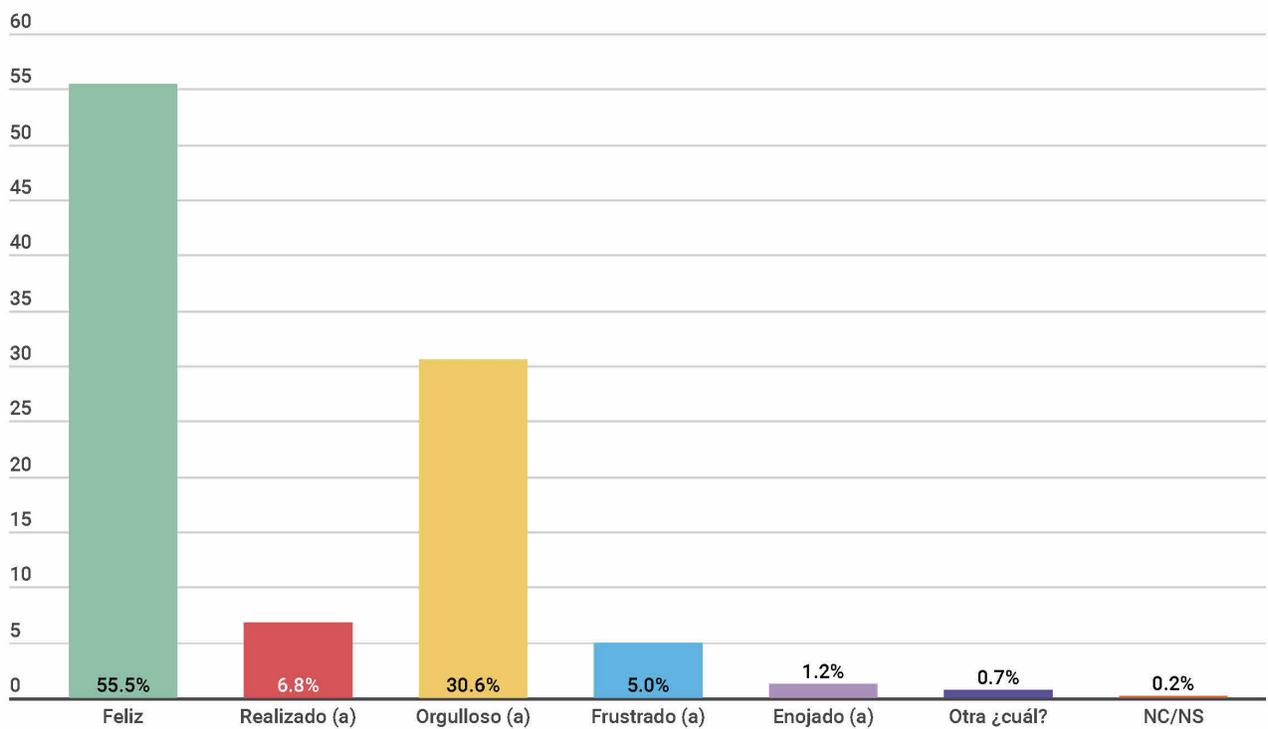
Fuente: elaboración propia.

26. Estado emocional del salvadoreño

Como salvadoreños, la mayoría se siente feliz y orgullosa; las visiones pesimistas o negativas son poco significativas.

Figura 35

En una palabra, como salvadoreño ¿usted se siente?



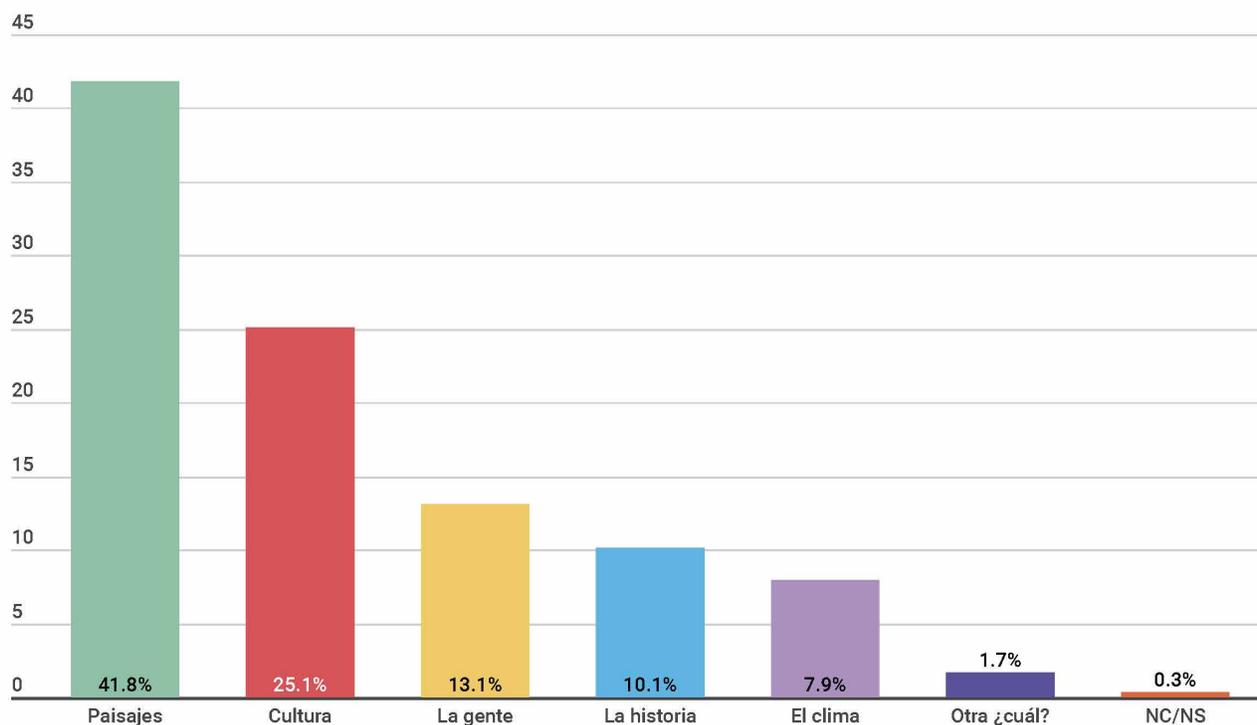
Fuente: elaboración propia.

27. Lo que más admira de El Salvador

El salvadoreño lo que más admira del país son los paisajes y la cultura; la historia y el clima poseen baja valoración.

Figura 36

Como salvadoreño, ¿qué es lo que más admira del país?



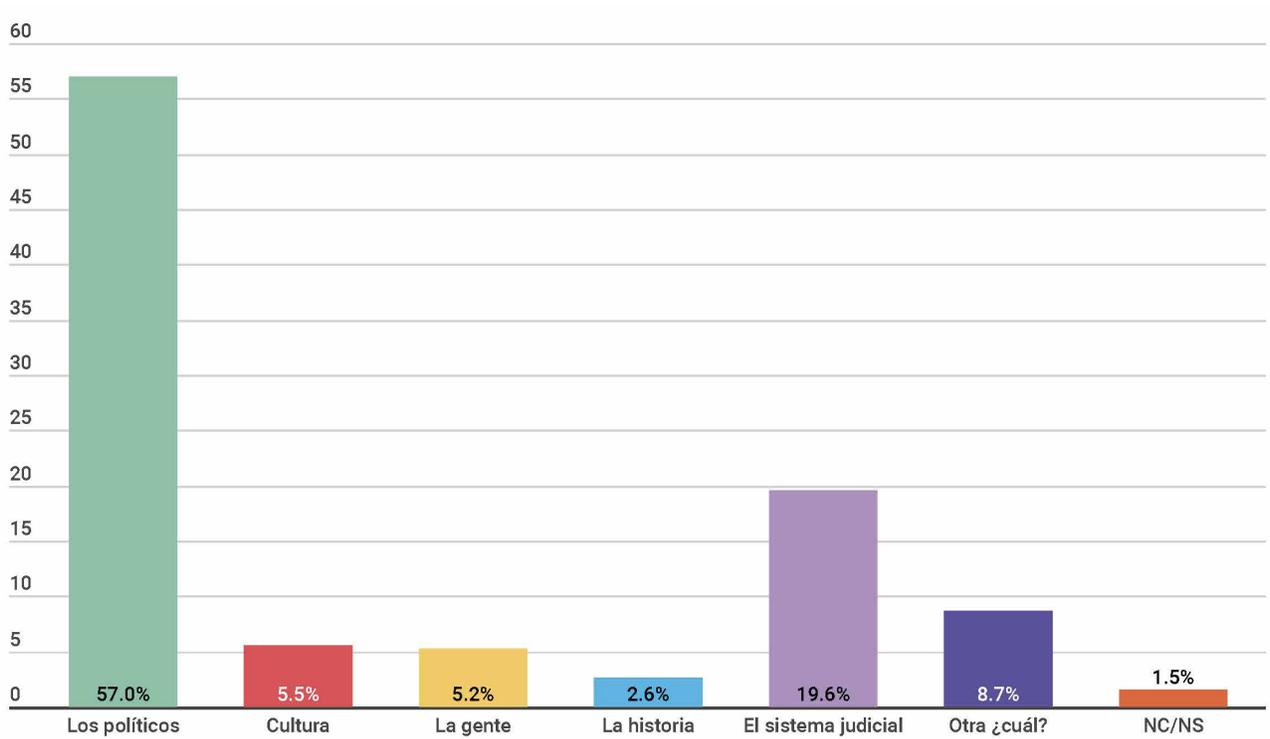
Fuente: elaboración propia.

28. Lo que más le disgusta de El Salvador

A seis de cada diez salvadoreños lo que más le disgusta es la política; sigue el sistema judicial con 19.6 % de rechazo.

Figura 37

Como salvadoreño, ¿qué es lo que más le disgusta del país?



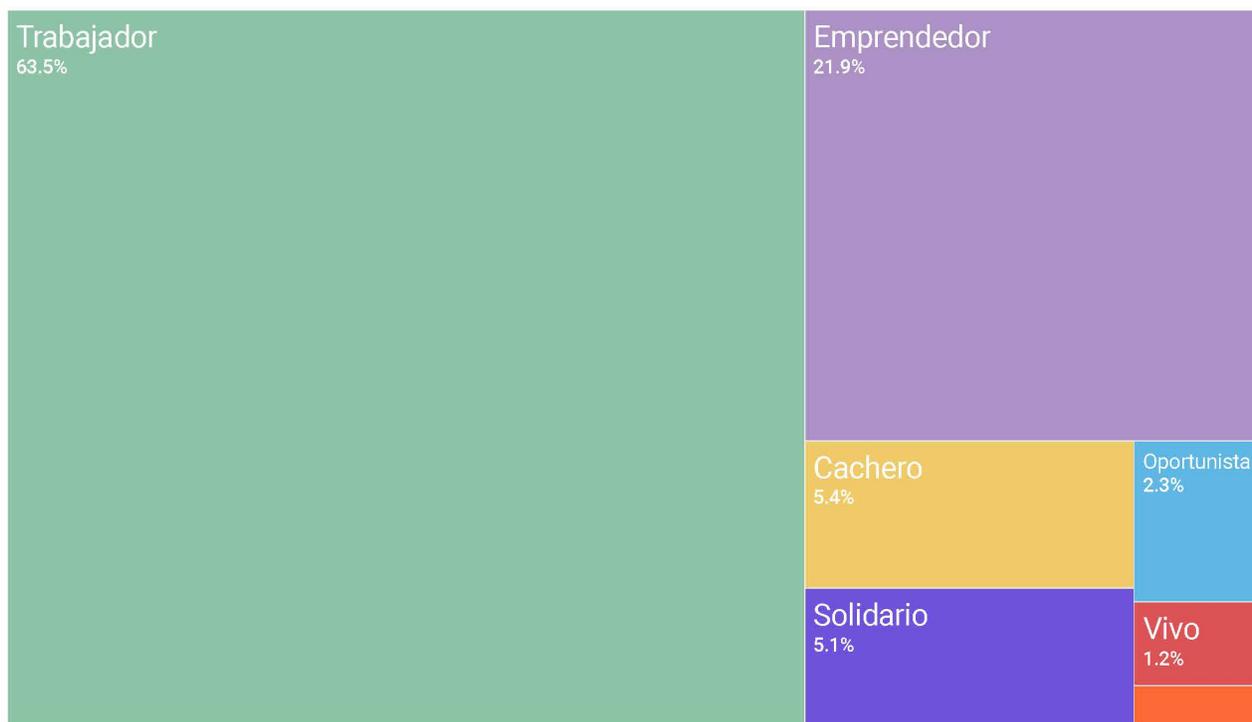
Fuente: elaboración propia.

29. Definición de lo salvadoreño

El salvadoreño se autodefine como trabajador (63.6 %) y emprendedor (21.9 %); las etiquetas negativas (vivo, oportunista, etc.), tienen un bajo registro.

Figura 38

¿Cuál concepto define mejor al salvadoreño?



Fuente: elaboración propia.

Figura 39

¿Cuál concepto define mejor al salvadoreño?



Fuente: elaboración propia.

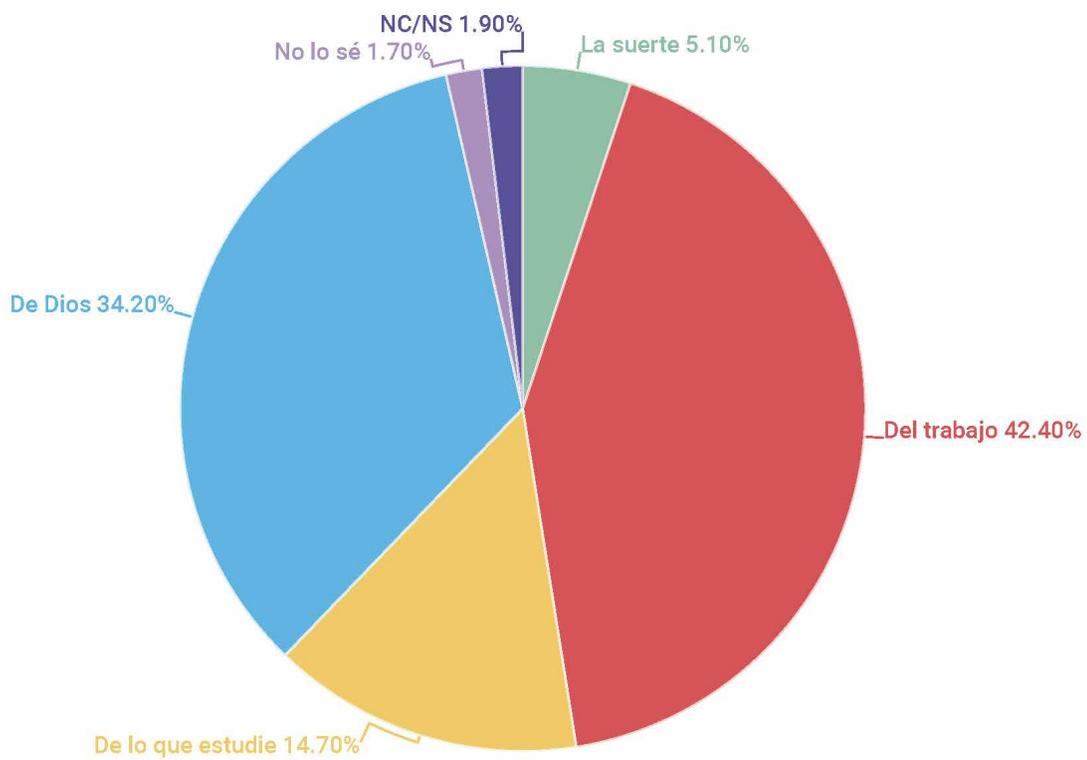
El salvadoreño se concibe a sí mismo como trabajador y emprendedor.

30 y 31. Condiciones de futuro

El futuro de los salvadoreños dependerá del trabajo (42.4 %) y de Dios (34.2 %); solo un 14.7 % cree que puede depender de lo que estudie. El 44.7 % cree que el país tiene futuro, pero un 42.8 % también cree que dependerá de Dios.

Figura 40

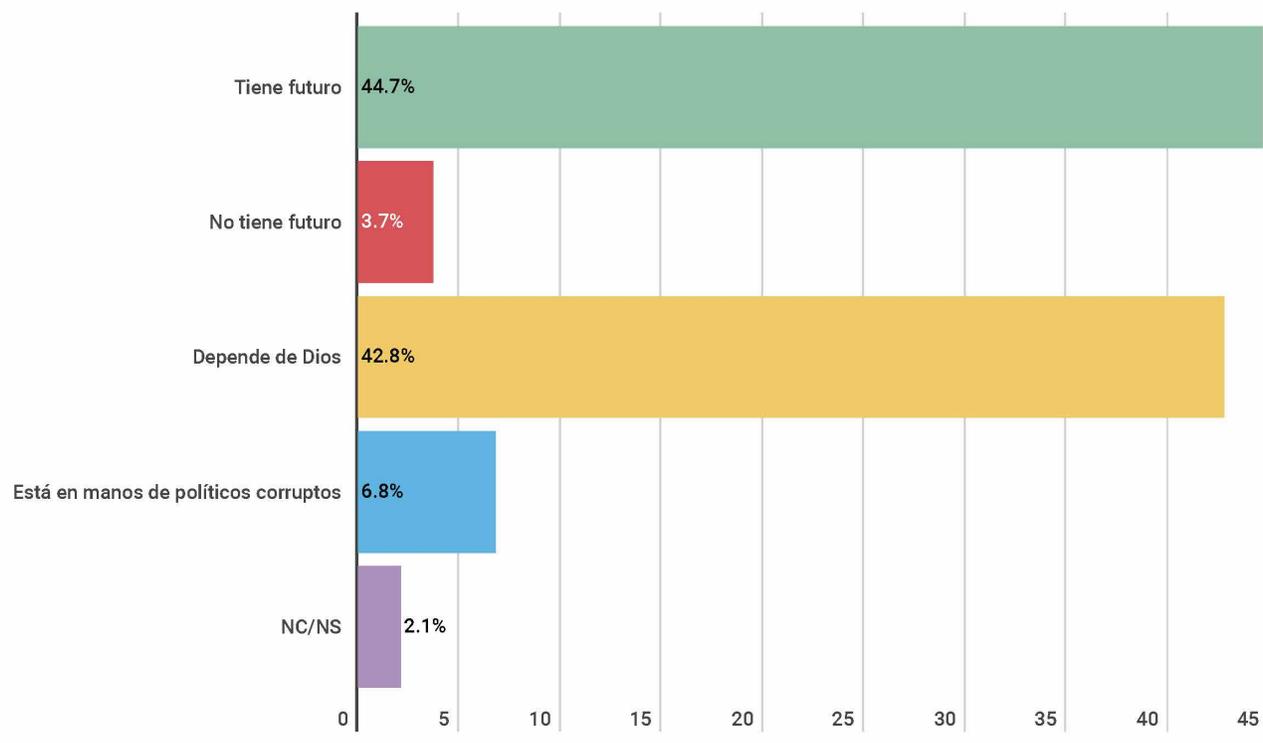
Su futuro dependerá de...



Fuente: elaboración propia.

Figura 41

A su juicio, El Salvador...



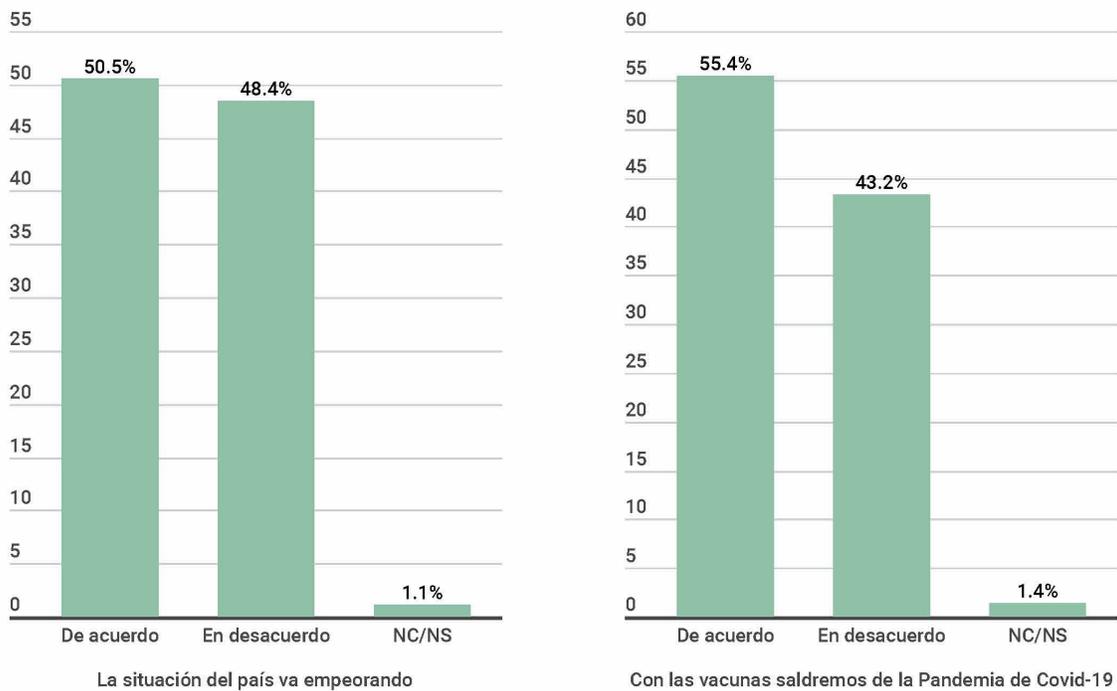
Fuente: elaboración propia.

32. Contrastes

Tal como se puede ver en las figuras de contrastes, lo más significativo indica que: la imagen de los políticos es negativa; la gente no respeta las leyes; Dios es un factor clave para el futuro; hay optimismo para los que estudian; y se necesita el diálogo. También hay temas con opinión dividida: pandemia, situación de país, vacunas, democracia, honestidad de los políticos.

Figura 42

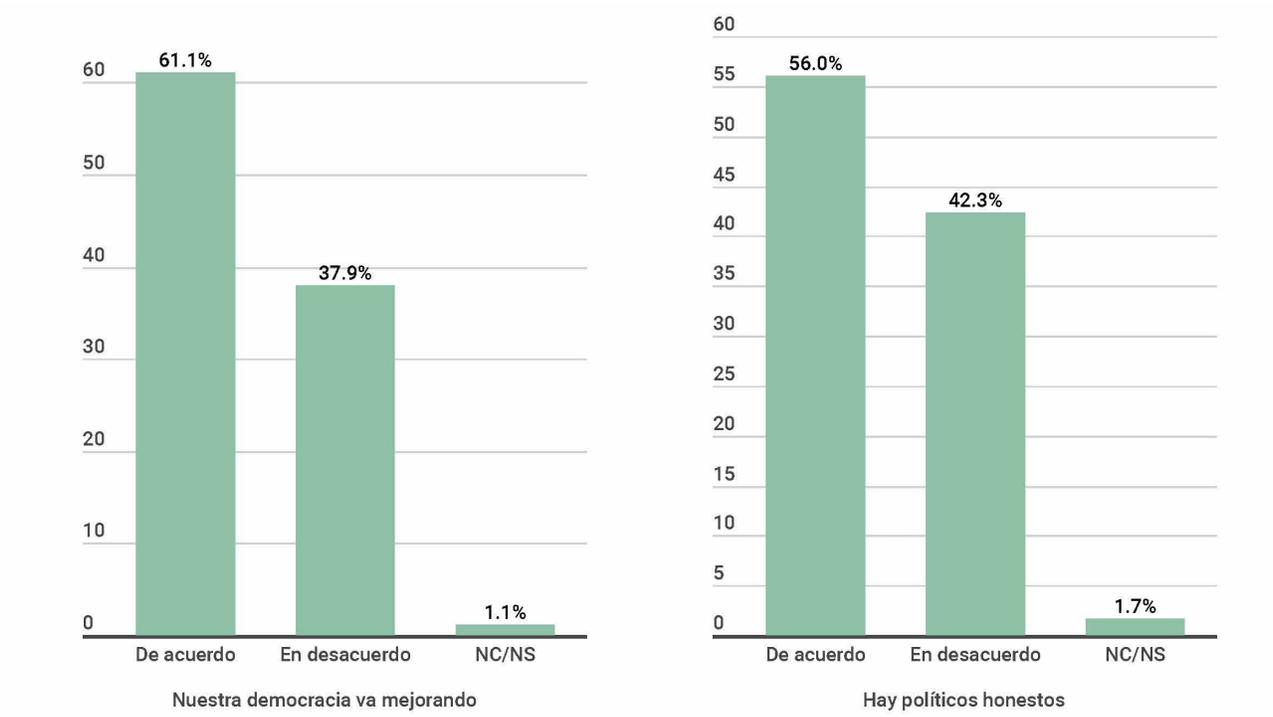
Le propondré algunas ideas contrastantes, por favor indique con cuál está más de acuerdo (sobre situación del país y vacunación)



Fuente: elaboración propia.

Figura 43

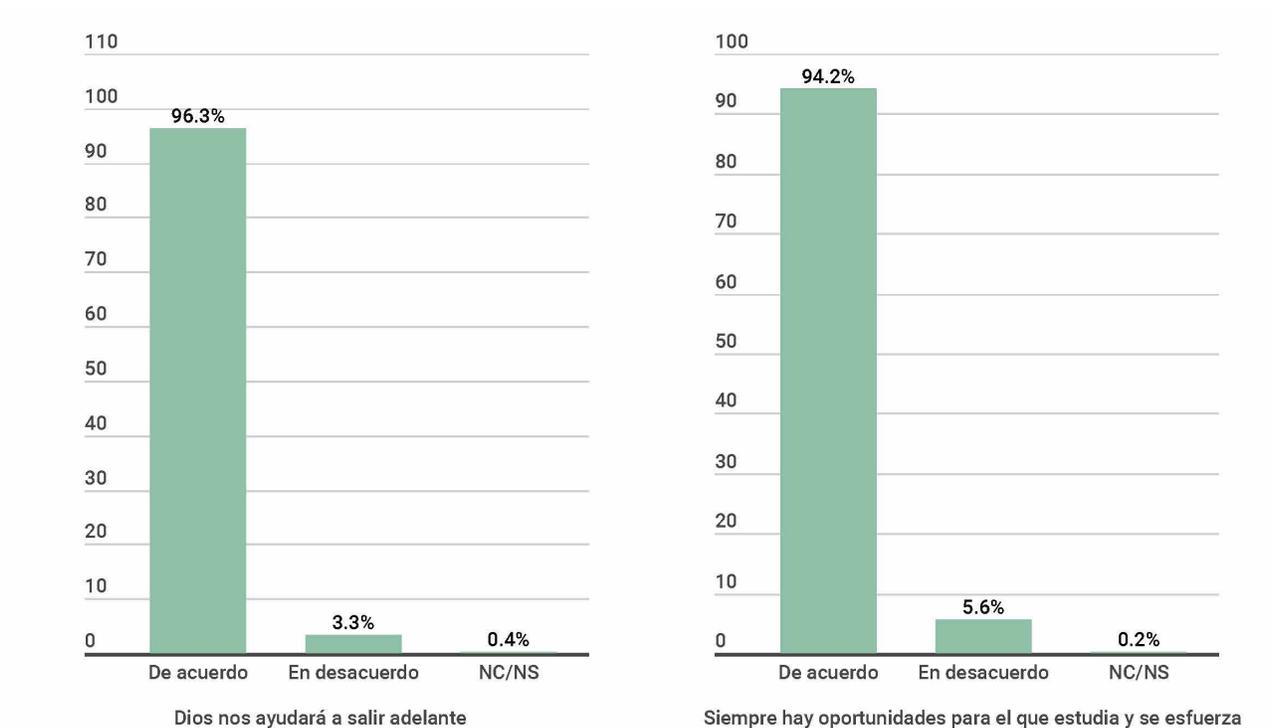
Le propondré algunas ideas contrastantes, por favor indique con cuál está más de acuerdo (sobre democracia y políticos)



Fuente: elaboración propia.

Figura 44

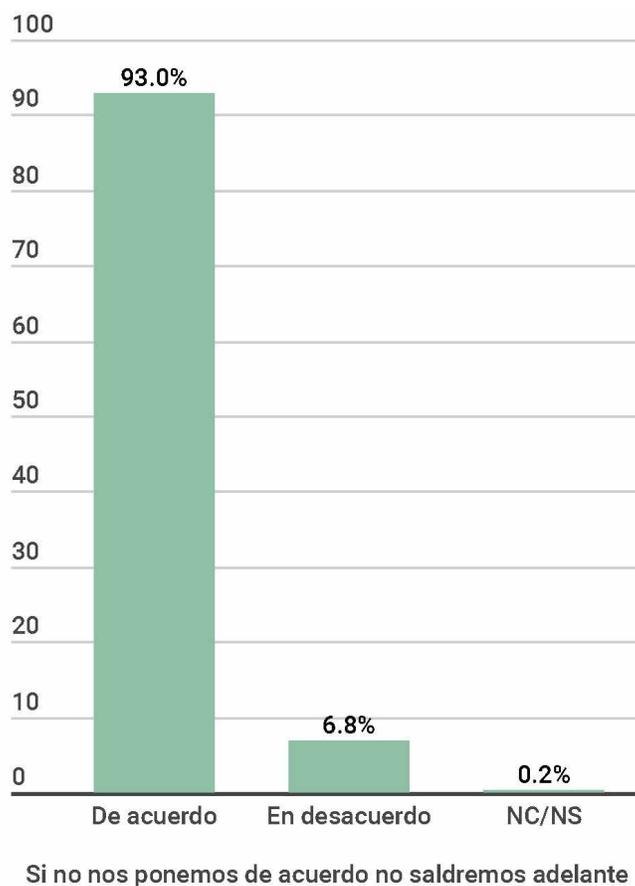
Le propondré algunas ideas contrastantes, por favor indique con cuál está más de acuerdo (sobre afirmaciones de visión de vida)



Fuente: elaboración propia.

Figura 45

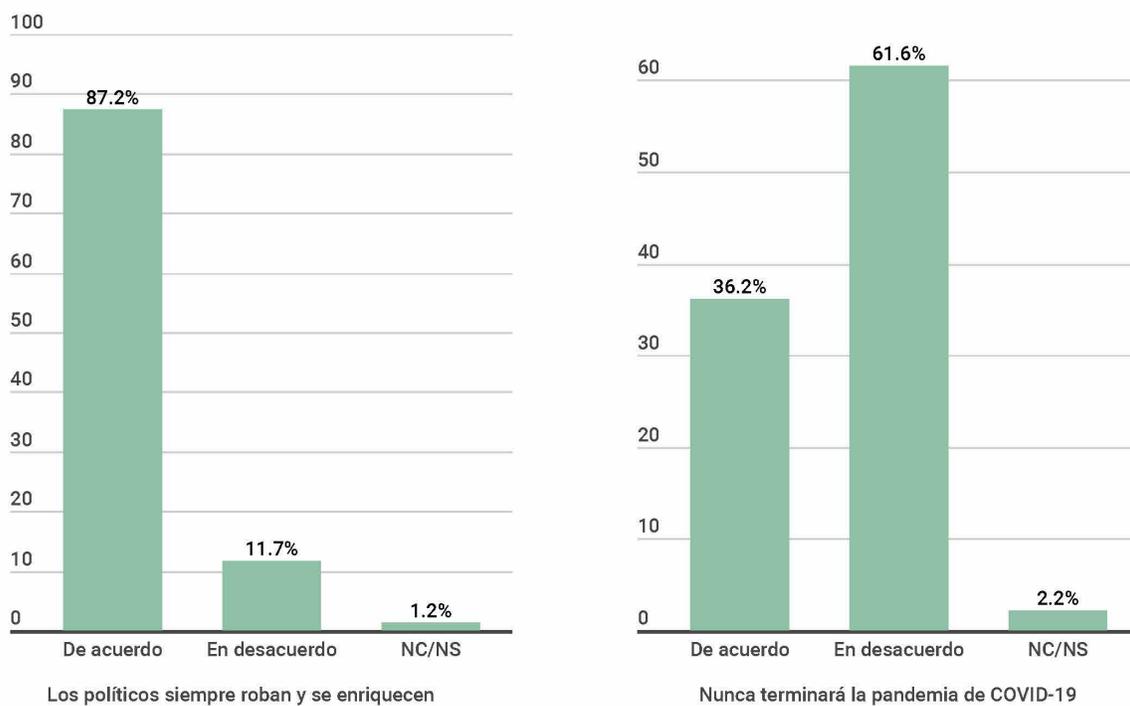
Le propondré algunas ideas contrastantes, por favor indique con cuál está más de acuerdo (sobre visión de futuro)



Fuente: elaboración propia.

Figura 46

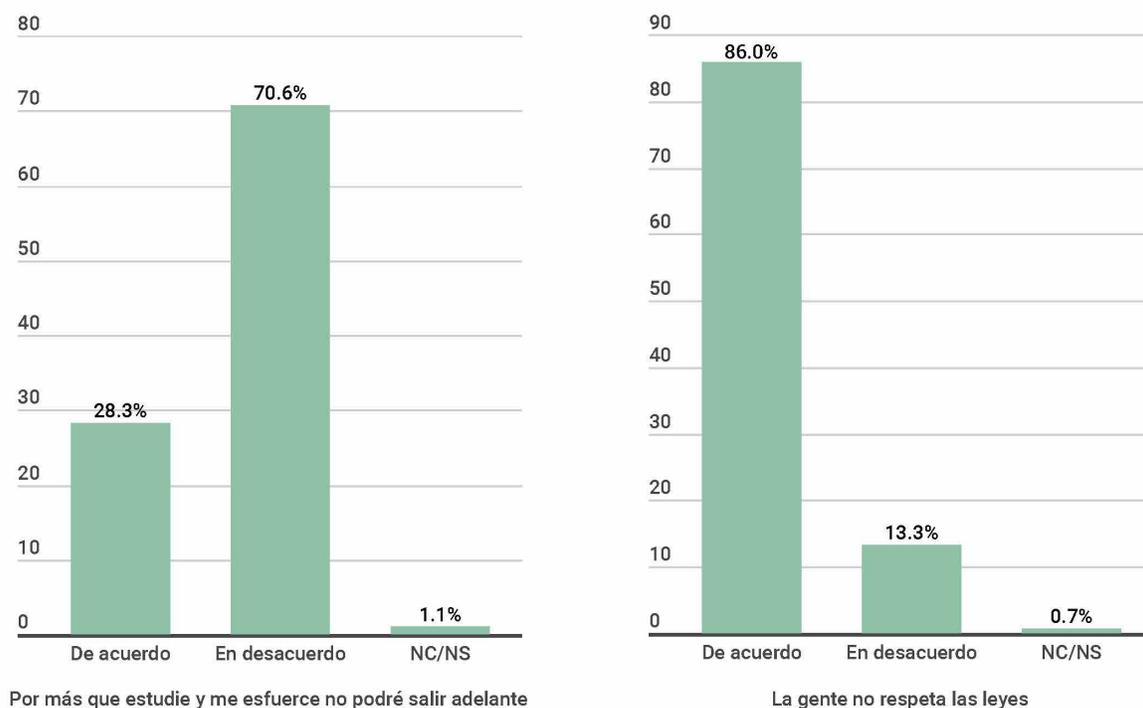
Le propondré algunas ideas contrastantes, por favor indique con cuál está más de acuerdo (sobre políticos y pandemia por COVID-19)



Fuente: elaboración propia.

Figura 47

Le propondré algunas ideas contrastantes, por favor indique con cuál está más de acuerdo (sobre respeto a leyes y visión de futuro)



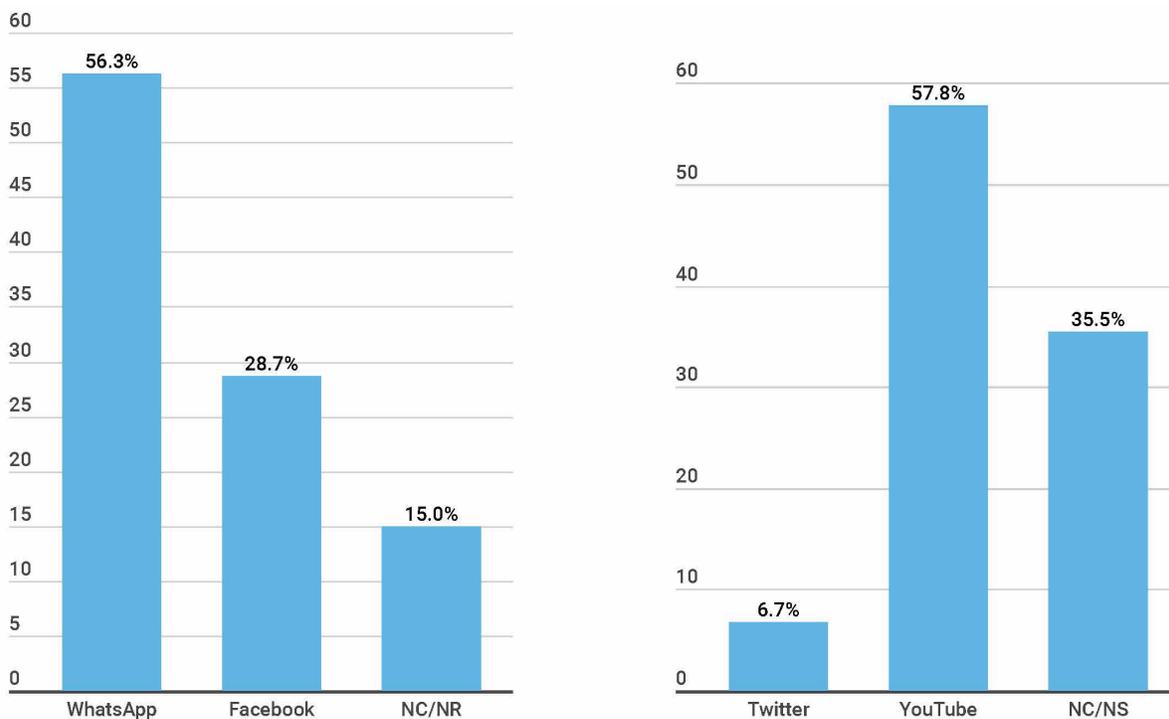
Fuente: elaboración propia.

33. Elección

Al situar a los salvadoreños ante dilemas de elección, los resultados más antagónicos reflejan lo siguiente: el dólar sobre el bitcói; Bukele sobre Nuevas Ideas; Estados Unidos sobre China; quedarse sobre migrar; fútbol sobre política; redes sociales sobre televisión; radio sobre prensa escrita; callar sobre discutir; WhatsApp sobre Facebook; YouTube sobre Twitter. Los temas sin definición o débiles fueron los siguientes: ARENA y FMLN; AFP y pensiones estatales; nueva y antigua Constitución; derecha sobre izquierda.

Figura 48

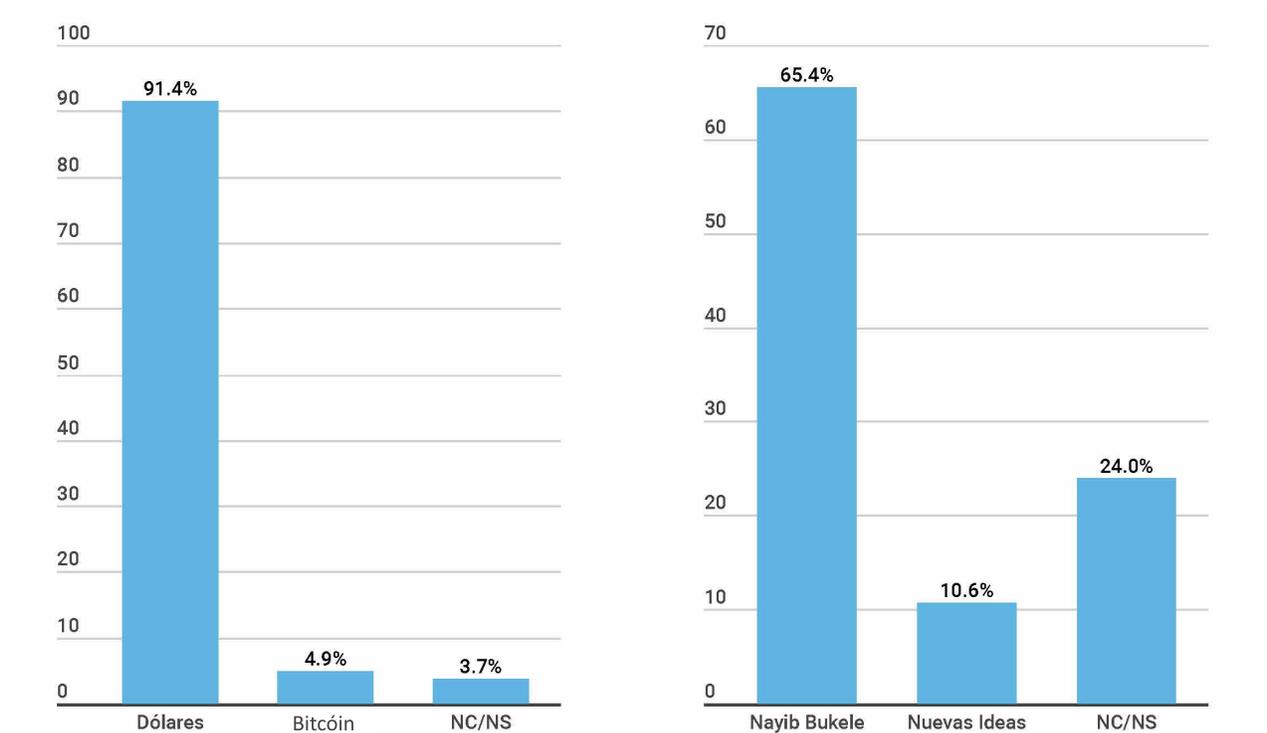
Por favor seleccione según su criterio; puede no contestar si así lo desea (sobre redes sociales)



Fuente: elaboración propia.

Figura 49

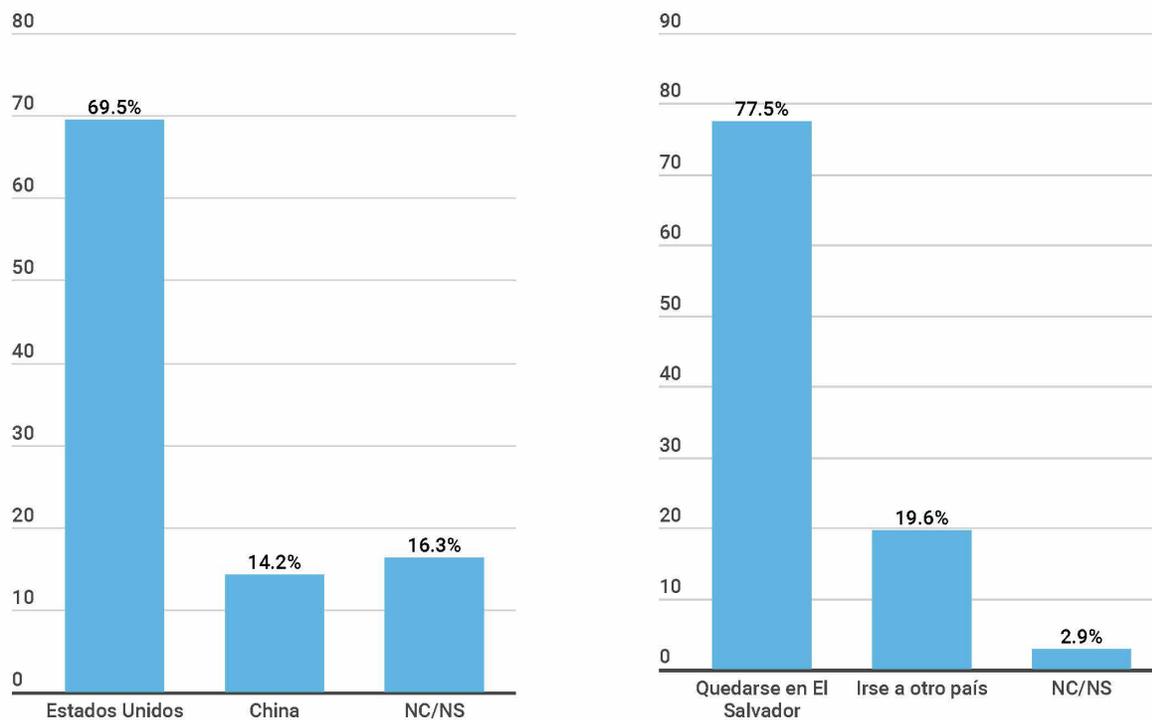
Por favor seleccione según su criterio; puede no contestar si así lo desea (sobre moneda y política)



Fuente: elaboración propia.

Figura 50

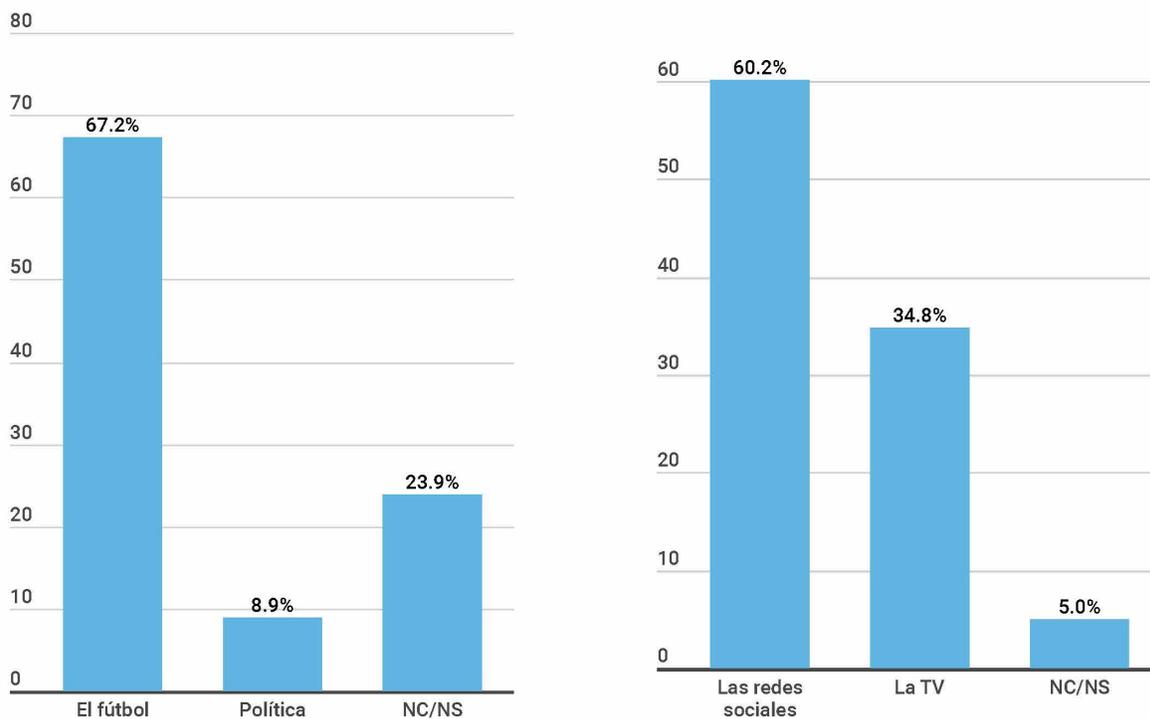
Por favor seleccione según su criterio; puede no contestar si así lo desea (sobre países y opciones territoriales)



Fuente: elaboración propia.

Figura 51

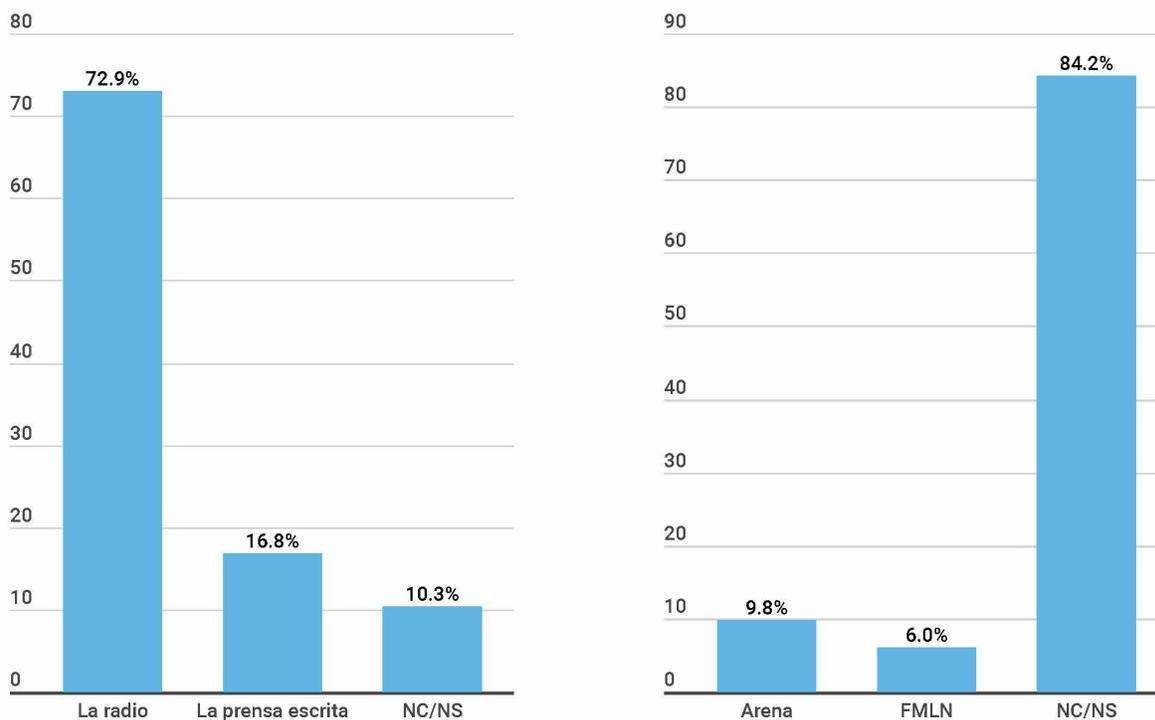
Por favor seleccione según su criterio; puede no contestar si así lo desea (sobre realidad nacional y medios de comunicación)



Fuente: elaboración propia.

Figura 52

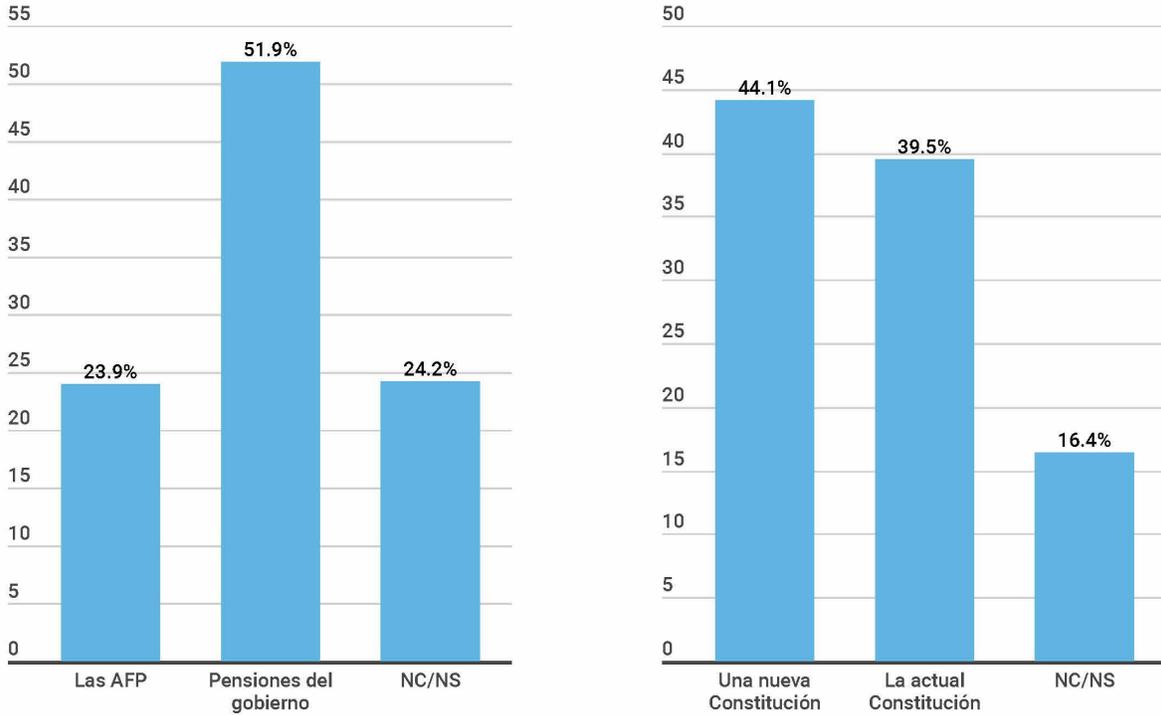
Por favor seleccione según su criterio; puede no contestar si así lo desea (sobre medios de comunicación y partidos políticos)



Fuente: elaboración propia.

Figura 53

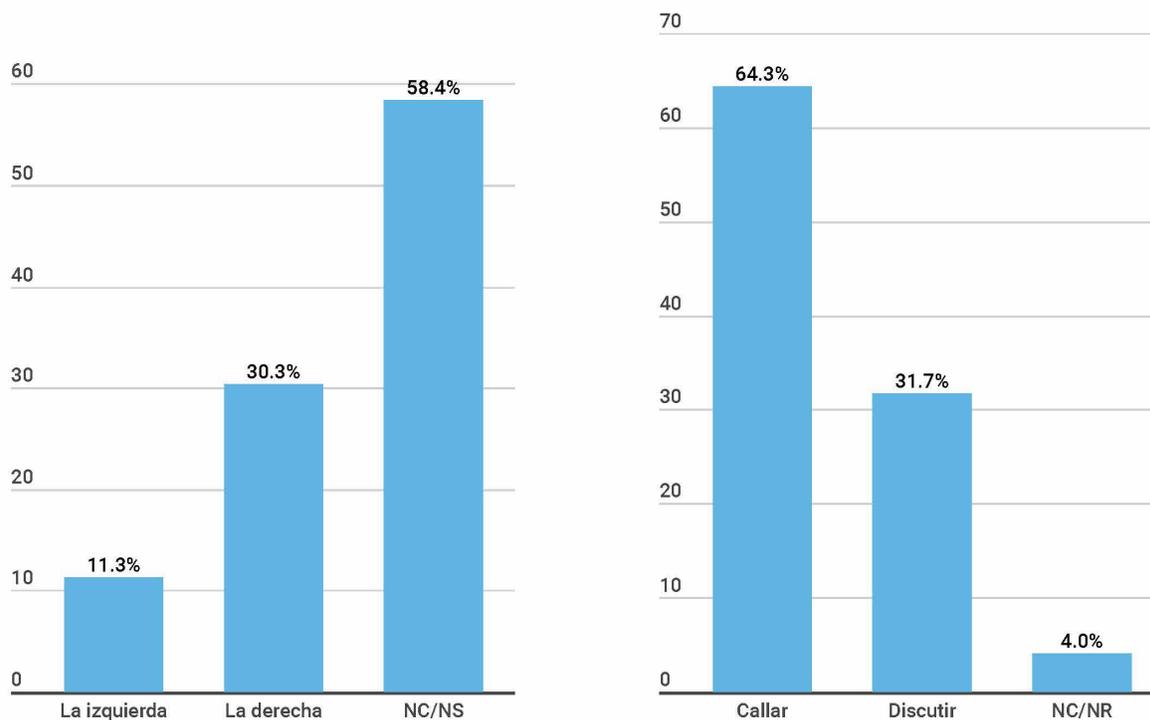
Por favor seleccione según su criterio; puede no contestar si así lo desea (sobre realidad nacional y legislación)



Fuente: elaboración propia.

Figura 54

Por favor seleccione según su criterio; puede no contestar si así lo desea (sobre política y resolución de conflictos)



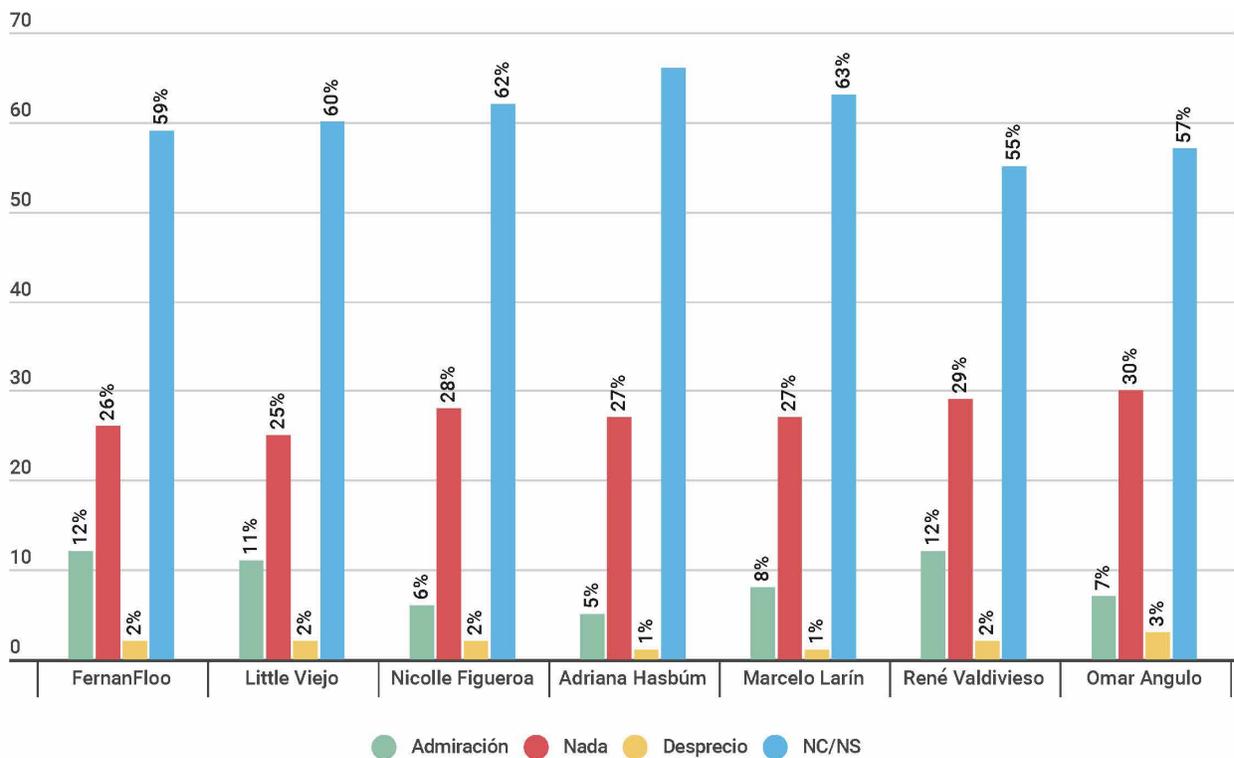
Fuente: elaboración propia.

34. Influencers

Los tres principales *influencers* (con limitada admiración) son: René Valdivieso, FernanFloo y Little Viejo.

Figura 55

Estos son los principales influencers de las redes sociales salvadoreñas; frente a estos personajes ¿cuál es su reacción?

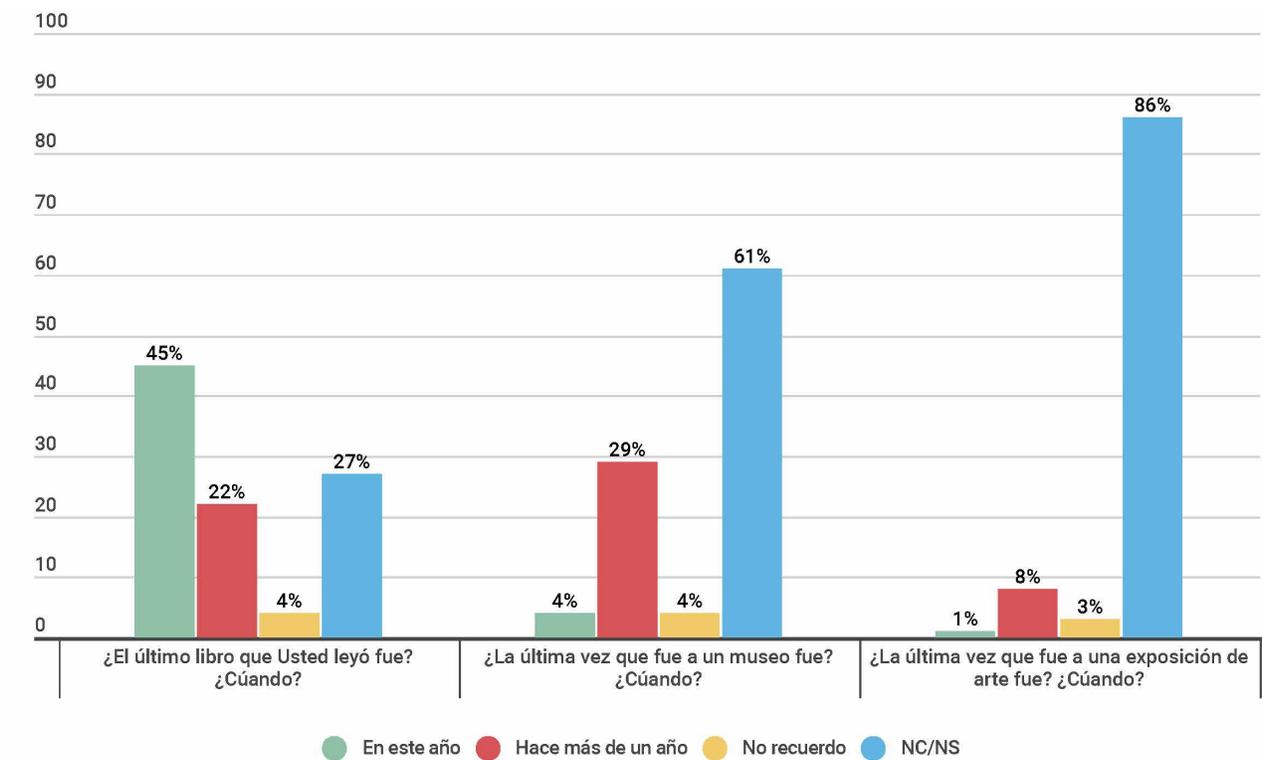


Fuente: elaboración propia.

35. Prácticas culturales

Figura 56

Finalmente, agradecemos nos conteste estas preguntas...



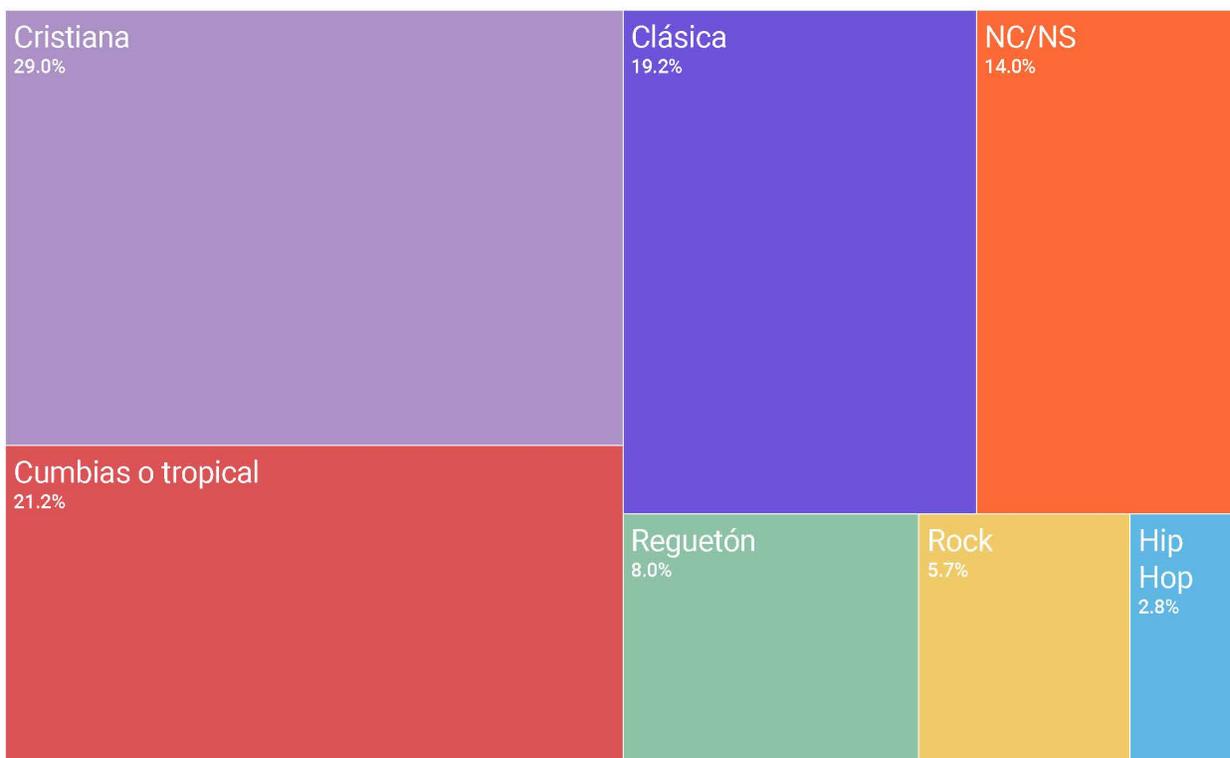
Fuente: elaboración propia.

36. Género musical

El principal género musical preferido por los salvadoreños es la música cristiana (29 %) y el segundo es cumbias o tropical (21.2 %). Los demás géneros propuestos son poco significativos.

Figura 60

Finalmente, agradecemos nos conteste estas preguntas (género musical)



Fuente: elaboración propia.

Figura 61

¿El género musical que usted prefiere es?



Fuente: elaboración propia.

La población salvadoreña escucha sobre todo música cristiana y luego los géneros tradicionales salvadoreños.

37. Nota del presidente Bukele

El presidente, a dos años y medios de gobierno, mantiene una nota significativa de 7.84 (sobre la base de 10); esta nota va en descenso al compararla con los estudios anteriores realizados.

Figura 62

A dos años y medio de su gestión, podría decirme ¿qué nota le pondría al presidente Bukele?, considerando 0 como un muy mal desempeño y 10 un excelente desempeño



7.84

Es la nota que ponen las personas encuestadas al presidente Nayib Bukele.



Fuente: elaboración propia.

Figura 63

Histórico de ponderaciones dadas por la población a la gestión del presidente Bukele



Fuente: elaboración propia.

6. Cruce de variables

Se realizó un análisis de correspondencia para las preguntas: ¿Cuál fue el último año o nivel de estudios que usted completó o aprobó? versus ¿Cuál de las siguientes emociones refleja su situación frente a la política salvadoreña? Se buscó indagar si el nivel de estudio de las personas, influye respecto a las emociones frente a la política salvadoreña.

Se presenta la tabla cruzada que muestra las frecuencias en la intersección de cada categoría.

Tabla 4

Correspondencia entre nivel de estudio y emociones ante la política

Tabla de correspondencias									
¿Cuál fue el último año o nivel de estudios que usted completó o aprobó?	¿Cuál de las siguientes emociones refleja su situación frente a la política salvadoreña?								
	Tristeza	Sorpresa	Miedo	Enojo	Aversión	Desprecio	Alegría	NC/NS	Margen activo
Primaria (1° a 6° grado)	49	29	19	12	4	6	81	36	236
Tercer ciclo (7° a 9° grado)	58	78	16	15	7	7	73	48	302
Bachillerato	71	116	29	41	15	19	97	59	447
Técnico	6	8	1	3	0	4	5	2	29
Universitaria	17	31	3	10	11	10	17	23	122
Ninguno	17	6	5	4	2	0	22	14	70
Margen activo	218	268	73	85	39	46	295	182	1206

Fuente: elaboración propia.

La mayoría de población encuestada ha cursado tercer ciclo y bachillerato; en dichos niveles académicos, expresan de forma general sorpresa y alegría ante la política.

Tabla 5

Resumen de correspondencia entre nivel de estudio y emociones ante la política

Resumen								
Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Valor singular de confianza	
					Contabilizado para	Acumulado	Desviación estándar	Correlación 2
1	0.230	0.053			0.657	0.657	0.027	0.085
2	0.115	0.013			0.165	0.822	0.033	
3	0.095	0.009			0.112	0.935		
4	0.065	0.004			0.052	0.987		
5	0.032	0.001			0.013	1.000		
Total		0.081	97.418	.000 ^a	1.000	1.000		

a. 35 grados de libertad

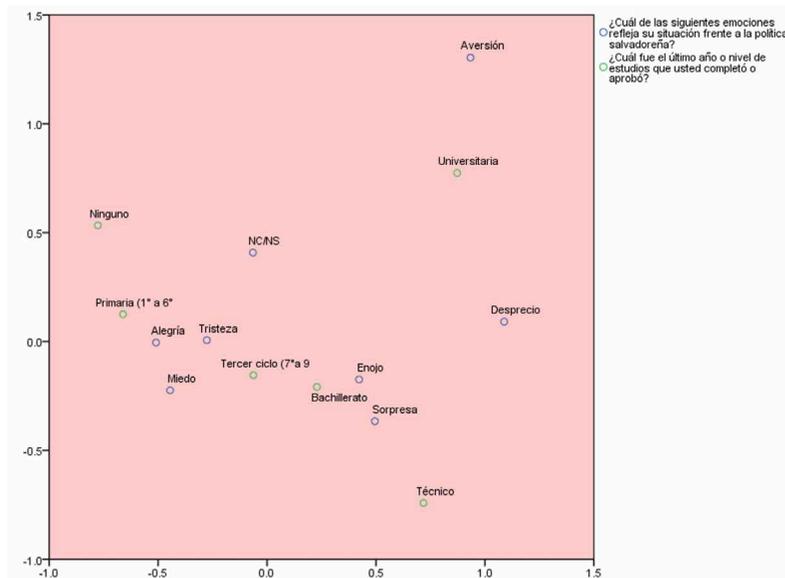
Fuente: elaboración propia.

Dado que el p-valor es menor que cualquier nivel de significancia usual (cercano a cero), se puede afirmar, con contundencia, que el nivel académico de las personas determina sus emociones frente a la política salvadoreña.

La siguiente figura muestra el nivel de asociación entre las categorías de ambas preguntas.

Figura 64

Nivel académico versus emoción ante la política



Fuente: elaboración propia.

Las personas con el nivel académico de primaria se asocian con la categoría alegría; las personas con tercer ciclo y bachillerato se asocian con las categorías de sorpresa y enojo; el desprecio está asociado con las personas con nivel universitario.

Un segundo análisis de correspondencia para las preguntas: **¿Cuáles son los ingresos mensuales que tiene su familia aproximadamente (incluyendo remesas)? versus ¿Cuál de las siguientes emociones refleja su situación frente a la política salvadoreña?**, buscó determinar si el nivel de ingreso de las personas influye en su emoción frente a la política salvadoreña.

Se presenta la tabla cruzada que muestra las frecuencias en la intersección de cada categoría.

Tabla 6

Correspondencia entre ingresos mensuales y emociones ante la política

Tabla de correspondencias								
¿Cuál de las siguientes emociones refleja su situación frente a la política salvadoreña?	¿Cuáles son los ingresos mensuales que tiene su familia aproximadamente (incluyendo remesas)?							
	Menos de \$211	\$211 a \$350	\$351 a \$500	\$501 a \$700	\$701 a \$1000	Mayor a \$1,000	No contesta	Margen activo
Tristeza	44	64	60	13	9	2	27	219
Sorpresa	34	89	71	25	13	7	29	268
Miedo	20	21	17	5	2	0	8	73
Enojo	9	26	26	10	5	0	9	85
Aversión	6	15	4	2	4	1	7	39
Desprecio	2	19	10	7	1	2	5	46
Alegría	61	104	59	30	8	7	26	295
NC/NS	40	63	34	16	2	2	25	182
Margen activo	216	401	281	108	44	21	136	1207

Fuente: elaboración propia.

La mayoría de las personas encuestadas gana entre 211 y 350 dólares; además, con alta diferencia, las emociones con más frecuencias son de sorpresa y alegría.

Tabla 7

Resumen de correspondencia entre ingresos mensuales y emociones ante la política

Resumen								
Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Valor singular de confianza	
					Contabilizado para	Acumulado	Desviación estándar	Correlación 2
1	0.153	0.023			0.447	0.447	0.026	0.020
2	0.121	0.015			0.280	0.726	0.028	
3	0.095	0.009			0.174	0.901		
4	0.056	0.003			0.061	0.962		
5	0.045	0.002			0.038	1.000		
6	0.004	0.000			0.000	1.000		
Total		0.052	62.914	.020 ^a	1.000	1.000		

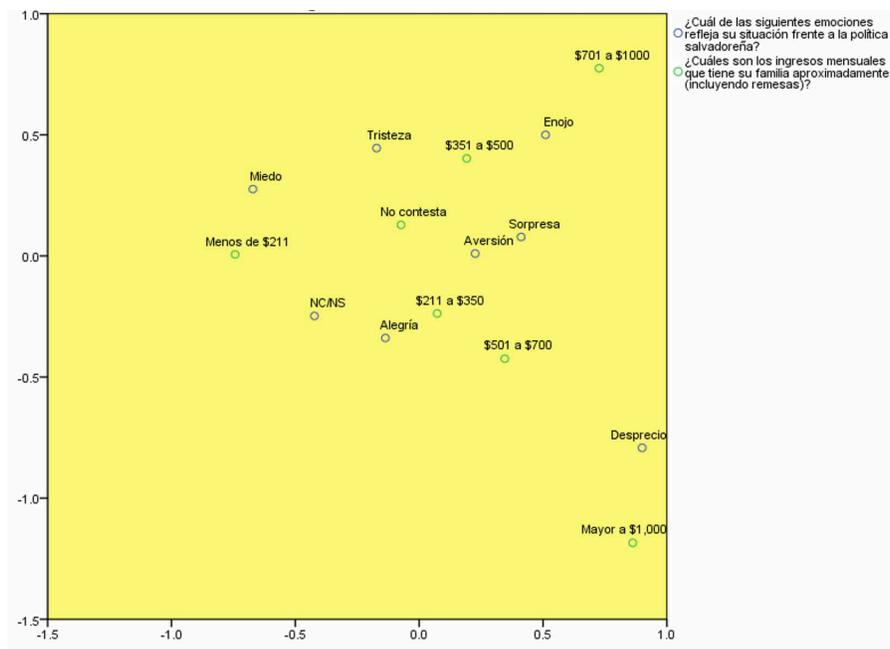
a. 42 grados de libertad

Fuente: elaboración propia.

A un nivel de significancia del 5 %, se puede decir que el nivel de ingreso de las personas determina su estado de emoción ante la política salvadoreña. La siguiente figura refleja la asociación entre las categorías de ambas preguntas.

Figura 65

Ingresos versus emoción ante la política



Fuente: elaboración propia.

Las personas con ingresos entre 211 a 350 dólares expresan alegría; también se puede asociar este estado al segmento de personas con ingresos entre 501 a 701 dólares. El segmento de personas con ingresos entre los 701 y 1000 dólares se asocia con el sentimiento de enojo; las personas con ingresos arriba de 1000 dólares, se asocian claramente con el sentimiento de desprecio. Finalmente, de manera un poco débil, se puede decir que el segmento de personas con ingresos entre los 351 a 500 dólares, manifiestan un sentimiento de tristeza.

En tercer lugar, se realizó un análisis de correspondencia para las preguntas: **¿Cuáles son los ingresos mensuales que tiene su familia aproximadamente (incluyendo remesas)? versus ¿Qué necesita más usted, para ser más feliz?** Se buscó determinar si el nivel de ingreso de las personas, condiciona determina su respuesta en cuanto a las necesidades que tiene para ser feliz. *A priori* se puede pensar que así es, sin embargo, se busca una evidencia estadística fuerte para dicha hipótesis.

Se presenta la tabla cruzada que muestra las frecuencias en la intersección de cada categoría.

Tabla 8

Correspondencia entre ingresos mensuales y necesidades para ser más feliz

Tabla de correspondencias								
¿Qué necesita más usted, para ser más feliz?	¿Cuáles son los ingresos mensuales que tiene su familia aproximadamente (incluyendo remesas)?							
	Menos de \$211	\$211 a \$350	\$351 a \$500	\$501 a \$700	\$701 a \$1000	Mayor a \$1,000	No contesta	Margen activo
Mejor empleo	57	84	60	23	8	2	28	262
Vivienda digna	36	52	33	7	2	0	8	138
Salud	22	43	27	10	6	3	18	129
Vehículo	0	0	0	2	0	0	0	2
Oportunidad hijos	39	75	52	25	10	7	23	231
Pagar deudas	7	10	4	2	0	1	1	25
Más seguridad	13	40	23	16	12	2	21	127
Mejorar salud	2	18	17	7	1	5	5	55
Estar familia	9	31	35	6	2	0	15	98
Ir otro país	2	9	9	5	2	0	2	29
Pareja ideal	1	1	2	0	0	1	0	5
Ayuda gobierno	13	20	8	1	1	0	4	47
Otra	10	16	8	3	0	0	10	47
Margen activo	211	399	278	107	44	21	135	1195

Fuente: elaboración propia.

Tabla 9

Resumen de correspondencia entre ingresos mensuales y necesidades para ser más feliz

Resumen								
Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Valor singular de confianza	
					Contabilizado para	Acumulado	Desviación estándar	Correlación 2
1	0.228	0.052			0.412	0.412	0.027	0.309
2	0.176	0.031			0.244	0.656	0.044	
3	0.143	0.020			0.161	0.817		
4	0.118	0.014			0.111	0.928		
5	0.085	0.007			0.058	0.986		
6	0.043	0.002			0.014	1.000		
Total		0.126	150.821	.000 ^a	1.000	1.000		

a. 72 grados de libertad

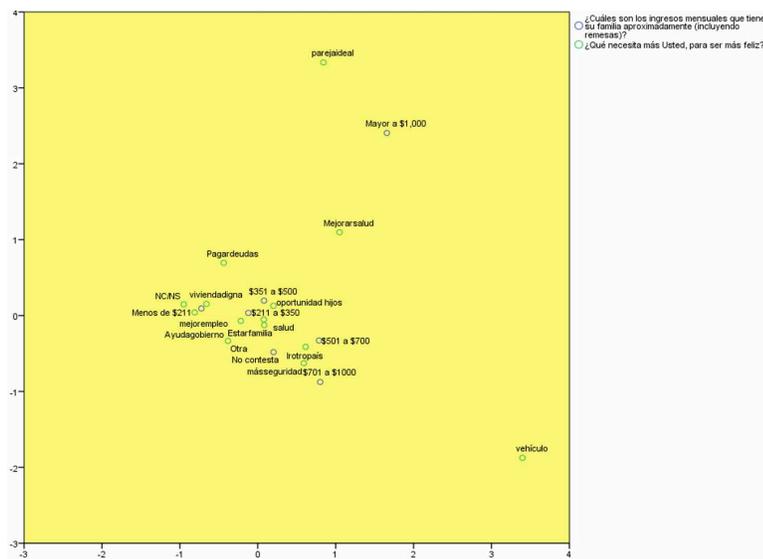
Fuente: elaboración propia.

Dado que se obtiene un p-valor cercano a cero y por lo tanto menor que cualquier nivel de significancia usual, se concluye con contundencia estadística que el nivel de ingreso determina la percepción de las necesidades para ser feliz de las personas.

La siguiente figura muestra las asociaciones entre las categorías de ambas preguntas.

Figura 66

Ingresos versus necesidades para ser más feliz



Fuente: elaboración propia.

Las personas con ingresos menores a 211 dólares, solicitan vivienda digna y un mejor empleo; las personas con ingresos entre 351 a 500 dólares, piden oportunidades para sus hijos. Las personas con ingresos entre 211 a 350 dólares, piden más salud, estar con la familia y ayuda del gobierno; las personas que piensan en irse a otro país, son las que tienen ingresos entre 501 a 700 dólares. Las personas con ingresos entre 701 a 1000 dólares, piden mayor seguridad. Llama la atención, y es estadísticamente significativo, que las personas con ingresos mayores a 1000 dólares no se asocian a ninguna categoría para ser felices.

En cuarto lugar, se realizó un análisis de correspondencia para las preguntas: **¿Cuál fue el último año o nivel de estudios que usted completó o aprobó? versus ¿Qué necesita más usted, para ser más feliz?** Se buscó determinar si el nivel académico de las personas, influye su respuesta en cuanto a las necesidades que tiene para ser feliz; esto mediante una evidencia estadística fuerte para dicha hipótesis.

Se presenta la tabla cruzada que muestra las frecuencias en la intersección de cada categoría.

Tabla 10

Correspondencia entre nivel de estudios y necesidades para ser más feliz

Tabla de correspondencias							
¿Qué necesita más usted, para ser más feliz?	¿Cuál fue el último año o nivel de estudios que usted completó o aprobó?						
	Primaria (1° a 6° grado)	Tercer ciclo (7° a 9° grado)	Bachillerato	Técnico	Universitaria	Ninguno	Margen activo
Mejor empleo	50	56	108	5	25	18	262
Vivienda digna	36	45	31	3	1	22	138
Salud	24	29	50	6	15	5	129
Vehículo	0	0	2	0	0	0	2
Oportunidad hijos	48	59	83	6	25	9	230
Pagar deudas	5	8	8	0	2	2	25
Más seguridad	13	29	63	3	18	1	127
Mejorar salud	8	16	17	1	11	2	55
Estar familia	18	25	42	2	10	1	98
Ir otro país	2	6	14	0	7	0	29
Pareja ideal	1	1	1	0	1	1	5
Ayuda gobierno	15	13	13	1	0	5	47
Otra	12	12	12	2	7	2	47
Margen activo	232	299	444	29	122	68	1194

Fuente: elaboración propia.

A partir de la tabla anterior, se observa que se tienen más personas con nivel de bachillerato, además, la mayoría opina que desea oportunidades para sus hijos.

Tabla 11

Resumen de correspondencia entre nivel de estudios y necesidades para ser más feliz

Resumen								
Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Valor singular de confianza	
					Contabilizado para	Acumulado	Desviación estándar	Correlación 2
1	0.283	0.080			0.752	0.752	0.026	0.003
2	0.110	0.012			0.114	0.866	0.029	
3	0.091	0.008			0.078	0.944		
4	0.061	0.004			0.035	0.979		
5	0.047	0.002			0.021	1.000		
Total		0.107	127.371	.000 ^a	1.000	1.000		

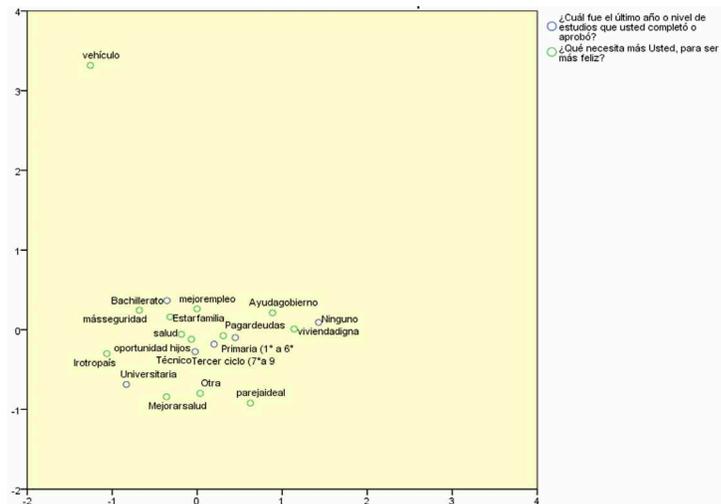
a. 60 grados de libertad

Fuente: elaboración propia.

Dado que se obtiene un p-valor cercano a cero, por lo tanto, menor que cualquier nivel de significancia usual, se concluye que el grado académico determina la respuesta en cuanto a la necesidad para ser feliz. La figura siguiente evidencia la asociación entre las categorías de ambas preguntas.

Figura 67

Nivel académico versus necesidad para ser más feliz



Fuente: elaboración propia.

Las personas universitarias son las que piensan en irse a otro país; las personas con nivel de bachillerato, manifiestan necesitar mejor empleo y mayor seguridad. Las personas con nivel de primaria manifiestan que necesitan pagar deudas; mientras que las personas con nivel académico de técnicos y tercer ciclo, se asocian con las oportunidades para sus hijos y más salud.

Un quinto análisis buscó la correspondencia para las preguntas: **¿Cuál fue el último año o nivel de estudios que usted completó o aprobó? versus Para usted Estados Unidos es...** Se buscó determinar si el nivel académico de las personas, influye su respuesta en cuanto a la percepción sobre Estados Unidos.

Se presenta la tabla cruzada que muestra las frecuencias en la intersección de cada categoría.

Tabla 12

Correspondencia entre nivel académico versus percepción USA

Tabla de correspondencias							
Para usted Estados Unidos es:	¿Cuál fue el último año o nivel de estudios que usted completó o aprobó?						
	Primaria (1° a 6° grado)	Tercer ciclo (7°a 9° grado)	Bachillerato	Técnico	Universitaria	Ninguno	Margen activo
Un socio confiable de El Salvador	24	31	54	2	17	10	138
El sueño americano	40	47	64	3	11	7	172
Una democracia sólida	6	9	19	2	2	1	39
El lugar donde quisiera vivir	4	11	11	1	3	2	32
Un imperio	3	7	22	1	12	1	46
Un lugar en donde explotan a los latinos	27	39	64	5	22	9	166
Un lugar de oportunidades	132	154	209	15	51	36	597
Otra ¿cuál?	0	4	4	0	4	4	16
Margen activo	236	302	447	29	122	70	1206

Fuente: elaboración propia.

De la tabla de correspondencia es de resaltar el hecho que se percibe a USA como un lugar de oportunidades, muy por encima del resto de opciones.

Tabla 13

Resumen de correspondencia entre nivel académico versus percepción USA

Resumen								
Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Valor singular de confianza	
					Contabilizado para	Acumulado	Desviación estándar	Correlación 2
1	0.174	0.030			0.616	0.616	0.031	0.056
2	0.116	0.013			0.271	0.888	0.037	
3	0.056	0.003			0.064	0.952		
4	0.037	0.001			0.028	0.979		
5	0.032	0.001			0.021	1.000		
Total		0.049	59.542	.006 ^a	1.000	1.000		

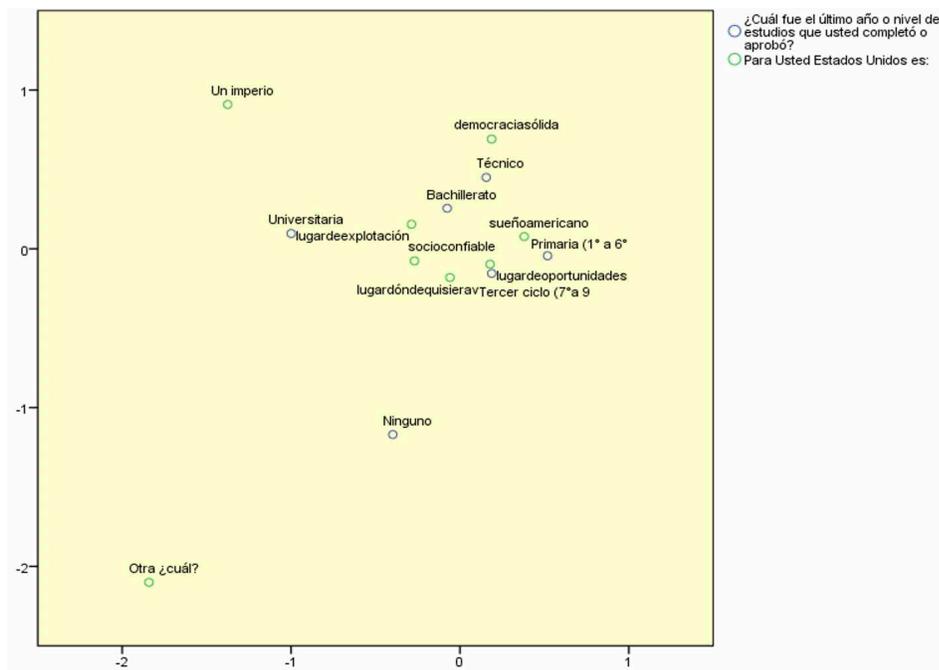
a. 35 grados de libertad
Fuente: elaboración propia.

Dado que se obtiene un p-valor menor que cualquier nivel de significancia, se puede concluir que el nivel académico determina la percepción que se tenga sobre USA.

La figura siguiente muestra la asociación entre las categorías de ambas preguntas.

Figura 68

Nivel académico versus percepción USA



Fuente: elaboración propia.

Las personas con un grado de técnico miran a USA como una democracia consolidada; las personas con grado de bachillerato perciben a USA como un lugar de explotación. Las personas con nivel académico de primaria, conciben a USA como el sueño americano; las personas con un nivel académico de tercer ciclo, perciben a USA como un lugar de oportunidades y un lugar donde quisieran vivir.

Un sexto análisis de correspondencia para las preguntas: **¿Cuál fue el último año o nivel de estudios que usted completó o aprobó? versus Según usted ¿cómo es Nayib Bukele?**, buscó determinar si el nivel académico de las personas, influye su respuesta en cuanto a la percepción sobre Nayib Bukele.

Se presenta la tabla cruzada que muestra las frecuencias en la intersección de cada categoría:

Tabla 14

Correspondencia entre grado académico versus percepción sobre Nayib Bukele

Tabla de correspondencias							
Según usted ¿cómo es Nayib Bukele?	¿Cuál fue el último año o nivel de estudios que usted completó o aprobó?						
	Primaria (1° a 6° grado)	Tercer ciclo (7°a 9° grado)	Bachillerato	Técnico	Universitaria	Ninguno	Margen activo
Compasivo	30	24	52	2	9	8	125
Benevolente	6	6	23	0	7	1	43
Autoritario	21	27	81	5	23	3	160
Amigo	86	105	97	5	21	32	346
Prepotente	20	17	37	4	21	5	104
Empresario	31	73	116	10	32	12	274
Instrumento de Dios	29	38	26	2	5	6	106
NC/NS	13	12	15	1	4	3	48
Margen activo	236	302	447	29	122	70	1206

Fuente: elaboración propia.

La mayoría de personas perciben a Nayib Bukele como un amigo y un empresario.

Tabla 15

Resumen de correspondencia grado académico versus percepción sobre Nayib Bukele

Resumen								
Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Valor singular de confianza	
					Contabilizado para	Acumulado	Desviación estándar	Correlación 2
1	0.270	0.073			0.757	0.757	0.027	-0.039
2	0.106	0.011			0.117	0.874	0.027	
3	0.091	0.008			0.085	0.959		
4	0.052	0.003			0.028	0.987		
5	0.035	0.001			0.013	1.000		
Total		0.096	115.995	.000 ^a	1.000	1.000		

a. 35 grados de libertad

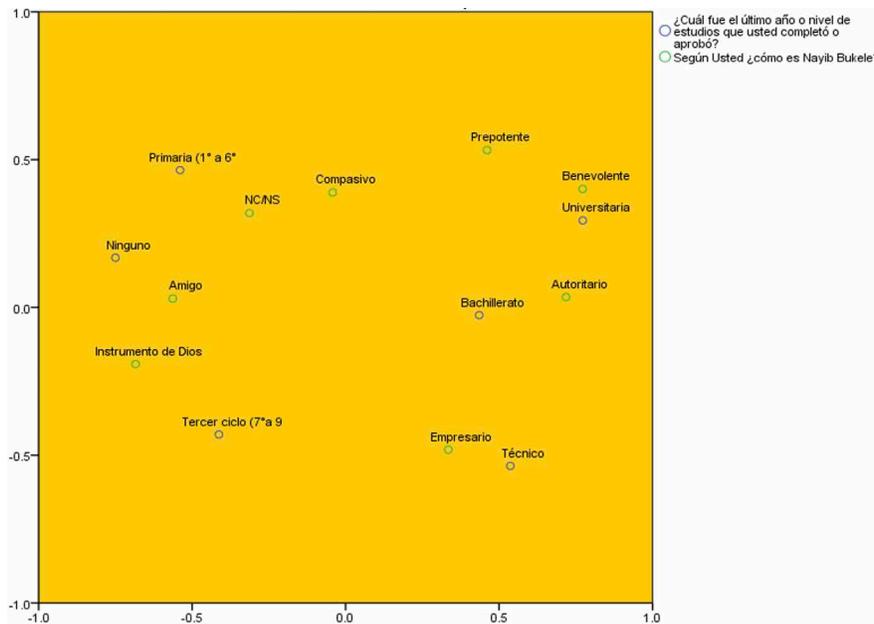
Fuente: elaboración propia.

Dado que se obtiene un p-valor cercano a cero y por lo tanto menor que cualquier nivel de significancia usual, se puede concluir que hay evidencia estadística fuerte que el grado académico influye en la percepción que las personas tienen sobre Nayib Bukele.

La figura siguiente muestra la asociación de las categorías de ambas preguntas.

Figura 69

Grado académico versus percepción sobre Nayib Bukele



Fuente: elaboración propia.

Las personas con grado académico de técnico, perciben al presidente como un empresario; el sentimiento de autoritario está asociado a las personas con nivel de bachillerato. Los universitarios opinan que es benevolente. Es de resaltar el hecho que las personas con nivel académico de primaria, son los que más se acercan a la categoría de “No sabe/No contesta”; tampoco las personas con formación de tercer ciclo se asocian a alguna categoría de percepción sobre Nayib Bukele.

En séptimo lugar, se realizó un análisis de correspondencia para las preguntas: **¿Cuáles son los ingresos mensuales que tiene su familia aproximadamente (incluyendo remesas)? versus Según usted ¿cómo es Nayib Bukele?** Se buscó determinar si los ingresos de las personas, influyen en su respuesta en cuanto a la percepción sobre Nayib Bukele.

Se presenta la tabla cruzada que muestra las frecuencias en la intersección de cada categoría.

Tabla 16

Correspondencia entre ingresos versus percepción sobre Nayib Bukele

Tabla de correspondencias								
Según usted ¿cómo es Nayib Bukele?	¿Cuáles son los ingresos mensuales que tiene su familia aproximadamente (incluyendo remesas)?							
	Menos de \$211	\$211 a \$350	\$351 a \$500	\$501 a \$700	\$701 a \$1000	Mayor a \$1,000	No contesta	Margen activo
Compasivo	24	43	32	14	4	0	8	125
Benevolente	6	8	13	5	4	1	6	43
Autoritario	20	52	40	13	12	3	20	160
Amigo	67	122	77	33	7	3	37	346
Prepotente	18	24	31	9	8	3	12	105
Empresario	37	106	64	24	8	8	27	274
Instrumento de Dios	31	33	18	7	0	3	14	106
NC/NS	13	13	6	3	1	0	12	48
Margen activo	216	401	281	108	44	21	136	1207

Fuente: elaboración propia.

Como antes, la mayoría de personas concibe a Nayib Bukele como amigo y empresario.

Tabla 17

Resumen de correspondencia ingresos versus percepción sobre Nayib Bukele

Resumen								
Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Valor singular de confianza	
					Contabilizado para	Acumulado	Desviación estándar	Correlación 2
1	0.181	0.033			0.502	0.502	0.028	0.139
2	0.134	0.018			0.278	0.780	0.030	
3	0.090	0.008			0.123	0.903		
4	0.074	0.005			0.083	0.986		
5	0.028	0.001			0.012	0.998		
6	0.010	0.000			0.002	1.000		
Total		0.065	78.475	.001 ^a	1.000	1.000		

a. 42 grados de libertad

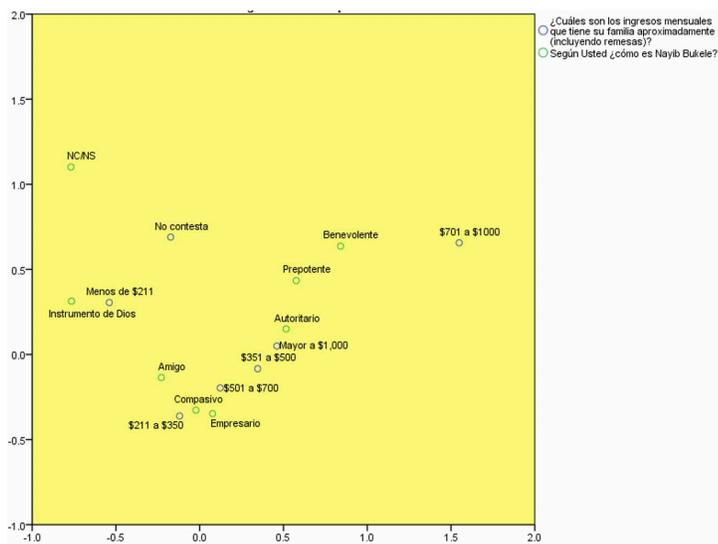
Fuente: elaboración propia.

Para cualquier nivel de significancia usual, se puede decir con contundencia estadística, que los ingresos de las personas influyen en la percepción sobre Nayib Bukele, dado que se obtiene un p-valor cercano a cero y por lo tanto menor que cualquier nivel de significancia.

En la figura siguiente se observa la asociación entre las categorías de ambas preguntas.

Figura 70

Ingresos versus percepción sobre Nayib Bukele



Fuente: elaboración propia.

Las personas con ingresos mayores a 1000 dólares, opinan que es autoritario; las personas con nivel de ingresos entre 501 a 700 dólares, opinan que es un amigo; las personas con ingresos entre 211 a 350 lo perciben como compasivo y empresario. Mientras que las personas con ingresos debajo de los 211 dólares lo perciben como un instrumento de Dios. Muy interesante este análisis si se cruza con la percepción sobre la ayuda en pandemia que se realizó por parte del gobierno.

Un octavo análisis de correspondencia para las preguntas: **Categoría edad versus ¿Por cuál medio usted se informa más?**, buscó determinar si la edad de las personas influye su respuesta en cuanto a los medios de información que usa.

Se presenta la tabla cruzada que muestra las frecuencias en la intersección de cada categoría.

Tabla 18

Correspondencia entre edad versus medios de información

Tabla de correspondencias						
¿Por cuál medio usted se informa más?	Categoría Edad					
	18-29	30-39	40-55	56-65	Mayor de 65	Margen activo
WhatsApp	132	62	102	35	12	343
Facebook	165	104	111	33	12	425
Twitter	16	3	5	0	2	26
Instagram	12	1	1	0	0	14
TikTok	2	1	0	0	0	3
Twitch	0	0	1	0	0	1
YouTube	5	2	7	4	1	19
TV	41	37	103	57	49	287
Radio	3	4	14	6	13	40
Margen activo	376	214	344	135	89	1158

Fuente: elaboración propia.

Facebook es la red social más utilizada, seguida por WhatsApp y el tercer lugar lo ocupa la televisión.

Tabla 19

Resumen de correspondencia edad versus medios de información

Resumen								
Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Valor singular de confianza	
					Contabilizado para	Acumulado	Desviación estándar	Correlación 2
1	.396	.157			.851	.851	.027	.203
2	.129	.017			.091	.941	.028	
3	.091	.008			.045	.987		
4	.049	.002			.013	1.000		
Total		.184	213.359	.000 ^a	1.000	1.000		

a. 32 grados de libertad

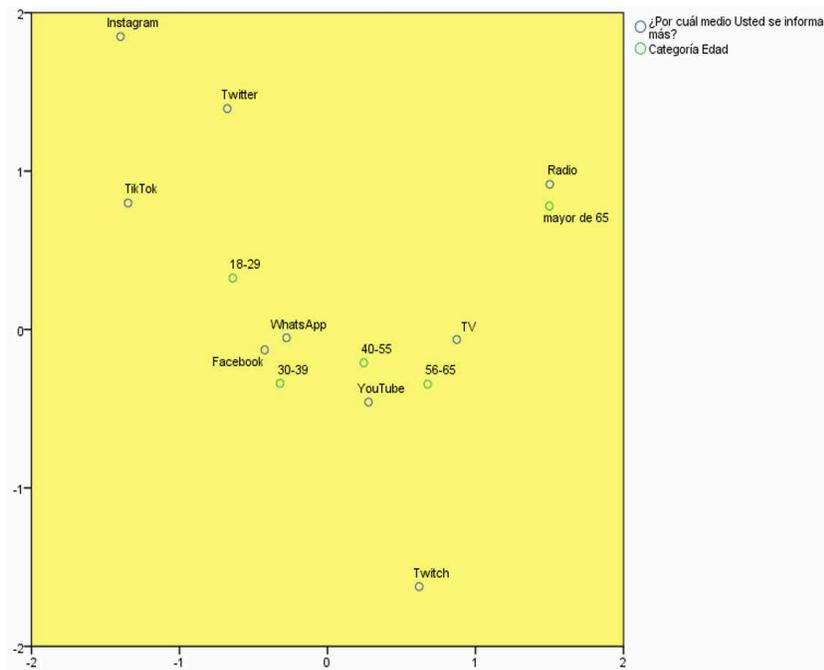
Fuente: elaboración propia.

Dado que se obtiene un p-valor cercano a cero, se puede decir con evidencia estadística, que los medios utilizados para información dependen de la edad de las personas.

La figura siguiente evidencia la asociación entre las categorías de ambas preguntas.

Figura 71

Edad versus medios de información



Fuente: elaboración propia.

Las personas mayores de 65 años siguen usando la radio como medio de información. Las personas con edad entre 56 y 65 años usan la televisión para informarse; las personas con edad entre 18 a 29 años, usan las redes sociales en general. Las personas con edad entre 30 y 39 años se identifican específicamente con WhatsApp y Facebook; mientras que las personas con edad entre 40 y 55 años se asocian a usar YouTube.

Un noveno análisis de correspondencia para las preguntas: **Categoría edad versus ¿Qué necesita más usted, para ser más feliz?**, buscó determinar si la edad de las personas, influye su respuesta en cuanto a las necesidades que expresan para ser feliz.

Se presenta la tabla cruzada que muestra las frecuencias en la intersección de cada categoría.

Tabla 20

Correspondencia entre edad versus necesidades para ser más feliz

Tabla de correspondencias						
¿Qué necesita más usted, para ser más feliz?	Categoría Edad					
	18-29	30-39	40-55	56-65	Mayor de 65	Margen activo
Mejor empleo	95	52	80	24	11	262
Vivienda digna	41	24	47	15	11	138
Salud	41	19	27	20	22	129
Vehículo	2	0	0	0	0	2
Oportunidad hijos	52	53	80	32	14	231
Pagar deudas	5	6	10	4	0	25
Más seguridad	52	28	27	12	8	127
Mejorar salud	14	9	12	13	7	55
Estar familia	42	17	27	5	7	98
Ir otro país	17	1	9	1	1	29
Pareja ideal	0	1	0	3	1	5
Ayuda gobierno	15	5	14	4	9	47
Margen activo	376	215	333	133	91	1148

Fuente: elaboración propia.

En la tabla de correspondencia no hay una categoría de necesidades que se diferencie fuertemente del resto.

Tabla 21

Resumen de correspondencia edad versus necesidades para ser más feliz

Resumen								
Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Valor singular de confianza	
					Contabilizado para	Acumulado	Desviación estándar	Correlación 2
1	.219	.048			.495	.495	.029	.077
2	.184	.034			.350	.845	.028	
3	.104	.011			.110	.955		
4	.066	.004			.045	1.000		
Total		.097	111.616	.000 ^a	1.000	1.000		

a. 44 grados de libertad

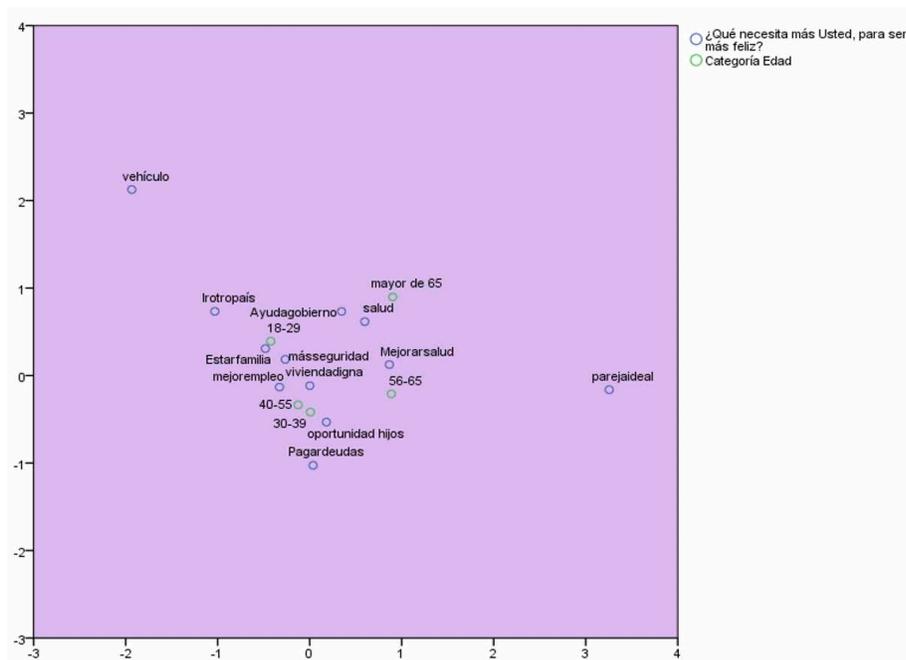
Fuente: elaboración propia.

Dado que el p-valor es cercano a cero, se puede decir con contundencia que la edad determina el sentimiento de necesidad de las personas.

En la siguiente figura se puede observar la asociación entre las categorías de dichas preguntas.

Figura 72

Edad versus necesidades para ser más feliz



Fuente: elaboración propia.

Las personas mayores de 65 años quieren tener más salud; las personas con edad entre 56 y 65 años opinan que quieren mejorar su salud. Las personas en un rango de edad entre 18 y 29 años, opinan que quieren estar con su familia (¿no se quieren o no se pueden ir de casa de sus padres?) y más seguridad. Luego las personas con rango de edad entre 30 y 55 años, en general se asocian con solicitar oportunidades para sus hijos, mejor empleo y vivienda digna.

Posteriormente se realizó un análisis de correspondencia para las preguntas: **Categoría Edad versus Según usted ¿cómo es Nayib Bukele?** Se buscó determinar si la edad de las personas, influye su respuesta en cuanto a la percepción que tienen sobre Nayib Bukele.

Se presenta la tabla cruzada que muestra las frecuencias en la intersección de cada categoría.

Tabla 22

Correspondencia entre edad versus percepción sobre Nayib Bukele

Tabla de correspondencias						
Según usted ¿cómo es Nayib Bukele?	Categoría Edad					
	18-29	30-39	40-55	56-65	Mayor de 65	Margen activo
Compasivo	40	18	42	15	10	125
Benevolente	19	6	11	3	4	43
Autoritario	61	30	40	19	10	160
Amigo	102	65	107	46	26	346
Prepotente	24	20	27	19	15	105
Empresario	88	65	82	22	17	274
Instrumento de Dios	40	13	38	10	5	106
NC/NS	16	6	10	6	10	48
Margen activo	390	223	357	140	97	1207

Fuente: elaboración propia.

La mayoría lo concibe como un amigo, seguido por empresario.

Tabla 23

Resumen de correspondencia entre edad versus percepción sobre Nayib Bukele

Resumen								
Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Valor singular de confianza	
					Contabilizado para	Acumulado	Desviación estándar	Correlación 2
1	.149	.022			.538	.538	.033	.026
2	.098	.010			.235	.772	.028	
3	.083	.007			.166	.938		
4	.051	.003			.062	1.000		
Total		.041	49.912	.007 ^a	1.000	1.000		

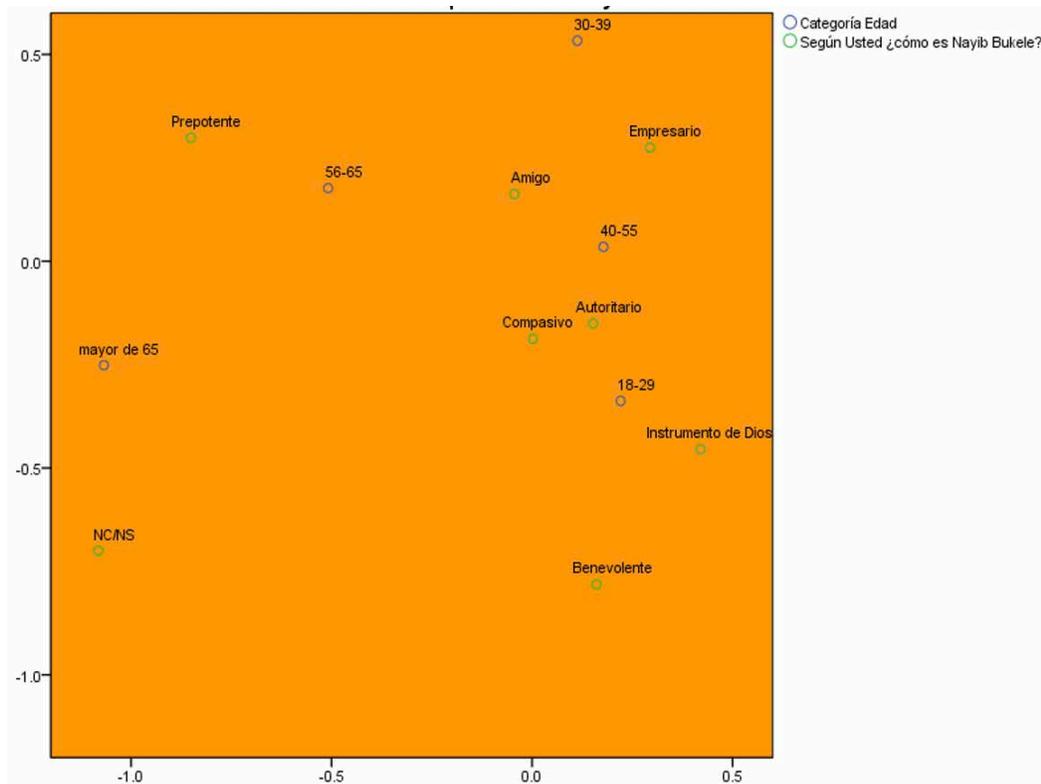
a. 28 grados de libertad

Fuente: elaboración propia.

Dado que se obtiene un p-valor menor que cualquier nivel de significancia usual, se puede concluir que la edad determina la percepción que se tiene sobre Nayib Bukele.

Figura 73

Edad versus percepción sobre Nayib Bukele



Fuente: elaboración propia.

Las personas con edad entre 18 y 29 años perciben a Bukele como un instrumento de Dios; si se revisan los datos previos con la categoría de ingresos, las personas con menos ingresos eran las que tenían esta percepción: se puede concluir que son los que aún no tienen trabajo. Las personas con edad entre 40 y 55 años perciben a Nayib Bukele como autoritario; las personas con edad entre 30 y 39 años, lo conciben como un empresario.

Luego se realizó un análisis de correspondencia para las preguntas: **Neuromarcador versus ¿Cuál fue el último año o nivel de estudios que usted completó o aprobó?** Se buscó averiguar si hay una relación de dependencia entre el nivel académico y la opción elegida en el neuromarcador.

Se presenta la tabla cruzada que muestra las frecuencias en la intersección de cada categoría.

Tabla 24

Correspondencia entre nivel académico versus opción elegida en neuromarcador

Tabla de correspondencias									
¿Cuál fue el último año o nivel de estudios que usted completó o aprobó?	Marque el que más le llame la atención								
	Atención	Memoria	Pensamiento espacial	Pensamiento superior	Pensamiento secuencial temporal	Pensamiento social	Funciones neuromotoras	Lingüística	Margen activo
Primaria (1° a 6° grado)	25	64	3	27	7	48	23	38	235
Tercer ciclo (7° a 9° grado)	44	71	14	36	14	41	40	42	302
Bachillerato	43	73	33	88	20	67	62	60	446
Técnico	1	2	1	8	3	4	5	5	29
Universitaria	12	19	4	26	6	25	15	13	120
Ninguno	11	21	0	8	3	10	3	13	69
Margen activo	136	250	55	193	53	195	148	171	1201

Fuente: elaboración propia.

Tabla 25

Resumen de correspondencia entre nivel académico versus opción elegida en neuromarcador

Resumen								
Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Valor singular de confianza	
					Contabilizado para	Acumulado	Desviación estándar	Correlación 2
1	.209	.044			.692	.692	.026	-.051
2	.106	.011			.177	.869	.028	
3	.065	.004			.066	.935		
4	.048	.002			.036	.971		
Total	.043	.002	75.932	.000a	.029	1.000		

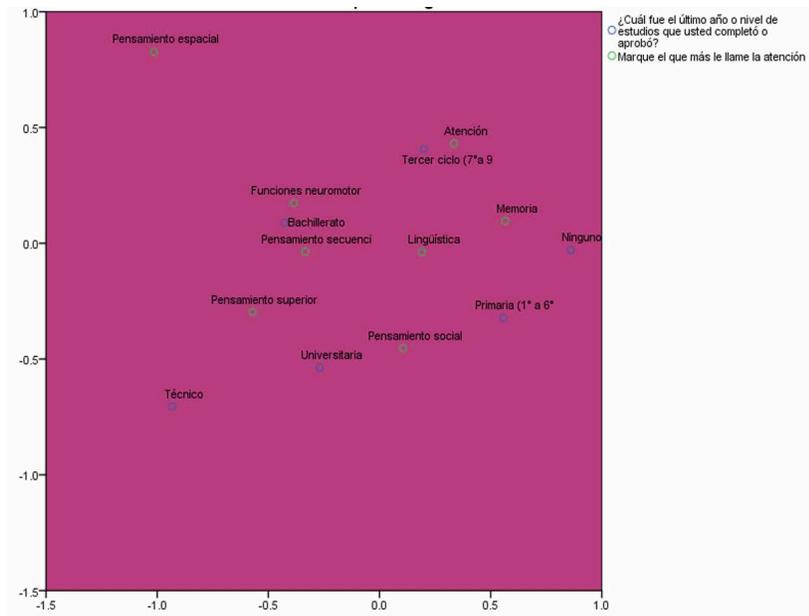
a. 35 grados de libertad
Fuente: elaboración propia.

Dado que se tiene un p-valor cercano a cero y por lo tanto menor que cualquier nivel de significancia usual, se puede concluir con contundencia que la opción elegida en el neuromarcador depende del nivel académico de la persona.

La figura siguiente refleja la asociación entre las categorías de ambas preguntas.

Figura 74

Nivel académico versus opción elegida en neuromarcador



Fuente: elaboración propia.

Las categorías asociadas con los universitarios son: pensamiento social y pensamiento superior; las personas que tienen tercer ciclo, se asocian con la categoría atención; las personas con nivel de estudio de bachillerato, se asocian con las categorías pensamiento secuencial y funciones neuromotor. Las personas sin nivel de estudio están un poco cerca de la categoría memoria.



7. Notas sobre el estado anímico de la sociedad salvadoreña

Luis Enrique Amaya

7.1 Presentación

Desde hace décadas, el escrutinio de la opinión pública nacional ha estado signado por técnicas y tópicos recurrentes, que han variado poco con el paso del tiempo. En este marco, el objetivo, el método y los contenidos de este estudio pueden resultar insólitos: es un intento por acercarse a las reacciones emocionales de los salvadoreños, con el propósito de identificarlas y definirlas, revisar cómo se mezclan y ubicarlas en el contexto presente; de cierta manera, es un esfuerzo por delinear algo que, en principio, parece amorfo.

Se trata de una investigación por encuesta que indaga las emociones que experimentan las personas frente a una amplia gama de temas, situaciones y figuras del país, tales como: la política nacional, los sucesivos presidentes de la República (desde Alfredo Cristiani hasta Nayib Bukele) y otros actores políticos y sociales, las ideologías políticas, algunas personalidades internacionales, la migración, la familia, la pandemia por COVID-19, las redes sociales, los medios de comunicación, etcétera. Además, se efectúa

una singular aproximación a algunos neuromarcadores importantes. Sin embargo, para la elaboración de este apartado, solo se han seleccionado los resultados vinculados con la exploración de las emociones, en especial aquellos que exhiben una mayor consistencia interna. Se entiende que, en rigor, los análisis neurocientíficos no suelen basarse principalmente en la aplicación de técnicas de auto reporte como las encuestas de opinión, las que recogen el parecer de las personas y su propia autodefinición, sino en datos empíricos obtenidos por medio de la observación directa y el uso del instrumental clínico (médico y psicológico), del que se dispone.

Habiendo dicho eso, las emociones primarias examinadas son siete, a saber: tristeza, sorpresa, miedo, enojo, aversión, desprecio y alegría. Para efectos de organización, podría decirse que el listado incluye dos emociones agradables o de placer (sorpresa y alegría) y cinco desagradables o de displacer (tristeza, miedo, enojo, aversión y desprecio). No existe una única propuesta teórica para la clasificación de las emociones, tanto primarias como secundarias, pero se empleó esta opción debido a su facilidad para ser comprendido por la opinión pública.

Este apartado está estructurado en dos cortas secciones. En la primera se estudian las emociones de los salvadoreños con respecto a su futuro individual y al futuro del país. Aquí se podrá observar el modo en el cual, como sociedad, se entiende que el porvenir depende de lo que cada persona puede hacer (es decir, de las propias capacidades), en contraposición a una noción del futuro que descansa en factores externos (como la voluntad de Dios).

La segunda sección está dedicada a analizar, como ya se adelantó, las reacciones emocionales de la gente en relación con la política y los políticos (en específico, respecto de los gobernantes de los últimos años, incluyendo el actual). Aunque la narrativa empleada en este apartado puede tener aspectos que luzcan como análisis de coyuntura política, el hilo conductor (por intención, por método y por conceptos), se mantiene en las fronteras de la reflexión en clave psicosocial.

Tratándose de un ejercicio investigativo que no cuenta con grandes antecedentes o una larga trayectoria en el país, hay que destacar el compromiso de continuidad y profundización que tiene el equipo responsable. Siendo las emociones humanas tan complejas, estas no pueden captarse con la hondura suficiente en un solo estudio. Hace falta un análisis multidisciplinario y sostenido para que la indagación sistemática aporte resultados consistentes. Asimismo, reconociendo el carácter evolutivo y dinámico de las emociones, es menester mirarlas y ponderarlas en una lógica de movimiento, en

vez de firmes o estáticas. En una frase, más que contemplar una “fotografía”, lo que se pretende es apreciar una “película”.

La relevancia de este estudio estriba en la posibilidad de ofrecer a la sociedad la oportunidad de comenzar a verse frente a un espejo y considerar, con honestidad, si la imagen que está viendo le corresponde, si encaja con sus valores y aspiraciones, si está alineada con lo que es y con lo que quiere ser. En concreto, si la imagen le gusta o le desagrada. En términos psicosociales, lo que se busca es que, como sociedad, se active un proceso de integración armoniosa de lo que se ha sido, lo que se es ahora y lo que se quiere ser a futuro.

7.2 El “humor social” de los salvadoreños

De entrada, conviene realizar una precisión conceptual. Cuando aquí se habla de “humor social” no se alude a una de las acepciones del concepto “humor”, en virtud de la cual, por lo general, se le asocia a algo que es visto como jovial o hasta cómico. No se trata, pues, del “sentido del humor” de la gente. Por el contrario, para los efectos de este trabajo, “humor social” se entiende como sinónimo de estado afectivo o anímico de las personas. En otras palabras, se refiere al conjunto de emociones que, en un determinado momento, predominan en una sociedad. Estas emociones filtran, de muchas maneras, las informaciones que se reciben, construyendo con ello una percepción e interpretación propia de la realidad.

Con base en ese entendido, los hallazgos más consistentes de la encuesta dan pie para catalogar a la sociedad salvadoreña como “optimista”. Pareciera ser que el mantenimiento de una actitud positiva es la tónica emocional más predominante. Pese a la violencia cotidiana, a los desafíos permanentes por la falta de oportunidades, a todos los meses de pandemia, etcétera, el 55.5 % de los encuestados dicen sentirse “felices”. Para el observador externo y distante, esto pudiese ser disruptivo, pero es lo que arrojan los datos. El segundo porcentaje más alto puede validar el primero: el 30.6 % se sienten “orgullosos”. En cambio, solo el 5 % manifiesta sentirse “frustrado” y un mínimo 1.2 % dice sentirse “enojado”.

Los datos anteriores son consistentes con una visión optimista de la realidad venidera. De hecho, el 44.7 % de los encuestados consideran que “El Salvador tiene futuro”, mientras que quienes opinan lo contrario son apenas el 3.7 %. El segundo porcentaje más importante corresponde a quienes piensan que “El Salvador depende de Dios”, con un valor del 42.8 %. En este punto, lo clave, al menos desde la perspectiva psicosocial,

es comprender cómo se está entendiendo el “rol” de la figura de Dios y su relación con el fuero interno, la propia voluntad, el autocontrol, la disciplina autoimpuesta, etcétera. En una frase, es esencial entender los alcances y límites que la gente le otorga a la responsabilidad personal; no se trata de cuestionar las creencias religiosas de nadie (un asunto que ya ha sido estudiado con extensión en otros espacios), sino el potencial sentido de negación de las realidades objetivas que pudiera estar detrás. El mundo subjetivo de las personas no es fácil de comprender, y el de las sociedades tampoco, por lo que no debería de extrañar la convivencia o concurrencia de factores mentales contradictorios.

La discusión anterior tiene analogías con otras respuestas. Por ejemplo, aunque el 42.4 % indica que su futuro dependerá “del trabajo” y el 14.7 % dice que “de lo que estudie” (factores internos), el 34.2 % señala que dependerá “de Dios” y el 5.1 % piensa que “de la suerte” (factores externos). Desde el punto de vista psicológico, lo central es reconocer si estas dos visiones contrapuestas (“confío en la voluntad de Dios” y “confío en mi esfuerzo personal”) están debidamente integradas (perspectiva egosintónica) o si, por el contrario, coexisten de forma conflictuada (perspectiva egodistónica).

Vistos los resultados anteriores de manera global, el “humor social” o el estado de ánimo más predominante tiende hacia lo positivo. La sociedad salvadoreña se siente feliz y tiene optimismo respecto al futuro. El futuro, a su vez, depende tanto de su trabajo como de su fe o creencia en Dios, en proporciones atendibles. Para obtener una imagen más exacta de las contraposiciones identificadas será necesario recurrir a otras mediciones, a fin de caracterizar las representaciones mentales o cognitivas que están a la base.

7.3 Emociones, política y políticos: las reacciones de los salvadoreños

A pesar de las voces críticas que, dentro y fuera del país, advierten los riesgos de la involución actual de la institucionalidad democrática, la mayoría de los encuestados piensa lo opuesto. En concreto, cuando se les plantea la frase “Nuestra democracia va mejorando”, el 61.1 % indica que está de acuerdo, superando al 37.9 % que manifiesta su desacuerdo. Dicho eso, no se sabe a ciencia cierta qué cosa, en específico, entiende la sociedad salvadoreña por “democracia”. De igual modo, se desconoce el baremo respecto del cual se estaría evaluando y midiendo, en el imaginario personal y colectivo, la presunta mejoría democrática. Sin duda, se vuelve necesario escudriñar estos aspectos para avanzar en la interpretación. Por ahora, lo único que se puede

apuntar es la validez perceptiva de los conceptos presentados, a nivel global, a reserva de que se desarrollen exploraciones más finas.

Los datos anteriores pueden provocar asombro en algunos, así como escozor en otros. Con el fin de comprender lo que está sucediendo, quizá vale la pena utilizar la propuesta de análisis e intervención terapéutica “A-B-C” que planteó Albert Ellis. Según este esquema (en donde “A” es el evento activador; “B” corresponde al propio sistema de ideas, creencias o convicciones; y “C” sería la reacción emocional o comportamental), los datos podrían causar menos sorpresas si, en vez de centrar el análisis en la reacción emocional en cuanto tal, se busca comprender todo el conjunto de creencias o convicciones que están siendo, en este momento, las determinantes más fuertes de los salvadoreños. Ciertamente es que, en el esquema de Ellis, también hay dinámicas de retroalimentación en virtud de las cuales las reacciones emocionales o comportamentales confirman, o no, el sistema de convicciones. En pocas palabras, es absolutamente menos lineal de lo que parece.

Con el auxilio del esquema “A-B-C” puede ser más interesante analizar los datos que ofrecen los encuestados en relación con la siguiente pregunta: “¿Cuál de las siguientes emociones refleja su situación frente a la política salvadoreña?” Al respecto, y en referencia al momento presente, el 24 % señaló que su emoción más predominante es la “alegría”, seguido del 22 % que dice que es la “sorpresa”. A estas dos emociones agradables les siguen las emociones contrapuestas: “tristeza” (18 %), “enojo” (7 %), “miedo” (6 %) y, finalmente, “desprecio” y “aversión” (3 % cada una). Es importante subrayar que el 15 % de los encuestados no expresaron una opinión o no saben, lo que lleva a reflexionar sobre la capacidad de la opinión pública para reconocer sus emociones y expresarlas con libertad. Con todo, a partir de los datos obtenidos, parece que los salvadoreños viven, ahora mismo, una relación positiva con la “política”. Empero, de lo que no se tiene certeza es del sistema de convicciones (conocimientos, razonamientos, creencias ideológicas, etcétera) que nutren y dan soporte a dichas emociones.

En el mismo sentido, pueden interpretarse las emociones colectivas que generan los presidentes de los últimos treinta años. Las reacciones emocionales predominantes, en todos los casos, son las siguientes: enojo, tristeza y desprecio. Los datos, en general, no hacen mayor distinción entre aquellos que fueron presidentes por el partido ARENA y por el FMLN. Sin embargo, hay matices que pueden ser reveladores. Las emociones más predominantes siguen el orden ya anunciado:

- Primero, el “enojo”. En este caso, entre todos los expresidentes, los porcentajes oscilan

entre el 26.6 % que provoca Alfredo Cristiani y el 38.1 % que evoca Mauricio Funes. En contraposición, Nayib Bukele solo le provoca “enojo” al 4.1 % de los encuestados.

- Segundo, la “tristeza”. Casi todos los expresidentes provocan una reacción de “tristeza” en porcentajes cercanos al 20 %. Curiosamente, de todos los expresidentes, el que menos “tristeza” provoca es Mauricio Funes (18.1 %) y el que más lo hace es Francisco Flores (22.9 %). El actual mandatario, Nayib Bukele, obtiene un porcentaje de apenas el 4.4 %.
- Tercero, el “desprecio”. Los dos expresidentes del partido FMLN son los que puntúan en esta emoción. Mauricio Funes provoca “desprecio” en el 23.9 % de los encuestados y, por su parte, Salvador Sánchez Cerén lo hace en el 22 %. Todos los expresidentes del partido ARENA provocan “desprecio” en valores menores al 20 %, siendo Alfredo Cristiani el que menos lo hace (14.3 %). El porcentaje de personas que sienten “desprecio” por Nayib Bukele representa solo un 3.1 %.

En términos generales, Nayib Bukele es una persona admirada por la población. De hecho, es un presidente que, fundamentalmente, provoca emociones agradables en las personas: “alegría”, en el 53.4 %, y “sorpresa”, en el 27.8 %. Como figura política, ha logrado invertir las emociones colectivas, con un énfasis actual en las emociones de placer.

A partir de ahí se deduce la posible existencia de un “Efecto Bukele”, el que estaría impactando positivamente en el partido Nuevas Ideas. Con su presencia mediática, estaría favoreciendo la imagen partidaria. En contraposición, se advierte la presencia de un posible “Efecto Funes”, el cual estaría afectando negativamente al FMLN. Con su exposición pública, estaría perjudicando a ese partido político, dejándolo en el fondo de las preferencias electorales de la población.

Lejos de la parcela estrictamente psicosocial, puede resultar válido preguntarse por las razones que explican que el partido FMLN resulte tan antipático para la ciudadanía. Una de las respuestas podría ligarse a que, aunque los dos expresidentes del FMLN son los que la población más desprecia (particularmente a Mauricio Funes, quien además es el que más “enojo” evoca), este partido ha sido incapaz de dar una muestra clara de distanciamiento, renovación y cambio de rumbo.

Una reflexión final puede ser realizada sobre la ausencia de matices entre la actual simpatía y popularidad de las que goza el mandatario Nayib Bukele frente al rechazo o, en general, la emocionalidad negativa que provocan todos los presidentes anteriores.

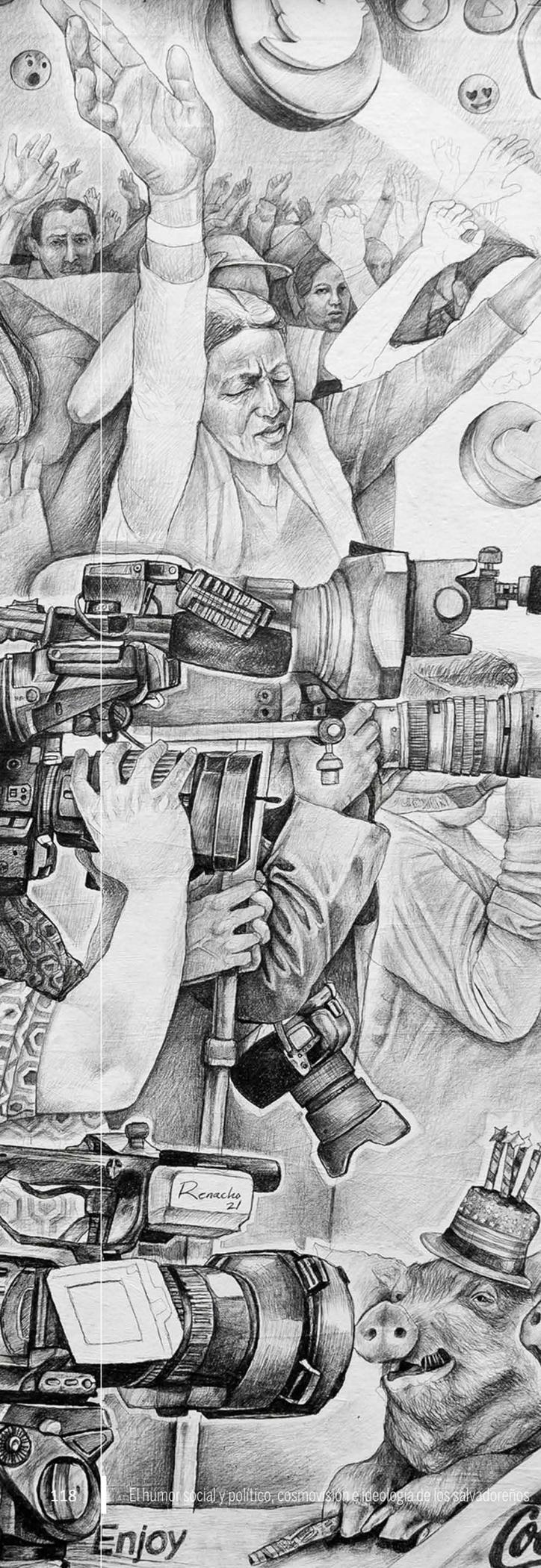
Se trasluce la presencia de una lógica dicotómica en la sociedad salvadoreña. Pareciera ser que todo lo bueno y lo “virtuoso” se concentra en la figura del presidente Bukele, mientras que todo lo malo y “vicioso” se asocia a los anteriores mandatarios; parece que no existen gradaciones o matices entre esos dos polos. La psicología, especialmente de orientación cognitiva, ha sido prolija en la explicación de este dinamismo: se sabe, por ejemplo, que el pensamiento dicotómico simplifica la realidad ubicando, en extremos opuestos, únicamente dos opciones; los seres humanos suelen emplear este mecanismo cognitivo de modo más o menos inconsciente, y su utilización es mayor debido, entre otros factores, a que requiere menos energía mental. Lo anterior supone una ventaja, pero la desventaja es el uso excesivo de un grave mecanismo que distorsiona la lectura de la realidad.

8. Interpretación desde la antropología

Jorge Arturo Colorado

La popularidad del presidente de El Salvador, Nayib Bukele, le permitió ganar las elecciones presidenciales de 2019 y, posteriormente, consolidar el poder absoluto controlando los tres órganos del Estado salvadoreño, particularmente la Asamblea Legislativa. Pero esta enorme popularidad no ha sido un accidente dentro de la historia nacional, sino un proceso de larga data que finalmente encontró tierra fértil donde germinar.

Asimismo, este hecho político ha ocurrido dentro de un particular momento internacional, en el que las redes sociales son fundamentales para difundir opiniones e información, no siempre veraz o acorde a la realidad. Estos canales tecnológicos, sin regulación y pobremente controlados por empresas como Facebook, Google o Twitter, están más interesados en el lucro que en la comunicación, y permiten la creación de campañas políticas y organizar granjas de troles con el objetivo de interferir en las opiniones políticas y establecer operaciones de ataque o de desprestigio, tanto contra una particular institución, como contra algún político opositor, un periodista o un ciudadano crítico.



La consolidación y el establecimiento del actual régimen político salvadoreño también se encuentra soportado por visiones de la realidad, ilusiones y anhelos colectivos, principios y creencias religiosas, y una pobre apreciación, desde buena parte de la población, hacia los valores democráticos y las instituciones políticas; estas últimas no parecieran tener un valor práctico para resolver los problemas estructurales como los del día a día. La realización personal, clave para el bienestar social, se logra, según la opinión de la gente consultada, obteniendo un mejor empleo, con un país con oportunidades, donde haya acceso a una vivienda digna y que exista la seguridad en las calles (pregunta 6: realización). Todo ello está muy por encima de cualquier preocupación sobre un cambio constitucional o la separación de poderes del Estado.

La historia de la humanidad muestra sobrados ejemplos de regímenes políticos basados en la figura de un líder que obtiene el poder absoluto, y reorganiza el Estado en función a sus propios y variados intereses. A pesar de que Bukele fue investido por una autoridad racional-legal a partir de las elecciones presidenciales de 2019, sin duda ha trabajado desde sus inicios en la política para construir, en buena parte del electorado salvadoreño, una autoridad basada fundamentalmente en su carisma, entendiéndose tal característica como la cualidad de atraer o fascinar a la gente; esto sin duda podría considerarse como una conducta irracional, pero hay que aclarar que “todo carisma tiene un componente de racionalidad. No se puede decir que sea del todo irracional, pues ordena el mundo, lo explica a los seguidores del líder político” (Deusdad, 2003, párr. 4).

La construcción de su autoridad carismática la ha logrado sin la participación de una ideología que le dé fundamento a sus ideas, planteamientos o posiciones políticas. Podría decirse que Bukele es un hombre de su tiempo, si se reflexiona a la luz de sus vaguedades discursivas y de las incertidumbres de sus posiciones políticas y morales. En ocasiones, se presenta como un libertario apoyando la Ley Bitcoin, en otras, impone medidas draconianas y restrictivas de movilización; propone un desarrollo tecnológico de primer mundo, pero al mismo tiempo aumenta el presupuesto de la Fuerza Armada y reduce el presupuesto a la Universidad de El Salvador.

Esas contradicciones e imprecisiones ideológicas son coherentes con la crisis que sufren las ideologías en la tercera década del siglo XXI, una época en la que hay un desfondamiento y una bancarrota de los grandes relatos ideológicos que han terminado por debilitar a los partidos políticos tradicionales (Cuadra, 2018).

A pesar de que Bukele militó en el FMLN hasta el 2017, en sus declaraciones públicas en redes sociales él busca ubicarse en un punto fuera del espectro de la izquierda y

la derecha (Bukele, 2019). Se puede establecer que en su discurso hay una tendencia conservadora hacia lo moral, posiblemente por razones puramente políticas y no personales. Esto es claro cuando la posición de su administración sobre el aborto, matrimonios igualitarios y las expresiones religiosas personales se alinean hacia una vertiente conservadora. Sus funcionarios, quienes pretenden muchas veces imitar los rasgos y particularidades físicas de Bukele, se alinean con él y lo acompañan a tal punto que en ocasiones rompen con la laicidad del Estado (Asamblea Legislativa de El Salvador, 2021).

Esa dispersión en cuanto a su discurso y ubicación política parece no generar problemas al electorado salvadoreño. Para ellos, el presidente es perfectamente comprensible, hablan el mismo idioma en cuanto a que ellos también se ubican dentro de posiciones políticas de centro con cierta tendencia a la derecha⁵ y asimismo, mantienen una moralidad conservadora, que los hace opuestos al aborto en general, al aborto por causales médicas, al matrimonio entre personas del mismo sexo (pregunta 22: dilemas éticos), al movimientos LGBTI (preguntas 23 y 24: colectivos sexuales), y se definen como personas creyentes y muy religiosas (pregunta 20: creencias religiosas).

La imagen pública que Bukele ha construido ha logrado altos niveles de admiración, que sobrepasan a figuras como San Romero y al exfutbolista más célebre del país, Jorge "El Mágico" González (pregunta 10: referentes nacionales). Bukele, como persona pública, se posiciona en un alto nivel en las tres dimensiones de estratificación que propuso Max Weber (Weber, 1969):

- Riqueza, alto estatus económico: cuando se le percibe como un hombre empresario (pregunta 5: imagen y reputación del presidente).
- Poder, alto estatus político, con capacidad para controlar a otros: cuando se le percibe como el mejor presidente que ha tenido El Salvador (pregunta 4: identificación en la relación con el presidente).
- Prestigio, alto estatus social: cuando es el político nacional más admirado (pregunta 10: referentes nacionales), con características entre sus correligionarios que lo hacen ver como amigo, compasivo y benevolente (pregunta 5: imagen y reputación del presidente).

⁵ La escala ideológica según la pregunta 13 y 14 del estudio ubican a los salvadoreños en una posición 5.83, es decir, al centro y derecha de un espectro entre izquierda radical y derecha radical.

La religión es un sistema de creencias en el que las personas organizan su realidad y su vida de acuerdo con modelos establecidos: le da un sentido a la existencia, explica el cosmos, los males y contradicciones del mundo, y a la vez les plantea a las personas una manera moral de comportarse. Considerando que el salvadoreño es fundamentalmente religioso (pregunta 20: creencias religiosas), y que dentro del discurso político de Bukele incorpora expresiones religiosas y que, a la vez, su personalidad es prestigiosa y carismática, no es de extrañar que muchas personas consideren que su administración representa una especie de designio divino, y que el mismo Bukele es una especie de instrumento designado por Dios (pregunta 5: imagen y reputación del presidente) para desarrollar al país; esto explica en cierta forma los niveles de optimismo (pregunta 9: definiciones de prospectiva), orgullo (preguntas 30 y 31: condiciones de futuro), felicidad y realización (pregunta 26: estado emocional del salvadoreño), que la población siente en función a su persona. Para la gente, el presidente se ha vuelto un hombre mítico, electo por el pueblo, pero escogido de alguna forma misteriosa por la Providencia para enrutar el país en la dirección correcta.

Su omnipresente propaganda multimediática, sostenida y financiada desde el Estado, lo hace representar un sinnúmero de papeles, todos protagónicos: a veces aparece como un Alejandro Magno, inteligente e intrépido que haciendo alarde de su pragmatismo, rompe de un golpe el nudo gordiano del bipartidismo entre ARENA y FMLN; y en otras ocasiones, se presenta confrontativo y feroz, tal cual fuera un Ramsés enfrentándose a los extranjeros en Qadesh, cuando en la realización de sus políticas y proyectos lo llevan a oponerse a la comunidad internacional y, particularmente, contra Estados Unidos.

Y es que su propaganda está basada mayormente en una gran presencia en redes sociales. No es extraño su éxito, tomando en cuenta que Facebook y WhatsApp encabezan las preferencias de las personas en cuanto al uso de las redes sociales, y son los medios favoritos que usa la mayoría de la población encuestada para informarse (preguntas 15 y 16: redes sociales y medios de información). Estas dos redes sociales, pertenecientes a la empresa Meta, y que hasta octubre de 2021 se conocía con el nombre de Facebook Inc., han recibido críticas internacionales e incluso se encuentran bajo investigación en muchos países (Horwitz, 2021), debido a que se transformaron en máquinas de propaganda, plataformas para discursos de odio y noticias falsas, medios para generar campañas de desprestigio, acoso e intimidación. Asimismo, se ha descubierto que su algoritmo tiene predilección por mostrar publicaciones que generan en el público reacciones de ira, enojo e indignación, las cuales en su mayoría pertenecen al ámbito político y terminan por producir sociedades polarizadas y confrontadas (Merrill y Oremus, 2021).

Por todo lo anterior, no es de extrañar que muchos políticos, y entre ellos Bukele, utilicen las redes sociales como su canal preferido para comunicarse con sus correligionarios, generar mensajes políticos, construir y afianzar su personalidad pública y también para atacar a opositores utilizando un complejo aparato de granjas de troles. Las redes sociales han permitido que los políticos puedan medir su popularidad mediante análisis de métricas, construir una personalidad basada en las expectativas de los electores, así como también crear, durante las crisis políticas, contenido que distraiga al público de los temas nacionales importantes.

Los medios de comunicación tradicionales han perdido terreno en cuanto a las redes sociales. Facebook es capaz de crear y enviar mensajes directos de acuerdo con el perfil de cada usuario. El estudio demuestra que los medios de comunicación como La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y especialmente El Faro (pregunta 17: confianza en las instituciones), no gozan de confianza entre los encuestados. En el caso de El Faro, puede deberse a que Bukele continuamente arremete en redes sociales contra el periódico digital cuando este publica noticias que perjudican su administración. Considerando el espíritu investigativo de dicho medio, reconocido a nivel internacional, la estrategia de Bukele ha consistido en romper la confianza del público nacional en sus contenidos y acosar a sus periodistas (Avelar, 2021).

La democracia salvadoreña supone ser un sistema representativo, donde se designa como gobernantes a representantes elegidos por los votantes, de modo que estos representantes gozan de una autoridad legitimada a través de un proceso electoral organizado desde el Estado. Las democracias no son perfectas, existen tensiones, crisis, visiones diferentes y puntos de vista confrontados en cuanto a proyectos nacionales o perspectivas a futuro. La política supone llegar a mínimos acuerdos con diferentes sectores, pero tales acuerdos prácticamente han desaparecido de la Asamblea Legislativa elegida en 2021, en la que no solo no se toma en cuenta la opinión de la poca oposición política, sino que se les ataca, insulta y acosa, tanto dentro de la Asamblea como en campañas de desprestigio en redes sociales.

A pesar de ello, el público encuestado tiene una lectura diferente y no parece considerar que la democracia salvadoreña esté en problemas o peligre el país. De hecho, creen que va por buen camino y que va mejorando (pregunta 32: contrastes), por ello una nueva Constitución que reemplace a la de 1983 les parece una propuesta relativamente viable.

Según el estudio, la población posee un fuerte rechazo a los políticos tradicionales (pregunta 8: contrastes emocionales). Las emociones de enojo y desprecio son

especialmente altas hacia el expresidente Mauricio Funes (pregunta 3: emociones y presidentes), quien ahora evade los procesos judiciales en su contra viviendo en Nicaragua. El rechazo es igualmente fuerte hacia el FMLN y ARENA. Si hablamos de la preferencia política mayoritaria, la población encuestada se decanta por asegurar que no prefiere a ningún partido político. Si confrontamos lo anterior con la figura pública de Bukele, nos encontramos con una visión maniquea de la política, todo se reduce a los malos contra el bueno. Ante esto es fácil instituir campañas propagandísticas y ataques públicos contra críticos o cualquier ciudadano que tenga una opinión diferente a la que se establece desde la Presidencia.

El carisma de Bukele ha logrado que la población sienta optimismo y orgullo nacional, y que no consideren abandonar el país, porque ha logrado implantar en la gente la sensación que hay futuro en El Salvador (pregunta 9: definiciones de prospectiva), una ilusión que no se había manifestado desde la finalización de la guerra civil. La gente apoya a Bukele bajo la convicción de que, usando su pragmatismo, valor e inteligencia, encontrará una solución para los problemas reales, históricos y evidentemente estructurales que han padecido por generaciones. Y la gente seguirá apoyando a Bukele hasta donde la realidad comience a manifestarse, o hasta donde su mensaje multimediático y su personalidad mítica sean convincentes. Su imagen pública es su mayor garantía, pero a la vez, y como si se tratara de un Aquiles mediático, su mayor vulnerabilidad.

Es claro que, desde la percepción de la mayoría de la población, para solucionar los profundos problemas nacionales no importa darle el poder absoluto a un líder carismático, siempre que haya posibilidad de que alguna vez se logre llevar comida a la mesa todos los días, y que haya suficiente dinero producto de un salario a fin de mes. Los valores democráticos, la separación de poderes y una Constitución establecida hace casi cuarenta años son fácilmente sacrificables en el altar de la esperanza erguido a los pies de un líder mesiánico.



9. El Salvador en el diván: Una lectura psicoanalítica, conclusiva y su *identikit*

Creación y destrucción, amor y odio no son dos instintos independientes, son dos soluciones de la misma necesidad de trascendencia, y la voluntad de destruir surge cuando no puede satisfacerse la voluntad de crear
Erich Fromm (1967)

Seguimos el guion de Erich Fromm (1957) para entender los mecanismos, procesos y fenómenos implicados en la vida anímica de nuestro paisaje contemporáneo. Perseguimos nuestras histerias, fobias y otros padecimientos psicopáticos-sociales en las estadísticas de homicidios, suicidios, casos de corrupción, migración, para intentar entender qué nos sucede y cómo nos sucede. Ahí está nuestro “subconsciente cultural” y los “impulsos instintivos reprimidos por la historia”: esos procesos no comprendidos en el presente que influyen en nuestro modo de actuar. Nuestra sexualidad social (patriarcal, machista, pecaminosa), genera pulsiones, represiones y resistencias; y así, desde la etnopsicoanalítica (Devereux, 1975) podemos intuir algunas tesis explicativas de nuestros trastornos neuróticos sociales.

Damos por hecho una lectura desde la perspectiva literaria con Horacio Castellanos Moya (2014) desde su libro *El asco*; desde la perspectiva antropológica-cultural con Humberto Velázquez (1986), a través de su texto *La cultura del diablo*; y desde la psicología social con Ignacio Martín-Baró (1990), a través del texto *La violencia en Centroamérica*. No obstante, nuestro intento está situado en el plano simbólico, buscando comprender un diagnóstico simple y algunas salidas terapéuticas para resolver nuestros problemas.

Antes de seguir, deberíamos primero examinar la topografía de nuestras “tópicas” (representaciones espaciales figuradas), mecanismos de defensa y de desarrollo libidinal en nuestra sociedad, en la siguiente tabla.

Tabla 26

Tabla de categorías psicoanalíticas

Nuestra conciencia	Nuestro preconsciente	Nuestro inconsciente
¿De qué estamos conscientes?; y hablamos de la cualidad momentánea que caracteriza las percepciones externas e internas dentro del conjunto de los fenómenos que nos aquejan.	¿Qué contenidos reprimidos están al acecho de nuestra cotidianidad, e intentan persuadirnos pese a contrastar radicalmente con nuestra conciencia?	En nuestra topografía de problemas y realidades ¿qué está entre paréntesis?
El ello (nuestro)	Nuestro yo	Nuestro súper yo
¿Cuál es nuestra herencia e identidad inacabada?; interrumpida por los conflictos; lo más primitivo de nuestro ser salvadoreño.	¿Cuál es la fuerza realista de deseos y demandas?; el principio de realidad; el intermediario.	¿Tenemos una ética cultural, que está ahí, en tensión dinámica? Nuestro aparato moral que nos exige.
Represión y pulsión	Pulsión	Condensación y desplazamiento
¿Qué intentamos rechazar o alejar?	¿Qué deseamos (a pesar de los riesgos)?	¿Qué soñamos (fragmentos de imágenes, frases e ideas)?, y ¿qué síntomas afectivos se proyectan a otras necesidades?

Fuente: elaboración propia.

¿Estamos sanos...? –suenan a pregunta retórica-, pero es un primer cuestionamiento válido de Fromm que nos auto aplicamos; y una segunda duda es: ¿no nos engañamos a nosotros mismos? Aquí debemos examinar nuestras estadísticas.

Somos seres determinados por instintos, leyes biológicas, autoconciencia, razón e imaginación, conscientes de la vida misma, mediante un proceso educativo; y en una lucha duélica de supervivencia, existencia y bienestar. Vivimos en un desequilibrio constante e inevitable, no repetimos patrones, cada experiencia de vida es única. La existencia misma de cada uno es un problema a resolver, y en no pocos casos la cultura y la religión dan explicaciones y ponen frenos a la resolución de la vida. Las fuerzas más poderosas que motivan la conducta del ser humano (pasión, deseo, necesidades), nacen de las condiciones de su existencia, de su situación humana, y aquí encontramos un

primer “*gap*” del problema tratado: ¿en qué condiciones nacemos?, ¿de bienestar, de opulencia, de precariedad?, ¿qué condicionamientos culturales y religiosos poseemos?

Un alto porcentaje de la población crece y se educa en una cultura patriarcal, machista, empobrecida, hacinada, con diversas carencias o en la miseria. Informes del IDH confirman esta circunstancia. Estas condiciones hostiles representan un escenario desfavorecido para un desarrollo normal.

Los modelos religiosos, católicos y protestantes “superficiales”, proponen soluciones y visiones providencialistas y de predestinación: la justicia y una vida plena será en el Reino de los Cielos, o el trabajo por el bienestar representará la oportunidad soteriológica.

Producto de lo anterior, más un sistema educativo ineficiente en un tejido social débil, emerge una cultura con identidad precaria, básica y de medios de solución violentos, con un alto nivel de resentimiento. ¿Puede este contexto incidir en la atmósfera que vivimos?

Entonces, ¿qué lectura podemos hacer desde el psicoanálisis sobre nuestra sociedad?

Nuestro narcisismo: una de las principales pasiones humanas es el amor, un intento de relación con algo o con alguien externo a nosotros mismos; amor en sus diversas acepciones (eros, ágape, caritas); pero también desde niños desarrollamos una admiración excesiva y exagerada por nosotros mismos, que puede terminar en una visión de nuestros propios pensamientos, sentimientos y necesidades narcisistas, la cual es la esencia de la mayoría de enfermedades psíquicas. El narcisismo es el polo opuesto de la objetividad, la razón y el amor; es una perturbación en donde perdemos el contacto con la realidad externa. En este contexto debemos preguntarnos por nuestra visión “nacionalista” o de “identidad” (*imprinting* cultural, Lorenz) frente a la alteridad; ¿cómo nos relacionamos o valoramos lo que es ajeno a nosotros mismos como cultura?

Trascender, crear y destruir: el ser humano para trascender puede crear o destruir vidas; ambas acciones son supuestos poco explicables para el ser humano. En el acto de destruir la persona se pone por encima de la vida; la destructividad es una potencialidad secundaria enraizada en la misma existencia del hombre y tiene la misma intensidad o fuerza que cualquier otra pasión. Creación y destrucción, amor y odio no son dos instintos independientes, son dos soluciones de la misma necesidad de trascendencia, y la voluntad de destruir surge cuando no puede satisfacerse la voluntad de crear; la satisfacción de crear es a la felicidad, como la de destruir al sufrimiento. ¿Pretendemos entonces trascender?

Incesto cultural: nacer es una circunstancia muy vulnerable para el ser humano; pero esta vulnerabilidad evoluciona hacia una necesidad distinta debido a la perplejidad de la vida, a las limitaciones del conocimiento, a los errores que comentemos o la accidentabilidad de la existencia. Igual que el niño, todo adulto necesita ayuda, protección y pertenencia. Freud (2010), desarrolló una amplia teoría explicativa del incesto, como resistencia a abandonar la órbita de la madre. A nivel social, el tabú del incesto intenta explicar esa dificultad afectiva de la independencia de las naciones; esa relación de amor-odio /madre-padre, que podemos extrapolar en los imaginarios contemporáneos: ¿a quién admiramos y odiamos? Desde el punto de vista más sociológico: ¿es nuestra sociedad matriarcal o patriarcal, de cara aplicar este concepto incestuoso en el análisis?, ¿cómo es nuestro nacionalismo y patriotismo?, ¿quiénes nos gobiernan: hombres o mujeres?, ¿qué o a quién idolatramos?

Identidad individual y colectiva: El ser humano dotado de razón e imaginación forma su concepto: “yo, soy yo”, pero necesita la alteridad para confirmarse, y el sentimiento de identidad es vital “yo, soy nosotros”. Esto es un tema muy cartesiano (dudo, por consiguiente pienso; pienso, por consiguiente soy) el yo pensante. Los individuos se han formado su identidad con sus roles sociales (campesinos, empresarios, etcétera). En las sociedades los regímenes o modelos políticos-económicos definen roles e identidades, pero estos se pueden alterar (¿quién soy?). Sociedades más individualistas, consumistas configuran un “yo-cosificado”, otros modelos excluyentes configuran la identidad entre las oportunidades y propiedad de los medios de producción, logrando existencia del yo entre los que tienen y no tienen (lo notorio y lo invisible). ¿Cómo se ha configurado la identidad en nuestro medio?, ¿quiénes tienen o no una identidad plena, visible o digna? Interviene aquí la lectura de los procesos de “satisfacción vicariante” esas proyecciones a imaginarios ideales desde nuestras carencia y limitaciones; en efecto, esos referentes locales, nacionales y globales también nos configuran.

Salud mental y sociedad: la salud mental de la sociedad depende de la satisfacción de necesidades humanas: arraigo, trascendencia, relaciones, identidad, también de la organización social y la determinación de relaciones, más otras necesidades fisiológicas y psíquicas. Los modos en cómo se resuelven estas necesidades son cruciales para la salud mental. Fromm (1967) argumentará que:

...la salud mental se caracteriza por la capacidad de amar y de crear, por la liberación de vínculos incestuosos con el clan y el suelo, por un sentimiento de identidad (...) por la captación de la realidad interior y exterior a nosotros, es decir, por el desarrollo de la objetividad y la razón. (p. 63)

Una sociedad sana desarrolla la capacidad de sus individuos, para amar, para trabajar, para impulsar su razón, objetividad, sus sentimientos y hasta sus capacidades productivas; una sociedad insana es aquella que crea hostilidad. ¿Se adapta a las necesidades de los sujetos nuestra sociedad, sus componentes y servicios?, ¿qué desarrolla nuestra sociedad, capacidades u hostilidad?

Parafraseando a Freud (2010), la vida social y la civilización están en oposición a las necesidades del ser humano (obviamente es lo referente a los instintos), nos referimos a un marco normativo ciertamente desfigurado. Nuestro carácter social como núcleo compartido es atomizado, disperso y hasta estridente; más allá de lo occidental, de lo democrático, y de lo latinoamericano, debemos descubrir, recrear o crear lo salvadoreño. En esta reflexión hemos dejado colgadas muchas preguntas que pueden o deben tener respuestas para lograr esta necesidad y así entender el fenómeno de la destrucción y de la criminalidad en todas sus manifestaciones, así como las claves para irrumpir este perverso curso de la historia que vivimos.

Ahora, ubicamos todas las preguntas juntas, listas para que sean respondidas en la encuesta:

- ¿En qué condiciones nacemos?
- ¿Qué condicionamientos culturales y religiosos poseemos?
- ¿A quién admiramos y odiamos?
- ¿Es nuestra sociedad matriarcal o patriarcal?
- ¿Cómo es nuestro nacionalismo y patriotismo?
- ¿Quiénes nos gobiernan?
- ¿Cómo están funcionando nuestras emociones?, ¿qué admiramos o despreciamos?
- ¿Quiénes son nuestros referentes?
- ¿Qué o quién idolatramos?
- ¿Puede este contexto incidir en la atmósfera que vivimos...?
- ¿Cómo se ha configurado la identidad en nuestro medio?, ¿quiénes tienen o no una identidad plena, visible o digna?
- ¿Cómo nos relacionamos o valoramos lo que es ajeno a nosotros mismos como cultura?
- ¿Se adapta a las necesidades de los sujetos nuestra sociedad, sus componentes y servicios?
- ¿Qué desarrolla nuestra sociedad, capacidades u hostilidad?
- ¿Cómo somos y cómo nos auto comprendemos?
- ¿Cuál es nuestra prospectiva?

Finalmente, de los resultados obtenidos en el estudio, intentamos llegar al perfil del salvadoreño promedio que se puede delinear utilizando las siguientes características:

- Optimista y alegre
- Religioso y creyente
- Hoy, Bukelista
- Empático y social
- Conductista
- Machista y patriarcal
- Muy conservador
- Vulnerable
- De derecha
- Pragmático en lo económico
- Trabajador
- Con una “satisfacción vicarial” definida
- Influenciado por lo mediático
- Con rupturas epistémicas entre lo abstracto y lo real

Sin lugar a dudas habrá muchas excepciones e individualidades; también “tiempos” y contextos, pero hoy, en este momento de la historia este es el “*identikit*”, el retrato hablado desde la antropología, desde la psicología social, desde la sociología y desde el psicoanálisis.



Referencias bibliográficas

Asamblea Legislativa de El Salvador. (junio 21, 2021). *Aprueban incorporar leyenda "Puesta Nuestra Fe en Dios" en edificaciones de la Asamblea Legislativa*. San Salvador, El Salvador. <https://www.asamblea.gob.sv/node/11397>

Avelar, B. (julio 21, 2021). Director de El Faro: Con Bukele el periodismo está más amenazado que nunca. *Vice*. <https://www.vice.com/es/article/jg8b3x/director-de-el-faro-el-periodismo-esta-mas-amenazado-que-nunca-con-bukele>

Bukele, N. [@nayibbukele]. (noviembre 09, 2019). Políticos de "izquierda" felices porque en muchos países se cansaron de gobiernos de "derecha". Piensan que los quieren a ellos de regreso Rodando por el suelo de risa, Ídem con los otros. No se dan cuenta de que la gente los detesta a ambos, por igual. Derecha e izquierda, todos son la misma.. [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/nayibbukele/status/1193307476390797314?s=20>

Cabral, N. (2020). Discursos sobre el humor, la libertad de expresión y la ofensa en artículos publicado en dos periódicos brasileros entre el 2012 y el 2016. *Mediaciones*, vol. 16, No. 25. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7996357>



Cantero García, V. (2020). Análisis de la tipología del humor en los artículos de costumbres de Larra. Ediciones Universidad de Valladolid; Castilla. *Estudios de Literatura*; Núm. 11 (2020) pp. 417-449. <https://revistas.uva.es/index.php/castilla/article/view/4143>

Castellanos, H. (2014). *El Asco*. Grupo Planeta; España.

Castells, M. (1999). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. La sociedad red, México, Siglo XXI.

Cuadra, Á. (2018). El príncipe posmoderno: posverdad y enjambres digitales. *Representaciones. Periodismo, Comunicación y Sociedad*, (10), 4-22. <https://www.revistas.usach.cl/ojs/index.php/re-presentaciones/article/view/3685>

Deusdad, B. (2003). El concepto de liderazgo político carismático: populismo e identidades. *Opción*, 19(41), 9-35. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872003000200002&lng=es&tlng=es

Devereux, G. (1975). *Etnopsicoanálisis complementarista* (Antropología y religión). Editorial: Amorrortu Editores España SL; 1er edición.

Freud, S. (2010). *El malestar en la cultura*. Ed. Alianza; Madrid.

Fromm, E. (1967). *Psicoanálisis de la sociedad contemporánea*. Fondo de Cultura Económica, México, 8ª edición.

Horwitz, J. (septiembre 13, 2021). The Facebook Files. *The Wall Street Journal*. https://www.wsj.com/articles/facebook-files-xcheck-zuckerberg-elite-rules-11631541353?mod=article_inline

Levine, M. (2003). *Mentes diferentes, aprendizajes diferentes*. Editorial Paidós, Barcelona

Llinas, R. (2003). *El cerebro y el mito del yo, el papel de las neuronas en el pensamiento y el comportamiento humano*. Editorial Norma, Bogotá.

Marjolein 't, H. (2007). Humour and social protest: an introduction. *International Review of Social History*, Vol. 52, supplement 15: humour and social protest, pp. 1-20. Published by: Cambridge University Press.

Martín-Baró, I. (1976). *Psicología social*. Programas de estudio y apuntes de clase. <https://www.uca.edu.sv/coleccion-digital-IMB/wp-content/uploads/2015/12/1976-Psicologia-Social.pdf>

Martín-Baro, I. (1990). La violencia en Centroamérica: una visión psicosocial. *Revista de psicología de El Salvador*. Vol. IX, N. 36, pp. 123-146 UCA, San Salvador, El Salvador, C.A. https://www.uca.edu.sv/coleccion-digital-IMB/wp-content/uploads/2015/11/1990-La-violencia-en-Centroam%c3%a9rica-una-visi%c3%b3n-psicosocial-RP1990-9-35-123_146.pdf

Merrill, J. B. y Oremus, W. (octubre 26, 2021). Five points for anger, one for a 'like': How Facebook's formula fostered rage and misinformation. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/technology/2021/10/26/facebook-angry-emoji-algorithm/>

NODO. (s.f.). *Definición de humor social*. <https://nodo-research.com/humor-social/>

Picardo Joao, O. (2018). El Salvador en el diván: Una lectura psicoanalítica. *Realidad y Reflexión*, (47), 38–46. <https://doi.org/10.5377/ryr.v0i47.6270>

Picardo Joao, O. y Ábrego, A. (2021). *La curva de aprendizaje: un enfoque neuroevolutivo y neurocientífico*. El Salvador: Instituto de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Universidad Francisco Gavidia

Real Academia Española (s.f.) *Definición de cosmovisión*. <https://dle.rae.es/cosmovisi%C3%B3n>

- Segado-Boj, F. (2011). Últimas tendencias en la producción científica europea en ciencias sociales, comunicación y humor. *Vivat Academia* [en línea]. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=525752959078>
- Spivak, H. (2015). *El humor social, la cultura pop y los mercados bursátiles*. Universidad Torcuato di Tella; Tesis de maestría. <https://repositorio.utdt.edu/handle/utdt/2095>
- Towers, S., Gomez-Lievano, A., Khan, M., Mubayi, A. y Castillo-Chavez, C. (2015). Contagion in mass killings and school shootings. *PLoS One*. doi: 10.1371/journal.pone.0117259
- Velázquez, H. (1986). *La cultura del diablo*. Editorial universitaria; San Salvador.
- Weber, M. (1969). *Economía y sociedad: esbozo de sociología comprensiva*. Fondo de Cultura Económica, México.
- Zygmunt, B. (2004). *La modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica, Argentina. <https://catedraepistemologia.files.wordpress.com/2009/05/modernidad-liquida.pdf>

Otras referencias consultadas pero no citadas

- Alden, D.L., Hoyer, W.D. y Lee, C. (1993). Identifying global and culture-specific dimensions of humor in advertising: a multinational analysis. *Journal of Marketing*. Vol 57, 64-75.
- Arias, G. (mayo 2, 2021). El humor social: el desafío de hacer campaña en la adversidad. *Infobae*. <https://www.infobae.com/opinion/2021/05/02/el-humor-social-el-desafio-de-hacer-campana-en-la-adversidad/>
- El Cronista. (octubre 30, 2021). El humor social llega golpeado al 14 de noviembre y el Gobierno recibe la peor parte: ¿Qué dicen los analistas? *El Cronista*. <https://www.cronista.com/economia-politica/el-humor-social-llega-golpeado-al-14-de-noviembre-y-el-gobierno-recibe-la-peor-parte-que-dicen-los-analistas/>
- Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES), y Fondo de las naciones unidas para la infancia (UNICEF). (2015). *Una mirada a las familias*

salvadoreñas: sus transformaciones y desafíos desde la óptica de las políticas sociales con enfoque de niñez. San Salvador. <https://www.unicef.org/elsalvador/media/1116/file/Familias%20Compressed.pdf>

Martín-Baró, I. (1983). *Acción e ideología*. UCA editores; San Salvador.

Mendiburo, A. y Páez, D. (2011). Humor y cultura. Correlaciones entre estilos de humor y dimensiones culturales en 14 países. *Boletín de psicología*, Nº. 102, 2011, págs. 89-105. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3772430>

Oster, H. y Ekman, P. (1981). Expresiones faciales de la emoción. *Studies in psychology*, Nº 7, págs. 115-143.

Perandones González, T., Lledó Carreres, A. y Grau Company, S. (2010). Contribuciones de la psicología positiva al ámbito de la profesión docente. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, vol. 1, núm. 1, pp. 17-24. Asociación Nacional de Psicología Evolutiva y Educativa de la Infancia, Adolescencia y Mayores, Badajoz, España. <https://www.redalyc.org/pdf/3498/349832324001.pdf>

Sáenz, L. (agosto 20, 2016). El peso de la percepción: humor social y alternancia. *Milenio*. <https://www.milenio.com/opinion/liebano-saenz/paralaje/el-peso-de-la-percepcion-humor-social-y-alternancia>

Toledo, M. y García Aparicio, V. (2010). El humor desde la psicología positiva. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, vol. 1, núm. 1, pp. 111-117. Asociación Nacional de Psicología Evolutiva y Educativa de la Infancia, Adolescencia y Mayores, Badajoz, España. <https://www.redalyc.org/pdf/3498/349832324012.pdf>

Varsky, J. (octubre 21, 2021). ¿Cómo está el humor social en Argentina? *CNN Radio Argentina*. <https://cnnespanol.cnn.com/radio/2021/10/21/como-esta-el-humor-social-en-la-argentina/>

Anexo

Encuesta: instrumento

Formulario:6-2021

Nº de

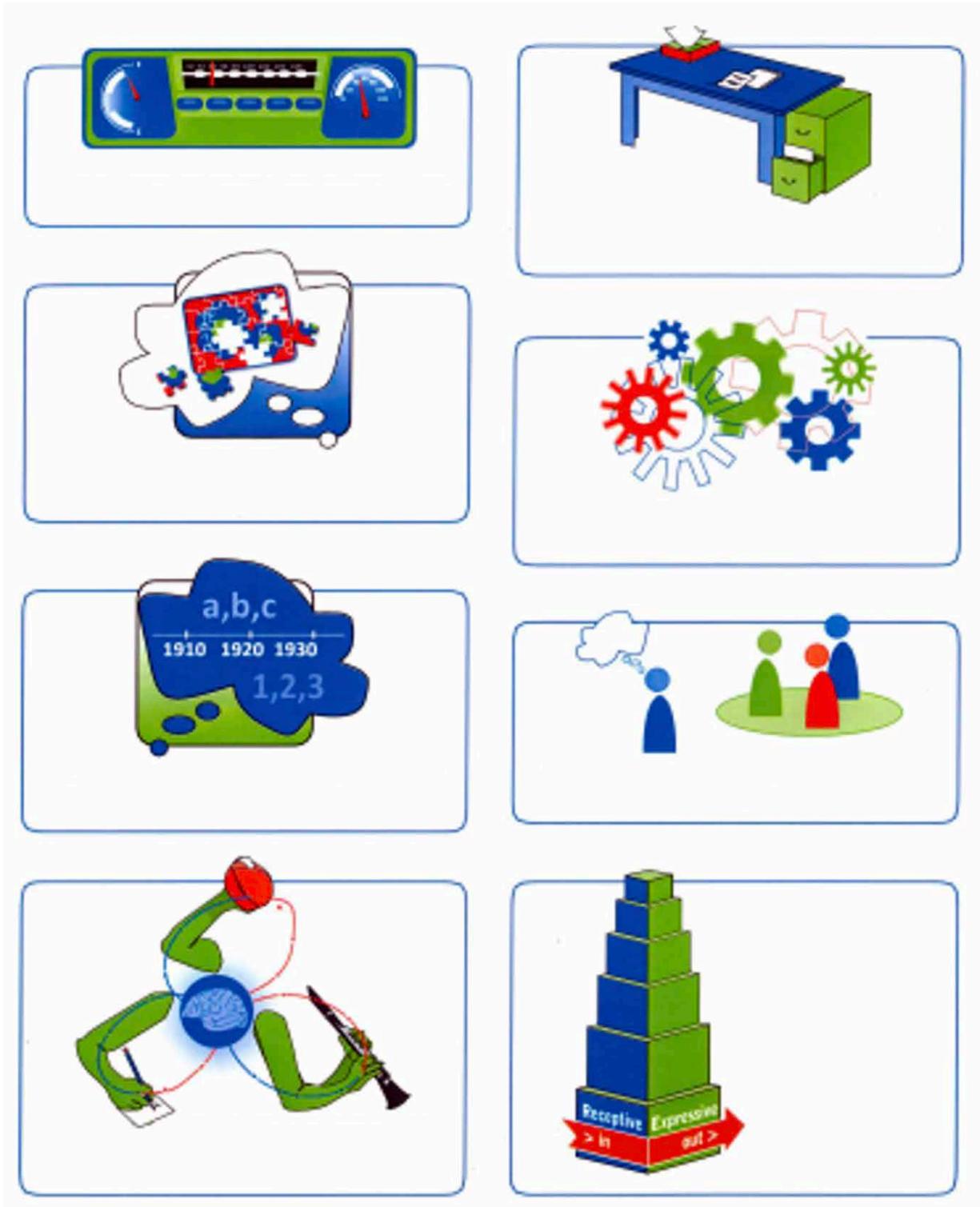
--	--	--	--

OBJETIVO: explorar el humor social de los salvadoreños (as). Solo para personas mayores de 18 años. Su información es completamente anónima.		
Fecha: _____	Código supervisor: _____	Código encuestador: _____
Departamento: _____	Municipio: _____	Zona: _____

Datos generales:

A) Sexo....<Anotar, No preguntar>	B) ¿Cuál es su edad
<input type="radio"/> 1) Hombre <input type="radio"/> 2) Mujer	_____ años cumplidos
C) ¿A qué se dedica, me refiero a cuál es su actividad económica? <no leer alternativas>	D) ¿Usted trabaja actualmente?
<input type="radio"/> 1) Empleado/a <input type="radio"/> 5) Comerciante <input type="radio"/> 2) Ama de casa <input type="radio"/> 6) Pensionado/a <input type="radio"/> 3) Estudiante <input type="radio"/> 7) Agricultor/a <input type="radio"/> 4) Trabajo propio <input type="radio"/> 8) Otro (especifique): (Independiente) _____	<input type="radio"/> 1) Sí <input type="radio"/> 2) Sí, Parcialmente <input type="radio"/> 3) No
E) ¿Cuál es su estado civil?	F) ¿Cuál fue el último año o nivel de estudios que usted completó o aprobó? ...<leer alternativas>
<input type="radio"/> 1) Soltero/a <input type="radio"/> 2) Casado/a <input type="radio"/> 3) Acompañado/a <input type="radio"/> 4) Divorciado/a; separado/a <input type="radio"/> 5) Viudo/a	<input type="radio"/> 1) Primaria (1° a 6° grado) <input type="radio"/> 2) Tercer ciclo (7°a 9° grado) <input type="radio"/> 3) Bachillerato <input type="radio"/> 4) Técnico <input type="radio"/> 5) Universitaria <input type="radio"/> 6) Postgrado <input type="radio"/> 7) Ninguno
G) ¿Cuáles son los ingresos mensuales que tiene su familia aproximadamente (incluyendo remesas)? <leer alternativas>	H) ¿Usted o alguien que vive en su casa, recibe remesas (dinero) del extranjero? <leer alternativas>
<input type="radio"/> 1) Menos de \$211 <input type="radio"/> 2) \$211 a \$350 <input type="radio"/> 3) \$351 a \$500 <input type="radio"/> 4) \$501 a \$700 <input type="radio"/> 5) \$701 a \$1000 <input type="radio"/> 6) Mayor a \$1,000 <input type="radio"/> 7) No contesta	<input type="radio"/> 1) Sí <input type="radio"/> 2) Sí, algunas veces <input type="radio"/> 3) No

Neuromarcadores: enseñar los neuromarcadores, dar unos segundos y solicitar que marque el que más le llame la atención; marcando con una “X” sobre la figura.



1. ¿Cuál de las siguientes emociones refleja su situación frente a la política salvadoreña?				2. ¿Por qué le genera esta emoción?			
<input type="radio"/> 1. Tristeza <input type="radio"/> 2. Sorpresa <input type="radio"/> 3. Miedo <input type="radio"/> 4. Enojo <input type="radio"/> 5. Aversión <input type="radio"/> 6. Desprecio <input type="radio"/> 7. Alegría <input type="radio"/> 8. NC/NS				Respuesta breve y abierta: <hr/>			
3. Le propondré la lista de los últimos presidentes de El Salvador y un conjunto de emociones, le solicito que me indique con qué emoción asocia a cada presidente:							
Presidente/Emociones	Tristeza	Sorpresa	Miedo	Enojo	Aversión	Desprecio	Alegría
1. Félix Cristiani							
2. Armando Calderón Sol							
3. Francisco Flores							
4. Antonio Saca							
5. Mauricio Funes							
6. Salvador Sánchez Cerén							
7. Nayib Bukele							
4. ¿Con cuál de las siguientes afirmaciones usted se identifica más?				5. Según usted ¿cómo es Nayib Bukele? <seleccione una opción>			
<input type="radio"/> 1. Necesito un presidente que me cuide <input type="radio"/> 2. Un presidente debe representar mis aspiraciones <input type="radio"/> 3. Prefiero un presidente hombre <input type="radio"/> 4. Un presidente debe temer a Dios <input type="radio"/> 5. Nayib Bukele es el mejor presidente que hemos tenido <input type="radio"/> 6. NC/NS				<input type="radio"/> 1. Compasivo <input type="radio"/> 2. Benevolente <input type="radio"/> 3. Autoritario <input type="radio"/> 4. Amigo <input type="radio"/> 5. Prepotente <input type="radio"/> 6. Empresario <input type="radio"/> 7. Instrumento de Dios <input type="radio"/> 8. NC/NS			
6. ¿Qué necesita más usted, para ser más feliz?				7. Para usted Estados Unidos es:			
<input type="radio"/> 1. Un mejor empleo <input type="radio"/> 2. Una vivienda digna <input type="radio"/> 3. Más salud <input type="radio"/> 4. Un vehículo <input type="radio"/> 5. Que mis hijos tengan oportunidades <input type="radio"/> 6. Pagar mis deudas <input type="radio"/> 7. Tener más seguridad <input type="radio"/> 8. Mejorar mi salud <input type="radio"/> 9. Estar con mi familia <input type="radio"/> 10. Irme para otro país <input type="radio"/> 11. Conseguir una pareja ideal <input type="radio"/> 12. Ayuda del gobierno <input type="radio"/> 13. Otra ¿cuál o qué?: _____ <input type="radio"/> 14. NC/NS				<input type="radio"/> 1. Un socio confiable de El Salvador <input type="radio"/> 2. El sueño americano <input type="radio"/> 3. Una democracia sólida <input type="radio"/> 4. El lugar dónde quisiera vivir <input type="radio"/> 5. Un imperio <input type="radio"/> 6. Un lugar en dónde explotan a los latinos <input type="radio"/> 7. Un lugar de oportunidades <input type="radio"/> 8. Otra ¿cuál?: _____			

8. Le presentaré algunas personas o circunstancias, por favor indíqueme con cuál de las tres opciones las asocia:

Personas/Circunstancias	Alegría	Nada o ninguna	Enojo
1. Los políticos			
2. Nayib Bukele			
3. La Selecta			
4. Mi pastor			
5. Mis vecinos			
6. Mi trabajo			
7. Mi salud			
8. El país			
9. La pandemia			

9. Le presentaré algunas definiciones, ¿me puede indicar si son muy ciertas, ciertas, no está segura, falsa o muy falsa?

Criterios	Muy cierto	Cierto	No estoy seguro	Falso	Muy falso
1. Habrá un mejor futuro para el país					
2. Me debería ir del país					
3. Me siento orgulloso de mi nacionalidad					
4. El futuro será mejor					
5. Estoy frustrado					
6. Me siento optimista					

10. Le voy a mencionar algunos personajes importantes de El Salvador, por favor indíqueme si le inspiran admiración, nada o desprecio.

Personajes	Admiración	Nada	Desprecio
1. Mons. Oscar Romero			
2. Jorge "Mágico" González			
3. Nayib Bukele			
4. Mauricio Funes			
5. Javier Simán			
6. Tony Saca			
7. Pastor Toby Junior			
8. Pastor Mario Vega			
9. Cardenal Gregorio Rosa Chávez			

11. Ahora, le voy a mencionar algunos personajes importantes a nivel internacional, indíqueme si le inspiran admiración, nada o desprecio.

Personajes	Admiración	Nada	Desprecio	No lo conozco
1. Donald Trump				
2. Joe Biden				
3. Cristiano Ronaldo				
4. Lionel Messi				
5. Vladimir Putin				
6. Papa Francisco I				
7. Angela Merkel				
8. Nicolás Maduro				
9. Daniel Ortega				

12.- ¿A quién admira más en su entorno más cercano?		13. ¿Cuáles son los tres personajes que más admira de su país?																					
<input type="radio"/> 1. Padre <input type="radio"/> 2. Madre <input type="radio"/> 3. Hermano <input type="radio"/> 4. Pastor o sacerdote de la iglesia <input type="radio"/> 5. Deportista nacional ¿Cuál?: _____ <input type="radio"/> 6. Político nacional ¿Cuál?: _____ <input type="radio"/> 7. Otro ¿cuál?: _____		1. _____ 2. _____ 3. _____																					
14. ¿Cómo se define usted políticamente hablando? En dónde 1 es muy de izquierda y 10 muy de derecha, marque en la escala que mejor se identifique:																							
Izquierda		Centro		Derecha																			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10														
15. ¿Cuál es su red social preferida? (priorizar, 1 + importante, 2, ss)		16. ¿Por cuál medio usted se informa más?																					
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Red</th> <th>Lugar</th> <th>Red</th> <th>Lugar</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. WhatsApp</td> <td></td> <td>5. Instagram</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2. Facebook</td> <td></td> <td>6. Twich</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3. Twitter</td> <td></td> <td>7. YouTube</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4. TikTok</td> <td></td> <td>8. Otra:</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Red	Lugar	Red	Lugar	1. WhatsApp		5. Instagram		2. Facebook		6. Twich		3. Twitter		7. YouTube		4. TikTok		8. Otra:		<input type="radio"/> 1. WhatsApp <input type="radio"/> 2. Facebook <input type="radio"/> 3. Twitter <input type="radio"/> 4. Instagram <input type="radio"/> 5. TikTok <input type="radio"/> 6. Twich <input type="radio"/> 7. YouTube <input type="radio"/> 8. TV <input type="radio"/> 9. Radio <input type="radio"/> 10. Medios digitales <input type="radio"/> 11. Otra ¿cuál?: _____	
Red	Lugar	Red	Lugar																				
1. WhatsApp		5. Instagram																					
2. Facebook		6. Twich																					
3. Twitter		7. YouTube																					
4. TikTok		8. Otra:																					
17. Le propondré un listado de instituciones, me puede decir ¿qué tanto confía en ellas?																							
Instancias		Confío	Indiferente	No Confío	No conozco																		
1. Iglesia católica																							
2. Iglesia evangélica																							
3. PNC																							
4. Fuerzas Armadas																							
5. TCS																							
6. El Faro																							
7. La Prensa Gráfica																							
8. El Diario de Hoy																							
9. Diario El Salvador																							
10. Canal 10																							
17. ¿Cómo define usted a su familia?		18. ¿Qué factores o cosas a usted le generan estrés?																					
<input type="radio"/> 1. Normal <input type="radio"/> 2. Disfuncional <input type="radio"/> 3. Difícil <input type="radio"/> 4. Complicada <input type="radio"/> 5. Otra ¿cuál?: _____		<input type="radio"/> 1. El tráfico <input type="radio"/> 2. Los políticos <input type="radio"/> 3. Mi trabajo <input type="radio"/> 4. Mi familia <input type="radio"/> 5. Otra ¿cuál?: _____																					
19. Respecto a las creencias religiosas ¿usted se considera?		20. ¿A qué iglesia usted pertenece?																					

<input type="radio"/> 1. Creyente <input type="radio"/> 2. Muy religioso <input type="radio"/> 3. Agnóstico o indiferente <input type="radio"/> 4. Ateo <input type="radio"/> 5. Otra ¿cuál?: _____	<input type="radio"/> 1. Católica <input type="radio"/> 3. Tabernáculo <input type="radio"/> 5. Mormón <input type="radio"/> 7. Metodista <input type="radio"/> 9. Budista <input type="radio"/> 11. Otra ¿cuál?: _____	<input type="radio"/> 2. ELIM <input type="radio"/> 4. Testigo de Jehová <input type="radio"/> 6. Adventista <input type="radio"/> 8. Islámica <input type="radio"/> 10. Ninguna
---	--	--

21. Le propondré algunos temas polémicos, favor indíqueme si está a favor, indiferente o en contra:

Instancias	A favor	Indiferente	En contra
1. Pena de muerte			
2. Aborto en general			
3. Aborto en causales médicas			
4. Matrimonio entre personas del mismo sexo			
5. Cambio de la Constitución			
6. Adopción del bitcoin			
7. Estatizar pensiones			

22. En la actualidad hay diversos movimientos y teorías sobre la sexualidad, quisiéramos saber su posición respecto a ciertos grupos, en términos de aceptación o rechazo:

Instancias	Acepta	Indiferente	Rechaza
1. LGBTI (en general)			
2. Homosexuales			
3. Lesbianas			
4. Transgéneros			
5. Travesti			
6. Gay			
7. Bisexual			

23. En caso de rechazo, su fundamento es:

1. Bíblico
 2. Religioso
 3. Otro ¿cuál?: _____

24. ¿Qué es para usted el trabajo?

1. Un medio para realizarme
 2. La forma de cómo obtengo dinero
 3. Es una mala experiencia
 4. Un medio de subsistencia
 5. Un lugar en dónde me explotan
 6. Un lugar en dónde me valoran
 7. Un lugar en dónde me realizo
 8. Otra ¿cuál?: _____

25. En una palabra, como salvadoreño (a) ¿usted se siente?:

1. Feliz
 2. Realizado (a)
 3. Orgullosa (a)
 4. Frustrado (a)
 5. Enojado (a)
 6. Otra ¿cuál?: _____

26. Como salvadoreño (a) ¿Qué es lo que más admira del país?:

1. Paisajes
 2. Cultura
 3. La gente
 4. La historia
 5. El clima
 6. Otra ¿cuál?: _____

27. Como salvadoreño (a) ¿Qué es lo que más disgusta del país?:

1. Los políticos
 2. Cultura
 3. La gente
 4. La historia
 5. El sistema judicial
 6. Otra ¿cuál?: _____

28. ¿Cuál concepto define mejor al salvadoreño?

1. Trabajador
 2. Vivo
 3. Cachero
 4. Oportunista
 5. Emprendedor
 6. Solidario
 7. NC/NS

29. Su futuro dependerá de:	30. A su juicio, El Salvador:
<input type="radio"/> 1. La suerte <input type="radio"/> 2. Del trabajo <input type="radio"/> 3. De lo que estudie <input type="radio"/> 4. De Dios (NO LEER) <input type="radio"/> 5. No lo sé <input type="radio"/> 6. NC/NS	<input type="radio"/> 1. Tiene futuro <input type="radio"/> 2. No tiene futuro <input type="radio"/> 3. Depende de Dios <input type="radio"/> 4. Está en manos de políticos corruptos <input type="radio"/> 5. NC/NS

31. Le propondré algunas ideas contrastantes, por favor indique con cuál está más de acuerdo:

Enunciado	De acuerdo	En desacuerdo
1. Los políticos siempre roban y se enriquecen		
2. Nunca terminará la pandemia de COVID-19		
3. Por más que estudie y me esfuerce no podré salir adelante		
4. La gente no respeta las leyes		
5. La situación del país va empeorando		
6. Con las vacunas saldremos de la Pandemia de COVID-19		
7. Nuestra democracia va mejorando		
8. Hay políticos honestos		
9. Dios nos ayudará a salir adelante		
10. Siempre hay oportunidades para el que estudia y se esfuerza		
11. Si no nos ponemos de acuerdo no saldremos adelante		

32. Por favor, seleccione según su criterio, puede no contestar si así lo desea:

32.1. Prefiere: 1. Dólares <input type="radio"/> 2. Bitcoin <input type="radio"/> 3. NC-NS <input type="radio"/>
32.2. Prefiere a: 1. Nayib Bukele <input type="radio"/> 2. Nuevas Ideas <input type="radio"/> 3. NC-NS <input type="radio"/>
32.3. Prefiere a: 1. Estados Unidos <input type="radio"/> 2. China <input type="radio"/> 3. NC-NS <input type="radio"/>
32.4. Prefiere: 1. Quedarse en El Salvador <input type="radio"/> 2. Irse a otro país <input type="radio"/> 3. NC-NS <input type="radio"/>
32.5. Prefiere: 1. El fútbol <input type="radio"/> 2. Política <input type="radio"/> 3. NC-NS <input type="radio"/>
32.6. Prefiere: 1. Las redes sociales <input type="radio"/> 2. La TV <input type="radio"/> 3. NC-NS <input type="radio"/>
32.7. Prefiere: 1. La radio <input type="radio"/> 2. La prensa escrita <input type="radio"/> 3. NC-NS <input type="radio"/>
32.8. Prefiere a: 1. ARENA <input type="radio"/> 2. FMLN <input type="radio"/> 3. NC-NS <input type="radio"/>
32.9. Prefiere: 1. Las AFP <input type="radio"/> 2. Pensiones del gobierno <input type="radio"/> 3. NC-NS <input type="radio"/>
32.10. Prefiere: 1. Una nueva Constitución <input type="radio"/> 2. La actual constitución <input type="radio"/> 3. NC-NS <input type="radio"/>
32.11. Prefiere: 1. La izquierda <input type="radio"/> 2. La derecha <input type="radio"/> 3. NC-NS <input type="radio"/>
32.12. Prefiere: 1. Callar <input type="radio"/> 2. Discutir <input type="radio"/> 3. NC-NS <input type="radio"/>
32.13. Prefiere: 1. WhatsApp <input type="radio"/> 2. Facebook <input type="radio"/> 3. NC-NS <input type="radio"/>
32.14. Prefiere: 1. Twitter <input type="radio"/> 2. YouTube <input type="radio"/> 3. NC-NS <input type="radio"/>

33. Estos son principales influencers de las redes sociales salvadoreñas, frente a estos personajes ¿cuál es su reacción?

Influencer	Admiración	Nada	Desprecio	NC/NS
1. Fernand Floo				
2. Little Viejo				
3. Nicolle Figueroa				
4. Adriana Hasbúm				
5. Marcelo Larín				
6. René Valdivieso				
7. Omar Angulo				

34. Finalmente, agradecemos nos conteste estas preguntas:

Categorías	Libro/Museo/lugar de exposición			En este año	Hace más de un año	No recuerdo
1. ¿El último libro que Usted leyó fue?:						
2. ¿La última vez que fue a un museo fue?:						
3. ¿La última vez que fue a una exposición de arte fue?:						
4. ¿El género musical que Usted prefiere es?:	Reguetón	Cumbias o tropical	Rock	Hip Hop	Cristiana	Clásica

35. A dos años y medio de su gestión, podría decirme ¿que nota le pondría al presidente Bukele?, considerando 0 una muy mal desempeño y 10 un excelente desempeño.

¡Muchas gracias por la atención prestada!

El estudio “El humor social y político, cosmovisión e ideología de los salvadoreños” es una exploración de carácter antropológica y sociológica desde la psicología social, que incluye además un punto de vista neurocientífico. Se trata de una encuesta, aplicada a nivel nacional, para conocer y comprender el estado de ánimo, qué piensan y cómo se sienten los salvadoreños.

En la actualidad la sociedad salvadoreña está viviendo un conjunto de cambios complejos que tienen a la base una estructura ideológica particular; en el marco de una transformación digital, agudizada por las redes sociales y en un contexto de pandemia, el país vive una metamorfosis apalancada por creencias, valores e ideas. En este sentido, la investigación buscó comprender e indagar qué piensan, qué sienten, qué admiran o desprecian de la actual cultura política los salvadoreños y profundizar en la cosmovisión salvadoreña contemporánea.

Con esta investigación se inaugura el Centro Universitario de Neurociencias (CUN) de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), el cual se dedicará a diversos estudios individuales y colectivos, educativos y sociales relacionados con el cerebro.



“Hoy no se hacen milagros”

©Artista: Renacho Melgar (2021)