
RESEÑA: González, M. (2019). Psicología de las masas en las campañas políticas de México, 2006, 2012 y 2018. México: UAM Iztapalapa.

Javier Rincón Salazar¹

Sección: Reseñas

Recibido: 10/06/2020

Aceptado: 10/07/2020

Publicado: 04/12/2020

El texto aborda una de las problemáticas más trascendentes de la psicología social. El que concierne al comportamiento que exhiben las multitudes y su transformación en masas humanas. La investigación que se elabora se centra en la observación del cierre de las campañas políticas, en el marco de las elecciones presidenciales en México, en tres periodos diferentes. Los últimos tres sexenios. En cada campaña se presenta la narrativa de lo observado en los eventos que realizan cada una de las fuerzas políticas más encumbradas del país.

La investigación ofrece testimonios fotográficos de lo acontecido y señala los aspectos que considera más destacables, donde las creencias se erigen como el fondo más significativo del entramado. Pero son los símbolos, las emociones y las imágenes (esto último como parte del pensamiento social) las que le otorgan contenido a su expresión. Ellas son acompañadas de un ritual de organización para el arribo, de la disposición del escenario, de un plan de amenidades y entretenimiento, así como la presentación del candidato o candidata que contiene y aparece en la boleta electoral. Se trata de un espectáculo poco original en su montaje, pero original e irrepetible por su circunstancia.

Cabe remarcar que la lectura es sumamente sencilla, el autor al tomar el tema de la psicología de masas, no la describe con tecnicismos ni vocabulario de la disciplina, lo hace con ejemplos tan cotidianos que, aunque uno no sea psicólogo social o no conozca del tema, al leer va entendiendo en cada párrafo leído los cimientos de la teoría y la idea central de la psicología de masas.

El tema central de la ceremonia se asienta en los augurios por el cambio social. Igualmente, por la justicia, la modernidad y la urgencia de llevar a cabo los

¹ Egresado de la licenciatura en Psicología Social de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, Ciudad de México. Correo electrónico: hoomy_21@hotmail.com. ORCID: 0000-0003-0725-7522

ajustes necesarios y lograr una nación más dinámica, más equitativa y con mayor progreso. Las líneas que se presentan constituyen la filosofía de un plan de trabajo de los partidos, que se proclama como un catálogo de imágenes que emergen de los diversos grupos, sectores, organizaciones, gremios, generaciones. Y que ahora se presenta como la estrategia política donde se trata de vencer a algo y a alguien.

La fundación o ampliación de la democracia, parece, es el fenómeno que moviliza a las multitudes. Aunque en un país tan plural, su contenido puede tener gran diversidad de definiciones, alcances y repercusiones. Para los ciudadanos lo que importa es que se genera un espacio de diferenciación y la promesa de los viejos ideales, las añejas demandas incumplidas y de nuevas solicitudes que invocan al futuro, bien lo señala cuando escribe, "la masa vive la ilusión como realidad" (p. 60). En cualquiera de los casos la pluralidad de la sociedad permite la coexistencia de diversas rutas para la ilusión.

El libro contiene tres apartados. El primero de corte teórico donde se delinea la conceptualización de la psicología de las masas y su líder. Esto es la manera de analizar la psicología de las multitudes. Fenómeno que busca ser comprendido en la vida política contemporánea. En este apartado se hace una relatoría de autores, modelos, debates que contribuyen a definir la psicología de las multitudes contemporáneas.

En este apartado se apoya en la idea de pensamiento social, la comunicación y la modernidad para entender el cambio que hay dentro de la cultura, para la transformación de un individuo a ser un integrante de la masa. Da una visión de una teoría que surge a principios del siglo XX con elementos muy puntuales del siglo XXI, lo vemos cuando nos dice que "la llamada comida rápida es un ejemplo de lo masivo y lo inmediato" (p. 31), muestra que en la vida contemporánea de la modernidad que vivimos vamos de la mano con la idea de estar en una masa.

Así vemos cómo se ubica su metamorfosis en el tema central del libro, la formación de la masa. Esta surge de manera simultánea a la presencia del candidato(a) quien representa diversas ideas, expectativas. Simbiosis necesaria para su conversión y actividad de aquellos que siguen al candidato en su lucha de "democracia" y las emociones que el líder desborda, "la voluntad de la masa se ubica en esta situación afectiva-emocional" (p. 103), llegando así a la cumbre de una masa en un cierre de campaña.

El segundo apartado contiene las narrativas del cierre de las campañas de tres periodos electorales. Los escenarios de las observaciones son realizados en 2006, 2012 y 2018, correspondientes a la sucesión presidencial, suceso calificado como el ambiente de esperanza, incertidumbre y de grandes expectativas en la

sociedad mexicana. Evento místico que ha permitido grandes cambios como la revolución mexicana o grandes tragedias como asesinatos o innumerables fraudes electorales. La narrativa de cada cierre de campaña revela las anécdotas de los grupos y las personas que llegan a los espacios convocados y asumen una actitud festiva y de triunfo. Las fotografías dan testimonio de los valores observados. Nueve narrativas componen el apartado a lo largo de los tres periodos señalados. Lo que señala una consistencia en la investigación y una suerte de comparación entre los periodos estudiados.

Un tercer apartado remata la investigación. En este se analiza la relación del pensamiento de las masas con la política mexicana. Los significados del cambio social a manera de imagen que moviliza a los grupos y otorgan un énfasis a los procesos electorales. En este apartado se repasan los procesos socio culturales que predominan en México y que sirven de plataforma en la continuidad de las creencias. Igualmente, en la formación de otras nuevas. En esa situación afloran las expectativas ciudadanas en el momento de la interacción con los diversos candidatos en un intercambio de esperanzas, ilusiones y temores.

Es importante señalar que el análisis en el que se ubica encuentra elementos psicosociales: símbolos, imágenes, creencias y emociones. Las cuales le dan relación a la vida política en México con la psicología de masas, estos elementos dan una estructura analítica, que situándolo en un párrafo es:

“Todo esto se construye con todas las fuerzas sociales y políticas, con sus pasados y sus expectativas, pero también con las pasiones y emociones que desata una idea extraordinaria que promete no solo desarrollo, sino darle sentido al presente, al pasado y al futuro de los grupos y las personas” (p. 451).

Finalmente, se presenta una imagen metafórica de la vida política de México. En ella se ubica a una pirámide que es rodeada por los habitantes de un lugar legendario. La imagen busca elegir al mejor hombre (no mujer), que represente a sus habitantes. La metáfora elabora preguntas y cuestionamientos que deben responder la psicología social colectiva en conjunción con las ciencias sociales.

El texto obsequia una reflexión sobre el presidencialismo mexicano, sus raíces y la imagen que este personaje impone sobre la vida social, política y cultural. No se busca hacer una prospectiva sobre el futuro de las campañas políticas. Por el contrario, se busca reconocer los vestigios históricos y culturales que forjan los valores y las emociones de un pueblo que arrastra sus inquietudes de la vida social y cultural a la política, bien lo enmarca con la cita de Le Bon, “con la lógica sentimental se edifican nuestras creencias, es decir, los factores de la conducta de los individuos y los pueblos” (p.450).

Para el autor, la psicología de las masas es un proceso integrador de las distintas vertientes de la psicología colectiva y de otros campos disciplinarios como la antropología, la sociología y la ciencia política. Igualmente, las distintas áreas de investigación para indagar el presidencialismo como fenómeno psicosocial y cultural. La imagen del presidente y de los candidatos(as) al cargo político, parecen observar como figura de soporte, es la brizna profunda del pensamiento ciudadano, la que se ubica entre el realismo y los ideales profundos de una sociedad.

Producto de un largo recorrido, la psicología de masas parece seguir reconociendo en la vida contemporánea, la adhesión de la masa al líder y el culto a la personalidad. Pero esto no sólo para personajes de la política, sino con personas del mundo del espectáculo, del deporte, de la ilegalidad, lo que pone en evidencia los deseos y las carencias del hombre y mujer de la modernidad, "en el fondo hay una especie de repetición de la sociedad espectáculo" (pág. 445). En el fondo hay un debate sociocultural e histórico sobre los contenidos que mantienen los medios de comunicación y su papel frente a los problemas nacionales y globales.

En la lectura de este texto se advierte una gran propensión por el cambio social. Las masas y los líderes lo invocan constantemente. Pero los significados se asumen un tanto veleidosos. El autor no deja de señalar el predominio de las creencias del ciudadano como el aguijón que moviliza a las masas. Elemento que permite el ímpetu con el cual el candidato(a) se superpone a la multitud.

Muchas de las creencias invocadas por la población advierten la acumulación de deudas. Este aspecto merece resaltarse como un producto de la historia, pero también como un proceso que anticipa lo posible y lo imaginable en la masa. Los tiempos que corren parecen señalar las advertencias de una revancha de diversos grupos y sectores a partir de la disparidad de los contenidos del cambio social. Aspecto que rebasa a la psicología social y la obliga a vincularse con otros campos disciplinarios y teorías específicas.

Visto como un análisis psicopolítico, el texto hace énfasis sobre las maneras culturales que posee la vida política. La ligadura de la vida cotidiana con la creación de la historia de un pueblo. Es decir, la atadura de lo individual y lo colectivo o de lo cotidiano con lo histórico. Elementos que no son explícitos en el léxico y expresiones de la masa pero que se pueden alcanzar cuando la política no consuma las promesas e ilusiones concertadas.

El trabajo hace evidente la necesidad de replicar y ampliar las áreas de oportunidad de la investigación en psicología social colectiva. Si se señalaba un eclipse de este tema, la investigación demuestra que hay un enorme universo por analizar. Nos pone en la mesa que la psicología de masas en México del siglo XXI

está aún presente, que no se ha agotado el tema de las multitudes, al contrario, nos abre un panorama que, si bien no es nuevo, lo hace interesante. Y renueva los modelos psicosociales desde la visión de la psicología colectiva. Lo original de todo esto es que pone a la cultura y los elementos que esta conlleva como el eje que mueve a la vida política en este país, y no solo de los cierres de campañas analizados, sino, desde hace siglos que estos elementos culturales implican la elección de un líder/ídolo/símbolo nacional.

REFERENCIAS

González, M. (2019). Psicología de las masas en las campañas políticas de México, 2006, 2012 y 2018. México: UAM Iztapalapa en coedición con Estampa Artes Gráficas S.A. de C.V.



Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).