

---

# **ESTRUCTURA, ESTRATEGIAS Y LAS FUERZAS PSÍQUICAS DEL PODER. EL AMOR Y LA TESIS DE LA FORMACIÓN DE LA IDENTIDAD POLÍTICA**

**Virna Rivero Herrera<sup>8</sup>**

## **RESUMEN**

La política es una de las dimensiones más importantes de la vida social, que tiene como núcleo el poder. En este ensayo planteamos que la estructura del poder son las representaciones sociales (socio-cognición) y las fuerzas psíquicas, éstas se refieren al amor, la seducción, la persuasión, la sugestión, el convencimiento, el contagio, las expectativas, el prestigio, la generosidad, la publicidad y el marketing y la historia personal, donde el amor es la fuerza psíquica que aglutina a las otras, por este motivo es <<el amor>> el que se encuentra detrás del poder. A la vez es el poder el que se encuentra detrás de las identidades, tales como la identidad de género, socio-profesional y cultural. Una o más de estas identidades se convertirán en la base de la Identidad Política.

## **PALABRAS CLAVES**

Política, Socio-cognición, Fuerzas Psíquicas del Poder, Amor y Poder, Identidad Política

## **ABSTRACT**

Politics is one of the most important dimensions of social life, which is the power core. In this paper we argue that the power structure of the social representations (social-cognition) and the psychic forces, they refer to love, seduction, persuasion, suggestion, persuasion, contagion, expectations, prestige, generosity, advertising and marketing and personal history, where love is the psychic force that unites the other, for this reason is <<the love>> which is located behind the power. While it is the power that is behind identities, such as gender identity, socio-cultural and professional. One or more of these identities will become the basis of political identity.

## **KEYWORDS**

Politics, Socio-cognition, Psychic Forces of Power, Love and Power, Identity Politics

## **RESUMO**

A política é uma das dimensões mais importantes da vida social, que é o núcleo do poder. Neste artigo argumentamos que a estrutura de poder das representações sociais (cognição social) e as forças psíquicas, que se referem ao amor, sedução, persuasão, sugestão, persuasão, o contágio, as expectativas, prestígio, publicidade, generosidade e marketing e história pessoal, onde o amor é a força psíquica que une a outro, por esta razão é <<el amor>>, que está localizado por trás do poder. Embora seja o poder que está por trás de identidades, como a identidade de gênero, sócio-cultural e profissional. Uma ou mais dessas identidades vai tornar a base da identidade política.

## **PALAVRAS-CHAVE**

Política, Sócio-cognição, Forças Psíquicas de Poder, Amor e Poder, Identidade Política

## **I. INTRODUCCIÓN**

En este ensayo que se realiza desde el ámbito de la psicología política, se relacionan cuatro aspectos: Estructura socio-cognoscitiva, estrategias del poder, fuerzas psíquicas del poder e Identidad política. Pero dentro de esta gama de variables estamos relacionando de manera directa las categorías Amor y Poder

para entender las demás categorías. Se ve como una necesidad teórico-metodológica relacionar estas dos herramientas teóricas, ya que es una manera de hacer un planteamiento político desde los procesos psíquicos o vida mental.

La estructura socio-cognoscitiva en este artículo se entiende como un sinónimo de las

---

<sup>8</sup> Psicóloga y Antropóloga (Universidad Mayor de San Andrés-Bolivia). Candidata a Doctorado en Psicología. Especialización Psicología Social por la Université Paul Valéry, Montpellier III-Francia. Diploma de Estudios Avanzados en Antropología Social. Universidad de Sevilla-España. Maestría en Psicopedagogía, Planificación, Evaluación y Gestión de Educación Superior en Salud. Universidad Mayor de San Andrés. Bolivia. Especialidad en Organización y Métodos en la Empresa Contemporánea. Universidad Privada Franz Tamayo-Bolivia. Docente Titular "B" del Sistema Universitario de Bolivia en las áreas de fundamentos y social de la Psicología. Ejerce funciones en la Carrera de Psicología de la UMSA, como Docente y Coordinadora del Instituto de Investigación, Interacción y Postgrado de Psicología. Correo electrónico.: [evrivero3@umsa.bo](mailto:evrivero3@umsa.bo)

---

representaciones sociales, mientras que las fuerzas psíquicas son, el amor, la seducción, la persuasión, la sugestión, el convencimiento, el contagio, las expectativas, el prestigio, la generosidad, la publicidad y el marketing, y la historia personal, donde es el amor el que contiene a las demás fuerzas políticas.

La estructura y las fuerzas psíquicas, pueden ser viabilizadas por una, dos o tres estrategias, estas son la influencia, la imaginación y la negociación.

Se hace un análisis de 4 niveles sociales del poder, y estos se refieren al poder individual, grupal, colectivo y social.

Se utilizaron tres perspectivas para entender la identidad política, una que concibe la identidad, como las identidades sociales, la identidad de género, cultural y socio-profesional, las mismas que están detrás de la Identidad Política. Una segunda perspectiva es entenderla como positiva o negativa, y finalmente entender la identidad <<como una forma de ser y estar, como un querer ser y un querer estar>> en las posiciones o jerarquías sociales estructurales.

Aquí se plantea la tesis, que detrás del poder está el amor en sus diferentes formas, y que detrás de la identidad política, cuyo núcleo es el poder, se encuentran las identidades sociales.

Todas las personas necesitamos amor, así como poder, sin embargo hay personas cuya necesidad de tener poder es desmedida, y cuando las necesidades son excesivas en algunas personas el sistema les empuja a utilizar estrategias para tomar el poder, en vista de que viven en una constante insatisfacción afectivo-emocional.

La personalidad política o el político, está dotado de una estructura de representaciones sociales y de fuerzas psíquicas, que se encuentran la mayor parte del tiempo en desbalance entre el amor y el poder, por lo que sienten la necesidad de asumir el poder y de permanecer en él la mayor parte de su vida, porque tienen la ambición de aplausos

y mimos, de abrazos y besos, etc., en última instancia de amor, y que acarrea a que el poder se convierta en adictivo. Esta es la respuesta a <<*¡qué tan difícil es dejar el poder!*>>.

El político también puede posicionarse en el poder -como guía- al menos de cinco formas, como líder, jefe, cabecilla, caudillo o como jefazo o incompetente. La forma, y por tanto el impacto sobre el auditorio, depende de la formación emocional que se le ha dado durante la infancia para la formación de la personalidad política. Cuando la personalidad política es positiva, se presenta el líder y en algunos casos el jefe. Cuando la personalidad política es negativa se presenta el cabecilla, el caudillo, el jefazo o el incompetente. La personalidad es positiva cuando se ha brindado al político en su niñez un amor bueno y balanceado, lo contrario ocurre cuando se presenta una personalidad negativa.

Por otro lado se encuentra la Identidad Política, la misma que es el resultado de las Identidades Sociales, cultural, de género y socio-profesional, mismas que en la historia -dependiendo de la sociedad, de la coyuntura y de la época- han sido alimentadas por las representaciones sociales y la personalidad política de sus miembros. Es una, dos o las tres identidades sociales las que han sido dirigidas a la constitución de la identidad política.

## II. LA ESTRUCTURA PSÍQUICA DEL PODER

Son las representaciones sociales las que se constituyen en la base estructural de las fuerzas psíquicas del poder.

Semejantes representaciones sociales son denominadas por Rodríguez (1997) <<*socio-cognición*>>.

*La socio-cognición "...transporta en su estructura modalidades de pensamiento social acerca de un objeto, de un acontecimiento o una persona; de otro lado, constituyen estrategias del sentido común mediante las cuales es posible, para el hombre corriente, conocer el mundo social y apropiarse de la realidad. La representación social no es simplemente una matriz psicológica, pues los significados que le*

---

dan contenido y forman obedecen a patrones de participación y contexto social. .... "Una forma de convertir en familiar lo extraño es el pensamiento de grupo"... "que lleva a un proceso de objetivación"<sup>9</sup> ....este proceso nos acerca y asegura de que <<la realidad es la realidad>>.

Entonces la construcción social de la realidad solo es posible cuando el individuo va asimilando su entorno, y procesando los nuevos elementos en su cerebro de manera tal que llega a formar imágenes sociales que se convierten en comunes para todas las personas que han compartido similares experiencias cotidianas. Sin embargo estas imágenes comunes, solo son eso <<comunes>>, no son idénticas para todos, en vista de que el significado, que es afectivo-emocional -los sentimientos-, llega a ocasionar matices individuales en cada representación social o en la, vida socio-cognoscitiva.

*"El imaginario, espacio en el que predomina lo psico-afectivo, es el mundo de las representaciones mentales: de las metáforas, analogías, figuras; de la imaginación, del ensueño y los fantasmas; de lo simbólico, que suscita sentimientos y valores; del mito, que, como elemento simbólico del imaginario social, brota de profundas emociones humanas y que, si bien expresa algo que tiene que ver con la realidad transmite sobre todo, aspiraciones e ilusiones colectivas que dan raigambre e identidad al grupo social, a la comunidad"*<sup>10</sup>

En este ámbito y tal como indicábamos anteriormente, esta estructura social le da un cierto respiro a algunos aspectos individuales, porque solo así se puede explicar, que algunas estructuras cognitivas desencadenen en fuertes personalidades políticas, mientras que otras no.

Un cierto tipo de representaciones sociales y de fuerzas psíquicas particulares pueden

---

9 RODRÍGUEZ, Óscar (1997) ¿Por qué las representaciones sociales? (Un acercamiento de la Teoría al análisis del EZLN). Aparece en URIBE, Javier (Coor.) Los Referentes Ocultos de la Psicología Política. Pp.,33-35

10 REVUELTAS, Andrea (1999) Cultura Política: El uso de las emociones para conservar el poder. Aparece en Mota, Botello Gabriela. Psicología Política del Nuevo Siglo. Una ventana a la ciudadanía. Pp.,302

derivar en dos tipos de rasgos psíquicos: por un lado se encuentra la personalidad política y por el otro las ideologías, si estas representaciones están empañadas de una tendencia a tomar el poder, hablamos de la personalidad política la misma que busca la transformación social a partir de la ideologización de la representación social, entonces se pondrá en marcha la estructura psíquica del poder.

De allí que en la estructura socio-cognoscitiva, además de existir representación social, también pueden estar presentes ideologías.

*"Cuando sucede que a una representación social se le intenta otorgar el rango de <<infallible>>, ocurre que ella deja de ser un equivalente de la realidad o un signo de la realidad, para mutar en ideología, se trata de una versión de la realidad que pretende convertirse en hegemónica. De lo anterior, se desprende que una representación social no puede ser instituida en términos hegemónicos; no se le puede tratar como si ella fuese el <<equivalente>> de la realidad a la cual se le hace corresponder"*<sup>11</sup>.

Una representación social cumple la función social de comunicación de la vida en común que se tiene en una determinada comunidad o sociedad, mientras que la ideología, al ser una representación social que desde el imaginario del ideólogo desea que sea <<infallible>>, ésta se convierte en una forma de imponer una realidad que no existe, y en la que se da una espera con acción de la realidad futura, con escaso respaldo de la verdadera realidad, la cual termina siendo forzada, de allí que surgen las revoluciones o los cambios reformistas.

La personalidad política por otra parte, instaura un tipo de estructura de poder sostenida en las representaciones sociales y en las fuerzas psíquicas que crean perfiles, en las que la persona o el político quieren obtener el poder, ya sea como líder, jefe, caudillo, cabecilla jefazo o incompetente.

---

11 RODRÍGUEZ, Óscar (1997) ¿Por qué las representaciones sociales? (Un acercamiento de la Teoría al análisis del EZLN). Aparece en URIBE, Javier (Coor.) Los Referentes Ocultos de la Psicología Política. Pp.,37

---

La personalidad política es el resultado del tipo de educación de las emociones que se da durante la infancia, y que se ponen en práctica durante la adolescencia y edad adulta.

### III. LAS FUERZAS PSÍQUICAS DEL PODER

De principio vamos a entender como racional, todo aspecto cognoscitivo, que también se va a denominar pensamiento, y entender como irracional todos los elementos afectivo-emocionales, que comúnmente se suelen entender como sentimientos. Ambos ámbitos se encuentran en la estructura de la vida psíquica. Si bien lo cognitivo y lo afectivo-emocional actúan siempre juntos, tienen particularidades de acuerdo a la historia personal del sujeto, y de la coyuntura en la que se encuentran los rasgos racionales o irracionales de la persona.

Las fuerzas psíquicas del poder, son fuerzas en las que sobresale lo irracional, las emociones o sentimientos que están detrás de muchos valores culturales y llevan a la elaboración de estrategias sociales que ayudan a conformar la personalidad política, así como la estructura cognitiva del poder.

No existen procesos puramente irracionales o racionales, en todo caso, hay estructuras cognitivas en las que domina lo racional y en otras lo irracional.

Las fuerzas del poder son estrategias afectivo-emocionales tales como el amor, la seducción, la persuasión, la sugestión, el convencimiento, el contagio, las expectativas, el prestigio, la generosidad, la creatividad (o imaginación) y la historia personal.

**Amor:** Esta es la fuerza psíquica más importante y relevante, y es la que más satisfacción proporciona a las necesidades afectivo-emocionales. El depositario de amor obtiene expresiones tales como mimos, abrazos, besos, aplausos, palabras, apoyo, colaboración, etc. Pero el amor no solo es positivo, también puede ser negativo y se presenta en diferentes niveles, según sea la personalidad del dador. El dador de amor positivo va a expresar su amor de manera

balanceada, mientras que el dador de amor negativo va a llevar su amor a extremos, en contra de quien recibe, se trata del resentido, este odia pero necesita que lo amen para compensar una historia de desamor. El amor no balanceado, o el amor de extremos acarrearán situaciones que distorsionan las relaciones de poder en el cotidiano vivir.

**Seducción:** *“Concepto más vinculado a la atracción física, al enamoramiento y, a la fascinación que puede ejercer una persona sobre nosotros”*<sup>12</sup>. Sin embargo la seducción no solo se da en una relación de pareja, que por lo general lleva a la relación sexual. Existen seducciones entre vecinos, entre pares, dentro de las relaciones laborales. Seducir no solo es enamorar y tratar de atraer a otro para obtener satisfacciones físicas, sino y fundamentalmente en el caso de la política, es hacer nuestras las ideas del político.

**Persuasión:** *“Persuadir consiste en mover a otra u otras personas a aceptar nuestro punto de vista de manera voluntaria”. La persuasión es una forma de influenciar y “la influencia es un cambio genuino y espontáneo en las preferencias y actitudes de una persona para situarla en el nivel acorde a una persona o grupo”*<sup>13</sup>. Sin embargo, el cambio que se produce en el otro, no es un cambio total, más bien se trata de un cambio parcial en vista de que la verdadera persuasión se da en los escépticos o dudosos, y no en aquellos que están demasiado alejados de nuestras ideas. En todo caso el que persuade lo único que hace es dar un empujoncito.

Una de las maneras más efectivas de influenciar es a través de las palabras, <<palabras bonitas>>, <<palabras seductoras>>, <<palabras que quieren ser escuchadas por el auditorio ocasional>>, <<palabras sustentadas sobre las emociones a quienes queremos persuadir>> y que tienen más impacto en las personas carentes de afecto.

---

12 ESTEBAN, María del Pilar (2000) Persuasión. El arte de convencer y seducir.Pp.,168

13 ESTEBAN, María del Pilar (2000) Persuasión. El arte de convencer y seducir.Pp.,168

---

*“Se puede decir que la persuasión tiene por objeto reunir a las masas por actos y argumentos legítimos. En la medida que éstas son sensibles a un lenguaje, a emociones que ya son compartidas y a símbolos que las orientan en una dirección familiar, se trata de dar a tono creencias y sentimientos formados por un largo pasado o que se imaginan semejantes”*<sup>14</sup>.

La persona que tiene la necesidad de influenciar, para convertir a otras personas en sus aliadas, utiliza las emociones de éstas, que para el caso las estamos presentando como una dimensión psíquica opuesta a la racionalidad, por este motivo una persona, o un pueblo que tiene a flor de piel sus afectos y emociones es más fácil de ser influenciado y manipulado. En una coyuntura, por ejemplo los grupos y las masas con una fuerte emoción llegan a amar al influenciador o poderoso, porque se identifican de tal manera que se apropian de sus actos y los hacen suyos. Cuando esta fuerza psicológica llega a extremos, solo con unas cuantas palabras, el político <<aprovechado>> en verdadero estado de éxtasis, puede llegar a convencer <<al hambriento de que no tiene hambre>><sup>15</sup>, o sea de que puede ocasionar que la persona persuadida vaya incluso en contra de sí misma. Desde un punto de vista más positivo la persuasión “.....permite a las personas tomar sus deseos por realidades”<sup>16</sup>

Según Esteban (2000) existen tres recursos persuasivos, la identificativa, la normativa y la argumentativa. La primera es el deseo de ser parecido a una pertenencia o la pertenencia a un grupo (“Si no actúas así estará mal visto”). La segunda se refiere a que las normas implícitas o explícitas promueven el ajuste o cambio de actitud o conducta (“Las personas con un tipo de responsabilidad tienen la obligación de”) y la tercera, es aquella que orienta hacia el beneficio (“Os propongo lo siguiente...cuyos beneficios serían”).

**Sugestión:** Es pensar y actuar bajo la influencia de otra persona o de una situación en la que la persona cree que <<esta persona o situación>> le puede afectar en su cotidiano vivir. El sujeto sugestionado, es susceptible y vulnerable, por tal razón la exposición de ideas relacionadas con actos más bien obsesivos es más fácil de ser convencida. En este sentido la sugestión es una situación intrínseca del sujeto que muy bien puede ser aprovechada por el político para que actúe de acuerdo a sus ideas.

**Convencimiento:** Convencer a los demás sobre las ideas que quieren los convencedores que se instalen en sí mismos o <<convencer a los convencidos>><sup>17</sup>, para reforzar las ideas acordes al político. El convencimiento a diferencia de la persuasión es una carta política por la cual las ideas se manifiestan de manera más abierta, de tal forma que el convencido tiene más enlace con el político.

**Prestigio:** Es la necesidad de tener un status con pruebas o sin pruebas, que hace aceptar como ciertas las ideas afirmadas por el influenciador o político. Mediante el prestigio el político es capaz de irradiar sobre su electorado (público) ideas, valores y emociones que sirven de repertorio a las acciones del público al que se dirige, y logran que el político sea observado como bueno.

Un político sin prestigio no sirve de referencia, ni de respaldo representativo al público o auditorio que requiere la presencia de personalidades políticas.

**Contagio:** Es la fuerza “....que convierte rápidamente en poderosas las convicciones individuales más débiles”<sup>18</sup>.

Esta fuerza política es una de las más poderosas en tanto es la más social, el contagio es una forma de seguir no sólo al líder o político, sino, y principalmente, es una forma de seguir a la masa, y esto se traduce en apropiarse con más vigor de los asuntos del

---

14 URIBE, Javier (1997) (Coor.) Presentación de Los Referentes Ocultos de la Psicología Política. Pp.24

15 Se trata de una metáfora

16 URIBE, Javier (1997) (Coor.) Presentación de Los Referentes Ocultos de la Psicología Política. Pp.27

17 MOSCOVICI, Serge (1997). Aparece en URIBE, Javier (Coor.) Los Referentes Ocultos de la Psicología Política. Pp.25

18 URIBE, Javier (1997) (Coor.) Los Referentes Ocultos de la Psicología Política. Pp., 11



---

colectivo, porque el colectivo en la mayoría de los casos está más cerca del individuo que el líder. En todo caso aquí el <<auditorio es el auditorio>>, <<el público es el público>> y <<el colectivo es el colectivo>>, se ve como una totalidad, más que como una parte, cuando se trata fundamentalmente de la acción política.

**Propaganda y marketing:** Son las voces que difunden y proclaman las acciones del/a influenciador o político como muy positivas.

Es la manera de comunicar sólo el bien de las acciones pasadas, presentes y futuras del político. La propaganda difunde las condiciones de prestigio del líder, agrandando la imagen, perfil y figura de éste, mostrándolo como un ser perfecto y no perfectible, en la que las acciones menos positivas pueden convertirlo en persona de conductas nobles.

Entonces la propaganda es creadora de una imagen que debe contener todas las virtudes que sean posibles del colectivo, con el fin de que sus miembros se sientan lo más identificados.

**Expectativas:** Las personas siempre tienen aspiraciones de mejorar su situación, de allí que sus aspiraciones requieren ser reforzadas por los influenciadores o políticos. La expectativa por parte de los miembros de una sociedad son permanentes y requieren una respuesta de parte de quienes pueden hacerlo, que son los políticos, los que tienen la tarea de crear mundos mágicos e irreales para proporcionar esperanza a los miembros del colectivo.

Le Bon (1921) *“...destaca que el elemento inmaterial que guía al mundo y que no podría morir es la esperanza, lo que se explicita por medio de la siguiente pregunta: <<¿Los sacerdotes de todos los cultos, los políticos de todas las épocas han vendido haciendo otra cosa?”*<sup>19</sup>.

Para Le Bon (1921), la esperanza conjuntamente con la espera y la fe son las

fuerzas psíquicas que tienen que aprender a manejar los políticos. Nosotros consideramos que la expectativa es la que contiene no solo a la esperanza, la espera y la fe, sino que además y en gran proporción contiene gran parte de la identidad social, ya que tiende a proyectar al ser en el futuro.

**Generosidad:** O la vocación de dar y que incluye la protección mediante la manifestación del amor. Los generosos tienden a atraer poderosamente al público porque se desprenden de recursos, regalan poleras, bolígrafos, dulces, etc. Pero hay generosos naturales y otros que son falsos. Denomino naturales a aquellos que dan a los otros de sus propios recursos, y son falsos aquellos que utilizan recursos ajenos. Estos últimos trabajan la política con respaldo económico de gente que se encuentra interesada de que el político en cuestión los represente.

**Historia personal:** La Historia personal es la vivencia y la experiencia de vida del político. Toda persona acumula un conjunto de contenidos que son cognitivos y emotivos, estos se convierten en la guía de las acciones presentes y futuras de todo influenciador.

Las historias de vida del político son una de las mejores estrategias políticas, en tanto se presenta ante el público, su perfil como ejemplo. La historia de vida es una forma de hacer brillar al político, de manera que se ponen en marcha <<su vida y milagros>>.

Considero que estas son las once fuerzas psíquicas del poder que se han podido sistematizar y en la que se centraliza al amor, como la fuerza más poderosa, en tanto las otras son una formación, el resultado y la motivación del amor.

El amor proporciona la intensidad de la vida, en tanto es el centro de las emociones y de las formaciones cognitivas que dirigen a la conducta y a la acción.

#### IV. ESTRATEGIAS DEL PODER

Habrán seres políticos que cuenten con una, dos o las tres estrategias de llevar el

---

19 URIBE, J. (1997), en Referentes Ocultos de la Psicología Política. Pp., 8, hace referencia a LE BON (1921). La Psychologie Politique et la Défense Sociale. Pp., 135

amor y el poder hacia la acción política. Se conocen al menos tres estrategias de llevar el poder, y estas se refieren a la influencia, a la imaginación y a la negociación.

La influencia se ejecuta sobre la base de los valores, ideologías y necesidades amorosas que tienen las personas y que esperan sean recompensadas por el ser político.

*“La influencia es el cambio genuino y espontáneo de las preferencias y actitudes de una persona para situarla en el nivel acorde a una persona o grupo. Este <<cambio>> puede estar arraigado también en aspectos provenientes de la sociología, el análisis de la comunicación de grupos, la comunicación interpersonal, o el análisis de la cultura desde un enfoque antropológico pero su mediación no es fácil de advertir”<sup>20</sup>.*

La imaginación es la capacidad del político para crear una imagen sobre sí mismo y/o una situación que atrapa al auditorio. La imagen dirigida al público, asume la forma “*The Father*”<sup>21</sup>, o el padre que da, protege y castiga. En su defecto también está empezando a surgir públicamente el papel “*The Mother*”, que ocupa similares papeles que la del padre.

*“Para mantener su hegemonía el poder utiliza múltiples medios y estrategias más o menos deliberadas. Es así que se sirve del imaginario colectivo, monopoliza representaciones históricas, valores, mitos, ideas e instituciones, escribe y reescribe la historia a su conveniencia, transforma afectos y representaciones en comportamientos. Lo que quiere decir que el poder a través de acciones visibles y no visibles utiliza los valores culturales, productos de una historia específica, con fines políticos y actuales para fabricar modelos de conducta que lo favorezcan”<sup>22</sup>.* Boetie refirió (1530-1563) que las personas..... se acostumbran a ser

sometidas, se educan y entonces se diviniza... ..a quien puede tomar una posición de dador, protector, proveedor y porque no?, castigador.

La tercera estrategia es la negociación, generalmente se logra mediante el discurso (el lenguaje, las palabras) así como todas esas manifestaciones que se dirigen a que <<todos ganen>> o por lo menos que <<todos salgan satisfechos>>, después de haber hecho el acto negociador.

Estas tres estrategias políticas, viabilizan la estructura y las fuerzas psíquicas del poder.

## V. NIVELES SOCIALES DEL PODER

Distingo cuatro niveles sociales de la vida social y política en la que las personas se mueven: A comprender son los niveles individual, grupal, colectivo y el social.

Entiendo el nivel individual en lo social, como la representación social que tiene cada persona del entorno social, pero con un margen para la individualidad o para lo personal. Esto se fundamenta en que cada individuo si bien es parte de una vida psíquica social común, también es poseedor de un pensamiento original y que es propio de la historia personal del sujeto. Por otro lado el individuo es individuo, pero no por serlo debe dejarse de hacer sobre él un análisis social.

Los siguientes tres niveles, son <<más sociales>>, como son el grupal, el colectivo y el social, que implica cuantitativamente más que un solo individuo dentro de lo social. Cualitativamente significa que <<el todo es más que la suma de sus partes, y no la suma solo de sus partes>>. O sea que el pensamiento de grupo, el pensamiento colectivo y el pensamiento o mentalidad de una sociedad, no es el resultado de la sumatoria del pensamiento de cada uno de sus miembros, sino es el resultado del pensamiento del conjunto, o sea un pensamiento original y único, según el nivel al que corresponda.

Vamos con el segundo nivel, que es el grupal, esto implica que hay una dinámica de las relaciones interindividuales, y que en su

20 ESTEBAN, María del Pilar (2000) Persuasión. El arte de convencer y seducir.Pp.,19-20

21 <<El Padre>> en inglés. Utilizamos este idioma porque se trata de la lengua dominante, y es la que mejor puede expresar el poder, que casi siempre es guiado por una personalidad política fuerte, que busca la dominación de los grupos y colectivos.

22 REVUELTAS (1999) hace referencia a BRAUD (1991). “Le jardin des délices démocratiques”. Pour une lecture psycho-affective des régimenes pluralistes.Pp.,302

---

forma más general la definición de grupo está relacionada con la idea principal que plantea Lewin (1939) “...en la que la interdependencia es el factor decisivo y superior a cualquier otro (similitud entre los miembros, igualdad de objetivos, enemigo común, sentimiento de pertenencia, etc.”<sup>23</sup>. En este entendido y mejorando esta idea consideramos que la proximidad entre los miembros del grupo es importante para que se dé una verdadera relación grupal.

El grupo tiene varias líneas de acción, desde las políticas, hasta las laborales, las académicas, las recreativas, etc.

El tercer nivel es el colectivo, cuantitativamente es más numeroso que el grupo, cualitativamente la proximidad y la relación cara a cara es indispensable, pero el tiempo que comparten entre sus miembros son de menor tiempo que las del grupo. El grupo interactúa más tiempo que el colectivo. El colectivo es más coyuntural y se forma en base a una ideología reformista o revolucionaria en respuesta al malestar que crea la estructura estatal, como por ejemplo los movimientos sociales. El colectivo puede ser una masa de personas que tiene su eje en la acción fundamentalmente política, dirigida hacia el cambio social.

Finalmente el nivel social, <<es la sociedad>>, esta puede ser interpretada como una cultura y/o una población en un territorio. En este nivel la proximidad que se da entre sus miembros se logra gracias a que estos <<son y están>> en referencia a un territorio. Estas personas pasan muchos periodos de tiempo juntos, se encuentran a poca distancia unos de otros, pero interactúan con otras culturas próximas y distantes a ellos. El pensamiento social se llama cultura, la cual genera una dinámica social, como puede ser el pueblo, la comunidad, la ciudad, la nación, etc., que es estable en sus relaciones sociales, y donde no existe ningún tipo de impacto en la que uno o muchos de sus miembros salgan o entren. <<El nivel social de la sociedad es el más estable>>, no es creador de ideologías como

el colectivo, sino es creador de idiosincrasias y mentalidades, es decir de estructuras mentales referenciales a una convivencia dentro del territorio, de acuerdo al espacio compartido durante décadas y siglos.

En estos cuatro niveles el poder se desplaza de una manera particular, el análisis que se tiene que hacer del poder debe ser, uno, en el nivel individual, otro en el nivel grupal, otro en el nivel colectivo y otro en el nivel social.

Moscovici (1997) refiere que existe: “...una metamorfosis psíquica de los individuos que, volviéndose miembros de un grupo –de una masa-, se comportan de manera muy diferente e imprevisible en comparación de lo que harían solos; es decir, refiere a lo que Freud veía como el enigma de la formación de las masas, ya que es como si se volvieran otros”<sup>24</sup>.

Aparentemente este enigma, no es tan enigmático, y tiene una razón y esto se refiere a que en el grupo y el colectivo, el miembro que actúa dentro de ellos siente acompañamiento y respaldo social por parte de los miembros. En el caso del grupo se da en la intimidad del propósito y en la frecuencia de las relaciones interindividuales, mientras que en el colectivo las ideologías que son movidas por las emociones, son reforzadas por la masa. Del individuo dentro del colectivo -socio-políticamente hablando- hasta llegar al colectivo, hay un salto de lo racional a lo irracional o emocional.

Mientras más individualizada es una conducta es más racional, mientras más colectiva es una conducta es más irracional, pero la idiosincrasia o sea el pensamiento socio-cultural se encuentra dentro del análisis del balance entre lo racional e irracional. Estos niveles también dependen de la coyuntura en la que se encuentren las relaciones sociales, mientras más alto es el nivel social -hasta el colectivo- hay mayores posibilidades que se establezcan relaciones y comportamientos irracionales. Lo cual se traduce en que mientras más individual sea la conducta, el origen es más racional.

---

23 SÁNCHEZ, José (2002) Psicología de los Grupos. Teorías, Procesos y Aplicaciones. Pp.,78

24 MOSCOVICI, Serge (1997) Introducción. Los Temas de una Psicología Política. Aparece en URIBE, Javier (Coor.) Los Referentes Ocultos de la Psicología Política. Pp.,



---

## VI. PODER Y POLÍTICA

El escenario en el que se dan las relaciones sociales en torno al poder se denomina dimensión política de la realidad social.

La dimensión política requiere para su comprensión tomar en cuenta algunas dualidades, por un lado se encuentra lo generado y elaborado (Rodríguez 1997), es decir tomar en cuenta el origen y los procesos del poder. Así también se encuentra la dualidad individualidad-social y finalmente la dualidad estructura y fuerzas psíquicas.

Rodríguez (1997), encuentra una premisa dual en la política: *“la política es producto de una función generativa, esto es, la política es socialmente generada y elaborada. Esto quiere decir que el discurso y la comunicación de la política depende de un principio (representación) que la engendra y elabora; es decir, le hace nacer y le prepara para hacerla asimilable. Pero también la política es una estructura de conocimiento, en cuya construcción se juegan símbolos, atribuciones y afectos compartidos por otras gentes en los grupos o en la sociedad”*<sup>25</sup>.

Rodríguez (1997), refiere que la vida política que está estructurada como representaciones sociales, es el resultado de la interacción *“...son los signos y significados sobre la situación específica el objeto de la explicación, y no los <<efectos personalistas>> de quienes participan en esa situación”*<sup>26</sup>.

*“La política no puede reducirse a un simple estímulo que afecta al individuo, pues en esta lógica explicativa únicamente se asocian el personalismo y la política”. Por esto “...la conducta política es una reelaboración común, puesto que depende de significaciones que se hacen comunes; o sea, de modalidades de pensamiento que se comparten. Por lo tanto, los contenidos de la conducta política son*

*reelaboraciones, reconstrucciones, que los sujetos realizan influenciados por el contexto cultural”*<sup>27</sup>.

Rodríguez, (1997) solo toma en cuenta que la construcción de la personalidad política o del político es contextual *<<en las relaciones sociales se forma a los líderes o a los verdugos>>*. Aquí se considera también el procesamiento personal para la formación de la personalidad política.

Esto guía se refleja en los diferentes niveles sociales, sean estos grupos, colectivos o la sociedad. Los diferentes guías se llaman, líderes, caudillos, cabecillas, jefes, jefazos o incompetentes. Los caudillos y cabecillas pueden llegar a dirigir de tal manera que transforman las relaciones sociopolíticas de toda una cultura y/o de todo un sistema político, como por ejemplo fue el caso de caudillos negativos como Hitler y Stalin. Por el otro lado se encuentran los líderes como Gandhi, Mandela entre los más importantes.

Finalmente está la tercera dualidad, estructura y fuerzas psíquicas, las cuales se han interpretado como la base en la que se asienta el comportamiento político.

De estas dualidades se deduce que las personas interactúan permanentemente en relaciones que se encuentran intermediadas por necesidades materiales y psíquicas que no siempre son satisfechas, puesto que cuando una necesidad se satisface, aparece otra, esto debido a ambiciones internas y factores externos, en este último caso, el hecho de compartir y/o competir por recursos y afectos. Ambos son propios de la naturaleza humana que se puede observar en todas las etapas de la historia de la humanidad.

Los acontecimientos históricos hacen pensar, que en el pasado la humanidad se relacionaba más igualitariamente, posiblemente se debía a que eran menos personas, habían más recursos, más espacios, menos conciencia de competencia y por lo

---

25 RODRÍGUEZ, Óscar (1997) ¿Por qué las representaciones sociales? (Un acercamiento de la Teoría al análisis del EZLN). Aparece en URIBE, Javier (Coor.) Los Referentes Ocultos de la Psicología Política. Pp.,43

26 RODRÍGUEZ, Óscar (1997) ¿Por qué las representaciones sociales? (Un acercamiento de la Teoría al análisis del EZLN). Aparece en URIBE, Javier (Coor.) Los Referentes Ocultos de la Psicología Política. Pp.,41

27 RODRÍGUEZ, Óscar (1997) ¿Por qué las representaciones sociales? (Un acercamiento de la Teoría al análisis del EZLN). Aparece en URIBE, Javier (Coor.) Los Referentes Ocultos de la Psicología Política. Pp.,41

---

tanto más cooperación, nuestros antepasados aparentemente vivían en mayor igualdad y en armonía.

Harris (1993) refiere “...el observador que hubiera contemplado la vida humana al poco de arrancar el despegue cultural habría concluido fácilmente que nuestra especie estaba irremediabilmente destinada al igualitarismo salvo en las distinciones de sexo y edad. Que un día el mundo iba a verse dividido en aristócratas y plebeyos, amos y esclavos, millonarios y mendigos, le habría parecido algo totalmente contrario a la naturaleza humana a juzgar por el estado de las cosas imperantes en las sociedades humanas que por aquel entonces poblaban la Tierra”<sup>28</sup>.

No obstante la afirmación de Harris (1993), aquí se considera que en el pasado la condición de sexo y edad no eran vistos como los factores de desigualdad, en un sentido de conciencia, aunque la praxis mostraba que los niños y las mujeres, desde siempre han sido subordinados, aún ahora en pleno siglo XX, los diferentes grupos siguen naturalizando un sometimiento a un mundo adulto y masculino.

En todo caso en la antigüedad si bien las relaciones eran más igualitarias, no se desecha relaciones de conflicto por la desigualdad entre sus miembros, donde la competencia por tener prestigio y status era frecuente entre los varones.

Pero bien, más allá de la historia y de la naturaleza humana, ambiciosa por tener poder, las relaciones sociales se han complejizado en nuestros días, esto debido posiblemente a las condiciones que nos está tocando vivir, sobrepoblación, el sistema mundial que estimula la competencia y la ambición, escasez de alimentos, problemas climáticos, etc.

En este contexto, se ha aceptado que las relaciones políticas se explican socialmente, pero que también existen factores personales o individuales que explican los motivos por los cuales, algunas personas tienen más

28 HARRIS, Marvin (1993) Jefes, cabecillas, abusos. Pp.,13 29 Jiménez hace referencia a Lasswell (1948) en el artículo Psicología Política (1997) en el libro coordinado por ÁLVARO, J.L., GARRIDO, A., TORREGROSA, J.R. (Coords.) Psicología Social Aplicada. Pp.,226

tendencia a buscar el poder, a diferencia de otras, que son estables con el poder que mantienen.

Hay personas que tienden a buscar el poder, o sea que tienen una personalidad política, y tarde o temprano, aunque sea por poco tiempo fungirán como líderes, caudillos, cabecillas, jefes, jefazos e incompetentes. Las otras personas hacen de agentes políticos, en la que es menos probable que busquen el poder y por lo tanto tienen pocas posibilidades de llegar a guiar grupos, colectivos, comunidades o naciones, pero ejercen su ser político como miembros de una familia, de un club deportivo, de una institución, de una cultura, de un Estado, etc.

En todos los casos tanto para aquellas personas que construyen una personalidad política, como para aquellos que se <<conforman>> con poco poder, el poder según Lasswell (1948) “... significa la capacidad de captar recursos”<sup>29,30</sup>

El poder es inherente al ser humano, es una necesidad que lleva a prácticas continuas por tratar de obtener, compensar, balancear o superar la relación que se tiene con las demás personas con quienes se interactúa frecuentemente.

¿Qué aspectos psíquicos hay detrás del poder?

Según Lasswell (1948) “...el político trata de compensar con su actividad un inconsciente sentimiento de inferioridad originado en traumáticas experiencias infantiles. De esta manera, su carrera política no es otra cosa que pura <<racionalización>>, en términos de bien público, de profundos motivos privados.

---

29 Jiménez hace referencia a Lasswell (1948) en el artículo Psicología Política (1997) en el libro coordinado por ÁLVARO, J.L., GARRIDO, A., TORREGROSA, J.R. (Coords.) Psicología Social Aplicada. Pp.,22630 De LASSWELL (1948) Aparece en JIMÉNEZ, Florencio (1997) Psicología Política. Aparece en Álvaro, J.L., GARRIDO, A., TORREGROSA, J.R. Pp.,

30 De LASSWELL (1948) Aparece en JIMÉNEZ, Florencio (1997) Psicología Política. Aparece en Álvaro, J.L., GARRIDO, A., TORREGROSA, J.R. Pp.,

---

*Los políticos son personas infantiloides con una perpetua e –insaciable- de reconocimiento social”, y cuyo comportamiento.....”afecta a los seguidores”<sup>31</sup>.*

De acuerdo con la afirmación de Lasswell (1948), el ser político<sup>32</sup>, tiene su origen en la infancia, posiblemente muchos de los cabecillas, caudillos, jefazos e incompetentes han tenido experiencias traumáticas en la infancia. Mientras que los líderes y algunos jefes, más bien han tenido experiencias buenas por parte de sus cuidadores durante su infancia, y se dirigen a ejecutar comportamientos positivos y proactivos.

*“Los verdaderos líderes son aquellos hombres que tácita, o libremente, fueron elegidos por el grupo, que ve en ellos la encarnación de sus inquietudes, de sus aspiraciones e ideales determinadas circunstancias. No se imponen a la fuerza. Su poder reside en su energía circunstancial, sino porque los propósitos de aquel son también los suyos. En estos individuos es posible descubrir como móviles un profundo sentido social, un verdadero amor al prójimo, que puede llegar a la abnegación y al sacrificio”<sup>33</sup>.*

Por el otro lado se encuentra el caudillo. El caudillo es altamente autoritario, porque en el fondo este sujeto por sentimiento de inferioridad y resentimiento, debido a una falta o exceso de amor durante su infancia, siempre cree tener la razón, y desarrolla tal capacidad durante su vida que logra <<emborrachar a las masas>>, de quienes se sirve para lograr convencer al público de sus propias ideas. El caudillo no es un líder, y tal como refiere Fingermann (1989) “... caudillo viene -de cauda, cola-, va atrás, a la cola, arreando a sus huestes, como al ganado. Se impone también mediante la fuerza, quieras o no, de ahí asimismo el sentido peyorativo del caudillo”. “Su conducta es motivada por resentimiento propio o por ambiciones e intereses personales”<sup>34</sup>.

31 Jiménez hace referencia a Lasswell (1948) en el artículo *Psicología Política* (1997) en el libro coordinado por ALVARO, J.L., GARRIDO, A., TORREGROSA, J.R. (Coords.) *Psicología Social Aplicada*. Pp.,226

32 El político tiene una personalidad política

33 FINGERMANN, Gregorio (1989) *Relaciones Humanas. Fundamentos Psicológicos y Sociales*. Pp.,153

34 FINGERMANN, Gregorio (1989) *Relaciones Humanas. Fundamentos Psicológicos y Sociales*. Pp.,153

Aquí se plantea la tesis, de que detrás del poder interactúan 11 fuerzas psíquicas, como son el amor, la seducción, la persuasión, la sugestión, el convencimiento, el contagio, las expectativas, el prestigio, la generosidad, la publicidad y el marketing y la historia personal. Es el amor el que conglomerara a las otras fuerzas, y que estas son viabilizadas por las tres estrategias políticas como son la influencia, la imaginación y la negociación.

Para este caso tener poder es conseguir amor, así como tener amor ayuda a tener poder. En ambos casos referimos que tanto el poder y el amor se manifiestan de distintas formas. Hay amores malsanos, buenos, interesados, aquellos que balancean, califican y retroalimentan positiva o negativamente, pero amor finalmente. Hay poderes que se dirigen a una meta social y proactiva, como hay poderes cuyo fin en sí mismo es la dominación, la descalificación, la humillación. Pero el poder dependerá de cómo se proyecta el amor en el ser socio-político.

El amor es de ida y de vuelta, el amor va por parte del ser político, pero también por el ser menos político al que denominamos público, auditorio o electorado.

Revueltas (1999) refiere.....“...la vida política real no puede descifrarse si no se toman en cuenta ciertas referencias claves: la angustia, la seducción, las frustraciones, el deseo y el goce. La consolidación de un sistema político depende de la capacidad que tenga para dirigir (controlar sin asfixiar), los dinamismos emocionales que atraviesan a la sociedad, de su habilidad para anestesiar la agresividad social, regular las frustraciones a un nivel aceptable, ofrecer salidas (auténticas o imaginarias) a las expectativas de los gobernados así como a las ambiciones de los hombres del poder”<sup>35</sup>.

El amor coadyuva a sobrellevar las angustias, las frustraciones, el resentimiento, y satisface el deseo y el goce, al mismo tiempo que cobija a las otras diez fuerzas psíquicas, que ayudan en la regulación de

35 REVUELTAS (1999) hace referencia a BRAUD (1991). “Le jardin des délices démocratiques”. Pour une lecture psychologique affective des régimes pluralistes. Pp., 304

---

otras emociones, además de las que refería Revueltas (1999), como la esperanza y la fe. El amor apacigua las emociones más difíciles de controlar, hasta los amores más negativos y los resentimientos más encarnados, en vista de que el amor positivo es el sentimiento del dar, de pensar, de querer al otro, de significar y calificarlo.

De acuerdo con Lasswell (1948), el político afecta a los seguidores en tanto requiere una audiencia que le magnifique mediante aplausos, besos, show, palabras bonitas y otras fuerzas psicológicas que permiten el agrandamiento de la imagen del poderoso.

Este ensanchamiento que se hace al poder, tiene como consecuencia un desbalance entre el poderoso y el auditorio que asumirá la toma de decisiones unilaterales por parte del empoderado y que impacta directamente, y por lo general de manera negativa en la vida de las personas a quienes representa. Este es el caso de los empoderados caudillos, cabecillas y de los jefazos.

El verdadero líder no requiere tanto ensanchamiento, la gente lo admira, se siente extasiada, pero siente más cerca de él, debido al balance de poder que se da entre el auditorio y el guía. Se trata de una situación positiva basada en propósitos y tareas.

Una otra manera negativa de impactar sobre el sí mismo por parte del poderoso, así como del público al que se llega por empoderamiento forzado, es a través del poder que va a convertir la competencia en incompetencia.

El Principio de Peter es uno de los más grandes impactos que se dan a nivel social, específicamente en las instituciones y organizaciones en las que se mueve el político incompetente, que generalmente es el jefe, y de cómo el poder se inserta en forma de <<jefazo>> dentro de las jerarquías sociales.

El principio de Peter es: *Una jerarquización de las relaciones sociales, que lleva a la tendencia a que las personas busquen el ascenso hasta llegar a su nivel de*

*incompetencia*<sup>36</sup>, nosotros la vamos a utilizar para explicar la ilimitada necesidad de poder que tienen algunos individuos o algunos jefes<sup>37</sup>. El escaso amor que ha obtenido el jefe de turno, lleva a que este salte de un nivel individual, a un nivel grupal, a un nivel colectivo, a un nivel social, pudiendo llegar a optar <<incluso>> y de manera asombrosa a niveles sociales nacionales o estatales.

Hay que desconfiar de los guías que buscan ir escalando todos los niveles sociales, paso a paso, caudillazo a caudillazo, cabecillazo a cabecillazo.

Definitivamente el <<jefazo>>, ha tenido que tener exceso de amor o haber sufrido desamor durante su infancia a tal punto que el mismo se ha visto entrampado en su incompetencia cuando es adulto, pensando equivocadamente que es capaz de manejar, representaciones sociales, ideologías, idiosincrasias, mentalidades, valores de generosidad y afectos en todos los niveles sociales.

En otras palabras se siente capaz de dirigir a todo tipo de personas y de tareas, de reivindicaciones sociales, <<quiere estar en todo>>, y afecta de manera negativa, no sólo en su propio nivel representacional, sino en las diferentes estructuras institucionales y niveles sociales del poder.

## VII. LAS IDENTIDADES SOCIALES

Las identidades sociales las vamos a entender desde tres perspectivas.

Una primera, es aquella denominada <<matriz de las identidades sociales>><sup>38</sup>, que toma en cuenta tres ejes, la identidad

---

36 PETER, Laurence y HULL, Raymond (1970). El principio de Peter. Tratado sobre la incompetencia o por qué las cosas van siempre mal.

37 "<<Un buen jefe, buenos empleados>>. Esto es cierto, como es verdad que los grandes maestros, forman grandes discípulos. En el campo de la industria, un personal, aunque posea las mejores aptitudes, si es dirigido por un jefe incapaz dará un rendimiento mediocre. Esto significa que la influencia del jefe es decisiva para la buena marcha de la empresa. FINGERMAN, Gregorio (1989) Relaciones Humanas. Fundamentos Psicológicos y Sociales. Pp.,163

38 Grupo GEISA (Grupo de Estudios de las Identidades Socioculturales de Andalucía). Universidad de Sevilla-España



étnica, para nosotros cultural, la identidad socio-profesional y la identidad de género. Un segundo escenario de la identidad es comprenderla en su contexto, desde la jerarquía de las posiciones sociales. Y finalmente una tercera forma de comprender la identidad, es desde su perspectiva positiva o negativa.

Según Moreno (1991) *“...existen tres principios fundamentales que actúan sobre cada individuo tendiendo a generar en él, cada uno de ellos autónomamente, una identidad globalizadora. Mi identidad como persona posee estos tres componentes básicos, estructurales: mi identidad étnica, mi identidad de género y mi identidad de clase y profesional. Estas tres identidades forman parte, cada una de ellas, de sendos sistemas en los que funcionan la diferenciación, la contraposición, nosotros-ellos: pertenezco a –o me siento parte de, o soy considerado como de- una etnia en contraste con otras etnias; un género, como diferente al otro o a los otros géneros; y estoy inmerso en un proceso de trabajo concreto, con características distintas a las de otros procesos de trabajo, y bajo unas específicas relaciones sociales de producción, que me hacen tener una posición distinta y opuesta a la de otros en el sistema de clases”*<sup>39</sup>.

Entendemos la identidad, desde su ocupación dentro de la estructura social, es decir que se la comprende en tanto posición como individuo, dentro de su grupo, como parte de un colectivo y en la sociedad, lo cuales van a marcar características propias en él primero, y que están cruzados por las categorías de clase social. La identidad *“...depende de la pertenencia que se tenga con respecto a cierto tipo de grupos y a su estatus, es decir a su posición en la jerarquía social, intergrupual o internacional, según de que grupos se trate”*<sup>40</sup>.

En este marco, la identidad sufre una permanente modificación de acuerdo al nivel que se encuentra dentro de la jerarquía social.

39 MORENO, Isidoro (1991). Identidades y rituales. Aparece en Prat, J. Martínez, U., Contreras, Jesús, Moreno, I. Antropología de los pueblos de España. Pp.,603

40 MONTERO, Maritza (1999) Globalidad, Identidades y Nacionalismos. Aparece en Mota, Botello Gabriela. Psicología Política del Nuevo Siglo. Una ventana a la ciudadanía. Pp., 272

*“Nadie influye en nadie sin sufrir cambios en sí mismo. Y es esto lo que ocurre en la relación entre identidades sociales, nacionalismos y globalización”*<sup>41</sup>.

El tercer escenario o ámbito en el que se mueven las identidades, es la consideración que se tiene acerca de la relación entre *“<<Nosotros” y los “Otros”>>*, y esto está íntimamente relacionado con la identidad positiva y la identidad negativa. Según Ricoeur<sup>42</sup> (1990), para entender las identidades sociales negativas, es necesario comprender al otro como algo sesgadamente absorbido por el Nosotros, que se denomina la otredad y no la mismidad. *“Su conciencia social está velada por la distorsión que introduce un Alter extraño y a la vez integrado al Nosotros. Nos-Otros. Es la escisión la que produce la negatividad. Escisión del ser colectivo, escisión respecto del Otro visto como opuesto y a la vez como modelo”*<sup>43</sup>.

*“Nosotros somos los otros en la alteridad (relación) y también en el sí mismo, porque el ser es el producto de verse <<a sí mismo>> y de <<ver al alter>>. Se ve lo social en el ser, solo – si hay conciencia sobre el ser- y se acepta la existencia del <<nos-nos>>, del <<nos-nos-otros>>, del <<nos-nos-otros-otros>>, y así de manera infinita, o sea del sí mismo más cercano a sí mismo, o más alejado al sí mismo o, más cercano o alejado al alter”*<sup>44</sup>.

Se habla de una identidad positiva cuando la relación entre personas es más igualitaria, y una relación igualitaria depende de al menos los siguientes factores; cuando las personas se encuentran en una similar posición dentro de la jerarquía social, cuando la conciencia del sí se concibe más igualitaria al alter, y un tercer factor que no se toma mucho en cuenta dentro de las reflexiones sociales sobre las

41 MONTERO, Maritza (1999) Globalidad, Identidades y Nacionalismos. Aparece en Mota, Botello Gabriela. Psicología Política del Nuevo Siglo. Una ventana a la ciudadanía. Pp., 272

42 De RICOEUR (1990) en MONTERO Globalidad, Identidades y Nacionalismos. Aparece en Mota, Botello Gabriela. Psicología Política del Nuevo Siglo. Una ventana a la ciudadanía. Pp., 273

43 MONTERO, Maritza (1999) Globalidad, Identidades y Nacionalismos. Aparece en Mota, Botello Gabriela. Psicología Política del Nuevo Siglo. Una ventana a la ciudadanía. Pp., 273

44 RIVERO, Virma (2011) Saberes e Identidades. Aparece en RIVERO, Virma (Coor.) Psicología Cultural II. Saberes e Identidades



identidades sociales se refiere <<al amor por el otro>>, que es uno de los ejes de este artículo y que en el siguiente acápite estaremos hablando de manera más descriptiva.

### VIII. LA ESTRUCTURA, LAS ESTRATEGIAS Y LAS FUERZAS PSÍQUICAS DEL PODER COMO DINAMIZADORAS DE LA IDENTIDAD POLÍTICA

La estructura psíquica del poder son las representaciones sociales, o la vida social que se constituye en la vida psíquica de la persona, semejantes representaciones sociales son el resultado de procesos cognitivos y afectivo-emocionales que se adquieren después de significar y resignificar la sociedad en torno a las relaciones de poder y las relaciones amorosas.

Según Uribe (1997) *“...los referentes ocultos condensan los valores, los ideales, las normas y las creencias de lo que se pretende influir y de lo que es valorizado y compartido socialmente como objetos nodales para la sociedad”*<sup>45</sup> y son reales según Moscovici (1997) porque *“...son las que forman o hacen actuar a los grupos humanos en una situación dada”*<sup>46</sup>.

Las fuerzas psíquicas son parte de esta vida psíco-social en tanto son el resultado de la experiencia y la vivencia que se acumula desde la infancia, y que se refleja en el actuar cotidiano. Pero estas fuerzas psíquicas se refieren a aquellas que están relacionadas con la toma del poder y que dinamizan la personalidad política, estas se refieren al amor, la seducción, la persuasión, la sugestión, el convencimiento, el contagio, las expectativas, el prestigio, la generosidad, la publicidad y el marketing, y la historia personal, donde es el amor la fuerza psíquica central del poder.

Estas fuerzas psíquicas pueden estar viabilizadas por tres estrategias políticas, como son la influencia, la imaginación y la negociación. Los políticos han desarrollado, como mínimo una de estas tres capacidades,

especialmente la influencia que permite que el político pueda seducir, persuadir y convencer a su auditorio de sus ideas. La imaginación, que es la que origina el engrandecimiento del perfil del político, estimula la sugestión, la persuasión, el contagio, las expectativas, el prestigio y la historia personal. Para Melebranche (1638-1715)<sup>47</sup> *“aquellos que tienen la imaginación fuerte, persuaden fácilmente”, porque tienen la ventaja de “expresarse de una manera fuerte y viva, aunque no sea del todo natural” “un apasionado subleva siempre”, “Las personas de imaginación, tienen pues la ventaja de gustar, de hacer vibrar y de persuadir porque forman imágenes muy vivas y muy sensibles de sus pensamientos”*.

La estrategia de la negociación, es la capacidad de que todos los implicados en un asunto generalmente conflictivo obtengan para sí mismo algo de poder, de manera tal que este les lleve a tomar decisiones a favor de sí mismos, o de cada cual. La fuerza psíquica que se encuentra en el centro de las negociaciones, son las expectativas, en tanto estas se traducen en los intereses que se disputan en una batalla de contrarios porque buscan los mismos intereses.

En el análisis se encuentran también, los niveles sociales del poder, a los cuales nos hemos referido como el individual, el grupal, el colectivo y el social, y que según sea el nivel las relaciones de poder se presentan de una manera específica, caracterizando de esta manera a la cultura política que hace al sistema político, donde según Revueltas (1999) *“...las relaciones de poder explican en cierta forma la cultura política, puesto que se constituyen en la trama sobre la que esta se construye, por lo que señalar los mecanismos que rigen las relaciones entre dominantes y dominados son esenciales para entenderla”*<sup>48</sup>.

El poder en el nivel individual, consiste en hacer un análisis de la personalidad política del sujeto y la educación emocional durante la infancia del político. El poder en el nivel

45 URIBE, Javier (1997) (Coor.) Los Referentes Ocultos de la Psicología Política. Pp., 11

46 De MOSCOVICI, S. Aparece en URIBE, Javier (1997) (Coor.) Los Referentes Ocultos de la Psicología Política Pp., 19

47 Se Menciona en URIBE, Javier (1997) (Coor.) Los Referentes Ocultos de la Psicología Política. Pp., 11

48 REVUELTAS, Andrea (1999) Cultura Política: El uso de las emociones para conservar el poder. Aparece en MOTA, Botello Gabriela. Psicología Política del Nuevo Siglo. Una ventana a la ciudadanía. Pp.,301

---

grupales, puede asumirse de manera formal, por normativas institucionales que van en busca de un jefe, o sea de méritos, pero también ésta elección puede ser por cuestiones informales, por votos, o por ambas características.

En el colectivo, el político, es donde mejor se desplaza, en el entendido que la masa es altamente emotiva, y donde las fuerzas políticas mejor actúan sobre el ego del político, así como el político sobre el auditorio. En momentos de conflictos sociales, se puede perder casi todas las cualidades de racionalidad. El colectivo es el nivel donde más se manifiestan las emociones, que en el resto de los niveles.

En el nivel social, o sea la dirección que se hace de la cultura, o del sistema político, el político trata de coordinar los asuntos sociopolíticos y burocráticos del Estado, pudiendo ser un alcalde, un gobernador o un Presidente de la República. La personalidad política se hace cargo de macro y micro estructuras, o sea de instituciones consolidadas fuertemente por normativas.

Encontramos también que la personalidad política, puede derivar en diferentes tipos de guías, uno es cuando las fuerzas psíquicas llevan al político a ser líder, jefe, caudillo, cabecilla, jefazo o incompetente. La característica del perfil político depende del tipo de amor que se haya dado durante la infancia al político.

Los líderes y en algunos casos los jefes poseen personalidad política positiva, han recibido un amor balanceado, positivo y bueno que lleva a que la persona sea proactiva con el conjunto de miembros con los que comparte. Los cabecillas y caudillos son nefastos, tienen un perfil que manifiesta fácilmente la falta de amor durante su infancia. Estos sujetos han sido agredidos, sobre ellos se ha imprimido, o un amor distorsionado -exceso de amor- o una falta de amor combinada con violencia, que origina en esta persona conductas negativas. En este último caso el político que tiene un ego malformado, construye complejos de inferioridad, carencias afectivas y resentimientos, que durante su vida adulta desea sean compensadas, con halagos,

aplausos, besos y poder.

De otra forma, pero también del lado negativo, se encuentra el jefazo o incompetente. A estos los bautizamos bajo el <<Principio de Peter>>, que consiste en la necesidad imperante de escalar, y escalar, cuando, *"...el verdadero progreso se logra moviéndose hacia delante en busca de una mejor forma de vida, en vez de hacerlo hacia arriba, hacia la incompetencia total de la vida. El hombre debe comprender que la calidad de la experiencia es más importante que la adquisición de inútiles artefactos y posesiones materiales"*<sup>49</sup>.

En el afán de escalar y de empoderarse, el individuo con fuertes sentimientos de inferioridad, busca su promoción de manera constante <<va...de una posición de competencia a una posición de incompetencia>><sup>50</sup>, es decir que su avidez de amor, de aplausos, de besos y abrazos es infinita, no se conforma por tomar el poder <<solo>> en los primeros niveles jerárquicos, quiere subir y subir, y esos pasos largos -tentáculos- en alguna medida se simbolizan como la necesidad de satisfacer el amor faltante o sobrante, pensando que puede manejar, metas, valores, esperanzas, expectativas, ideologías, idiosincrasias y mentalidades.

Por otro lado, la manera en la cual se expresa el amor, se encuentra en la médula de la personalidad política y ésta a la vez se manifiesta en las identidades sociales, para que la identidad de género se dirija hacia el poder, que las identidades socio-profesionales se dirijan al poder, o las identidades culturales se dirijan al poder.

La humanidad en la historia ha valorado y con esto ha dado más amor para que el hombre a diferencia de la mujer asuma el poder <sup>51</sup>.

---

49 PETER, Laurence y HULL, Raymond (1970). El principio de Peter. Tratado sobre la incompetencia o por qué las cosas van siempre mal.

50 Principio de Peter

51 RIVERO, Virna (2012) investigo que los movimientos sociales surgen en la ciudad de El Alto a partir de la Identidad Sociocultural Aymara, donde la identidad socio-profesional ha dejado de ser la base de la identidad Política en Bolivia, y la identidad de género tanto histórica como contemporáneamente no tiene ninguna repercusión en la cultura política en Bolivia. RIVERO, Virna (2012) Identidad Social Aymara y Movimientos Sociales. Aparece en RIVERO, Virna (Coor.) Psicología Cultural IV. Identidades y Representaciones Sociales.

---

De la misma manera ha preparado a identidades socio-profesionales como a economistas, a médicos, a administradores de empresas, abogados, politólogos, matemáticos, etc. para que manejen la intelectualidad social y por lo tanto las decisiones del mundo. Igualmente las culturas occidentales y occidentalizadoras han dominado mediante la colonización externa e interna a los pueblos originarios, y similares procesos han ocurrido en el seno de las sociedades Orientales.

El amor, se trata de un sentimiento importante que provee sentidos, apreciaciones, significados e incluso recursos materiales, si el caso lo amerita. Pero el amor no es cualquier tipo de amor, se trata de un amor protector, <<*muy protector*>> o <<*muy poco protector*>>, pero protector finalmente, que es el que produce seguridad y bienestar al auditorio. También se ha afirmado que el amor es devuelto por parte del auditorio o del público hacia el “*Father*” o la “*Mother*”, a los cuales también se les devuelve amor, se les besa, se les aplaude, se les dice palabras bonitas, se agranda su imagen, etc. Esta es la expectativa de todas las relaciones sociopolíticas, o sea de los intercambios entre amor y afecto, eso es lo que pide un hijo y lo que pide un padre y una madre, solo que desde diferentes posiciones jerárquicas.

El centro de la cultura política es la identidad política, esta es el resultado de la interacción entre sujetos en sus diferentes niveles interindividuales, intergrupales, intercolectivos e inter y trans-sociales. De la misma manera es el resultado de entender, cuál o cuáles identidades sociales la potencializan, pudiendo ser éstas, la identidad cultural, la identidad socio-profesional y la identidad de género.

Definimos la identidad política, <<*como un ser y estar en la jerarquía, y como un querer ser y querer estar en un mundo jerarquizado*>> por lo que se encuentra en permanente dinámica de reestructuración que son dirigidas por las fuerzas psíquicas del poder.

De otro lado, la identidad política depende de la presencia de una identidad social

negativa, o de una identidad social positiva. Ricoeur (1990), en la identidad negativa, concibe al alter alejado del ego, y esto lo pone en un plano de desigualdad, mientras que la identidad positiva, concibe al alter más cerca de ego, y lo pone en un plano de mayor igualdad. Esta condición marca una serie de jerarquías sociales, que dependen del sistema político y la inter-relación de los niveles sociales del poder, que están dinamizadas por fuerzas psíquicas, y estas son especialmente amorosas o desamorosas.

En este sentido, y viendo ya a la identidad como <<*un ser y estar*>> y como <<*un querer ser y estar*>>, la identidad se posiciona y es posicionada de acuerdo a su situación real que es representacional, y se pone en perspectiva de acuerdo a la expectativa.

Desde nuestra tesis, todo ello significa que algunas identidades sociales han sido mejor valoradas históricamente mediante el amor, y como se ha demostrado, las identidades culturales, de género y socio-profesionales están detrás de la Identidad Política, y a la larga se constituye en el sentido, significado y atributo social de la vida humana, es así que el amor está detrás de la estructura, de las estrategias y de las fuerzas psíquicas del poder.

Entonces, y si bien todas las fuerzas psíquicas interactúan para dar cuerpo al poder y empoderar a los individuos en sus diferentes niveles, es el amor el núcleo que mueve las demás fuerzas psíquicas. Es el amor el que da cuerpo a las identidades de género, socio-profesional y cultural, y a la personalidad política, estas tres conjuntamente con la fuerza del poder del político, son las generadoras de la identidad política.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ESTEBAN, María del Pilar (2000) *Persuasión. El arte de convencer y seducir*. Edit., Libro-Hobby-Club. S.A. Impreso en España.
- FINGERMANN, Gregorio (1989) *Relaciones Humanas. Fundamentos Psicológicos*

- 
- y Sociales. Edit., El Ateneo. Impreso en Argentina.
- HARRIS, Marvin (1993) Jefes, cabecillas y abusones. Edit., Alianza. Madrid. España
- JIMÉNEZ, Florencio (1997) Psicología Política. Aparece en Álvaro, J.L., GARRIDO, A., TORREGROSA, J.R. (Coords.) Psicología Social Aplicada. Edit. Mac Graw-Hill. Impreso en España
- MONTERO, Maritza (1999) Globalidad, Identidades y Nacionalismos. Aparece en Mota, Botello Gabriela. Psicología Política del Nuevo Siglo. Una ventana a la ciudadanía. Sociedad Mexicana de Psicología Social, A.C. (SOMEPSO). Secretaria de Educación Pública (SEP). Impreso en México. Pp., 271-285
- MORENO, Isidoro (1991) Identidades y rituales. Aparece en Prat, J. Martínez, U., Contreras, Jesús, Moreno, I. Antropología de los pueblos de España. Edit., Taurus Universitaria.
- MOSCOVICI, Serge (1997) Introducción. Los Temas de una Psicología Política. Aparece en URIBE, Javier (Coor.) Los Referentes Ocultos de la Psicología Política. Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Iztapalapa. División de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento de Sociología. Impreso en México. Pp., 19-31
- PETER, Laurence y HULL, Raymond (1970). El principio de Peter. Tratado sobre la incompetencia o por qué las cosas van siempre mal. Edit., Plaza y Janes S.A. Impreso en España.
- REVUELTAS, Andrea (1999) Cultura Política: El uso de las emociones para conservar el poder. Aparece en Mota, Botello Gabriela. Psicología Política del Nuevo Siglo. Una ventana a la ciudadanía. Sociedad Mexicana de Psicología Social, A.C. (SOMEPSO). Secretaria de Educación Pública (SEP). Impreso en México. Pp., 301-309
- RIVERO, Virna (2012) Identidad Social Aymara y Movimientos Sociales. Aparece en RIVERO, Virna (Coor.) Psicología Cultural IV. Identidades y Representaciones Sociales. Instituto de Investigación, Interacción y Postgrado de Psicología. Universidad Mayor de San Andrés. Impreso en La Paz-Bolivia. Pp., 9-69
- RIVERO, Virna (2011) Saberes e Identidades. Aparece en RIVERO, Virna (Coor.) Psicología Cultural II. Saberes e Identidades. Instituto de Investigación, Interacción y Postgrado de Psicología. Universidad Mayor de San Andrés. Impreso en La Paz-Bolivia. Pp., 7-14
- RIVERO, Virna (2002) La Personalidad Política. Aparece en la Revista Explorando Psicología N° 8. La Paz-Bolivia.
- RIVERO, Virna (2001) El Estudio de la Psicología Política. Boletín N° 2. Colegio Departamental de Psicólogos de La Paz. La Paz-Bolivia.
- RODRÍGUEZ, Óscar (1997) ¿Por qué las representaciones sociales? (Un acercamiento de la Teoría al análisis del EZLN). Aparece en URIBE, Javier (Coor.) Los Referentes Ocultos de la Psicología Política. Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Iztapalapa. División de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento de Sociología. Impreso en México. Pp., 33-59.
- SÁNCHEZ, José (2002) Psicología de los Grupos. Teorías, Procesos y Aplicaciones. Edit., Mc. Graw Hill. Impreso en España.
- URIBE, Javier (1997) (Coor.) Presentación de Los Referentes Ocultos de la Psicología Política. Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Iztapalapa. División de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento de Sociología. Impreso en México.