

# NEUROPOLÍTICA: EL ABUSO INVISIBLE

Eduardo Castañeda (220)

[2-2-0.online](http://2-2-0.online)

## SÍNTESIS

La sociedad Mexicana se encuentra actualmente en un estado de polarización absoluto – la pelea entre “chairros” y “chayoteros” ha sido en gran parte provocada por un manejo mediático basado en el conocimiento adquirido sobre neuro ciencias a partir de las agencias publicitarias con quienes trabajan los partidos políticos.

Esta polarización se aceleró gracias al uso de tecnología digital como las redes sociales, canales que los actores políticos utilizan a manera de estandarte para proclamarse como personas capaces de resolver los problemas de México – ha sido un trabajo de manejo perceptual colectivo tan sólido que la sociedad comienza a creer en los políticos como superhéroes, provocando mayor resquebrajamiento en la sociedad.

La manipulación de la percepción debería estar prohibida, pues atenta contra los neuro derechos de los Mexicanos – todo ser humano debe ser capaz de tomar decisiones en torno a su análisis y libre albedrío, y no por una serie de neuroestímulos que sirven para imponer una idea en las mentes de la población. Al final, la sociedad perdió toda autoestima a lo largo de muchos años de trabajo en torno a la percepción, logrando generar una casta política poderosa e intocable.

## INTRODUCCIÓN

Nunca antes en la historia del continente Americano se había visto tal división política entre la población como ocurrió durante dos eventos que marcaron la consolidación de la era de la neuropolítica: la llegada de Andrés Manuel López Obrador a la Presidencia de la República Mexicana, y la pelea por la Presidencia de los Estados Unidos de Norteamérica entre Joe Biden y Donald Trump.

Si bien la “política” contemporánea ha sido caracterizada por ser un juego sucio en contra de la reputación de los rivales – y no la presentación de capacidades y propuestas de los candidatos aspirantes a algún cargo de función pública – estos eventos fueron amplificadores del odio entre las poblaciones que apoyaban a uno u otro actor político, gracias también al efecto potenciador de las redes sociales.

Ambos casos presentan la oportunidad de análisis sobre cómo la aplicación del conocimiento brindado por las diferentes neurociencias han sido utilizadas con alevosía por diferentes actores políticos para manipular la percepción pública, provocando un gran malestar y división entre la población de ambos países y por ende resquebrajando la estructura social del país, volviendo más fácil la manipulación de las masas por parte de los partidos políticos.

Los resultados han sido catastróficos tanto para Estados Unidos de Norteamérica como para México – sus poblaciones se han dividido en torno a ideologías políticas que además han sido impuestas a través de los medios informativos que participan del combate entre las diferentes facciones aspirantes a los puestos de función pública. El resultado es claro: nunca en la historia se había distinguido tanto odio – en el caso de México – entre clases socioeconómicas – y estamos hablando de un país que de por sí de manera moderna surgió en torno al clasicismo y castismo.

## POLÍTICA BINARIA

La interacción que se vive en México entre partidos políticos dista mucho de ser verdaderamente política – definiciones vulgares pero ciertamente atinadas como “la política es el arte de tragar mierda sin hacer gestos” se vuelven reales, siendo que esta debería girar en torno a la voluntad entre dos actores rivales para lograr un consenso que satisfaga a ambos –

obviamente de manera civilizada y bien intencionada<sup>i</sup>.

Lamentablemente México es un país que representa grandes riquezas para los actores que logren colarse en algunos cargos de función pública – sobre todo de alto nivel como diputaciones, por ejemplo. Al ser un gran botín muchos actores participan en estas contiendas para verse favorecidos de su participación en una cadena de generación de diferentes productos – entre ellos obviamente dinero e influencia para producir leyes que favorezcan al flujo de sus negocios<sup>ii</sup>.

La participación de personas ajenas al estudio de las ciencias políticas y la administración pública ha provocado una degradación en el entorno y las esferas que conforman estos quehaceres – al carecer de formación política esta se ve ensuciada por actitudes hostiles que se han normalizado – incluso la presentación de candidatos como si fuesen productos de consumo ha afectado los procesos electorales que deberían regir nuestra decisión como votantes.

Consideremos también el fenómeno de los partidos políticos – por simple etimología podemos entender lo que realmente está pasando en México – la literal asimilación de ciudadanos dentro de un entorno que se conduce de manera sectaria se ha vuelto clave para la captación del voto duro durante las elecciones. Básicamente se ha disuelto aquella división ideológica que existía entre partidos para dar pauta a

extremismos políticos que conducen a alianzas que poco favorecen al país, pues claramente están regidas bajo intereses económicos para los partidos que albergan a estas figuras.

De entrada recordemos que muchos de los funcionarios públicos que dirigen las diferentes instancias gubernamentales en los tres niveles de gobierno son comúnmente individuos que empezaron quizá con buenas intenciones de ayudar a sus comunidades, pero eventualmente ocupan cargos de importancia para los cuales no cuentan con conocimiento epistémico con respecto a los problemas que necesitan resolver en su cargo – al final estamos apoyando a personas incompetentes para gobernarnos, siendo que solo son políticos carismáticos y con apoyo de algún partido para representarse con fuerza y recursos como auténticos caudillos – los únicos capaces de “salvar” a la ciudadanía.

Los partidos arrastran multitudes pero en torno a individuos – actores que han participado de esta carrera durante años y que son reconocidos ante diferentes sectores – ya no es necesario aliarse con un partido por una ideología, pues bastan las ganas de colaborar dentro de un partido y buscar una forma de generar dinero para realizar campañas – hay muchas.

La idea del político como superhéroe, una sola persona capaz de cambiar la realidad de miles de millones de habitantes simplemente por voluntad política – se ha

permeado de tal forma que incluso se ofrece a los candidatos ante la ciudadanía como un producto de consumo que pueden tener con facilidad <sup>iii</sup> – campañas risorias donde se ofrecen bienes como tablets y celulares reflejan una carencia de creatividad y preparación para gobernar, y se limita a una actitud condescendiente hacia la ciudadanía en donde cínicamente se está comprando un voto con el mismo dinero de los ciudadanos <sup>iv</sup>.

Otro gran ejemplo es el conflicto Biden vs. Trump, mismo en el que se planteaba la idea de que solo Biden era capaz de lidiar con Trump, y por otro lado solo Trump era capaz de impedir que Biden arruinase al país. En realidad ellos son solo dos plutócratas draconianos compitiendo por más poder y dinero, sin embargo la percepción pública que se produjo fue la de un superhéroe contra un villano, personas con gran capacidad tanto destructiva como creativa y prácticamente sobrehumanos por tener tanto poder (y dinero) – la narrativa del político como superhéroe y la idea de la lucha contra el bien y el mal creando sistemas binarios con los cuales fácilmente se puede manipular a alguien.

La política como tal debería estar basada en la dialéctica <sup>v</sup> – presentar una propuesta, rebatir, trabajar juntos para generar una nueva que satisfaga a los antagonistas y entonces impulsar el resultado – sin embargo en México todo se trata de proponer y rechazar contundentemente. No hay negociación, solo peleas y manipulación masiva para hacer ganar la simpatía o el repudio de la población

modificando así la percepción general que la población tiene en torno a un sujeto o algún fenómeno explotable dentro del ámbito político <sup>vi</sup>.

Como muchos factores en el mundo la política se ha vuelto binaria, un esquema en el que solo queda estar en total acuerdo o profundo rechazo a cualquier personaje o propuesta política y convertir en enemigo acérrimo a todo aquel que no esté de acuerdo con lo que se cree – de pronto México pasó de ser una población de contadores, campesinos, periodistas, abogados, diseñadores, fotógrafos y demás para volvernos solo “chairs” y “chayoteros” – dos términos despreciables que reflejan una realidad pseudo ideológica binaria.

Un problema con los sistemas binarios es que rara vez reflejan las condiciones de la realidad – hay millones de Mexicanos que no cuentan con ninguna preferencia por izquierda o derecha, e incluso habitantes apolíticos a quienes les interesa absolutamente nada estos temas. Simplemente, ¿por qué tendría que favorecer un ciudadano a uno u otro si no está de acuerdo con ambos?

La realidad es que el pensamiento político es tan amplio que limitar todo un juego de ideologías en ambos extremos – derecha e izquierda – resulta tonto y retrógrada – precisamente la diversidad ideológica es la que ha permitido nuevas condiciones de vida digna alrededor del mundo, como ocurrió con la llegada de la generación X –

misma que aprendió a ganar dinero haciendo labores que antes no eran comunmente remuneradas como la danza o la fotografía, por ejemplo – o la llegada de los millenials y su dominio tecnológico, quienes han habilitado tecnologías como la blockchain, que tiene el potencial de cambiar contextos como las elecciones de función pública, por ejemplo.

Además la normalización del insulto y el desprecio a través de las etiquetas compromete seriamente el sistema de relaciones sociales y por ende el ambiente en general del país <sup>vii</sup>. Ya no discutimos sobre fútbol ni religión – básicamente toda discusión se centra en torno a temas políticos y de función pública, lo que hace pensar que es necesario tomar en cuenta la psique de la masa humana y comprender el fenómeno de la neuropolítica – el cerebro humano es una máquina difícil de desentrañar, pero fácil de engañar.

## LA CONDICIÓN HUMANA

Existe un debate filosófico eterno entre Rosseau y Maquiavelo – el primero argumenta que el ser humano es noble y bondadoso por naturaleza pero es la sociedad quien lo corrompe, y el segundo que el hombre está corrupto desde que nació y básicamente es su naturaleza.

El Popol Vuh – el libro que narra la cosmogonía de la cultura Mesoamericana de México – describe como Quetzalcoatl escapa del Mictlán – la tierra de los muertos – con los huesos del hombre para darle una oportunidad de vivir, sin embargo cae y

muere en un hoyo profundo que cavan los dioses con un relámpago para detenerlo – al revivir este se encuentra con el atavío tendido en el piso, con los huesos incompletos y roídos por aves y ardillas. Al cuestionarlo sobre si vale la pena recuperar al ser humano al estar incompleto, el xolotl de Quetzalcoatl le sugiere terminar la misión que había comenzado.

Este pequeño pasaje describe una visión en la que el ser humano es corrupto por naturaleza – filosofías como el estoicismo persiguen precisamente la búsqueda de la eudaimonia – el más alto estado de consciencia y bienestar según Aristóteles – a través de los valores y las virtudes <sup>viii</sup>. Esto sin duda implicaría de origen que el ser humano ES en efecto corrupto por naturaleza y que se requiere un esfuerzo considerable para lograr desprenderse del estado primitivo humano – algo a lo que podemos llamar “la condición humana”.

La condición humana se refiere a la naturaleza primitiva en la que se exhibe arrogancia y desprecio por ideas con las que no se corresponde, deseos de opresión en contra de quien no está de acuerdo con la propia ideología y conductas hostiles contra aquellos que desprecian – obviamente este concepto no se limita a esto, pues también tiene que ver con la manera como una persona percibe el mundo. Para fines prácticos nos referimos a la experiencia en general que implica el sufrimiento de estar vivo y la respuesta orgánica ante ciertas situaciones.

Dentro de este ámbito es obligado mencionar que “la humanidad” es un término que para muchos filósofos e intelectuales resulta despreciable, pues engloba precisamente “la condición humana” – estos autores buscan alternativas al humanismo dentro del transhumanismo y el hiperhumanismo – dos tendencias posthumanistas que están sobresaliendo gracias a su alcance tanto ideológico como avances tecnológicos.

Hablar de “condición humana” en temas de neuropolítica implica hablar también de lo fácilmente manipulable que es un individuo cuando se logra tocar sus emociones – en este sentido la música, el cine, las series de TV e incluso los medios informativos juegan un papel vital en torno a cómo se puede tocar la emoción de un individuo para manipularlo.

Otro rastro es que en países como México estamos acostumbrados a desconfiar del extraño, ya que difícilmente alguien se acerca a ayudar a un desconocido sin tener un motivo para hacerlo. La compasión no es una virtud en ojos del Mexicano, al menos no en la realidad, como cuando asaltan a alguien en la calle o un automóvil sufre una descompostura en alguna vía concurrida – sobre todo en las grandes urbes, pues en algunas locaciones aún se mantienen buenas costumbres.

¿Por qué somos así de desconfiados? Precisamente por la condición humana – una serie de gnosias y praxias que nos empujan a sobrevivir a toda costa sin

importar las repercusiones para otros. Sin darnos cuenta nos hemos convertido en sociedades sociópatas cuyos individuos solo velan por sus propios intereses, aunque de manera pública puedan llegar a pregonar empatía y preocupación por otros, tal como lo haría un sociópata.

La condición humana – adquirida o no – representa todo lo contrario a aquello con lo que naturalmente se asocia con “ser humano” – por ejemplo, cuando un animal en la naturaleza ayuda a otro herido suele escucharse algún comentario como “¡que humano!”, como si el ser humano fuera el único animal capaz de sentir empatía, y totalmente equivocado en el comentario, pues los humanos tienden a ignorar el dolor y sufrimiento ajeno a menos que sean involucrados en este, por ejemplo a través de una mirada directa a los ojos de quien sufre.

Por último, uno de los factores más importantes para comprender cómo la condición humana es favorable para su manipulación es el concepto de atención <sup>ix</sup>. Un ser humano difícilmente es capaz de atender dos situaciones al mismo tiempo, razón por la que se recomienda no distraerse cuando se conduce un auto, por ejemplo.

Un accidente requiere tan solo milésimas de segundo para ocurrir, sin embargo el cerebro humano no es tan rápido – un cambio de actividad cognitiva a otra requiere al menos 300 milisegundos para empezar a reaccionar, lo cual implica que

aún se requiere más tiempo para decidir y actuar acorde a la situación – tiempo de sobra para estrellarse.

La atención es un bienpreciado e infravalorado, pues esta determina en gran forma la manera como percibimos y entendemos la realidad – este concepto llamado metarealidad sugiere que solo podemos ser conscientes de aquello a lo que conocemos y prestamos atención – por ende las limitantes biológicas, cognitivas, culturales y en general perceptuales, de memoria y analíticas. Al prestarle atención a algo le permitimos ser parte de nuestra realidad, se vuelve metareal, pues alcanzamos a abstraer la fenomenología ocurrente de la realidad objetiva dentro de nuestra percepción y atención.

Este fenómeno le permite a los medios informativos implantar los manejos políticos de sus clientes a su audiencia – por ejemplo, al convertir en meta real un fenómeno político ante millones de ciudadanos, como pasó por ejemplo cuando el Presidente de México López Obrador sugirió una pseudo ideología pseudo pacifista a través de un muy criticado discurso que reza “abrazos, no balazos”.

La creación de un elemento meta real que en realidad no existe ya como tal – pues fue un fenómeno aislado que solo emerge de manera esporádica – se convierte en un arma política que roba la atención de ciudadanos cuando no hay un evento que criticar. Los medios vuelcan su atención sobre esta frase y por ende la población

comienza a criticar o aplaudir la propuesta, robando tiempo y atención en un fenómeno que implica una intención quizá un tanto más profunda que lo que alcanzamos a percibir como sociedad.

## LA PSIQUE SOCIAL

Al igual que prácticamente toda industria que genere grandes cantidades de dinero, la actividad de la política en torno a la función pública se reduce prácticamente a carisma y popularidad – fenómeno que ha provocado que partidos políticos invitan a celebridades a participar como candidatos a puestos de función pública – obviamente al ser figuras reconocidas y apreciadas la población se deja embaucar con las emociones provocando resultados como el Gobernador de Morelos Cuauhtemoc Blanco, quien ha sido acusado con diferentes cargos que indican abuso de su cargo <sup>x</sup>.

Entendamos que para aceptar a una persona como alguien de confianza es necesario superar varias etapas – ser introducido a la persona, conocerla, ver cómo se desenvuelve, su desarrollo como individuo, etc. Los políticos entienden esto a la perfección, por ende invierten mucho dinero en campañas fugaces en donde se visitan varias comunidades por día durante las elecciones tratando de tener contacto con la mayor cantidad posible de votantes potenciales.

La fenomenología que se produce en torno a este tipo de situaciones es peculiar, pues produce la sensación en los habitantes de

que son importantes para un individuo destacado, y sobre todo que este individuo es capaz de resolver muchos de los problemas que les aquejan. Esto genera memorables frases como “yo conocí a tal candidato, es muy agradable, es buena persona” aún cuando ni siquiera se dirigieron la palabra.

La generalización se convierte en un arma al reducir a un candidato a “buena persona”, pues la percepción común del Mexicano es que los políticos en función pública son prácticamente todos unos pillos, menos a quienes tuvieron la oportunidad de “conocer en persona” – lamentablemente no les conocen en realidad, jamás se sentaron a tomar un café con ellos, o comer – simplemente escucharon un discurso y estrecharon manos un segundo con el candidato.

El que un candidato pueda ganarse la confianza de alguien con tanta facilidad plantea un escenario pavoroso para la sociedad – como habitantes no estamos eligiendo al más apto, sino a aquel con quien más simpatizamos. La percepción gira en torno al carisma del candidato y no de las propuestas y habilidades técnicas, provocando que personas ineptas pero queridas puedan ocupar cargos de vital importancia para el país.

En el caso de las celebridades que participan dentro de la política es más fácil, pues ellos ya gozan de la confianza e incluso el cariño y admiración por parte de los votantes – es justo ahí donde los

partidos políticos se auto engañan pensando que pueden poner a un títere y manejarlo a voluntad, sin embargo la condición humana obliga a dicha celebridad a descubrir la cantidad de negocios que se pueden realizar, pero al carecer de conocimiento en leyes algunos cometen negocios ilícitos que ponen en riesgo incluso a los partidos que los albergaron, pues la falta de experiencia en el entorno les lleva en ocasiones a ser descubiertos con más facilidad que a los políticos de carrera.

Por otro lado manipular la psique de la población se vuelve de vital importancia para atacar e imponerse sobre el resto de la población que no concuerda con sus ideas – incluso existe un refrán que sugiere no hablar de política, religión o fútbol. Estos comportamientos sectarios producen conductas hostiles e incluso violentas entre diferentes miembros de la población que ni siquiera participan como actores políticos – son solo ciudadanos creyéndose mejores que los otros ciudadanos por tener una preferencia política distinta que sienten propia.

Sembrar una supuesta ideología es el primer paso para manipular a alguien en contra o a favor de alguien – el secreto es hacerle creer a la persona que el pensamiento implantado es propio. Quienes entienden perfectamente este mecanismo son los medios informativos, los cuales explotan el fenómeno día con día para manipular la percepción y atención de sus audiencias<sup>xi</sup>.

Estas expresiones van más allá del hecho que una pluma comparta su opinión en un punto de vista – implica bombardear a la población con notas cuyo encabezado es malicioso y literalmente diseñado en torno a un juego de reglas que se adapta cada día para poder seguir influyendo en la psique de la sociedad. La opinión de una pluma editorial es valiosa, pero se vuelve un arma cuando la población es influenciable y gracias a las tecnologías actuales prestan poca atención realmente al contenido de la nota, y se crean criterios en torno a un encabezado, sólomente<sup>xii</sup>.

Un encabezado bien diseñado puede provocar que un individuo crea descubrir algún aspecto negativo del sujeto del ataque, lo promueva como propio y por ende de manera exacerbada – totalmente dispuesta a pelear con otro individuo con tal de imponer dicho fenómeno como algo real que merece ser divulgado.

De hecho en los Estados Unidos de Norte América se presentó un caso muy interesante al respecto cuando Trump y Clinton lucharon por la Presidencia – la empresa Cambridge Analytica recopiló información de los usuarios de la red social Facebook de un cierto sector de votantes: las minorías raciales.

Al ver que este sector representaría una férrea oposición ante la candidatura de Trump por sus declaraciones relacionadas al racismo, el equipo trabajó para exhibir a su rival Clinton a través de tres videos en los que ella se refería a los jóvenes Afroamericanos como 'super

depredadores', provocando la falta de interés de este sector por tal candidata, provocando que simplemente no salieran a votar <sup>xiii</sup>. Este terrible uso de la tecnología logró mover los intereses de una nación, al final empoderando a la raza blanca por encima de otras que también habitan el país.

En México ha habido una gran cantidad de ejemplos tal vez no similares, pero exhiben el mismo patrón, siendo los más famosos los que giran en torno a la figura de López Obrador – la atención que brindan los medios informativos a eventos como “el escapulario”, o “abrazos y no balazos” han generado suficiente material como para que los Mexicanos a favor y en contra puedan pelear en torno a eventos francamente insignificantes.

La exposición de contenido de este tipo afecta gravemente a la sociedad, pues se diluyen los eventos que verdaderamente merecen nuestra atención entre una sarta de literales bochornos emocionales que solo exaltan a la población y la dividen más – pues un bando pretende justificar un acto mientras que el otro pretende envilecer – y en el panorama político binario de hoy no caben puntos medios ni negociación <sup>xiv</sup>.

Este comportamiento no se limita a la política, de hecho se origina como parte de la condición humana y se amplifica en este entorno, pero el ciudadano promedio como tal muestra en masa actitudes despreciables e impositivas al sentirse empoderado por una multitud. Una discusión en redes sociales se disfraza

entre la multitud y el anonimato, provocando una actitud más primitiva que obedece a los rasgos más humanos – en sentido despectivo del filósofo, obviamente.

## EL JUEGO DE LA POLÍTICA CONTEMPORÁNEA

Desde que surge la democracia los mismos senadores conspiraban contra sus rivales de manera secreta, esparciendo rumores y malas notas sobre ellos con la finalidad de reducir la confianza que se tenía hacia su enemigo – esto hace pensar que gran parte del juego de la democracia es precisamente la percepción y el engaño, por ende podemos esperar que este sistema cambie jamás.

Además de jugar con la percepción que la ciudadanía tiene de sus rivales, el político juega con la percepción que el pueblo tiene sobre él – no en un sentido solamente de “superhombre”, sino con la intención de hacerle creer al pueblo que él está representándolos y cuidando de sus intereses. La confianza que el cargo público ofrece como tal le ampara y da la libertad necesaria para invertir su tiempo en labores políticas y no de función pública.

La política – pese a haber tantas definiciones – se reduce a la capacidad de influir en otros y evitar ser influenciado por los demás – los intereses pueden cambiar, de pronto se puede ser idealista y de pronto un tirano – más ahora en la era del branding personal, un concepto que hace

creer a los individuos que su vida tiene un valor mercadológico, comercial, intelectual o incluso moral. Los políticos – quienes ya se presentaban como productos de consumo – tienen la posibilidad de hacerlo ahora como coaches o gurús capaces de las más profundas reflexiones y las más mordaces críticas, coadyuvando a situarlos como héroes capaces de resolver los problemas de la humanidad – solo se requiere invertir más confianza en ellos y colocarlos en los cargos adecuados, o al menos eso es lo que ellos mismos sugieren.

Irónicamente al parecer muchos problemas en México se resuelven con dinero: inversión en salud, educación, comunicación, vialidades, etc. Sin embargo los políticos llegan en cada ciclo electoral a ofrecer soluciones que nunca ocurren y siguen sin ser legisladas – básicamente ponen la zanahoria frente a los caballos para que estos caminen sin poder alcanzarla jamás. Al final el gran héroe es sólo un individuo común y corriente, incluso sin experiencia y conocimiento epistémico para cumplir con los cargos encomendados, y por ende se limita a un tema de entendimiento superficial y voluntad personal.

Sin embargo estos individuos se presentan como grandes estrategias que rara vez han hecho una estrategia social, hablan de mucha experiencia laboral pero jamás tuvieron un cargo que no fuera de función pública o dentro de un partido político. Los héroes lo son solo en percepción, no en términos reales y materiales – de hecho es tan común que en México se tiene la

impresión de que toda promesa hecha por un candidato en campaña jamás será cumplida, ¡y suele ser cierto!

Al final realmente no importa si un funcionario público resolvió o no un problema con eficiencia y eficacia – basta con que la desgastada población perciba que el individuo los ayudó para recibir reconocimiento y admiración – incluso muchas dependencias gubernamentales en México han disminuido la calidad de sus servicios debido a que ni siquiera existen métricas eficaces sobre el impacto real que pudieran tener diferentes programas sociales, por ejemplo.

El eje central de toda actividad que requiere del consenso público es la percepción – quien es capaz de modularla a su conveniencia será capaz de conquistar a cualquier población.

## LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES

Si bien las redes sociales presentan una buena oportunidad para mantener contacto con los seres queridos y sujetos afines, también es una herramienta que permite mover conciencias a gran escala. Lamentablemente la necesidad de la población por estar en línea en todo momento produce una generación de personas acostumbradas a vivir el mundo a través de estas tecnologías <sup>xv</sup>.

El contenido de las redes es procurado por los mismos usuarios, pero las páginas de

medios informativos y partidos políticos procuran una área de combate en donde millones de Mexicanos que no se conocen entre sí pelean día a día para legitimar al líder político de su elección – provocando mayor división entre grupos con distintos pensamientos y pseudo ideologías políticas.

El fenómeno de la viralización de contenido ha sido esencial para la implantación de ideas y pensamientos en la población – la posibilidad de compartir contenido con tan solo dos dedazos hace fácil que los ciudadanos le faciliten el trabajo a los partidos políticos – estos generan contenido y los habitantes lo propagan según sus creencias.

La enorme cantidad de usuarios de redes sociales se vuelve un terreno fértil para la manipulación masiva, y es fácilmente lograda a través del hábil diseño editorial en el que un encabezado maliciosamente escrito puede afectar de grave manera la psique social.

El fenómeno resultante es interesante: una nota es publicada a través de un portal de algún medio informativo, el cual la encapsula dentro de una publicación de redes sociales. Un gran porcentaje de los usuarios no leen la nota entera, sino que permiten que su mente rellene los huecos de información faltante – tenemos a un gran número de personas que con tan solo leer el encabezado sienten que ya están informados y conocen de la situación reportada, cuando en realidad es su propia emocionalidad la que toma el control de la atención del sujeto. Al final él o ella no

leyeron la nota, pero se creen conocedores del tema del día <sup>xvi</sup>.

Esto produce un efecto psicológico llamado Dunning-Kruger, en el cual se estipula que aquellas personas con conocimiento o competencia limitada sobreestiman su propio dominio de lo que se habla frente a una situación intelectual o social, hablando con gran autoridad como si fueran eruditos en el tema cuando en realidad desconocerían al respecto de no haber leído un par de notas al respecto <sup>xvii</sup>.

Un gran ejemplo es el caso del atentado contra el Secretario de Seguridad Ciudadana Omar García Harfuch – al encontrarse un rifle Barrett en la escena del crimen la ciudadanía comenzó a discutir sobre cómo las balas de dicho fusil no alcanzaban su máxima potencia con la corta distancia a la que el Secretario fue atacado – la gran cantidad de personas que alegaron al respecto desconoce totalmente del tema, pues por simple lógica una bala presentará mayor potencia al momento de ser detonada y conforma vuela hacia su blanco la pierde gracias a la fricción con el aire, la gravedad y el efecto Coriolis.

Y es que es precisamente en la palabra 'lógica' donde se ve precisamente el efecto Dunning-Kruger en su máxima expresión – los ciudadanos son tan expertos en todos los temas que olvidan de pronto toda lógica del conocimiento adquirido por la humanidad durante años: la estupidez reinando en su máxima expresión, y además terrible que estas personas ofendan a otros y los llamen ignorantes

solo por tener un conocimiento epistémico real, o simplemente por querer ganar durante el debate.

Lo peor del fenómeno es el abuso de los silogismos disyuntivos falaces – la población de cada extremo es incapaz de aceptar otras realidades que no sean la suya – quienes odian al Presidente López jamás podrán aceptar un acierto que él tenga – quienes lo adoran jamás podrán aceptar un solo error cometido por el funcionario – todo tiene siempre una explicación mal llamada ‘racional’ para cada grupo, unos a favor y otros en contra, perdiendo por completo toda objetividad tan necesaria para criticar a un gobernante.

Este fenómeno acentúa la división ya existente provocando que los ciudadanos entren en combate en las redes sociales, tratando de humillar a aquellos que no comparten las creencias – y todo porque un redactor de algún medio informativo publicó un encabezado malicioso – al final la nota termina siendo ignorada por una gran mayoría que crea una narrativa en muchas ocasiones ficticia con la cual validan su simpatía en contra o a favor de algún actor político <sup>xviii</sup>.

Al ser tan accesibles las redes sociales un gran porcentaje de la población vive sometido a este tipo de estímulos, los cuales sin duda provocan un efecto emocional en la persona sin que ésta lo note de manera consciente, pues de ser así ninguna nota afectaría realmente los sentimientos de los lectores, llevándolos a pelear contra otros Mexicanos.

## LOS EFECTOS DEL NEUROMARKETING

El manejo invisible de la percepción con la intención de influir en la toma de decisiones de un sujeto es algo inadmisibile – es privar al individuo de su libre albedrío, básicamente determinar su realidad e imponer sin que esta persona lo note. Además del dilema ético y moral que implica el afectar la libertad cognitiva como tal, se deriva un fenómeno interesante en el cual las personas se están volviendo cada vez más proclives a adoptar criterios ajenos como si fueran propios.

Pese a esto, la industria de la publicidad se ha desarrollado en todo el mundo de manera exitosa pese a que su actividad principal es justo esa: imponer un pensamiento en una audiencia para que esta se apropie de él. El objetivo de esta industria es convencer a millones de personas en necesitar el producto o servicio que ofrecen a sus clientes, y a pagar por ello una suma de dinero.

Esta industria ha sido culpable por ejemplo de un gran malestar en millones de mujeres gracias a las imágenes glorificadas de conceptos de belleza físicamente inexistentes, provocando inseguridad, frustración y falta de autoestima – todo con tal de vender los cosméticos y productos de belleza que ofrecen los clientes de las agencias publicitarias <sup>xix</sup>.

Ideologías como El sueño Americano hicieron uso de esquemas publicitarios para

hacer creer que la mejor forma de vida era comunista: todos los hombres con su esposa y un par de hijos, perro y gato, un par de automóviles en el garaje, un empleo vitalicio en algún gran corporativo, domingos en la iglesia y una parrillada y fuegos artificiales cada cuatro de Julio.

El trabajo de la publicidad consistió en crear un modelo aspiracional en torno a estas imágenes y permearlo en cada comercial de sus clientes, generando una hiperrealidad a la cual no todos pueden, deben o quieren apegarse, pues en realidad el comunismo solo funcionaría si todos fuéramos personas en común, sin diversidad étnica, ideológica, religiosa, económica y con las mismas oportunidades.

La industria publicitaria está invirtiendo una cantidad impresionante de dinero para lograr mejores estudios de neuromarketing – tan solo como industria y mercado este se valoró a nivel mundial en 1,158 millones de dólares en 2020 <sup>xx</sup> – pues gracias al conocimiento adquirido por las neurociencias el humano está perfeccionando la manera no sólo de influir en el pensamiento, sino de abordarlo de manera impositiva e invisible.

Sumemos la influencia que tienen los estímulos generados por la industria publicitaria con el efecto de vivir en una sociedad donde las acciones requieren cada vez menos esfuerzo: dispositivos que sustituyen nuestra memoria, sentido de ubicación y habilidad para hacer matemática mental, los cuales además nos

indican con claridad lo que debemos pensar y creer mientras nos entretienen y permiten estar ‘en contacto’ con nuestros amigos y familiares – incluso con las celebridades que admiramos.

El uso de redes sociales en teléfonos móviles creó un canal perfecto para que la industria publicitaria conecte directamente con la mente del consumidor – siendo ya los reyes de la influencia y los estímulos, se volvió vital aprender a usarlos. En general a la población que le provoca apatía pensar – pues para ello se requiere un esfuerzo – es particularmente vulnerable a los efectos de las técnicas del neuromarketing.

Este sector de la población es precisamente el que está demostrando una serie de comportamientos estúpidos principalmente en redes sociales – pelear contra otros Mexicanos por estar a favor o en contra de algún actor político, devorar encabezados engañosos como si fueran una verdad absoluta, abordar la poca información descontextualizada que se permiten recibir a partir de creencias y su propia ignorancia, negar rotundamente nueva información solo por no coincidir con la que ya se tiene, vaya, la lista es larga – tan es así que incluso cada vez hay más adeptos al absurdo concepto de la tierra plana <sup>xxi</sup>.

Pero, ¿por qué culpar al neuromarketing de esta involución? En realidad no es el neuromarketing como tal, ya que este es tan solo una disciplina que abarca una serie de herramientas de investigación y

estimulación – al igual que un martillo, se puede usar para construir algo, o bien para golpear a algún sujeto en la cabeza. Es quien está detrás del uso de herramientas de neuromarketing lo que debe importarnos.

## PUBLICIDAD Y POLÍTICA

Con el primer encuentro en México entre la política y la industria publicitaria a través de la pre campaña presidencial de Roberto Madrazo producida por Carlos Alazraki se abrió un abanico de posibilidades, entre ellas la más jugosa: presentar a los candidatos como si fueran un producto de consumo, logrando una mayor familiaridad entre la propaganda política y el formato publicitario al cual la población ya estaba acostumbrada. “Dale un Madrazo a la delincuencia” – rezaba alguna de las líneas escritas por el publicista para este propósito <sup>xxii</sup>.

A partir de esa campaña otros políticos y publicistas reprodujeron también con éxito esta fórmula para suavizar el impacto de la propaganda política y presentar narrativas que resultaban atractivas a los votantes, y obviamente más fáciles de digerir por su familiaridad con el formato publicitario.

Esta unión representa precisamente el factor al que podemos llamar neuropolítica: la capacidad de imponer un pensamiento o sentimiento en otros sin que estos lo noten – obviamente al unir esta capacidad de manipular al ser humano con la política se crea un grave problema que deriva en muchas consecuencias negativas,

comenzando por el abuso de los neuro derechos de los ciudadanos a favor de mayor control por parte de los regímenes que conforman la esfera política.

La enorme polarización que es culpada a un solo hombre es en realidad un efecto que se ha dado desde la época de la Colonia, pero que gracias a los esquemas de neuropolítica la ciudadanía se ha apropiado de pseudo ideologías que ni siquiera entienden – adoptan una postura política como si se tratase de un equipo de futbol soccer. La estupidez antes mencionada se manifiesta en este caso como un atisbo de la profunda ignorancia que tienen los Mexicanos con respecto a política y función pública.

La radicalización de la ciudadanía en torno a esta división se vuelve también un factor preponderante, pues la población es incapaz de observar y analizar objetivamente la fenomenología que surge en torno a la actividad política – ciudadanos que rechazan categóricamente una buena propuesta solo por provenir de un actor político antagónico a su preferencia, por ejemplo.

Sin embargo los efectos en la ciudadanía son nada en comparación al poder que nosotros mismos les hemos otorgado poco a poco a la función pública gracias a nuestra incapacidad para entender que en algún momento fuimos engañados – resulta increíble notar la gran cantidad de políticos que en cada ciclo legislativo se promueven como candidatos para algún cargo de

función pública, aún cuando muchos de estos han sido incompetentes y a otros tantos se les ha culpado de abuso de poder – y sin embargo la población sigue votando por ellos. En parte podríamos culpar a la falta de candidatos ajenos a partidos políticos sin embargo es entrar a otro tema tan complejo como lo son las elecciones públicas.

La población sigue sintiendo confianza por estos individuos, campaña tras campaña, fracaso tras fracaso, abuso tras abuso – si bien es cierto que la mayoría de los políticos son en realidad incompetentes para sus cargos, cabe recordar que la política de función pública gira en torno a la percepción que se tiene de los candidatos, por ende mientras un funcionario sea querido, este podrá seguir avanzando en su carrera pese a su incompetencia para resolver en sus cargos.

Pero, ¿por qué confiar en ellos? Precisamente por el manejo neuro político, pues si bien apenas se están develando los misterios del cerebro humana gracias a las neurociencias, la característica del político es justamente la de ser carismático y aparentar ser una persona accesible e interesada por los demás – por simple observación no hace falta que alguna neurociencia nos diga que sonreír es la mejor manera de lograr votos.

La ciencia publicitaria estipula que un mensaje repetido 21 veces basta para lograr que el receptor acepte el contenido del mismo abiertamente y sin obstáculos o

sesgos cognitivos <sup>xxiii</sup>, ¿qué pasa si un votante potencial ve la propaganda/publicidad política de algún candidato este número de veces, y además tiene contacto mínimo presencial con el mismo durante alguna campaña? Muy probablemente si esta persona es vulnerable generará un primitivo vínculo de empatía hacia la persona, colocándolo dentro de su preferencia política.

Sin embargo, perdemos de vista que no debemos elegir a un funcionario sólo por ser un sujeto agradable, sinó por su capacidad para tomar decisiones y administrar mejor los recursos de la nación dentro del ámbito que corresponda su cargo. De hecho en la actualidad con la polarización radical que sufre México ni siquiera es necesario ser agradable, basta con ser prepotente, altanero y gritar más fuerte y enojado que los antagonistas para lograr imponerse – como animales irracionales <sup>xxiv</sup>.

## DEBILITANDO A LA SOCIEDAD

México es un país con un gran porcentaje de la población sumida en la pobreza – el abandono por parte de las autoridades, la falta de salud y educación en algunas comunidades provoca que millones de personas vivan al día y vivan marginalmente <sup>xxv</sup>.

Ante una población así es muy fácil llegar como un exitoso y bien vestido candidato a arrojar promesas sobre lo mucho que este

puede hacer con respecto a los problemas que vive la comunidad que visita – de hecho ese es casi siempre el pretexto, llegar para conocer ‘de cerca’ los problemas que enfrentan.

Este acto es de entrada una falacia tremenda, pues se supone que si el candidato visita una comunidad para presentar su campaña es porque previamente había hecho un recorrido, recogido una lista de problemas, investigado la situación local, desarrollado un plan de trabajo y entonces ahora si visitar nuevamente para presentarlo y pedir el voto – pero no es así, en realidad solo va a simular una interacción y presentarse como el mejor candidato.

El habitante visitado no suele tener la capacidad para razonar esta situación como tal, para este es un acto de interés por parte de alguien exitoso y poderoso que tiene un interés legítimo por mejorar su comunidad, pero para ello necesita su voto. La pregunta es, ¿porque si es tan poderoso requiere de un cargo público para mejorar una comunidad que le importa tanto?

Sin embargo el interés mostrado es suficiente para que el habitante se sienta atendido – es tan pobre su autoestima que el simple hecho de que alguien haya mostrado mínimo interés es suficiente para depositar su fé en el candidato.

La población Mexicana ha sido atacada psicológicamente durante años haciendo creer que sin la ayuda del gobierno podrán

lograr nada – prominentemente desde el gobierno paternalista de Salinas de Gortari y su programa Solidaridad – el mensaje era básicamente “podemos lograrlo juntos – pero solo si nos ayuda el gobierno”.

Este mensaje entre líneas fue el primero notorio de una tendencia que hoy en día se ha exacerbado a límites insospechados – incluso comunidades urbanas de clases media y media-baja sienten que necesitan de apoyo del gobierno para resolver sus problemas. Esta vulnerabilidad de la psique social es campo fértil perfecto para que los políticos siembren la idea de ser apreciados como superhéroes, los únicos capaces de revertir el daño provocado por otros políticos, o de detener a otros políticos de seguir lastimando al país.

Otra forma de debilitar a la sociedad empleada ha sido la división de pseudo ideologías – justamente la reducción de la población a “chaires” y “chayoteros” se ha permeado de tal forma que muchos Mexicanos han disuelto relaciones amistosas y familiares por no coincidir con su punto de vista. Este fenómeno de ruptura es común y fácil de lograr con los antecedentes antes mencionados – solo basta hacer sentir moralmente superior a los miembros de ambos bandos y dejar que se confronten en la arena de las redes sociales.

Esta lamentable radicalización genera un fenómeno derivado de los silogismos disyuntivos falaces – estos son artilugios de la lógica que determinan falsamente que

dos premisas no pueden ser ciertas al mismo tiempo. Un ejemplo burdo y reducido de un silogismo disyuntivo falaz sería “si te gusta el helado de chocolate no te puede gustar el de fresa”, cuyo patrón aplica perfectamente al comportamiento en torno a la política.

Muchos ciudadanos apartidistas se ganan la enemistad de otros simplemente por coincidir o no con algún fenómeno referente a algún actor político – por ejemplo estar de acuerdo con la reforma electoral propuesta por el presidente López implica entonces ser un ‘chairo’ y por ende estar en contra de su oposición – siendo que se puede estar de acuerdo SOLO con dicha reforma y en desacuerdo con lo demás.

El tema de la política binaria como resultante de una polarización radical basada en silogismos disyuntivos falaces<sup>xxvi</sup> forman parte de un “estás conmigo o en mi contra”, una postura bastante radical y un tanto absurda en una nación donde lo que más se necesita es encontrar cómo sumar las virtudes, en lugar de restar los diferencias.

## EL LENGUAJE DE LA REALIDAD

La influencia de los políticos no se limita al periodo electoral – todos los días estos encuentran algún tema o punto que abordar con el cual podrán alarmar a la ciudadanía y mantenerla distraída de otras agendas que no necesariamente son

públicas. Precisamente una estrategia común es utilizar el significado del lenguaje como medio de influencia en grupos en particular<sup>xxvii</sup>.

Un ejemplo claro de esto es el fenómeno del Feminismo como corriente – bastó mostrar unas fotos de algunos monumentos pintados tras una marcha feminista para señalar a TODAS las mujeres que se identifican con este movimiento como vándalas y violentas<sup>xxviii</sup> – hoy es prácticamente imposible hablar de feminismo en público sin recibir comentarios alusivos al vandalismo, ignorando por completo el resto de la ideología propuesta.

El mismo fenómeno ocurre con prácticamente cualquier nicho o sector de la población que incomode a algún partido político o incluso al gobierno mismo. El caso de los mal llamados “anarquistas” podría provocar que los hermanos Flores Magón palidecerían ante una sobre simplificación descontextualizada y mal comprendida de lo que realmente es el anarquismo – pero el fenómeno surge igual: controlando el significado de una palabra.

El filósofo Austriaco-Británico Ludwig Wittgenstein propuso que el lenguaje utilizado se reduce a las afirmaciones lógicas hechas para describir al mundo – para él los límites del lenguaje son los límites del mundo<sup>xxix</sup>. Un médico puede describir mejor al mundo, pues su amplio léxico derivado de las necesidades de su

carrera pueden darle una ventaja sobre las de un herrero, por citar un ejemplo generalizado.

Podemos atrevernos a decir que el lenguaje le da forma a la percepción que tenemos de la realidad – tal como pasa con los ejemplos del feminismo y anarquismo antes mencionados. Controlar el significado de una palabra es una estupenda manera de controlar la comprensión de la realidad .

Este es un secreto guardado a voces por los políticos – por ejemplo fue fácil demeritar la palabra ‘tecnocracia’ con tan solo un par de notas periodísticas, y podríamos citar decenas de ejemplos de ‘palabras malditas’ que por un tema de política se han asociado con aspectos negativos que deben ser rechazados: ambientalistas, indigenistas, neoliberalismo, ‘izquierda’ y ‘derecha’, por citar algunos.

La mente humana responde con más atención a un estímulo que provoque alguna emoción, por ende un encabezado maliciosamente escrito que utilice alguna etiqueta puede tener un mayor impacto que otra nota objetiva que solamente narra los hechos – esto no se limita solamente a palabras, sino a patrones, como “¡adiós a las garnachas! El aceite de cocina sube de precio”, cuyo formato es similar a “¿adiós al guacamole? El precio del aguacate se eleva”, por ejemplo.

Richard Dawkins – autor del libro *El gen egoísta* – introdujo el concepto de memética, en el que expone la forma como

ciertos mensajes pueden comunicarse con mayor facilidad gracias a la forma como están encapsulados, provocando que el contenido sea comprendido simplemente por el patrón que subyace detrás del mismo.<sup>xxx</sup>

El mejor ejemplo de comunicación memética son justo lo que comúnmente se conoce como memes – estas imágenes que siguen apareciendo en el internet junto con algún muy breve texto que contextualiza un concepto simplemente por la forma asociada. El personaje del meme se vuelve como tal un arquetipo que representa alguna actitud ante la vida o una determinada situación.

Un ejemplo es la imagen de la rana René de los Muppets, bebiendo té tranquilamente y acompañado de frases graciosas como “a veces me dan ganas de correr a mi suegra de la casa – luego me acuerdo que es de ella y se me pasa”, o “a veces quisiera hablar de sexo con mis hijos – luego me acuerdo que saben más que yo y se me pasa” – el asunto es que este arquetipo en particular representa a una persona cuyos propósitos están bloqueados desde antes de su existencia, con metas totalmente inalcanzables.

Los patrones y arquetipos meméticos forman parte importante del manejo neuropolítico – al aprender a encapsular mensajes dentro de diversos medios informativos los políticos tomaron un control absoluto de la psique social, capaces de crear una realidad para esta

totalmente al antojo del operador político que haga uso de estas herramientas – lo único que tiene que hacer es redefinir el significado de alguna palabra asociada al fenómeno que desea atacar o promover.

El usar las palabras y conceptos fuera de su significado se crea una mentalidad muy estrecha que, aunada al temor de los Mexicanos a ser exhibidos y ridiculizados, provoca que la sociedad vaya limitándose en términos de aquellos conceptos con los que desea ser asociado – “yo no soy chairo/chayotero”, por ejemplo. Incluso la adopción de palabras como ‘apartidista’, misma que ha sido utilizada como bandera de la razón pura, por ejemplo <sup>xxxi</sup>.

El lenguaje define la comprensión de la realidad de una persona. Si en ningún momento se hubiera mencionado la palabra “tecnocracia” dentro del sexenio de López, las personas simplemente la seguirían ignorando como tal – tan solo mencionar una palabra y asociarla con un concepto negativo puede cambiar el significado de la misma, y por ende cambiar el significado de la realidad – más no la realidad misma. El hecho de que un solo contingente de muchos durante las marchas feministas haya provocado destrozos fue suficiente como para que los medios informativos las etiquetaran, deslegitimando la propuesta real del feminismo para el resto de los contingentes que marcharon en paz y con respeto.

Cuando alguien menciona un concepto que un sujeto no ha escuchado, el cerebro de

inmediato busca la información al respecto – de no haber la suficiente el cerebro creará una narrativa confortable que cuadre perfectamente dentro de nuestros parámetros de creencias <sup>xxxii</sup>. Si no hay recuerdos de inmediato el cerebro buscará hacer una asociación emocional en torno al resto de la data que se recibe – dependiendo del contexto, la cultura, estado emocional y preferencias a priori del sujeto receptor definirán en gran parte la asociación emocional con la que vinculará este concepto recién presentado.

Precisamente por eso es tan fácil manipular a segmentos importantes de la población con tan solo un encabezado – solo se requiere utilizar una ‘palabra maldita’ y ser un tanto sensacional con el resto para encender la ira e indignación de millones de Mexicanos en torno a algún suceso – muchas veces insignificante.

Han sido tantos los años que han hecho esto que literalmente la población está adiestrada a solamente mamar del neurofeed o neuroalimentador la data que requiere para sentir que está informada, y bajo esta actitud generalizada de aceptación o rechazo absoluto y contundente termina por ser una especie de zombie que literalmente solo va a donde alguien más dirige su atención, permitiendo que una entidad ajena a su propia consciencia y razón determine la forma como este debe apreciar los eventos públicos.

Lamentablemente la sociedad como tal se ha vuelto totalmente reactiva, incapaz de dirigir su atención a un punto en específico de su interés – muchas veces por desconocimiento de no saber a dónde mirar, y otras tantas porque la sobrecarga de estímulos que recibe a diario una persona en situación urbana es tanta que resulta imposible dedicar un poco de tiempo a razonar los fenómenos de la política.

La atención es un recurso mental muy caro para el cerebro. Al ponerle atención a algún fenómeno las funciones ejecutivas de nuestro cerebro se enfocan en él totalmente, dejando de lado la capacidad para poner atención a otras situaciones simultáneas<sup>xxxiii</sup>. El cambio de atención de un foco a otro puede tomar bastante tiempo, por ejemplo de mirar el celular a voltear al frente mientras se maneja puede tomar 300 milisegundos – lapso suficiente como para que ocurra una muy lamentable tragedia.

Los medios informativos publican diario notas a favor y en contra de los actores políticos, muchas de las cuales son solamente notas sin sentido que carecen de sustento informativo e incluso lógico, comúnmente firmadas por 'la redacción' y que suelen tener un gran impacto en la población, pues estas nimiedades solamente nos quitan tiempo de atención para poder razonar lo que verdaderamente está ocurriendo, y no solo lo que quieren que veamos. Literalmente están secuestrando nuestra atención.

Quizá de tener más tiempo entre cada nota la ciudadanía podría ser más crítica con respecto a su apreciación de los eventos emanados por y de la esfera política – pero resulta poco conveniente para la casta política tener una población de pensamiento crítico capaz de razonar.

## LA FALTA DE NEURODERECHOS

El daño provocado a la sociedad Mexicana en términos de manipulación masiva es incalculable – podemos hablar literalmente de millones de personas que han sido sometidas a técnicas de neuromarketing por interés de algunos cuantos grupos de poder, sin embargo la reacción suele ser en general desdeñar este importante tema.

Muchos humanos han perdido de vista el derecho a la libertad de elección – sin darse cuenta han sido estimulados para modificar su pensamiento, lo cual representa una grave violación a los derechos humanos. Sin temor a exagerar podemos pensar que estas personas han sido víctimas de técnicas incluso de lavado de cerebro – el total de los estímulos recibidos impide que la atención pueda centrarse en torno al análisis de los fenómenos, ergo superficializa sus reacciones acorde al contexto político que le haya sido impuesto.

Esto representa un grave atentado contra la humanidad, y si bien no podemos cambiar una industria millonaria como lo es la publicitaria, si podemos empezar a exigir

la legislación de los neuro derechos. Si bien durante el sexenio del ex-presidente Peña Nieto se creó la Ley Nacional de Salud Mental, esta no contempla diferentes aspectos que ya han sido legislados en otros países como Estados Unidos de Norte América, donde el derecho a la salud mental contempla también la manipulación ilícita dañina a través del mal uso de neurotecnología, sin embargo esta tampoco contempla métodos no tecnológicos de influencia.

La NeuroRights Foundation propone la figura legal de “neuroderechos” como un marco internacional dirigido a proteger el cerebro humano y su actividad a través de cinco puntos: proteger la identidad personal, proteger el libre albedrío, proteger la privacidad mental, brindar acceso equitativo a neurotecnología y proteger a los humanos contra la discriminación resultante de data obtenida por neurotecnología<sup>xxxiv</sup>.

Este marco legal es una excelente base para comenzar a legislar en torno a los abusos perpetrados por las figuras de poder en México, manipulando a su antojo a poblaciones enteras con la finalidad de obtener beneficios para él/ella y/o su partido político – sin embargo la salud mental es un tema tan precario aún en México que simplemente hablar de ello es un tabú – sugerir una visita al psicólogo puede resultar ofensivo para algunos, pues se asume que uno solo enferma de otros órganos, más no del cerebro.

Legislar los neuro derechos es imprescindible, pero francamente complicado en una nación donde la corrupción juega un papel importante y en el que las empresas tienen campo fértil para experimentar con la población.

## EL FUTURO DE LA SOCIEDAD

La denuncia es clara y contundente: la casta política aunada a la industria publicitaria ha potenciado el uso de artilugios de neuromarketing para influir de manera invisible en la percepción que tiene la población en torno a los sucesos propios de la política y la función pública con fines meramente partidistas, provocando por fin una grave ruptura social, que si bien se ha fomentado desde la época de la Colonia, se ha potenciado gracias a la manipulación descarada que realizan los partidos y demás actores políticos – incluidas muchas empresas de la iniciativa privada.

La influencia invisible de estos actos ha arrollado los neuro derechos de la población, que si bien es un concepto nuevo, no tendríamos por qué estar en pleno siglo 21 – el siglo de las libertades – discutiendo temas de imposición de ideologías y modificación de percepciones a través de tecnologías basadas en el aprendizaje brindado por el estudio de las neurociencias.

La necesidad de un puñado de grupos políticos por adquirir más poder sigue resquebrajando desde hace décadas la

psique de la ya muy fragmentada población y no hay ni siquiera un grupo formal de personas interesadas en discutir en torno a los temas de neuropolítica y que esté dispuesto a abordar incluso la legislatura en torno a los neuro derechos.

La enorme división social y la percepción radicalizada que tiene tan polarizada a la sociedad es tan solo uno de tantos resultados – quizá el más notorio y escandaloso – de haber permitido que un grupo de publicistas nos vendieran la falsa narrativa de que la población Mexicana es tan incompetente que tan solo un grupo de hábiles y bien preparados políticos es capaz de ‘salvarnos’.

Esta noción del político como superhéroe y la población indefensa, incapaz de sobrevivir sin un bolillo arrojado por algún actor se ha permeado tanto en la psique social que tenemos ya una población llena de víctimas, incapaces de presionar a sus diputados para que voten en torno a los intereses de la ciudadanía y no de sus partidos, e incapaces totalmente de salir adelante de no ser por la ayuda de estos sujetos – algo totalmente falso: el futuro de México ha estado, está y siempre estará en manos del pueblo productivo, sin importar su condición socio-económica, credo religioso, raza, ocupación, etc.

Sin duda los políticos han sabido explotar el capital mental que representan sus posibles agremiados – la explotación de medios informativos y redes sociales para manipular a la ciudadanía haciendo uso de

inteligentes y bien diseñadas frases creadas para remover las emociones de quien lo lea son el estándar actual de comunicación política. Al final tenemos una ciudadanía que a pesar de no confiar en las autoridades, depositan su confianza en aquel que representa una oposición seria para el sujeto de su descontento.

Por lo pronto, si seguimos igual la nación terminará pagando en su totalidad por un gran porcentaje de la población que cada vez se estupidiza más y se vuelve más vulnerable a la neuroinducción, facilitando la labor de los políticos y provocando una degradación importante en los servicios ofrecidos y productos fabricados en México – terminaremos con una población deprimida incapaz de competir a nivel mundial y por ende produciendo menor Producto Interno Bruto, lo cual representa menos impuestos y un crecimiento en la pobreza del país – y todo porque un puñado de oportunistas plutócratas draconianos decidieron hacer de nuestro país su botín.

Lamentablemente la percepción general indica que como población no podemos confiar en ningún político – al menos en ninguno que provenga de los partidos políticos – acciones como vitorear el nombre de su partido seguido por el de México habla a gritos de las prioridades que tienen algunos pelmazos en función pública.

Tan solo queda como población recapacitar la forma como los políticos influyen en nosotros a través de los medios para

comenzar a blindarse y recuperar algo que perdimos hace mucho tiempo, y que incluso algunos religiosos afirman que “hasta Dios respeta”: el libre albedrío.

Si logramos recuperar ese don, seremos capaces de volver a pensar de manera crítica y elegir a qué notas debemos ponerles atención y a cuáles no – una acción tan simple como esta que podemos emprender ahora mismo puede hacer una gran diferencia entre la forma como invertimos nuestro tiempo y atención para tratar de comprender aunque sea un poco la realidad objetiva, que por simple que parezca es sumamente compleja, pues depende del factor humano, y este es muy impredecible.

Por supuesto, podemos trazar patrones y arquetipos alrededor de una figura de la política pública para comprenderla en torno a una serie de factores, y quizá podríamos alimentar un sistema de inteligencia artificial con la data de nuestros políticos para crear un filtro en contra de la corrupción, pero ellos mismos no lo permitirían jamás, pues un pueblo pensante, culto y bien organizado no se presta para el saqueo impune.

Tal vez si como población fuéramos más proclives a pensar colectivamente de manera crítica, y tuviéramos disposición de debatir con la intención de entender, en lugar de imponer una verdad subjetiva podríamos alcanzar un nivel intelectual que nos diera acceso a mejores políticos, y por ende mejores funcionarios públicos – sin

embargo, ¿qué futuro espera a una nación de zombies idiotizados por completo por los medios informativos?

Ninguno esperanzador mientras tengamos políticos corruptos que anteponen sus intereses y los de su partido por encima del de los Mexicanos por los que supuestamente trabajan, y mientras haya Mexicanos dispuestos a defender a un político con tal de atacar a otro, cuando en realidad la población debería estar encima de todos ellos para asegurarse que cumplan con su trabajo, tal como se hace en toda institución bien organizada.

La ilusión de un caudillo capaz de mejorar las condiciones de millones de Mexicanos está francamente gastada – no necesitamos una política gubernamental de luces, humo y espejos – necesitamos funcionarios capaces de resolver los problemas en torno a las decisiones tomadas por los mismos Mexicanos que representan. Ellos simplemente no son capaces de solucionar nada en realidad, al menos no sin la relación simbiótica que debería existir en la política de función pública.

Al final somos nosotros en quienes radica el futuro del país, y quienes le están dando forma a la realidad del mismo – esto a través del trabajo, esfuerzo y sacrificio de millones de Mexicanos que pese a todo seguimos buscando una calidad de vida digna para nuestras familias. Nosotros estamos creando la realidad, nosotros producimos, nosotros somos quienes definimos el uso del lenguaje, quienes creamos cosas y construimos un futuro para México – o mejor dicho, somos

nosotros quienes PODEMOS, pero al parecer no hemos querido o no hemos sabido cómo organizarnos más allá de más partidos políticos que solo maman del erario público pero en realidad no representan solución para las familias de nuestro pueblo.

Si nos vamos a indignar, que no sea por el comentario de algún otro Mexicano con quien peleamos en las redes sociales, sino en contra de TODA la casta política corrupta que ha logrado permearse hasta los puestos más importantes del país, definiendo el rumbo de muchos aspectos en torno a ideas estúpidas basadas en la ignorancia y la falta de sensibilidad de dicho grupo.

¡Unámonos! ¡Debatamos con respeto!  
Sumar visiones positivas nos permitirá definir en el inconsciente de la psique social

nuevas formas de vida, nuevos métodos para tener un mejor país – pues al final lo que todos los Mexicanos y en general ciudadanos del mundo es vivir una vida tranquila, próspera, con salud, educación y oportunidades para mejorar la calidad de vida.

Si nos unimos, nos organizamos y trabajamos en pos de esta visión, podremos convertirnos en una nación líder a nivel mundial, capaz de enfrentar la globalización a través de la firmeza de nuestra identidad orgullosamente Mexicana.

¡Hagamos de México una nación de raíces fuertes, de construcción sólida basada en la diversidad de ideas, el respeto y la paz!  
¡Está en nuestras manos y corazones!

Junio, 2022 (v1)

##=

*Neuropolítica: el abuso invisible - Eduardo Castañeda (220)*

- i [https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Origen\\_de\\_la\\_pol%C3%ADtica\\_en\\_el\\_mundo](https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Origen_de_la_pol%C3%ADtica_en_el_mundo)
- ii <https://www.adn40.mx/poder/nota/notas/2021-01-14-09-18/estos-son-actores-actrices-celebridades-llegaron-politica-mexico-especial>
- iii <https://cra.2-2-0.online/la-politica-como-producto-de-consumo/>
- iv <https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2073/2643>
- v <https://cra.2-2-0.online/debatiendo/>
- vi <https://cra.2-2-0.online/sobre-la-polarizacion-politica-ciudadana/>
- vii <https://cra.2-2-0.online/los-riesgos-de-una-sociedad-emocional/>
- viii <https://en.wikipedia.org/wiki/Eudaimonia>
- ix <https://neurosciencenews.com/attention-brain-19881/>
- x <https://www.forbes.com.mx/cuauhtemoc-blanco-es-acusado-por-red-de-lavado-de-dinero/>
- xi <https://www.gsb.stanford.edu/insights/political-machinations-how-candidates-cater-shape-public-opinion>
- xii <https://cra.2-2-0.online/redes-sociales-y-la-degradacion-de-la-realidad/>
- xiii <https://www.channel4.com/news/revealed-trump-campaign-strategy-to-deter-millions-of-black-americans-from-voting-in-2016>
- xiv <https://www.jornada.com.mx/notas/2022/04/28/politica/advierten-diputados-de-oposicion-que-reforma-electoral-no-pasara/>
- xv <https://www.oberlo.com/statistics/how-many-people-use-social-media>
- xvi <https://cra.2-2-0.online/metaprogramacion-digital-viral/>
- xvii <https://www.britannica.com/science/Dunning-Kruger-effect>
- xviii <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4477934/>
- xix <https://www.sciencedaily.com/releases/2010/10/101018163112.htm>
- xx <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/neuromarketing-market>
- xxi <https://edition.cnn.com/2019/11/16/us/flat-earth-conference-conspiracy-theories-scli-intl/index.html>
- xxii [https://elpais.com/diario/1999/10/18/internacional/940197606\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1999/10/18/internacional/940197606_850215.html)
- xxiii <https://thefinancialbrand.com/42323/advertising-marketing-messages-effective-frequency/>
- xxiv <https://twitter.com/lillytellez>
- xxv <https://imco.org.mx/las-cifras-mas-recientes-de-pobreza/>
- xxvi [https://www.falacias.org/falacias/silogismo\\_disyuntivo\\_falaz/](https://www.falacias.org/falacias/silogismo_disyuntivo_falaz/)
- xxvii <https://www.channel4.com/news/revealed-trump-campaign-strategy-to-deter-millions-of-black-americans-from-voting-in-2016>
- xxviii <https://www.youtube.com/watch?v=Sc6K3E3aV-U>
- xxix [https://en.wikipedia.org/wiki/Ludwig\\_Wittgenstein](https://en.wikipedia.org/wiki/Ludwig_Wittgenstein)
- xxx <https://en.wikipedia.org/wiki/Meme>
- xxxi <https://cra.2-2-0.online/comunicaciones-erradas/>
- xxxii <https://www.interaction-design.org/literature/topics/gestalt-principles>
- xxxiii <https://www.sciencedaily.com/releases/2018/12/181227102057.htm>
- xxxiv <https://www.iberdrola.com/innovation/neurorights>