

## Satisfacción vicariante

## *Vicarious satisfaction*

Oscar Picardo Joao

Licenciatura en Filosofía, Universidad de Valencia, Venezuela  
Maestría en Educación, University of Louisville, Estados Unidos de Norteamérica  
Maestría en Sociedad del Conocimiento, Universitat Oberta de Catalunya, España  
Posgrado en Educación a Distancia, Universidad de Murcia, España  
Posgrado en Finanzas Educativas, Harvard University, Estados Unidos de Norteamérica  
DEA-Doctorado en Didáctica y Organización Escolar, Universitat Oberta de Catalunya, España  
Director del Instituto de Ciencia, Tecnología e Innovación (ICTI),  
de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), El Salvador  
opincardo@uoc.edu  
<https://orcid.org/0000-0003-1521-9681>

Fecha de recepción: 29 de abril de 2024  
Fecha de aprobación: 16 de mayo de 2024  
DOI:



## RESUMEN

El pensamiento vicario es un concepto derivado de la teoría del aprendizaje social de Albert Bandura. Esta teoría sostiene que las personas aprenden mediante la observación e imitación de comportamientos presentes en su entorno social. Su aplicación varía en función de los arquetipos que se manifiestan en la vida cotidiana y que permiten realizar sustituciones, ya sean conscientes o inconscientes. El estudio sobre la «satisfacción vicariante» presentado en este artículo se fundamenta en una base teórica empírica y en la observación de conductas sociales, sustentándose en una encuesta de campo donde se verifican procesos de sustitución mental de frustraciones mediante nuevos sujetos y fenómenos compensatorios. Durante cinco años se llevaron a cabo mediciones de opinión pública desde un enfoque de psicología social, siguiendo el modelo de estudios sobre el *Humor Social y Político*. A partir de estas mediciones, se comenzó a observar un fenómeno político considerado absurdo o carente de razonamiento lógico, en el cual los encuestados manifestaban una preferencia fanática y significativa hacia un caso político específico. Finalmente, se decidió realizar un estudio de verificación cuyos hallazgos se comparten en este documento. Los resultados confirman que la satisfacción vicariante es un fenómeno real, tal como lo demuestra la última encuesta de *Humor Social y Político*.

**Palabras clave:** psicología social, humor social, humor político, vicariante, El Salvador.

## ABSTRACT

*Vicarious thinking is a concept derived from Albert Bandura's social learning theory. This theory holds that people learn by observing and imitating behaviors present in their social environment. Its application varies according to the archetypes that are manifested in everyday life and that allow for conscious or unconscious substitutions. The study on "vicarious satisfaction" presented in this article is based on an empirical theoretical basis and on the observation of social behaviors, supported by a field survey in which processes of mental substitution of frustrations are verified by means of new subjects and compensatory phenomena. For five years, public opinion measurements were carried out from a social psychology approach, following the model of studies on Social and Political Humor. From these measurements, we began to observe a political phenomenon considered absurd or lacking in logical reasoning, in which respondents showed a fanatical and significant preference for a specific political case. Finally, it was decided to conduct a verification study whose findings are shared in this paper. The results confirm that vicarious satisfaction is a real phenomenon, as demonstrated by the latest Social and Political Humor survey.*

**Keywords:** social psychology, social humor, political humor, vicariant, El Salvador.

## Introducción

«Una conducta desordenada se parece a un torrente invernal de corta duración»  
Epicuro

En varios artículos de opinión y análisis se ha presentado el fenómeno psicológico de la «satisfacción vicariante» de manera sintética; en este artículo se busca profundizar en este concepto, introducido en el medio por el reconocido psicólogo Joaquín Samayoa. Cabe señalar que existe poca bibliografía y base teórica al respecto, por lo que parte de las explicaciones se derivan de investigaciones sobre *Humor Social y Político*<sup>1</sup> y del Centro Universitario de Neurociencia de la Universidad Francisco Gavidia.

En *The Vicarius Brain* (Berthoz, 2017), se afirma que la vicarianza ocurre cuando el cerebro evita un callejón sin salida sustituyendo un proceso o función por otro. Además, el cerebro se asocia frecuentemente con representaciones y también se refiere a un proceso biológico mediante el cual un órgano sano reemplaza a otro defectuoso. Berthoz (2017) también destaca su impacto en la toma de decisiones cotidianas y, de manera más amplia, en la creación de mundos por parte del cerebro.

Para aclarar algunas ideas, la satisfacción se define como un sentimiento de bienestar o placer que se experimenta cuando se ha colmado un deseo o cubierto una necesidad. Vicariante se refiere a algo que reemplaza o sustituye otra cosa. Desde la psicología, la satisfacción vicariante se entiende como una tensión emocional sustituida, mientras que, desde el psicoanálisis, el psicotrauma vicariante implica un efecto devastador generalizado en el andamiaje psíquico debido a la violencia. Desde una perspectiva biológica, la función vicariante del cerebro se encuentra en el sistema de recompensa, operando en muchas ocasiones como un reforzador negativo.

Reuchlin (1978) en *Procesos vicariantes y diferencias individuales*, establece que el modelo de satisfacción vicariante admite la existencia de múltiples procesos alternativos para la adaptación de un individuo a una situación. Estos procesos no siempre tienen la misma eficacia en situaciones específicas y no todos son ejecutados con la misma facilidad por un individuo. Las jerarquías de eficiencia y evocabilidad varían según las situaciones y las características individuales.

Desde esta perspectiva, los seres humanos enfrentan adversidades, frustraciones, desgracias, problemas o miedos buscando rutas de escape. En el pasado, las sagas, leyendas y mitos funcionaban como refugios cognitivos y emocionales; hoy en día, la religión cumple una función similar. Ante la muerte, un accidente o una enfermedad crítica, las personas suelen acercarse a la religión en busca de consuelo, sentido o alivio del dolor.

---

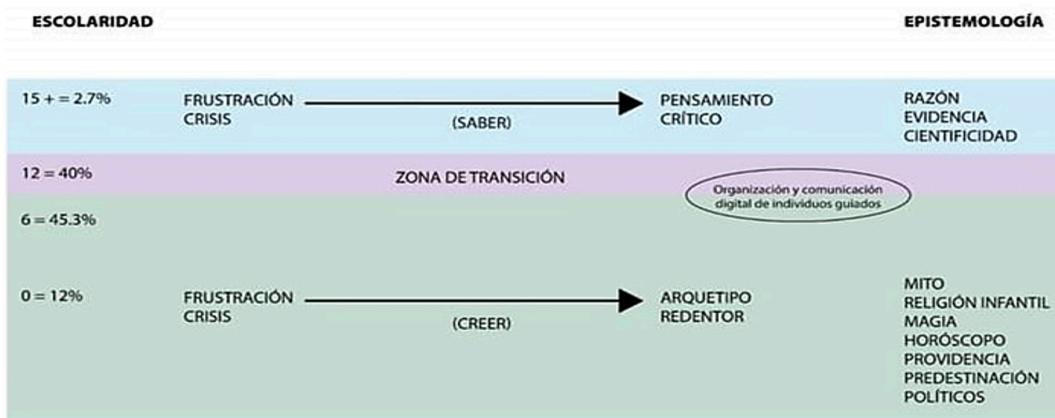
<sup>1</sup> Nota del editor: las investigaciones pueden consultarse en la revista *Disruptiva*, en el enlace: <https://www.disruptiva.media/category/encuestas/>

Un ejemplo interesante es el canon bíblico, libro sagrado de los cristianos, redactado y construido a partir de múltiples experiencias humanas que carecían de respuestas sencillas. Temas como el dolor, la enfermedad, la muerte o el mal evolucionan en los textos y sus causas son explicadas a través de sagas de tradición oral. De hecho, el *Génesis* fue uno de los últimos libros en escribirse durante el exilio judío, y allí se encuentran las principales respuestas sobre los orígenes de todo, aunque no necesariamente como están descritos.

La teoría de la «satisfacción vicariante» se basa en el siguiente principio: las personas, en función de sus limitaciones, necesidades, problemas o crisis, se proyectan en un ideal a seguir, identificando un arquetipo opuesto a su situación. Se trata de un mecanismo cerebral que, afectado por un contexto hostil, busca refugio en escenarios imaginarios en procura de calma, tranquilidad y bienestar. De este modo, el presente pasa a un segundo plano y emerge un futuro posible.

¿Cómo funciona la satisfacción vicariante? Un modelo explicativo de la satisfacción vicariante se ha desarrollado a partir de dos variables relevantes: escolaridad y capacidad epistémica. A mayores niveles de escolaridad, la satisfacción vicariante tiende a disminuir, ya que prevalecen las respuestas razonadas y el pensamiento crítico. Por el contrario, a menor escolaridad, aumenta la satisfacción vicariante y predominan soluciones como mitos, religión, magia, horóscopos, providencia, predestinación y narrativas políticas, tal como se ilustra en la Figura 1.

**Figura 1**  
*Modelo de satisfacción vicariante*



Fuente: elaboración propia

El constructo soteriológico «ya sí, pero todavía no...» es frecuentemente utilizado por las iglesias cristianas en referencia a la parusía o segunda venida de Cristo. Se plantea que Cristo viene pronto,

pero aún no ha llegado. Esto también se observa en la noción de «satisfacción vicariante»: estoy mal, pero estaré mejor, ¿cuándo? No se sabe y no importa.

Un fenómeno que ilustra con claridad la «satisfacción vicariante» es la gran relevancia que alcanzaron en la vida nacional salvadoreña los equipos Real Madrid y Barcelona FC. Surge la pregunta: ¿por qué existía tanto fanatismo?, ¿qué conexiones geográficas o culturales se tenían con Madrid y Barcelona? Los bares se llenaban, el tráfico disminuía, los autobuses y microbuses eran decorados con los escudos de ambos clubes deportivos y muchas personas vestían camisetas de los equipos. ¿Cuál era la razón? El fútbol local se encontraba en una situación tan desfavorable que la población buscó refugio en la mejor liga del mundo y se identificó con sus máximas estrellas deportivas, Messi y Cristiano Ronaldo. A través de esta experiencia contagiosa, la gente se apropió simbólicamente de esa liga como si fuera propia, resolviendo de esta manera su frustración. Esta tendencia se midió en el *VII Estudio de Humor Social y Político* (CEC, 2024), titulado *Somos lo que pensamos*, de donde se obtuvieron datos que refuerzan esta teoría.

Cuando surge una crisis que no puede resolverse o escapa a las capacidades humanas, el cerebro recurre a mecanismos imaginativos y creativos, proponiendo soluciones abstractas con implicaciones reales. Este fenómeno, observable en el ámbito deportivo, también se manifiesta en el escenario político.

Lo relevante es que la «satisfacción vicariante» no solo modifica conductas individuales, sino que también impacta la cultura. Se trata de un fenómeno que posee una dinámica expansiva en función de las necesidades colectivas. Su carácter viral se debe a las múltiples necesidades compartidas que comienzan a unirse, y un escenario propicio para ello son las redes sociales.

La combinación de «satisfacción vicariante» y «fenómeno de masas» se ha desarrollado en otros contextos históricos. Un caso relevante es el nacionalsocialismo en la Alemania Nazi, conocido como el Tercer Reich, donde planteamientos inhumanos como el antisemitismo, el genocidio y la eugenesia nazi generaron un cambio dramático en las conductas ciudadanas mediante la propaganda.

En síntesis, la satisfacción vicariante puede desarrollarse en una sociedad como un estado de ánimo colectivo y ampliamente generalizado, especialmente en poblaciones más vulnerables en términos cognitivos y emocionales, que comparten necesidades, frustraciones o miedos. Estos grupos tienden a identificar y encontrar una solución arquetípica en una figura de autoridad, como un pastor, religioso, político, militar o líder. Esta relación genera una conexión empática y emocional muy fuerte y duradera, que solo puede romperse por una necesidad mayor o por desencanto.

En términos aristotélicos, el carácter es el resultado de la conducta, y la suma de las conductas refleja el carácter y la idiosincrasia de una sociedad. No existen casualidades, solo constructos sociales.

## *El pensamiento religioso*

«La religión mal entendida es una fiebre que puede terminar en delirio»  
Voltaire

El modelo de «satisfacción vicariante» está estrechamente vinculado a un sistema de «pensamiento religioso», configurado por niveles de escolaridad limitados o de baja calidad, alejados de los paradigmas científicos y racionales.

La etimología del concepto religión remite al latín *relegere*, cuyo significado es recoger o agrupar; aunque también existen otras acepciones latinas: *religio*, que significa escrúpulo, y *religare*, que implica unir o reunir. En términos generales, la religión se asocia con dos elementos esenciales de la condición humana: por un lado, la necesidad de una relación con lo trascendente y, por otro, un factor catalizador de la organización social.

La historia de las religiones remite a fenómenos ancestrales de carácter mágico y mítico, pero, sobre todo, a una interpretación de los misterios de la humanidad. Por ejemplo, la mitología griega ofrecía respuestas culturales a preocupaciones humanas: Deméter explicaba los problemas de la agricultura, Poseidón representaba el mar, Hermes simbolizaba el comercio, Ares los conflictos y la guerra, Apolo la belleza, Atenea la sabiduría, Artemisa la caza, Afrodita el amor, Zeus los misterios del cosmos, Hera los asuntos familiares y Hades el más allá, entre otros. Frente a estas explicaciones míticas, surgieron los filósofos presocráticos, quienes, mediante la observación y el asombro, buscaron explicaciones más racionales utilizando el *arjé* o principios de las cosas bajo un modelo «cosmocéntrico». Más adelante, Sócrates, Platón y Aristóteles realizaron contribuciones significativas al desarrollo de la racionalidad occidental. Posteriormente, con Agustín de Hipona, Anselmo de Canterbury y Tomás de Aquino, se retornó a una cosmovisión cristiana centrada en el «teocentrismo», hasta llegar a la Ilustración, donde se recuperó el «antropocentrismo».

La religión ha estado presente de manera constante en la historia humana. Más allá de las etiquetas culturales (cristianismo, islamismo, judaísmo o budismo), existe una forma de conocimiento llamada fe (*pistis*, en griego), relacionada con la necesidad de confianza; es decir, creer en algo para sentirse protegido frente a lo adverso, la incertidumbre, la enfermedad, la muerte o la vulnerabilidad.

Tener fe implica romper con la racionalidad aristotélica y cartesianas; supone creer en lo sobrenatural o en aquello que no es observable, pero que actúa o influye en la vida como un principio de acción y poder. «La fe mueve montañas», afirma el adagio popular; no se requieren pruebas, demostraciones ni evidencias. Existe algo trascendente que motiva a los seres humanos con base en una creencia superior.

Por otra parte, la fe como forma de conocimiento y relación implica asumir sacrificios, mortificación, ayunos y otras prácticas exigentes por un compromiso o creencia vicaria. Las personas creen que esta

autoprivación mental o física (similar a una medicina amarga) resulta agradable para las deidades y, al mismo tiempo, constituye una manera de corregir o compensar comportamientos considerados inadecuados, comúnmente llamados pecados.

Los conceptos de «fe, religión y mal» están interrelacionados. En efecto, existe una noción de maldad en los entornos humanos y, a lo largo de la historia, la humanidad ha evitado asumir su propia responsabilidad buscando seres malignos trascendentes a quienes culpar por el mal. Los teólogos han intentado exculpar a Dios, considerado el creador del universo, como el causante del mal. Así, la religión necesita del mal para existir, el ser humano necesita la religión para redimirse y Dios se presenta como mediador entre el mal, la religión y la humanidad.

Las personas necesitan creer. En el contexto actual, caracterizado por su naturaleza efímera y líquida (Zygmunt Bauman), muchas personas se afellan con fervor a *influencers*, deportistas, actores, músicos y, especialmente, a políticos.

El vínculo entre grupos sociales y figuras políticas es predominantemente emocional y se construye mediante imágenes, frases o símbolos que fortalecen la relación entre el colectivo y el «iluminado», generando una atmósfera de paz y tranquilidad.

La relación entre religión y política ha sido ampliamente documentada en las teorías de Claude Lévi-Strauss, Mircea Eliade y Émile Durkheim. A nivel local, los aportes de David López también exploran las interacciones entre lo sagrado y la política profana. Las hierofanías religiosas y políticas, junto con los mitos y significados, comparten la capacidad de generar conciencia cuando lo sagrado o lo político se manifiesta como algo fascinante, misterioso o como una solución casi mágica y sobrenatural.

En el contexto de la violencia pandilleril que afectó a El Salvador durante décadas, el presidente salvadoreño, mediante el Plan Control Territorial (2019-2024), devolvió la paz y la tranquilidad a la población. Esto forjó una relación casi mesiánica entre la ciudadanía y el presidente. A pesar de denuncias sobre violaciones de derechos humanos y la ausencia del debido proceso, prevaleció el régimen de excepción, cuyos resultados impactaron significativamente la vida cotidiana.

Esta relación se evidencia en diversos estudios de opinión realizados entre 2019 y 2024, cuyos resultados muestran una tendencia sostenida con una calificación promedio de 8 puntos. Se trata de una relación resistente a investigaciones periodísticas sobre corrupción.

Dos fenómenos han fortalecido esta relación de carácter «religioso» entre el presidente y la población: 1) La «satisfacción vicariante», entendida como la resolución de frustraciones mediante una propuesta distinta, antagónica y concreta; y 2) Un «fenómeno de culto», articulado a través de una maquinaria de propaganda impresionante.

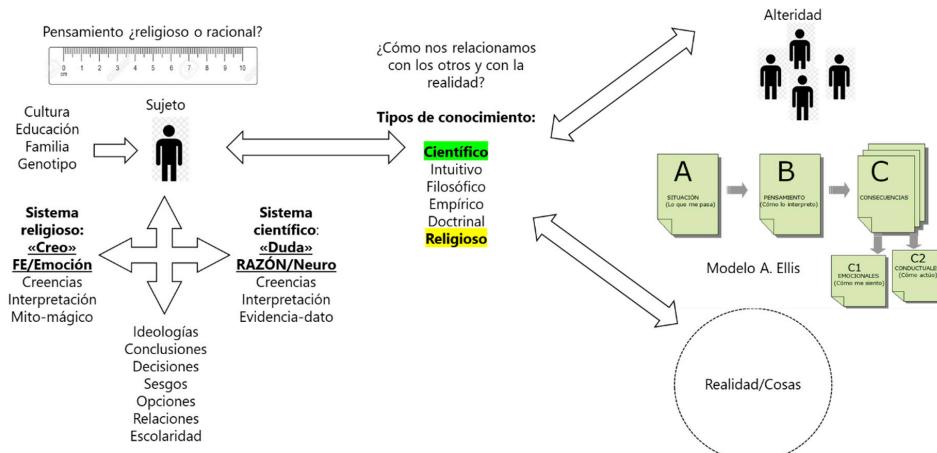
La relación también presenta un componente patriarcal y paternalista, basado en un poder primario, liderazgo político, autoridad moral, privilegio social y control total. Desde esta perspectiva, la figura presidencial es percibida como una fuente de protección superior ante el mal y la adversidad. En este contexto, el presidente se presenta como el poseedor de todas las soluciones para los problemas y preocupaciones de la población. Las personas le creen y descartan a sus opositores y periodistas. Sin embargo, cada intento de mostrar su autoritarismo genera un crecimiento en el rechazo y una disminución de la confianza.

En semanas recientes, ni el caso de la trágica muerte de un asesor de seguridad, ni el escándalo de una cooperativa, ni la compra de un helicóptero de lujo, ni la adquisición de fincas de café han afectado significativamente su reputación política. La calificación más reciente sigue siendo de 8.43, manteniéndose dentro del rango de 8 puntos en 12 evaluaciones consecutivas desde 2019 hasta 2024. Estas controversias afectan únicamente a un pequeño porcentaje de críticos y opositores, generalmente con escolaridad terciaria o superior, que no supera el 15 %. En última instancia, esta relación religiosa sigue un patrón recurrente: 1) Angustia, miedo, fracaso, preocupación e incertidumbre; 2) Aparición de un mediador, enviado o salvador; 3) Presentación de evidencias y narrativas de solución; 4) Congregación en torno al fenómeno; 5) Difusión del mensaje; 6) Institucionalización mediante acciones, documentos o políticas; y 7) Establecimiento de una religión, culto o liturgia. Este proceso ha ocurrido durante siglos y probablemente seguirá ocurriendo. El ser humano busca una conexión trascendente ante las numerosas incógnitas relacionadas con el mal y los misterios de la vida. Parafraseando a Marx, tanto la política como la religión continúan siendo un elemento opiáceo que calma temporalmente los sufrimientos y dificultades de los pueblos.

En la Figura 2 se visualiza una explicación del dilema epistemológico entre el pensamiento científico y el pensamiento religioso, como antesala de las relaciones y decisiones humanas frente a la realidad y la alteridad.

## Figura 2

*Comportamiento humano y Epistemología: ¿cómo nos relacionamos con otras personas y con la realidad?*



Fuente: elaboración propia.

## Metodología

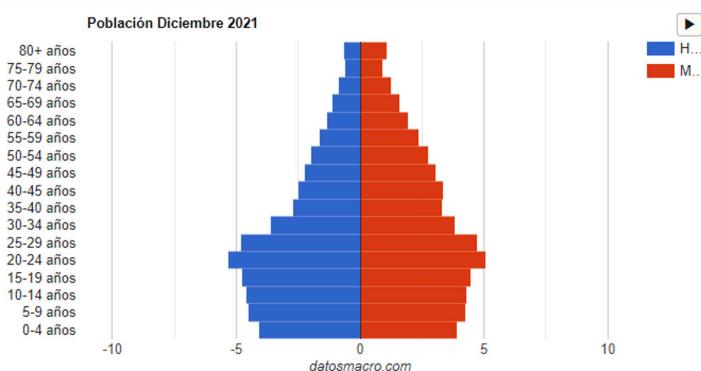
El presente estudio es de tipo cuantitativo. La técnica de recolección de datos fue un cuestionario individual estructurado mediante entrevistas realizadas en visitas casa por casa, seleccionando a una persona elegible por vivienda. Los informantes fueron personas mayores de 18 años.

El trabajo de campo se llevó a cabo del 17 al 21 de abril de 2024, logrando un total de 1,233 entrevistas efectivas a nivel nacional. Los parámetros de muestreo incluyeron un nivel de confianza del 95 % y un error muestral de  $\pm 2.8$  %, con una distribución proporcional al tamaño de la población por departamento. La recolección de datos fue realizada por el Centro de Estudios Ciudadanos (CEC), dependencia del Instituto de Ciencia, Tecnología e Innovación, de la Universidad Francisco Gavidia.

En el marco del *VII Estudio de Humor Social y Político* (CEC, 2024), se incluyó una sección compuesta por una pregunta con ocho acepciones, tal como se detalla en el Anexo 1.

De acuerdo con el censo de 2007, la población de El Salvador ascendía a 6,314,000 personas. Las personas mayores de 18 años (universo de este estudio) eran 4,103,000. Para efectos de inferencia de porcentajes, se asumieron las siguientes proyecciones: el 1 % representaría a 41,000 personas; el 5 %, a 205,000 personas; el 10 %, a 410,000 personas, entre otros (Figura 3).

**Figura 3**  
*Pirámide demográfica de El Salvador (2021)*



Fuente: Datos Macro (s.f.).

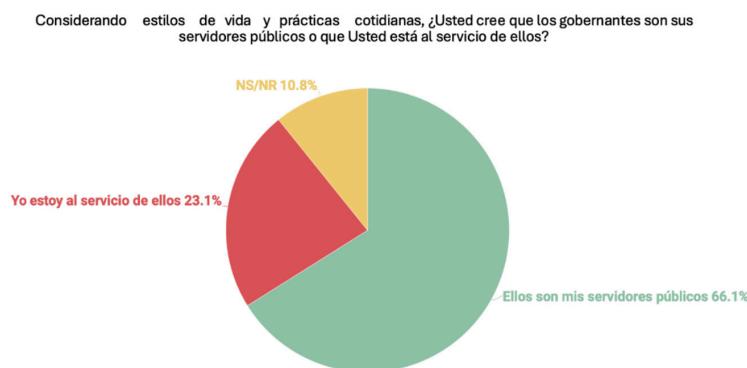
## Resultados

En primer lugar, los resultados de la encuesta evidencian la falta de claridad de los encuestados en relación con el fenómeno de la política; la relación percibida es débil y confusa. Ante la pregunta «¿Usted cree que los

gobernantes son sus servidores públicos o que usted está al servicio de ellos?», un 23.1 % de los encuestados consideró que el ciudadano está al servicio de los políticos, tal como se muestra en la Figura 4.

**Figura 4**

*Sobre función de los servidores públicos*

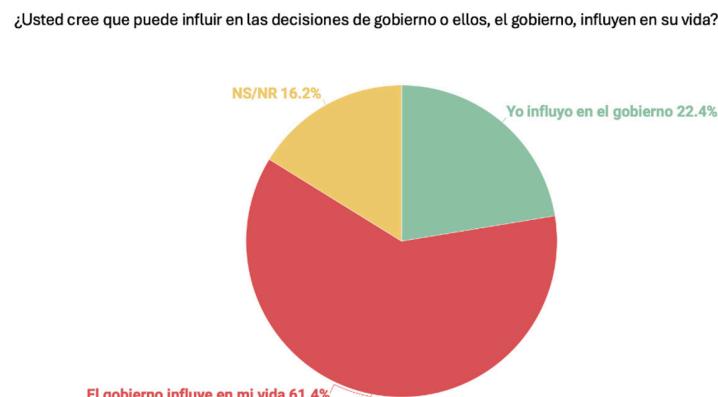


Fuente: CEC (2024).

Al consultar: «¿Usted cree que puede influir en las decisiones del gobierno o que el gobierno influye en su vida?», solo un 22.4 % consideró que puede influir en las decisiones gubernamentales, mientras que un 61.4 % opinó que ocurre lo contrario. Esto se muestra en la Figura 5.

**Figura 5**

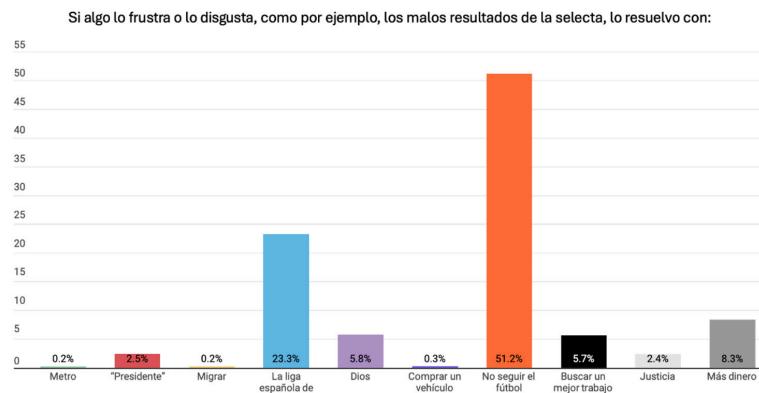
*Sobre influencia de las decisiones*



Fuente: CEC (2024).

A continuación, se presentan los principales contrastes del estudio. La Figura 6 muestra que los malos resultados de la selección de fútbol de El Salvador se traducen en una disminución del interés por seguir sus partidos, con un 51.2 % de los encuestados optando por no verlos. Por su parte, un 23.3 % manifestó preferir seguir la Liga Española de Fútbol, lo que confirma la afirmación expuesta en la introducción de este documento.

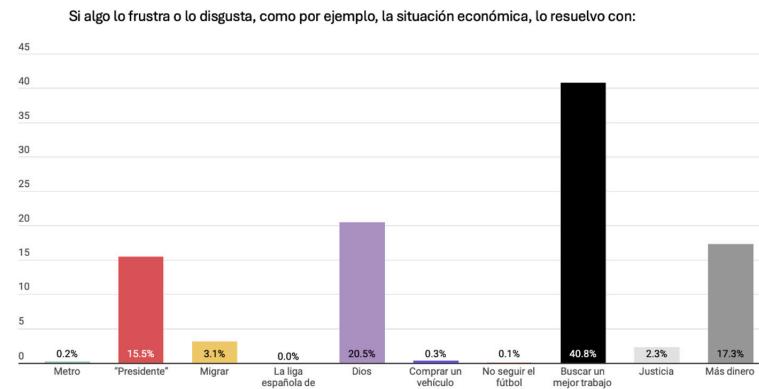
**Figura 6**  
*Sobre manejo de frustraciones y/o disgustos*



Fuente: CEC (2024).

La situación económica (Figura 7) se resuelve con: buscar un mejor empleo (40.8 %), Dios (20.5 %) y el presidente (15.5 %). Se verifica la afirmación al respecto de la figura del presidente.

**Figura 7**  
*Sobre resolución de la situación económica*



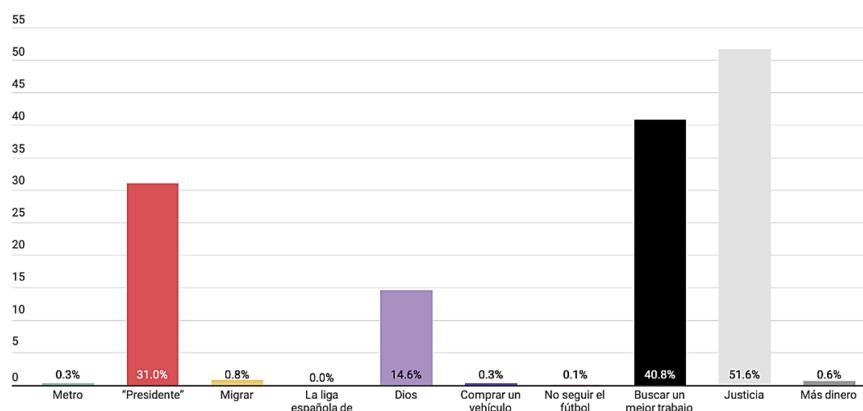
Fuente: CEC (2024).

La corrupción del país (Figura 8) se resuelve con buscar un empleo (40.8 %), el presidente (31.0 %) y Dios (14.6 %). Se verifica con más intensidad la afirmación a partir de la figura del presidente

### Figura 8

#### *Sobre resolución de la corrupción*

Si algo lo frustra o lo disgusta, como por ejemplo, la corrupción, lo resuelvo con:



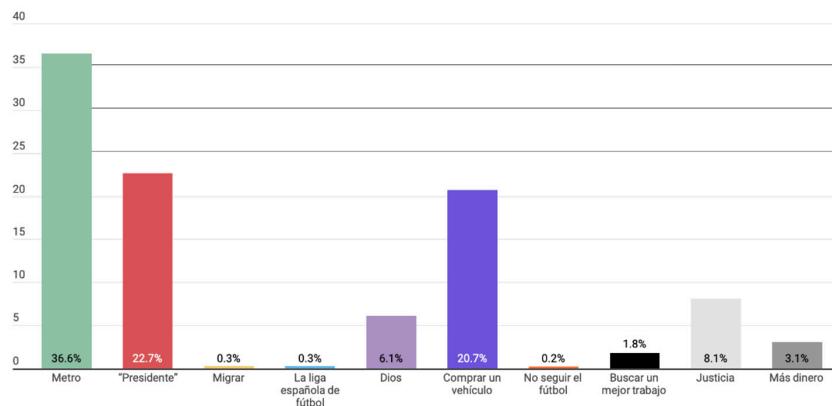
Fuente: CEC (2024).

El problema del tráfico en la ciudad (Figura 9), se resuelve a través de: Metro (36.6 %), el presidente (22.7 %) y comprar un vehículo (20.7 %). Nuevamente, se refuerza la idea de lo determinante que se ha vuelto la figura del presidente.

### Figura 9

#### *Sobre resolución del tráfico*

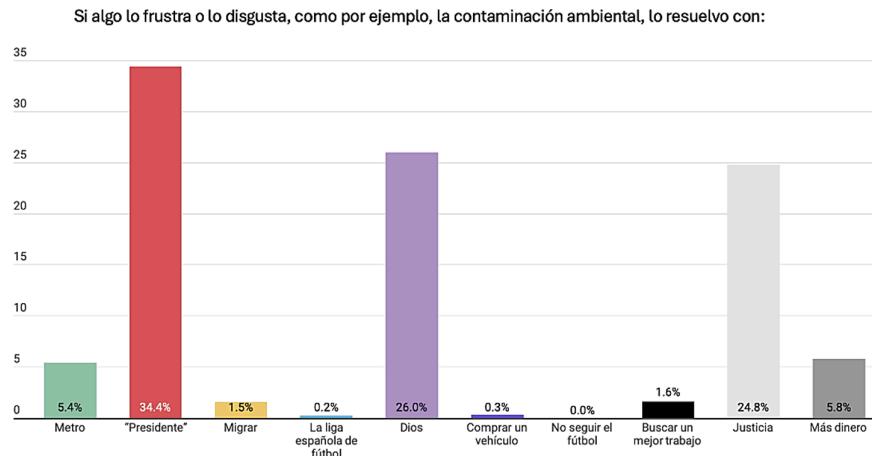
Si algo lo frustra o lo disgusta, como por ejemplo, el tráfico, lo resuelvo con:



Fuente: CEC (2024).

Los problemas de la vida se resuelven, según los encuestados, con Dios (81.1 %), buscar un mejor trabajo (6.5 %) y el presidente (1.7 %). Respecto a los problemas familiares, un 85.5 % recurre a Dios y un 3.1 % opta por buscar un mejor empleo. En cuanto a los problemas relacionados con los estudios, las respuestas fueron: Dios (54.5 %), más dinero (25.3 %), buscar un mejor trabajo (11.9 %) y el presidente (4.7 %). Finalmente, los problemas de contaminación ambiental se resuelven, según la Figura 10, con el presidente (34.4 %), Dios (26.0 %) y la justicia (24.8 %).

**Figura 10**  
*Sobre resolución de la contaminación ambiental*



Fuente: CEC (2024).

Los resultados obtenidos evidencian y confirman el marco conjeturado del fenómeno de la «satisfacción vicariante». La figura del presidente se configura como un recurso multifuncional para resolver diversos problemas de la ciudadanía, emergiendo como un vector resolutivo frente a las dificultades y frustraciones de la población.

## Discusión

En los siete estudios de *Humor Social y Político* (realizados entre 2021 y 2024, por el CEC de la UFG), se ha investigado, entre otras cuestiones, el fenómeno de la popularidad de un presidente. Se llevaron a cabo diversas mediciones, y en el quinto estudio surgió un dato sorprendente: en un entorno social conservador y religioso, el presidente (39.5 %) resultó más relevante que la religión (38.9 %), la constitución (20.6 %) y su propio partido (4.3 %)<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Nota del editor: el estudio puede consultarse en el enlace <https://www.disruptiva.media/v-encuesta-de-humor-social-y-politico-importancias-complejas-elecciones-2024-un-punto-de-partida/>

Desde 2019 hasta la fecha, once estudios de opinión (ocho del CEC-UFG y tres del Instituto de Opinión Pública de la Universidad Centroamericana «José Simeón Cañas») le asignaron al presidente una calificación superior a 8 y un rango de popularidad superior al 80 %, lo que representa una tendencia estadística sostenida. Además, la figura presidencial parecía inmune a la crítica y a la investigación periodística. Surge entonces la pregunta: ¿por qué la gente lo apoyaba y respaldaba? De esta reflexión emergió el concepto de «satisfacción vicariante».

El autor de este documento no encontró fuentes bibliográficas específicas sobre esta temática, salvo algunos acercamientos relacionados con el «fenómeno de culto».

El pastor general de la Misión Cristiana Elim, Mario Vega, publicó un artículo titulado *El “fenómeno de culto”* (Vega, 2023), basado en los estudios de *Humor Social y Político* realizados en la Universidad Francisco Gavidia. En este contexto, se amplió el análisis desde otras perspectivas complementarias.

El concepto «culto» hace referencia a la relación establecida por un grupo de individuos en torno a creencias simbólicas o esotéricas vinculadas a una entidad superior, trascendente o divina. Los diccionarios de la lengua española ofrecen diversas acepciones del término, como ritos, ceremonias, homenajes o actos de adoración.

Cicerón (2022) definió la religión como *cultus deorum*, es decir, «el cultivo de los dioses». El término «culto» apareció por primera vez en la literatura inglesa en el siglo XVII, derivado del francés *culte*, que significa «adoración» y que, a su vez, proviene del latín *cultus*, cuyo significado es «cuidado, cultivo, adoración». El sentido de «devoción a una persona o cosa» se documenta desde 1829. A partir del siglo XX, «culto» adquirió significados tanto positivos como negativos.

En la religión dogmática, la preservación y lectura de textos sagrados, la recitación de creencias, las liturgias y la elaboración de una teología mediante reglas exegéticas y hermenéuticas particulares configuran un modo de creer que consolida una relación cultual.

En el cristianismo clásico, existen tres tipos de cultos: *latría*, que es adoración exclusiva a Dios; *dulía*, veneración dirigida a figuras cercanas a Dios, como ángeles y santos; e *hiperdulía*, una veneración especial reservada a la Virgen María en el catolicismo.

Fuera del ámbito religioso y más cercano a la psicología social, el «fenómeno de culto» se refiere a la relación de admiración y veneración que un grupo de personas establece con una figura no divina, elevada a una categoría superior.

En este contexto, surge el «culto a la personalidad», un fenómeno de seguidismo masivo, adulación

y obediencia constante hacia un individuo que se erige como líder de un movimiento o entidad específica, generalmente extendiéndose al ámbito de un país entero.

Según Torres (2020), el culto a la personalidad se caracteriza por una actitud acrítica de quienes siguen al líder, junto con comportamientos sectarios y hostiles hacia quienes no lo obedecen. También se observa una ritualización de actividades y el uso de símbolos e íconos asociados al líder, similar a lo que ocurre en las religiones organizadas.

Desde la psicología social y con base en experiencias empíricas e investigaciones académicas, los elementos del fenómeno de culto podrían incluir:

- Presencia dinámica de la figura cultural: aparece en escenarios de crisis, frustración o miedo, con un discurso disruptivo y soluciones grandilocuentes.
- Dicotomía bien y mal: el líder define el bien y el mal, estableciendo divisiones claras entre seguidores y opositores.
- Adhesión: se generan mecanismos de afiliación y conversión radical, creando defensores acérrimos del líder.
- Imagen idealizada: la figura del líder se idealiza mediante recursos comunicacionales, mitos y narrativas heroicas.
- Adoración y veneración: se emplean imágenes, frases y símbolos como herramientas de refuerzo ideológico.
- Textos y símbolos sagrados: el culto se respalda con biografías, documentos y relatos mitificados.
- Relación líder-seguidores: se construye una conexión profunda basada en ideales aspiracionales.
- Superstición: surgen creencias mágicas no sustentadas en evidencia científica.
- Falta de rendición de cuentas: el líder, percibido como superior, no está obligado a rendir cuentas; cualquier crítica es rechazada.

Todo lo anterior conduce a una definición secularizada del pensador ruso Mijaíl Bakunin, sobre reemplazar el culto a Dios por el respeto y el amor a la humanidad, proclamando a la razón humana como único criterio de verdad, la conciencia humana como base de justicia y la libertad individual y colectiva, como única fuente de orden en la sociedad (Bakunin, 2003). Para algunos, esta visión es irritante; para otros, lógica. Algo de opio y algo de realidad...

## Referencias

- Bakunin, M. (2003). *Dios y el Estado*. Terramar. [https://proletarios.org/books/Bakunin-Dios\\_y\\_el\\_Estado.pdf](https://proletarios.org/books/Bakunin-Dios_y_el_Estado.pdf)
- Berthoz, A. (2017). *The Vicarious Brain, Creator of Worlds* (G. Weiss, Trad.). Harvard University Press.
- Centro de Estudios Ciudadanos [CEC]. (2024). VII Estudio de Humor Social y Político... Somos lo que pensamos. *Revista Disruptiva*. Universidad Francisco Gavidia. <https://www.disruptiva.media/vii-estudio-de-humor-social-y-politico-somos-lo-que-pensamos/>

- Ciceron. (2022). *De Natura Deorum* (La naturaleza de los dioses) (Á. Escobar. Trad. y notas). Alianza Editorial.
- Datos Macro. (s.f.). *El Salvador - Pirámide de población*. <https://datosmacro.expansion.com/demografia/estructura-poblacion/el-salvador>
- Reuchlin, M. (1978). Vicarious Processes and Individual Differences. *Journal de Psychologie*, 2, 133-145.
- Torres, A. (2020, 3 de enero). Culto a la personalidad: características de esta forma de dominación. *Psicología y mente*. <https://psicologiyamente.com/social/culto-a-personalidad>
- Vega, M. (2023, 9 de septiembre). El “fenómeno de culto”. *El Diario de Hoy*. <https://www.elsalvador.com/opinion/editoriales/lucha-contra-la-corrupcion-dictadura-/1088914/2023/>

## Anexo 1

### Secciones del instrumento

26.- Considerando estilos de vida y prácticas cotidianas ¿Usted cree que los gobernantes son sus servidores públicos o que Usted está al servicio de ellos?	27.- ¿Usted cree que puede influir en las decisiones de gobierno o ellos, el gobierno, influyen en su vida?			
<input type="radio"/> Ellos son mis servidores públicos <input type="radio"/> Yo estoy al servicio de ellos <input type="radio"/> NS/NR	<input type="radio"/> Yo influyo en el gobierno <input type="radio"/> El gobierno influye en mi vida <input type="radio"/> NS/NR			
<b>45.- Si hay algo que le frustra o disgusta lo resuelve con... (Macht con números):</b>				
#	Me frustra	Lo resuelvo con:	#	Categoría
1	Los malos resultados de la Selecta		1	Metro
2	La situación económica		2	“Presidente”
3	La corrupción		3	Migrar
4	Tráfico		4	La liga española de fútbol
5	Problemas de la vida		5	Dios
6	Problema familiar		6	Comprar un vehículo
7	Problemas en mis estudios		7	No seguir el fútbol
8	La contaminación ambiental		8	Buscar un mejor trabajo
			9	Justicia
			10	Más dinero

Fuente: CEC (2024).