

# **Expresión emocional y postura política en jóvenes Universitarios durante el periodo pre-electoral en la ciudad de Cúcuta**

**Yeny Alexandra Gamboa Gallo**

Código estudiantil: 202012219578

**Wolfant Santiago Torres Osorio**

Código estudiantil: 202012219996

**Eliana Andrea Soto Cobos**

Código estudiantil: 201912218670

Trabajo de Investigación del programa de **Psicología**

**Tutores:**

**Franlet Rocío Araque Castellanos**

**Beatriz Milagros Mendoza**

## **RESUMEN**

El objetivo de esta investigación fue realizar un análisis entre la relación del reconocimiento emocional y postura política en jóvenes universitarios durante el periodo pre-electoral en la ciudad de Cúcuta, esto tuvo un alcance significativo por medio de la identificación de los niveles de reconocimiento emocional gracias al instrumento NimStim, asimismo, el auto posicionamiento ideológico fue descrito a partir de las variables de interés por la política y orientación política en los jóvenes universitarios por medio de BIS/BAS, para concretar o determinar una relación directamente proporcional entre el reconocimiento de las expresiones emocionales y la postura política en los jóvenes universitarios. La presente investigación es importante porque promueve la inclusión y la representación, ya que ayuda a identificar jóvenes que han sido excluidos por barreras emocionales, para comprender las emociones y su influencia en la postura política, diseñando estrategias para que participen activamente. Las expresiones emocionales pueden generar satisfacción al sentirse apasionados según sus creencias políticas, por el contrario, aquellos jóvenes que se sienten alienados por la política pueden experimentar emociones como la apatía, mostrando desinterés y poca satisfacción frente al proceso político.

La expresión emocional y la postura política de los jóvenes universitarios reveló importantes hallazgos sobre cómo las emociones influyen en sus opiniones y

comportamientos políticos. La investigación mostró que las emociones juegan un papel crucial en la formación de posturas políticas, con sentimientos como la esperanza, la indignación y la frustración siendo especialmente destacados. Los jóvenes que apoyaban diferentes partidos o candidatos experimentaban y expresaban emociones de manera distinta; por ejemplo, aquellos inclinados hacia la izquierda mostraban más indignación frente a temas de injusticia social, mientras que los de derecha expresaban mayor preocupación por la seguridad y el orden. El estudio sobre la expresión emocional y la postura política en jóvenes universitarios arrojó valiosas perspectivas sobre la interacción entre emociones y decisiones políticas en esta demografía crucial. Los resultados indicaron que las emociones son un componente central en la formación de opiniones políticas, afectando tanto la forma en que los jóvenes perciben los temas electorales como su comportamiento al momento de votar. Según los resultados de este trabajo de investigación, se encontró que la mayoría de los jóvenes presentan un nivel medio para el reconocimiento de la expresión emocional y la empatía dentro del contexto socio-político. También, se obtuvo un nivel alto, por tanto, se clasifican como jóvenes con alta empatía. De igual forma, se identificó un nivel bajo, esto significa que existen jóvenes que no son empáticos con las ideologías políticas de los otros, presentando comportamientos poco pro-sociales. Dentro del posicionamiento político, se analizaron cuatro ejes importantes; en el eje de interés político se obtuvo que hay bajo interés por la política; en cuanto a la opinión social, la mayoría de los participantes tiene un pensamiento democrático y en la orientación política se ubican dentro de la postura centro-derecha. La postura política no mostró relación en general con el reconocimiento de las expresiones emocionales, pero sí demostró una relación directamente proporcional en la postura centro-derecha con la ira tanto en hombres como en mujeres.

**Palabras clave:** Emociones, empatía, ira, jóvenes, postura política.

## ABSTRACT

The objective of this research was to perform an analysis between the relationship between emotional recognition and political posture in young university students during the pre-electoral period in the city of Cúcuta, this had a significant scope through the identification of the levels of emotional recognition thanks to the NimStim instrument, also, the ideological self-positioning was described from the variables of interest in politics and political orientation in young university students through BIS/BAS, to specify or determine a directly proportional relationship between the recognition of emotional expressions and political posture in young university students. The present research is important because it promotes inclusion and representation, as it helps to identify young people who have been

excluded by emotional barriers, to understand emotions and their influence on political stance, designing strategies for them to actively participate. Emotional expressions can generate satisfaction by feeling passionate about their political

beliefs, on the contrary, those young people who feel alienated by politics may experience emotions such as apathy, showing disinterest and little satisfaction with the political process. The emotional expression and political stance of young college students revealed important findings on how emotions influence their political opinions and behaviors. The research showed that emotions play a crucial role in shaping political stances, with feelings such as hope, indignation, and frustration being especially salient. Young people who supported different parties or candidates experienced and expressed emotions differently; for example, those leaning to the left showed more outrage at issues of social injustice, while those on the right expressed greater concern for safety and order. The study on emotional expression and political stance in young college students yielded valuable insights into the interplay between emotions and political decisions in this crucial demographic. The results indicated that emotions are a central component in the formation of political opinions, affecting both how young people perceive electoral issues and their voting behavior. According to the results of this research work, it was found that most of the young people present a medium level for the recognition of emotional expression and empathy within the socio-political context. Also, a high level was obtained, therefore, they are classified as young people with high empathy. Similarly, a low level was identified, which means that there are young people who are not empathetic with the political ideologies of others, presenting behaviors that are not very pro-social. Within the political positioning, four important axes were analyzed; in the axis of political interest it was obtained that there is low interest in politics; as for social opinion, most of the participants have a democratic thinking and in the political orientation they are located within the center-right position. The political stance did not show a relationship in general with the recognition of emotional expressions, but it did show a directly proportional relationship in the center-right stance with anger in both men and women.

**Key Words:** Emotions, empathy, anger, youth, political stance.

## REFERENCIAS

1. Ahn, W., Kishida, K., Gu, X., Lohrenz, T., Harvey, A., Alford, J., & Montague, P. (2014). Nonpolitical images evoke neural predictors of political ideology. *Current Biology*, 24(22), 2693-2699. [https://www.cell.com/current-biology/pdf/S0960-9822\(14\)01213-5.pdf](https://www.cell.com/current-biology/pdf/S0960-9822(14)01213-5.pdf)
2. Abeldaño, R. A., y Villoría, A. M. (2018). Desastres en México de 1900 a 2016: patrones de ocurrencia, población afectada y daños económicos. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 42, pp. 1-8.
3. Ackoff, R. (2008). *El paradigma de Ackoff: Una administración sistémica*. México, D.F., Limusa Wiley. <https://www.revista.unam.mx/vol.11/num11/art107/art107.pdf>
4. Alper, S., Bayrak, F., & Yilmaz, O. (2021). Inferring political and religious attitudes from composite faces perceived to be related to the dark triad

- personality traits. *Personality and Individual Differences*, 182, 111070. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111070>
5. Arroyo, L. (2020). Marketing político y psicología del consumidor en la campaña a la alcaldía de bello 2019, desde la percepción de cinco docentes de psicología. Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/14499>
  6. Arias, F. (2006). El proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. Caracas, Editorial Episteme. <https://www.revista.unam.mx/vol.11/num11/art107/art107.pdf>
  7. Altaya. (2012). Todos tus libros. Obtenido de Todos tus libros. <http://www.todostuslibros.com/autor/paul-ekman/page:1>
  8. Bartolomé, A. (29 de enero 2008). «E-Learning 2.0-Posibilidades de la Web 2.0 en la Educación Superior». Curso E-Learning 2.0. <http://www.lmi.ub.es/cursos/web20/2008upv/>
  9. Berardi, L. (2015). La investigación cuantitativa. Abriendo puertas al conocimiento (pp. 48-80).
  10. Brussino, S., Imhoff, D., Paz García, A. P., & Dreizik, M. (2017). El análisis psico-político de la ideología política. *Conicet*, 73-104. <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/4910>
  11. Burgueño, P. (6 de agosto 2009). «Clasificación de las redes». <http://www.pabloburgueno.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>
  12. Camps, V. (2011). El gobierno de las emociones. Barcelona. España. Ed. Herder. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/29891/2020jhonperez.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
  13. Damasio, A. (2006). El error de Descartes. La razón, la emoción y el cerebro humano. Barcelona.. Ed. Crítica. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/29891/2020jhonperez.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
  14. Ekman, P. (1993). Facial expression and emotion. *American Psychologist*, 48, 384-392. <https://www.redalyc.org/pdf/1793/179317882002.pdf>
  15. Ekman (2003). Photos from Emotions Revealed: 15 Photographs from Emotions Revealed, including neutral and two each of seven different emotions. <http://www.paulekman.com/illustration.php>
  16. Fallis, D. (2015). What is disinformation? *Library Trends*, 63(3), 401-426. <https://www.proquest.com/openview/d1ca05fda84291f331f8ea3d92e441a2/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
  17. Fino, E., Menegatti, M., Avenanti, A. y Rubini, M. (2024). Reading of ingroup politicians' smiles triggers smiling in the corner of one's eyes. *Más uno*, 19 (4), e0290590. <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0290590>
  18. Fino, E., Menegatti, M., Avenanti, A., & Rubini, M. (2019). Unfolding political attitudes through the face: facial expressions when reading emotion

- language of left-and right-wing political leaders. *Scientific Reports*, 9(1), 15689.  
<https://www.nature.com/articles/s41598-019-51858-7>
19. Franchina, L., Geipelb, J., Hadjichristidis, C., & Surian, L. (2019). Many moral buttons or just one? Evidence from emotional facial expressions. *Cognition and Emotion*. 33, 5, 943–958.  
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02699931.2018.1520078>
  20. González A. (2006). Aspectos psicológicos y neurales del en aprendizaje del reconocimiento de emociones. *Revista Chilena de Neuropsicología*, 1 (1), 21 –28.
  21. Gómez-López, D., Olaya-Torres, D., y Ladino-Carmona, C. (2022). Relación entre la intención de voto y las emociones generadas por las propuestas de un precandidato a la Presidencia de Colombia para el 2022 como aporte al diseño de estrategias de comunicación en marketing político enfocadas en los electores. *Maestría en Mercadeo Digital*.  
<https://repository.universidadean.edu.co/handle/10882/11740>
  22. Hagemann, D., Waldstein, S., & Thayer, J. (2003). Central and autonomic nervous system integration in emotion. *Brain and Cognition*, 52, 79-87.  
<https://www.redalyc.org/pdf/1793/179317882002.pdf>
  23. Homan, M., Schumacher, G., y Bakker, B. (2023). Facing emotional politicians: Do emotional displays of politicians evoke mimicry and emotional contagion?. *Emoción* , 23 (6), 1702. <https://psycnet.apa.org/record/2023-17993-001>
  24. Keynan, O., Brandel, N., & Slakmon, B. (2022). Students' knowledge on emotion expression and recognition in computer-mediated communication: A comparative case study. *Computers & Education*, 189, 104597.  
<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2022.104597>
  25. Lawler, E.J. (1999) Bringing emotions into social Exchange theory. *Annual Review of Sociology* 25: 217–244.  
<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/47752/DOIEmociones.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
  26. Lomnitz, C. (2000), “La construcción de la ciudadanía en México”, en *Metapolítica*, núm. 19, vol. 4, julio-septiembre, México, Centro de Estudios de Política Comparada A. C., Ediciones Educación y Cultura.  
<https://www.redalyc.org/pdf/676/67611350006.pdf>
  27. Lozano, M. (2003). *Nociones de Juventud. Última década*, 11 (18).  
[https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-22362003000100002](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22362003000100002)
  28. Modzelewski, H. (2017). “Emociones, educación y democracia: Una proyección de la teoría de las emociones de Martha Nussbaum” Ed. Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de investigaciones filosóficas. Cuadernos 77. Ciudad de México.
  29. Nohlen, D. (2006). *Diccionario de ciencia política*. México, Editorial Porrúa.  
<https://www.redalyc.org/pdf/676/67611350006.pdf>
  30. Nussbaum, M. (2019). *La tradición cosmopolita. Un noble e imperfecto ideal*. Barcelona Ed. Paidós

31. Objetivos y metas de desarrollo

- sostenible (ODS). (2022).  
<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/cb30a4de-7d87-4e79-8e7a-ad5279038718/content>
32. Olaya-Torres, D., Ladino-Carmona, C., y Gómez-López, D. (2021). El papel de las emociones de los seguidores de un candidato a la presidencia.  
<https://repository.universidadean.edu.co/handle/10882/10877>
33. Oosterhoff, B., Shook, N., & Ford, C. (2018). Is that disgust I see? Political ideology and biased visual attention. *Behavioural brain research*, 336, 227-235. <https://doi.org/10.1016/j.bbr.2017.09.005>
34. Pizarro, E. (2015). Una lectura múltiple y pluralista de la historia.  
<http://www.altocomisionadoparalapaz.gov.co/oacp/Documents/relatoria-eduardo-pizarro-leongomez.pdf/>
35. Pino, F. (12 de 01 de 2012). Batanga. Obtenido de Batanga:  
<http://www.batanga.com/curiosidades/6255/15-grandes-frases-de-charles-darwin-para-reflexionar>
36. Poncela, A. (2021). Acercamientos teóricos y prácticos a las emociones en las elecciones. *Reflexión Política*, 23 (47), 7-26.
37. Phelps, E.A. & LeDoux, J.E. (2005). Contributions of the Amygdala to Emotion Processing: From Animal Models to Human Behavior. *Neuron*, 48, 175–187. <https://www.redalyc.org/pdf/1793/179317882002.pdf>
38. Phillips, M., Drevets, W., Rauch, S. & Lane, R. (2003). Neurobiology of Emotion Perception I: The Neural Basis of Normal Emotion Perception. *Biological Psychiatry*, 54, 504–514.  
<https://www.redalyc.org/pdf/1793/179317882002.pdf>
39. Santiso, C. (2001). “Gobernabilidad democrática y reformas económicas de segunda generación en América Latina”. *Instituciones y Desarrollo*, N| 8-9, Instituto Internacional de Gobernabilidad, Barcelona.  
<https://www.redalyc.org/pdf/870/87032201.pdf>
40. Vallés, J. M. (2001), *Ciencia política: una introducción*, Barcelona, Ariel (Colección Ciencia Política).  
<https://www.redalyc.org/pdf/3575/357533685008.pdf>
41. Valenzuela, S. (2014). Desenredando el impacto de las redes sociales en la participación ciudadana. *Revista Bits de Ciencia*, 10, 28-33
42. Villafranca, D. (2002). *Metodología de la Investigación*. Editorial Fundaca. San Antonio de los Altos, Estado Miranda:  
<http://riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/3477/4/12090.pdf>
43. Vilas, J. (2000), “Sentimientos hacia la política: Una discusión, con alguna ilustración empírica”. *Revista de Estudios Políticos*, nº 108, pp. 9-39.  
<https://www.redalyc.org/pdf/380/38020201.pdf>
44. Weber, W. (2013). Behind Left and Right. The meaning of left-right orientation in Europe. B. 6751-2013 <http://hdl.handle.net/10803/107624>
45. Westerlunda, M., Santtilab, P., & Antfolk, J. (2020). Regulating emotions under exposure to negative out-group-related news material results in increased acceptance of out-groups. *The Journal of Social Psychology*. 160, 3, 357–372. <https://doi.org/10.1080/00224545.2019.1675575>

46. Zapata-Orozco, S., Zapata-González, J., Gantiva, C., Suárez-Pico, P., y Barrera-Valencia, M. (2020). Construcción y validación del Repositorio de Expresiones Faciales emocionales colombianas. *Suma Psicológica*, 27(2), 142-149.  
<https://doi.org/10.14349/sumapsi.2020.v27.n2.8>