



CÓDIGOS INCONSCIENTES DEL EFECTIVO

Contenido

OBJETIVO	4
METODOLOGÍAS	4
Imprint Room	5
Conversaciones psico-antropológicas.....	5
Antropología visual	5
Interacciones casuales	6
CAMPO	6
INTRODUCCIÓN	7
SECCIÓN I. <i>Insights</i> o hallazgos	8
SECCIÓN I-A. El efectivo vs otros instrumentos de pago.....	8
A. El efectivo es una herramienta incluyente y de fácil administración	9
B. El efectivo es un instrumento de uso inmediato	10
C. El efectivo como una herramienta que genera inseguridad.....	10
D. El dinero en efectivo permite ser “invisible” ante los bancos y el fisco	11
E. El uso del dinero como instrumento de auto-control	12
F. Los sistemas de lealtad como promotores del uso de instrumentos bancarios ..	12
SECCIÓN I-B. Percepción del efectivo.....	13
A. Puente hacia la materialización y maximización de deseos	13
B. El ser humano como un intermediario del dinero	15
C. El dinero como nivelador de deseos y expectativas o motivador para lograr sueños.....	17
D. El dinero como señal de victoria y logro.....	18
E. El dinero como fuente de poder e instrumento de control	20
F. El dinero como lubricante social	23
G. El dinero como recurso o herramienta de solidaridad	24
H. El dinero como proveedor de confianza y empoderamiento.....	26
I. El dinero como herramienta de enseñanza.....	27
J. El dinero como señal de maduración y rito de paso.....	30
K. Aliado en el desarrollo de la identidad individual.....	32
L. El dinero como constructor de emociones	35
M. El dinero como mecanismo de valoración subjetiva	37
N. El dinero como herramienta de empatía, justicia y proveeduría	38
O. El dinero como potenciador de memorias.....	41

P.	El dinero como resultado del esfuerzo físico y mental	44
Q.	El dinero como resultado de agregar valor a otros.....	46
R.	Instrumento para identificar estabilidad emocional e intelectual.....	48
S.	El dinero como clave en el sistema de fe y misticismo.....	50
T.	El dinero como instrumento de predicción y planeación del futuro de una persona 52	
U.	El dinero como símbolo de unidad nacional e inclusión	55
V.	El dinero como superficie de comunicación dentro de México y para el mundo .	57
W.	El dinero en efectivo como un instrumento sin restricciones.....	59
SECCIÓN II: Estructura consciente e inconsciente de los <i>insights</i>		61
	Mapa de los tres cerebros	62
SECCIÓN III: Nichos psicográficos		62
	Perfil psicográfico a partir del <i>insight</i> o hallazgo “dinero como nivelador de deseos y expectativas”	63
	Perfil psicográfico a partir del <i>insight</i> o hallazgo “dinero como herramienta de enseñanza”	64
	Perfil psicográfico a partir del <i>insight</i> o hallazgo “aliado del desarrollo de la identidad individual”	65
	Perfil psicográfico a partir del <i>insight</i> o hallazgo “el dinero como símbolo de unidad nacional e inclusión”	67
	Perfiles psicográficos en la Comunicación	68
SECCIÓN IV: Implicaciones de hallazgos en la comunicación.....		69
A.	Las personas por sobre el dinero.....	72
B.	Una sola “familia” mexicana.....	73
C.	Sobre el ritual para la validación de los billetes.....	73
D.	México, un país de virtudes	74
E.	Premios simbólicos a quien encuentre el billete falso	75
F.	El futuro es mejor cuando validas tus billetes	76
G.	Lenguaje integrador.....	76
H.	Acciones tácticas regionales de comunicación	77
I.	Comunicación más interactiva en puntos estratégicos.....	77
J.	El gran valor de cada moneda y billete	78
K.	Banco de México como una institución que celebra a todo individuo mexicano, hombre o mujer, y rescata y celebra los elementos que nos hacen únicos, que dan orgullo e identidad	79

CÓDIGOS INCONSCIENTES DEL EFECTIVO

OBJETIVO

En este documento se explican los códigos inconscientes en la población mexicana que se identificaron alrededor del dinero en efectivo, revelando las razones y motivaciones detrás del uso, hábitos y expresiones en cuanto a monedas y billetes.

Con esto, se busca generar recomendaciones de innovación, comunicación y mensajes que permitan mejorar la percepción que el público tiene del Banco de México como emisor de monedas y billetes mexicanos, así como potencializar las estrategias de comunicación sobre el cuidado, valoración y autenticación de billetes.

METODOLOGÍAS

En 1952, el neurocirujano estadounidense Paul D. Mclean propuso la teoría de los tres cerebros, a la que se le bautizó posteriormente como *Triune Brain Theory* (teoría del cerebro triuno). Mclean argumenta que dado que el cerebro del ser humano es producto de una evolución de millones de años y que, como lo afirman Darwin y otros defensores de las teorías evolucionistas, aún contiene rastros sumamente relevantes de sus antiguos predecesores tanto de mamíferos como de reptiles.

Gracias a los avances en la tecnología y a las técnicas para explorar el funcionamiento del cerebro, así como a investigaciones acerca del comportamiento humano, Mclean y sus colegas pudieron proponer su teoría, en la que establecen que el cerebro humano cuenta con tres sistemas neuronales: el neo-córtex, el sistema límbico y el complejo reptílico (o reptiliano). Si bien esta teoría cuenta con detractores que postulan que el cerebro es un todo interconectado más que un conjunto de piezas encargadas de ciertas funciones específicas, es una de las teorías que mejor permiten el entendimiento del ser humano como tal, sus diferencias con los animales y los motivadores conscientes e inconscientes que mueven a éste a actuar.

Mclean y sus seguidores postulan que de acuerdo con esta teoría, el neo-córtex o nueva corteza representa la última evolución en los homínidos, y que permite tener procesos cognitivos complejos como la planeación a futuro, la auto-percepción, el procesamiento matemático y el control de impulsos y reacciones emocionales. Así mismo, postulan que, el sistema límbico (al que también se han referido como el cerebro mamífero) es el encargado del procesamiento emocional-sensorial, el que mueve a buscar placer en las acciones,

permite recordar algo a partir de su aroma o incluso a partir de ciertos sonidos o música. Por su parte, el complejo reptílico (también referido como complejo-r) es el encargado de funciones reflejas e instintivas, muchas de ellas innatas, que se van moldeando a partir de las experiencias; es el encargado de funciones biológicas que no se controlan conscientemente, pero también el que mueve a buscar poder, sobrevivencia, espacios de protección, incluso respeto y auto-estima.

Se ha aprovechado esta teoría para investigar y analizar el comportamiento y los motivadores detrás de las acciones del ser humano en su relación con productos, servicios, espacios y marcas. Se cree que esta es una forma de explicar de una manera sencilla y práctica los resultados de la investigación, y que permite la ejecución de recomendaciones para alinear el diseño, procesos y comunicación de las empresas o instituciones con sus clientes, usuarios o audiencias.

Imprint Room

Mindcode ha desarrollado una metodología única en el mundo para explorar el inconsciente del ser humano: el Imprint Room. Esta metodología aprovecha conocimientos de la neurociencia y de la psicología, y se basa en la hiper-oxigenación del hipocampo y el tálamo, los que al recibir mucho oxígeno, activan y liberan memorias cruciales (improntas) alrededor de productos, servicios, momentos y marcas.

Conversaciones psico-antropológicas

Esta metodología se basa en la psicología y la antropología para profundizar en las razones del por qué la gente toma ciertas decisiones alrededor del uso y aceptación de productos, servicios y marcas.

El especialista que conduce la conversación parte de una guía sobre la cual va profundizando a medida que encuentra elementos importantes que revelen hallazgos (*insights*) alrededor de los tópicos en cuestión.

Antropología visual

Ejercicio en campo de captura fotográfica de momentos cruciales o significativos en el uso del dinero en efectivo, y dinámicas de autenticación y validación de billetes.

Interacciones casuales

Consiste en tener una plática o charla informal y anónima con personas. La información que se obtiene permite desarrollar observaciones y profundizar en conceptos que se contrastan con hallazgos de la investigación.

CAMPO

Estudio basado en metodologías cualitativas para buscar patrones detrás de las acciones y percepciones de los participantes. Estos patrones se identifican al profundizar en la parte inconsciente de algunas decenas de participantes, y a medida que se incluyen más participantes en el estudio, se encuentra un punto en que las opiniones convergen hacia lo mismo, por lo que para el estudio cualitativo no es necesario un número muy grande de participantes.

Las muestras de participantes abarcan los segmentos socioeconómicos con mayor volumen en nuestro país, D (baja), D+ (media baja) y C (media típica).

Así mismo, se contempló el mismo número de hombres y mujeres, cubriendo rangos amplios de edades, desde los 16 hasta los 65 años de edad.

El campo donde se llevó a cabo este proyecto fue el siguiente:

<i>Ciudad*</i>	<i>Conversaciones psico-antropológicas</i>	<i>Interacciones casuales</i>	<i>Imprint rooms</i>
Tijuana	12	10	30
Monterrey	12	10	30
Guadalajara	12	10	30
Distrito Federal	12	10	30
Puebla	12	10	30
Tuxtla Gutiérrez	12	10	30
Mérida	12	10	30
TOTAL	84	70	210

* Número de personas por ciudad por metodología.

INTRODUCCIÓN

El efectivo (monedas y billetes) como instrumento de pago nacionalmente aceptado, ha construido a lo largo de su historia, y de la vida de cada mexicano y mexicana, una serie de valoraciones tanto conscientes como inconscientes. En este documento se hace referencia a valoraciones, significados o asociaciones conscientes cuando el público en general esté al tanto de ellas, cuando las pueda verbalizar directamente y se dé cuenta en el día a día que éstas impactan sus hábitos y dinámicas alrededor del efectivo. Por otro lado, se hará referencia a valoraciones, significados, asociaciones o códigos inconscientes cuando el público en general no pueda percibirlos, analizarlos y verbalizarlos directamente, cuando no esté al tanto de que han sido construidas en su mente por sus experiencias de niño, adolescente o joven, cuando le provoquen emociones y reacciones instintivas y no pueda analizarlas detalladamente y que, aun siendo inconscientes, ejerzan un fuerte impacto en su vida, construyendo hábitos culturales generalizados e incluso funcionando como filtros mentales de la información recibida alrededor del efectivo.

Para Sigmund Freud, considerado como el padre de la psicología moderna, el inconsciente es aquel conjunto de formaciones mentales y comportamientos, con fuerza o energía propia, que surgen más allá del consciente, las cuales buscan constantemente formas de expresarse. En este proyecto, se estableció un compromiso más enfocado al hallazgo de códigos inconscientes que de los conscientes, siendo que el Banco de México ya cuenta con mucha información acerca de motivadores conscientes alrededor del efectivo. No obstante, no se dejarán de mencionar los códigos conscientes cuando aporten valor a los argumentos y flujo de la información.

En cuanto a las ciudades, cuando el caso lo amerite, se mencionarán algunas diferencias de hábitos o manifestación de las valoraciones. Lo mismo se hará cuando haya diferencias marcadas con los diferentes perfiles de usuarios, rangos de edad o niveles socioeconómicos para tener el espectro de entendimiento más amplio posible sobre la población mexicana.

En cuanto a los tipos de usuarios, se hará referencia a ellos como:

- **Usuarios intensivos:** comerciantes, empleados y profesionistas que por su actividad laboral utilizan altas cantidades de dinero en efectivo, y con mucha frecuencia.

- **Público en general:** todos aquellos sin condiciones de debilidad visual ni con actividades directamente relacionadas con el uso y manejo de efectivo.
- **Débiles visuales:** todos aquellos con alguna limitación, parcial o total, en su visión que tienen que desarrollar aprendizajes, hábitos y rituales específicos para la administración y supervisión del efectivo.

Los resultados obtenidos se dividen en cuatro secciones de la siguiente manera:

La sección I contiene el resultado del trabajo de campo que permite derivar conclusiones sobre las motivaciones conscientes e inconscientes detrás del uso, hábitos y expresiones alrededor del dinero en efectivo mexicano. Esta sección se subdivide en dos; en la sección I-A se revisan las diferencias conscientes e inconscientes alrededor del dinero en efectivo en comparación con otros instrumentos de pago, y en la sección I-B los *insights* y hallazgos, conscientes e inconscientes, alrededor del dinero en efectivo.

La sección II integra un mapa que permite diferenciar los *insights* según su impacto en cada uno de los tres sistemas neuronales-mentales que mueven a las personas.

En la sección III se anotan los diferentes grupos psicográficos resultantes del estudio, los cuales se definen y grafican a detalle.

Finalmente, en la sección IV se hace un análisis alrededor de la comunicación del Banco de México, bajo la perspectiva de los hallazgos antes señalados.

SECCIÓN I. *Insights* o hallazgos

SECCIÓN I-A. El efectivo vs otros instrumentos de pago

Si bien los instrumentos de pago aceptados en el país, y distintos al efectivo como los cheques, los vales y algunas tarjetas de crédito, han existido en México desde hace muchos años, es hasta la década de los 90s cuando se da una mayor bancarización de la economía del país.

Por una parte, se presenta una popularización de las transferencias electrónicas, y por otra, una masificación de las tarjetas de crédito y débito, instrumentos impulsados por el incremento de cajeros automáticos y sucursales bancarias, la penetración de los sistemas empresariales de pago de nómina vía cuentas bancarias, la evolución de las tecnologías

portátiles basadas en web, así como la vinculación de tiendas y puntos de pago con programas de lealtad. Aunado a esto, el incremento en la inseguridad que ha vivido la población mexicana en las últimas dos décadas, ha disminuido la propensión entre varios segmentos de la población a portar altas cantidades de efectivo.

Sin embargo, y aun cuando los instrumentos de pago bancarios y empresariales (vales) sean parte de la cotidianeidad de los mexicanos, conocidos y aceptados por una gran parte de los establecimientos, es evidente que el efectivo continúa siendo el método de pago más utilizado en cuanto a número de transacciones. Vale la pena mencionar que una gran parte de la población no tiene acceso a cuentas bancarias y/o empleos formales, y para ellos el único método de pago es el efectivo.

Entre la población existen percepciones conscientes e inconscientes, diferenciadas alrededor del efectivo en comparación con otros instrumentos de pago (léase cheques, tarjetas, transferencias o vales). Uno de los objetivos de este proyecto fue conocer tales diferencias, mismas que se mencionan a continuación.

A. El efectivo es una herramienta incluyente y de fácil administración

Mientras que el acceso al efectivo como instrumento de pago es fácil porque no hay requisitos y no se necesita de una gran capacitación previa sobre cómo usarlo, el acceso a los instrumentos bancarios es complicado para varios segmentos de la población, ya que se requiere una mínima capacitación para su uso.

El efectivo se ha posicionado como el medio de pago más incluyente, mientras que los instrumentos de pagos bancarios y empresariales se han posicionado como excluyentes. El hecho de que no todos los comercios reciban tarjetas de crédito o débito, vales o cheques, hace del efectivo el instrumento preferido por muchos, ya que “todo mundo lo acepta”.

El efectivo vive en el imaginario colectivo como una herramienta de fácil administración. La población en general aprende a usarlo cuando lo cuenta, lo ahorra y lo administra. Las personas han desarrollado estrategias muy eficientes para separar el efectivo de acuerdo a cada gasto o necesidad, tales como cajitas, bolsitas o compartimentos, y sería difícil hacer esto con dinero virtual de tarjetas o chequeras.

En la mente de la población de los segmentos humildes, los instrumentos bancarios y vales son para personas con cierta estabilidad económica y poder adquisitivo. Así mismo, los

instrumentos bancarios se consideran mejores para el manejo de grandes cantidades de dinero. El hecho de que una gran porción de la población no contemple manejar una suma grande de dinero en el corto plazo, no genera la necesidad de tener alguno de estos instrumentos.

En el caso de la Ciudad de México, la entrega de vales de despensa como parte del pago a un trabajador se ha incrementado en la última década, lo que ha generado una mezcla funcional de efectivo y vales para adquirir los productos más básicos. Sin embargo, éstos se siguen percibiendo como poco masivos y no tan incluyentes como el mismo efectivo.

B. El efectivo es un instrumento de uso inmediato

Las monedas y billetes se han posicionado en amplios sectores de la población como una herramienta de uso inmediato. No hace falta esperar la aprobación de un banco o a que la transferencia llegue a una cuenta para poder disponer del dinero y usarlo. El efectivo cumple su labor de inmediato; cualquier otro instrumento parecería tener un nivel de procesamiento mayor.

En la mente de los usuarios intensivos de efectivo, éste les da más versatilidad y agilidad en sus operaciones diarias, ya que no tienen que recurrir a bancos ni cajeros para poder operar en el día. Es importante destacar que su economía vive una dinámica “al día”, lo que reciben les sirve para pagar materia prima para el día siguiente y hacer pagos personales casi de inmediato.

Para la mayoría de los débiles visuales entrevistados, el efectivo es la única forma de pago que utilizan, gozando de este sentido de inmediatez en todas sus transacciones. Esto, debido a que el manejo de efectivo no les resulta una operación tan compleja, como sucede con otras formas de pago. Esta población llega a usar tarjetas, sobre todo de débito; sin embargo, para disponer de efectivo requiere del apoyo de alguien más, lo que en su mente se construye como una dependencia que prefieren evitar en la mayor medida posible.

C. El efectivo como una herramienta que genera inseguridad

Históricamente, el tipo de dinero más buscado por los delincuentes ha sido el efectivo debido a sus condiciones de no-rastreabilidad y de uso inmediato en cualquier lugar. Por ello, cuando se porta una cantidad significativa de dinero se utilizan estrategias de protección que normalmente no se aplican con otros medios de pago.

Muchas personas se guardan el efectivo en ciertos espacios del cuerpo y entre la ropa, se hacen acompañar de otras personas, caminan a pasos acelerados y buscan las rutas más seguras. Al interior de sus casas buscan guardar el efectivo en lugares en donde esperarían que un ladrón nunca buscaría, como en el refrigerador, dentro del tanque del retrete, entre dos ladrillos en la pared, debajo de la alfombra, dentro de un cojín en el sofá o hasta dentro de algún radio o estéreo maltratado que, desde su perspectiva, los ladrones no se llevarían.

Para muchas personas lo que portan en efectivo es lo único con lo que cuentan para pasar el día o la semana, por lo que su sentimiento de inseguridad aumenta cuando lo que portan es más que dinero: su “sobrevivencia”.

Al mismo tiempo, una ventaja para los que reciben su pago de nómina a través de tarjetas bancarias es que no cargan todo el dinero en su bolsa. A pesar de esto, algunos mencionan las comisiones bancarias como factor negativo del uso de tarjeta, mientras que otros consideran que las comisiones son un mal necesario con tal de no cargar con todo su sueldo, ya que antes esto los convertía en blanco de los delincuentes.

Adicionalmente el efectivo, en particular los billetes, se considera falsificable, por lo que esto aumenta la percepción de inseguridad alrededor de este medio de pago. Es importante señalar que esta percepción cambia de ciudad en ciudad, como se verá en el Proyecto Específico de Elementos de Seguridad¹. También existe una sensación de inseguridad con otros instrumentos de pago como vales, tarjetas y cheques.

D. El dinero en efectivo permite ser “invisible” ante los bancos y el fisco

El efectivo no está posicionado en el inconsciente de la población como un método de fiscalización y control por parte del gobierno o de los bancos, mientras que ocurre lo contrario con otros medios de pago.

Para una buena parte de la población, ingresar dinero a un banco es señal de fiscalización, de revisión por parte del gobierno, de objeto de cobro de comisiones, así como de aplicación de impuestos (Impuesto al Depósito en Efectivo) y eventualmente ISR (Impuesto sobre la Renta) a través del cruce de cuentas con el SAT (Sistema de Administración Tributaria).

En el inconsciente de la población mexicana, el efectivo representa la posibilidad de ser “invisible” para el gobierno, incluso para las instituciones bancarias, ya que ambos se han

¹ Se realizó un estudio “Específico de Elementos de Seguridad” para descubrir las reacciones neurofisiológicas de los mexicanos alrededor de los billetes y sus elementos de seguridad.

posicionado en una gran parte de la población como organizaciones que quieren saber los movimientos de dinero para controlar a la población y cobrarle por sus actividades.

Muchos de los usuarios intensivos de efectivo ponen en práctica esquemas de ingreso y gasto basados en el uso de efectivo para maximizar su uso, ya que afirman que si lo depositaran o declararan verían disminuida la cantidad.

En Tijuana se registraron casos en los que algunas personas prefieren depositar su dinero en un banco estadounidense porque les genera una mayor ganancia, tanto porque existe una percepción generalizada de que el dólar vale más que el peso mexicano o porque mantiene más su valor, pero al mismo tiempo para evitar la fiscalización.

E. El uso del dinero como instrumento de auto-control

Existe una percepción generalizada de que al usar tarjetas de crédito, e incluso chequeras, si no se tienen fondos se genera endeudamiento. Muchas personas cuentan historias de cómo se fueron endeudando por errores de administración o por ceder a impulsos, y eventualmente prefirieron cancelar las tarjetas o chequeras. Se considera que con el efectivo se gasta lo que se tiene y no se genera endeudamiento.

Sin embargo, otra parte de la población considera que las grandes bondades de los instrumentos bancarios giran en torno precisamente a la posibilidad de gastar más de lo que se dispone en el momento, para salir de emergencias, para poder aprovechar alguna buena oferta o para no tener que cargar el dinero necesario en efectivo, y que administrándolo bien y siendo consciente de sus límites a partir de las percepciones futuras, estos instrumentos son muy buenos aliados.

Lo cierto es que de manera consciente, inconsciente o poco racional, la población quiere evitar presiones en el futuro y se limita a gastar lo que tiene en efectivo al momento, considerando solamente esa cantidad en la planeación de sus gastos, lo que les sirve como método de auto-control.

F. Los sistemas de lealtad como promotores del uso de instrumentos bancarios

En los últimos años se han potencializado los programas de lealtad de las instituciones bancarias, a través de los cuales las personas van obteniendo puntos y beneficios por su uso y tiempo de permanencia. Estos han construido una ventaja muy fuerte en un segmento de la población de nivel socioeconómico medio y alto, ya que consideran los beneficios

como de alto valor agregado, tales como ascensos en la clase de asientos en los aviones, la entrada a salas de espera en aeropuertos, las ventas exclusivas, promociones y descuentos e incluso regalos. Adicionalmente, muchos programas de lealtad han asociado otros productos con precios preferenciales como seguros de viaje, vida o gastos médicos mayores; una segunda tarjeta para hijos o parejas, así como créditos específicos. Así, hay muchas personas que cada vez usan más las tarjetas para seguir acumulando puntos y beneficios.

Además, en la última década, uno de los beneficios de las tarjetas ha sido el pago a meses sin intereses, el cual ha sido un verdadero motivador para que muchas personas que antes no tenían tarjeta, soliciten una; o bien, quienes las utilizaban poco ahora las utilicen con mayor frecuencia.

En este estudio se comprobó que estos programas de lealtad han generado beneficios inconscientes en los usuarios, que incluso superan los beneficios funcionales o conscientes. Muchas personas se sienten poderosas y ganadoras por tener una tarjeta de cierto color o de cierto programa bancario; a otras personas les genera seguridad el contar con una tarjeta en sus viajes, los hace sentir como en casa, con todo el apoyo necesario. Adicionalmente, otro beneficio inconsciente es el que se construye a partir del sentido de pertenencia a un club privado o grupo exclusivo de personas, un motivador muy poderoso para usar y mostrar estas tarjetas.

SECCIÓN I-B. Percepción del efectivo

A. Puente hacia la materialización y maximización de deseos

Desde muy temprana edad, el ser humano concibe deseos, ilusiones y necesidades en su mente. En los primeros días éstos giran en torno a necesidades básicas de sobrevivencia como alimento, calor de la madre, descanso y otras necesidades fisiológicas. El bebé, por su escaso desarrollo cognitivo y poca experiencia, no sabe cómo han llegado a existir o a estar presentes cerca de él o ella los instrumentos y elementos que satisfacen sus deseos y necesidades.

Sin embargo, alrededor del segundo y tercer años, en la mente del niño o niña empiezan a incrementarse los deseos, ilusiones y necesidades que comienzan a exceder el territorio privado de mamá-papá-infante; la criatura principia su interacción con objetos en otros espacios públicos. Es ahí cuando inicia la aplicación de restricciones impuestas por los

padres, hermanos o tutores, alrededor de la satisfacción de todas y cada una de sus demandas, pero también es ahí cuando el efectivo (dinero en su forma más básica y comúnmente utilizada) entra en el espacio mental del infante como una herramienta para acceder a sus deseos y necesidades imaginadas. Percibe en sus padres o mayores el uso de éste para conseguir y poseer: así se satisfacen sus demandas. **De esta manera, el infante comienza a ser programado culturalmente alrededor del dinero como un “puente” para hacer realidad sus deseos.**

Los primeros deseos de los infantes tienen que ver con dulces, botanas, refrescos, o juguetes, y más adelante comienzan a volverse más sofisticados como equipos electrónicos, ropa, zapatos y, en nichos socioeconómicos altos, viajes, accesorios, entradas a conciertos, etc.

Una vez que se convierten en adolescentes, jóvenes y adultos, el dinero ya se ha constituido como algo mucho más que un instrumento de pago: **una herramienta de materialización de deseos, ilusiones y necesidades.**

Adicionalmente, se descubrieron dos sub-valoraciones específicas que se desprenden alrededor del dinero:

Herramienta para obtener lo nuevo

Se encontró que en la mente de los mexicanos de ambos sexos existe un fuerte deseo hacia lo NUEVO (tal vez se repita también en otras culturas). El ritual de abrir, sacar de la caja, estrenar, hasta el olor a nuevo, ha generado profunda huella en el inconsciente. Los elementos que representan “lo nuevo” son valoraciones que conectan directamente con el cerebro límbico (emocional) ya que generan una gran expectativa y es un adjetivo subjetivo que cada persona asigna a los objetos. **El dinero es un instrumento que se ha aprendido a utilizar para obtener cosas nuevas y estrenar;** por ello y con mucha ilusión, muchas personas ahorran en la alcancía, debajo del colchón o en alguna cajita para después poder comprar eso nuevo que tanto han deseado.

Herramienta que es importante maximizar para la obtención del mayor número de deseos y necesidades

En todos los segmentos y edades se da **el fenómeno de buscar la maximización del aprovechamiento del dinero;** por ello, en la mente de las personas se generan muchas ecuaciones con el objetivo de que cada moneda y billete cumpla el mayor número de deseos y necesidades posibles.

Algunos serán capaces de aprovechar mejor el dinero que otros, pero todos tienen la intención de la maximización. Este es un atributo racional o del córtex que se va aprendiendo con el tiempo, no es algo nato, se aprende y se perfecciona implicando capacidades cognitivas.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

Para la mayoría de los usuarios intensivos así como para los jóvenes y adultos mayores, **el dinero siempre está predestinado**. Incluso antes de recibirse el dinero, se asigna mentalmente para algo. En la mente de estas personas existen necesidades o deseos muy claros, y van organizando el dinero que van recibiendo para cada uno de ellos. Hay necesidades o deseos más importantes u obligatorios que otros, cuando han reunido las cantidades justas para éstas, se sienten más tranquilos y comienzan a enfocarse en otros. En su mente inconsciente, el dinero es un llenador de huecos mentales previamente abiertos por las necesidades o deseos. Para ellos, el dinero va llegando poco a poco, a cuentagotas, no llega de golpe a la quincena, mensualmente o por un proyecto que se realiza, sino poco a poco, por lo que viven haciendo cuentas de cuánto llevan y cuánto falta para cumplir alguna necesidad.

Algunas opiniones

“Empecé trabajando en un local nocturno de tacos, yo era parrillero. Pasó el tiempo y trabajé también en un salón de fiestas como ayudante de cocina, o valet parking y también tengo experiencia en el manejo en redes sociales, y ya llegué a Zara desde hace dos años. Yo trabajo desde los 14 años, pues sólo así se puede, ¿no?”. (Hombre, 26 años, Usuario Intensivo, Monterrey)

“De niños empezamos a vender cosas en el recreo para ahorrar porque queríamos una bicicleta, ese fue el detonante. Además, mi mamá fue de que tuviéramos un ahorro para cualquier cosa, si íbamos al museo o a Africam Safari podíamos llevar nuestro dinero sin estar pide y pide. Sí se juntó una buena cantidad, pero fue simbólico porque mi papá terminó pagándola, él dio el pago más fuerte”. (Mujer, 29 años, Público General, Puebla)

“Mi inquietud sobre el dinero es que tengo el mal de querer irme de vacaciones y juntar para eso. A los doce años, toda mi familia se iba al puerto, entonces yo ya tenía dinero de mi trabajo para irlo a gastar en la feria o en cualquier cosa”. (Hombre, 23 años, Público General, Mérida)

B. El ser humano como un intermediario del dinero

De acuerdo con la investigación, existe la percepción de que **cada ser humano es simplemente un INTERMEDIARIO en el flujo del dinero**: El dinero que se acumula, se

guarda o se detiene sin un propósito particular más que el de sólo acumular, tiende a hacer daño. Esta idea tiene varios orígenes. Por un lado, se piensa que **las monedas y billetes guardados físicamente** (en casa, en una caja de seguridad o debajo del colchón) **se devalúan con el tiempo**; mientras que quien lo pone a trabajar o lo invierte genera más rendimiento. Por otro lado, también se tiene esta creencia por una noción mística, religiosa o hasta cuántica de que el dinero es para cumplir propósitos y satisfacer necesidades ya que **el dinero es energía que hay que dejar fluir**. Esto último ha sido, implícitamente, construido por el poder que tiene el dinero para cumplir objetivos.

Por cualquiera que sea la razón, la realidad es que las personas se ven motivadas a auto-percibirse como intermediarios, por lo que es necesario mover el dinero, utilizándolo primero mentalmente y después físicamente. **El dinero se asocia al movimiento, tanto porque permite el movimiento de las personas como porque hay que ayudarlo a moverse**. Este es un elemento racionalizado o que parte del cerebro córtex.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

Esta percepción está más marcada en personas pertenecientes a niveles socioeconómicos de los extremos. Entre las personas de segmento económicamente alto, las personas ya tienen pre-asignado su ingreso en fondos de inversión, bienes patrimoniales o nuevos negocios que les permitan hacerlo crecer y no desperdiciarlo en ningún momento, ya que diariamente pueden cambiar precios y condiciones. Lo mismo sucede entre personas del nivel socioeconómico bajo o usuarios intensivos, son personas que ya tienen pre-destinado el uso del dinero y afirman que “así como llega, se gasta”, sólo “ven pasar el dinero”.

Algunas opiniones

“¡El dinero es dinero! Lo sacas cuando lo tienes que sacar y los vas a guardar ¡cuando se pueda guardar! no cuando lo tengas que guardar. Porque hay ocasiones en que por más que quieras guardar un peso no puedes, no te lo permiten”. (Hombre, 30 años, Usuario Intensivo, DF)

“Yo no llevo mucho en Tijuana pero sí me he dado cuenta que aquí teniendo dinero para gastar se te abren las puertas en grande”. (Hombre, 32 años, Usuario Intensivo, Tijuana)

“Yo siempre digo: el dinero es muy frío, no se calienta ¡ni en la mano! mejor lo gasto o lo disfruto, entonces es marcarse un itinerario y poner sobre la balanza varias cuestiones, pero al final te lo gastas” (Hombre, 27 años, Usuario Intensivo, DF).

C. El dinero como nivelador de deseos y expectativas o motivador para lograr sueños

Ya se ha visto que el dinero es un “puente” para la materialización de deseos, que así se comienza a concebir desde la infancia; también se ha mencionado al dinero como un instrumento que debe aprovecharse al máximo. Pues bien, algo adicional que vale la pena considerar son las restricciones que los adultos ponen a los niños y jóvenes a lo largo de su vida, tales como “no hay dinero”, “no me alcanza”, “es muy caro”, “ni lo sueñes”. Por ello, otra valoración del dinero que se va construyendo en la mente inconsciente es la condición para moderar ilusiones, deseos y aspiraciones con base en lo que creen que es posible de acuerdo a su acceso al dinero.

Así, **el dinero, en gran medida el efectivo, se vuelve un “nivelador” de deseos y expectativas**, ya que de la cantidad con que se cuente depende la magnitud y número de deseos. Algunos participantes recordaron que sus papás los “aterribaban” en sus sueños con frases como “sé realista, mira, esto es todo lo que traigo en la cartera”.

Al comparar lo que se quiere lograr con lo que se tiene disponible, entra en función un proceso cognitivo donde opera el cerebro córtex para reducir o modificar ese objetivo; este proceso involucra entonces al sistema límbico o emocional en donde, dependiendo de la psicografía de cada persona, se detona una de dos condiciones:

- Modero mis expectativas y deseos, y las ajusto a mis disposiciones económicas aunque con desilusión o
- Surge una motivación para luchar más por conseguir dinero y lograr justo los objetivos o deseos que se quieren.

Así, según la respuesta emocional de cada persona se puede hacer referencia a los primeros como los “Restringidos” y a los segundos como los “Luchadores”. Esto permite comenzar a entender algunas variables psicográficas alrededor del dinero, que definirán comportamientos y hábitos diferenciados.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

Los adolescentes y los jóvenes ven su futuro económico muy inestable y tienen estrategias económicas y capacidades productivas limitadas para resolverlo. Eso comienza a limitar sus deseos e ilusiones, por lo que se pueden ver más orientados a mostrar comportamientos de “Restringidos”, aunque sin descartar que pueda haber “Luchadores”.

Por su parte, los adultos mayores tienden a no dejar crecer tanto sus expectativas sino a preocuparse por mantener un estricto nivel de estabilidad, exento de cambios y de sorpresas. El apego a una vida de expectativas limitadas y deseos constantes representa para ellos comodidad y estabilidad financiera.

Entre el público general se pueden encontrar individuos de ambos segmentos, tanto aquéllos que definen primero sus ilusiones y expectativas para su presente y futuro, y a partir de éstas desarrollan estrategias para conseguir el dinero necesario; y aquéllos que presentan hábitos, como los adultos mayores, de expectativas constantes y deseos limitados.

En el caso de las personas con alta discapacidad visual, se identifican más comportamientos del tipo “Restringidos” debido a las pocas oportunidades laborales y productivas que se presentan para ellos, a la inseguridad en el manejo del dinero y que los lleva a depender de otras personas, y a la limitada educación financiera que tienen.

Algunas opiniones

“Quería irme de viaje con mis amigos a un concierto, no fue aquí en México, fue en Estados Unidos, fui al Fun Fun Fun Fest. Fue juntar dinero meses, casi todo el año para poder divertirme allá porque obviamente allá son dólares. Fue juntar dinero, ¡fue hacer mil cosas! la verdad ¡hice hasta tarea de amigos para que me pagaran! ”.
(Mujer, 23 años, Débil Visual, Tijuana)

“Ganar mi primer dinero fue como una emoción de que con mi trabajo iba a poder hacer realidad mi sueño de seguir estudiando, de seguir teniendo para mis pasajes.”
(Hombre, 18 años, Público General, Mérida)

“Ahora que tengo a mi hija, me doy cuenta que no sólo se trata de ganar dinero, sino de cómo te lo gastas. Por ejemplo, a mí me gustaría que mi hija estudiara hasta donde ella quiera estudiar, que no deje la escuela porque ya no tengo dinero para seguirla apoyando, como pasó conmigo.” (Hombre, 28 años, Público General, DF)

D. El dinero como señal de victoria y logro

En la mente de los hombres y mujeres mexicanos, el dinero es una señal de victoria y logro. Biológicamente, la victoria y el logro son instintos muy primitivos en el ser humano, incluso se pueden encontrar comportamientos y actitudes en los animales para transmitir mensajes de victoria y logro. Inconscientemente, la mayoría de los seres humanos buscan presentar o contar a otros sus éxitos y logros de su vida profesional y personal; lo hacen para obtener admiración, celebración y aceptación de parte de los demás.

Durante el estudio, poco a poco se volvió común escuchar historias de los participantes alrededor del efectivo de cuando eran niños; en su mente inconsciente volvían a recordar “al niño que siempre traía más dinero en la cartera”, “a aquél que siempre pagaba con un billete grande”, o bien a ellos mismos “sentirse como ricos cuando traían mucho dinero”, “ser admirados y envidiados por los demás por traer varios billetes”. Esto fue constituyendo una representación común de hijos de padres profesionalmente exitosos.

Incluso, algunos participantes recordaron haber buscado y visto con curiosidad a los padres de estos niños cuando iban por ellos al colegio o escuela, tratando de descubrir qué hacían o cómo vivían.

Los participantes también aceptaron que dentro de sus posibilidades y realidades, en alguna ocasión usaron el efectivo para lanzar a otros una señal de haber logrado una meta, de tener más capacidad económica o poder que otros. Acciones como el mostrar discretamente el contenido de la cartera a personas cercanas o sacar un fajo o bulto de dinero, son comunes para transmitir y dejar claras las victorias y logros.

Las metas y objetivos de un ser humano pueden llegar a cuantificarse monetariamente, por lo que **el dinero también se ha convertido en medidor de logros y metas cumplidas**, así como un instrumento de comparación entre personas, el cual produce satisfacción por ser un indicador de haber logrado más que otros, pero también genera envidias y celos.

Estas construcciones y valoraciones motivadas por el cerebro más primitivo, el cerebro reptílico, también permiten entender por qué las personas acostumbran integrar en sus relatos de vida su estado económico como una fórmula para dejar clara, discretamente, la secuencia de victorias y logros a lo largo de su vida.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

En los segmentos socioeconómicos altos es evidente y lógico que el efectivo no sea la señal más frecuente para demostrar victoria y logros, sino las propiedades, el color de las tarjetas de crédito, la ropa de marca y algunas joyas.

Por otra parte, se descubrió que en particular en Tijuana y en menor medida en Monterrey, nuestra moneda nacional representa menos victoria y logro, sobre todo cuando se compara con la moneda estadounidense, altamente utilizada en ambas ciudades (aún más en Tijuana por ser ciudad fronteriza). Siendo así, el dólar se interpreta como señal de victoria y logro, mientras que el peso podría incluso adoptar valoraciones negativas. Esta

percepción es producto de situaciones recurrentes como devaluaciones y crisis que han desvalorado la moneda mexicana, y en las cuales la gente ha visto que su poder adquisitivo ha disminuido. Esto también ha generado prácticas de cotización e intercambio basadas en dólares cuando las personas quieren proteger el valor de ciertas mercancías a través del tiempo.

Algunas opiniones

“Prefiero traer dólares en la bolsa; al principio era solo por la cosquillita de que son dólares, ¿no?, pero ahora me doy cuenta que casi todo mundo prefiere que le paguen con dólares: en los antros, en los restaurantes. Todo mundo quiere dólares, y te los aceptan en cualquier lado.” (Hombre, 32 años, Usuario Intensivo, Tijuana)

“Un primo se fue a Chicago a trabajar, y me invitaba pero yo me quedé con mi despachito. Ahora siempre que viene se las da del mesías, pues como trae dólares. Todos, en la colonia ya saben cuándo llega y siempre viene con regalos para todos.” (Hombre, 45 años, Usuario Intensivo, Mty)

“Traer dinero o estar bien económicamente para mí significa libertad en el sentido de que puedes hacer lo que se te plazca, con lo que se te plazca y a la hora que se te plazca. Es algo que da seguridad. El dinero es un ingrediente más para la autorrealización personal, aquí en Tijuana es mejor si traes dólares”. (Hombre, 24 años, Público General, Tijuana)

E. El dinero como fuente de poder e instrumento de control

Uno de los instintos más poderosos en el ser humano, es el control. Cuando se está en el vientre materno se está en pleno control, se tiene justo lo que se necesita cuando se necesita, se duerme cuando se quiere, el alimento llega sin tener que buscarlo, se siente protección, buena temperatura, y se crece y desarrolla a un paso veloz. Cuando se es expulsado del interior de la mamá se llega a un territorio de total descontrol, se es alejado de la madre, la temperatura cambia y da frío o calor, la luz es intensa, se nos desviste y viste, se siente hambre, etc. Es entonces cuando se activa un instinto, una necesidad inconsciente que surge en el cerebro más primitivo, el reptílico, para estar en control de uno mismo y de lo que nos rodea.

Desde niños se comienza a observar y aprender que a través del dinero se pueden controlar algunas cosas como nuestros antojos, pero también es un aliado potencial para el control de otras personas, incluso situaciones. **Algunos**, por motivaciones propias muy fuertes, **aprovecharán al dinero como instrumento para ejercer poder y control.**

Muchas personas relataron experiencias de cuando eran niños en las que sus papás los controlaban gracias a tener el dinero como herramienta bajo su poder, les pedían que hicieran o logaran algo, y si lo cumplían, les daban de premio algo de dinero en efectivo. Los niños o adolescentes hacían las cosas, pero inconscientemente se sentían controlados.

En un trabajo formal con horarios, reglas y obligaciones, el dinero también cumple la función de ser una herramienta de control porque se vuelve el mecanismo por excelencia para premiar o castigar a un colaborador para hacer lo que tiene que hacer, incluso para dar su mayor esfuerzo. Una vez adultos, el dinero se vuelve un instrumento para controlar organizaciones completas (grupos de personas).

Adicionalmente, se han grabado historias a través de los medios de comunicación, películas y rumores entre amigos y familias, acerca de **que el dinero también es un mecanismo de coerción para que otras personas nos hagan favores y podamos seguir cumpliendo nuestros deseos**. Por ello, el dinero llega a asociarse con la libertad, incluso algunos refieren que el dinero hace libres a las personas, porque por una parte dejan de estar bajo el control de otros, y por la otra, al tener suficiente cantidad, pueden hacer lo que quieran.

Por otro lado, el dinero también es usado para hacer favores, apoyar a personas, mostrar gratitud y reconocimiento a otros, incluso para sacar de apuros en momentos de emergencia, no sólo con el fin de solidaridad, sino de mantener en deuda a los demás y obtener su apoyo de regreso cuando sea necesario. Esta es una estrategia en donde **el dinero se constituye como una herramienta para comprometer personas y conformar círculos de apoyo a futuro**.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

En Mérida, incluso en estos tiempos, se sigue escuchando de “las castas”, que son familias que han tenido dinero durante muchos años, a los que perceptualmente se les asigna una relación con el poder regional y el ejercicio del control sobre otros.

En Tuxtla Gutiérrez, y en menor medida en Puebla, se observa una estructura de poder familiar, en donde los padres llegan incluso a sacar de la escuela a sus hijos para ponerlos a trabajar y que contribuyan a la economía familiar. Los padres retienen y controlan el ingreso de los hijos por muchos años. Eventualmente, los hijos, tratando de escapar de la estructura de control familiar, buscan casarse e independizarse cuando aún sean muy jóvenes, para dejar de ser controlados a través del dinero. Un ejemplo más de esto es la gran cantidad de agiotistas en Tuxtla Gutiérrez, la gente de los niveles socioeconómicos

más bajos son quienes con mayor frecuencia acuden a ellos, se mantienen en deuda y, por consiguiente, se dice que están “bajo su control”.

En Monterrey, por su fuerte vocación empresarial y emprendedora, las personas que tienen una posición económica estable se vuelven un “imán” para la mayoría de sus amigos y conocidos, los cuales se acercan a ellos para pedirles un préstamo en sus temporadas difíciles. Así, el prestamista ejerce un cierto poder sobre los deudores, situación que muchas veces rebasa a la misma relación de amistad.

Entre la clase trabajadora de nivel socioeconómico medio bajo existe un malestar generalizado hacia quienes los emplean, por considerarlos que ejercen control sobre su tiempo e incluso sobre su destino. En ciudades como Tuxtla Gutiérrez, Mérida y en menor medida Puebla, se llega a presentar un sentimiento de rechazo a los empleos en grandes corporaciones porque la gente asume que los controlarán y perderán su libertad una vez trabajando allí.

Los débiles visuales que viven bajo la protección de sus familias se sienten controlados en su gasto, en sus actividades y como personas. Bajo esta misma línea, los discapacitados visuales culpan en general a la sociedad por ejercer un control extremo y por no haber podido desarrollar posibilidades y dinámicas que les permitan ejercer mejor su libertad.

Algunas opiniones

“Tengo amigos que están trabajando pero no les gusta la forma en que los tratan, no están conformes con lo que les pagan y quieren pero necesitan el trabajo y deciden estar ahí. En cambio a mí sí me tocara trabajar así decidiría salirme y seguir luchando por encontrar otro trabajo, algo que me fuera más agradable”. (Hombre, 18 años, Público General, Tuxtla Gutiérrez)

“A mí mi esposo me maltrataba muy feo, antes de dejarme. Yo trabajaba como enfermera pero él se quedaba con todo el dinero que me pagaban y no me daba nada. Como yo tenía ya a mi hijo desde antes de conocerlo, también a mi hijo lo maltrataba y casi no nos daba dinero”. (Mujer, 38 años, Usuario Intensivo, Tuxtla Gutiérrez)

“Mi papá la verdad es que siempre se ocupó de nuestra salud y de la educación. Él nos daba dinero para todo lo que necesitáramos, pero en cierta medida él quería que tú hicieras lo que él te dijera. Y como él nos daba dinero para comprarnos ropa luego era un lío pedirle permiso para salir a las primeras fiestas, pues no le gustaba. Era muy difícil esa época.” (Hombre, 41 años, Público General, Puebla)

F. El dinero como lubricante social

Otra valoración muy poderosa que se ha programado en la mente inconsciente de la gente a lo largo de la vida es que el dinero sirve como lubricante social. Esta expresión, ya coloquial, ayuda a connotar el poder que el dinero tiene para permitirle a alguien ser parte de grupos de personas con los que aspira o desea estar.

El ser humano es un ser gregario que por naturaleza basa su aprendizaje, desarrollo, crecimiento y felicidad en la socialización; esta dinámica requiere constantemente de grupos de personas en quienes apoyarse. **El dinero funciona como herramienta o instrumento para acercarse y penetrar en grupos sociales;** esta acción es muy importante y está motivada por impulsos reptílicos, de modo que cuando una persona se siente excluida del grupo al que aspira a pertenecer, sufre emocionalmente.

Se dice que México tiene una cultura en donde gran parte de lo que logras se debe a las conexiones sociales, a los amigos y contactos. Pues bien, en este estudio se comprobó que para la población mexicana, el dinero no es sólo un instrumento para participar en grupos importantes sino sobre todo en grupos que les permitan crecer y ascender. Así, **el dinero** adquiere una segunda valoración: **instrumento de movilidad social**. Muchas personas realmente desarrollan y aplican estrategias que les permitan asegurar su futuro a partir de conexiones sociales, ya que basan su confianza y seguridad de ascenso social en dichas relaciones.

El dinero, principalmente el efectivo, como señal básica de poder económico, se ha constituido como “imán” de personas que quieren acercarse a un grupo o una “llave” para poder entrar en alguno.

El dinero incluso llega a ser una forma de atraer a una persona del sexo opuesto con quién se quiere tener contacto. Como un participante lo afirmó, *“ella quería andar con alguien que trajera dinero en la cartera, me puse a trabajar hasta que pude traer lo suficiente y entonces ella aceptó andar conmigo”*.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

Vale mucho la pena destacar que en Tijuana se da un fenómeno un tanto diferenciado dentro de este significado del efectivo mexicano, ya que se pone a competir simbólicamente con el dólar, el cual es mejor valorado y apreciado, se percibe más fuerte, con un valor que permanece en el tiempo. Así, es más fácil conectar socialmente o utilizar el dólar como herramienta de lubricación social que el mismo peso.

En Guadalajara y Monterrey, y en cierta medida en el D.F., se presenta también este fenómeno del dinero como lubricante social, en donde el tener dinero puede abrir las puertas para acceder a grupos sociales diferentes que, se cree, dominan los entornos empresariales y de gobierno. En estas ciudades, por el simple hecho de ser amigo o ser visto con alguien de reputación empresarial o gubernamental, ya se le otorga cierto estatus social.

Algunas opiniones

“Recuerdo mucho que con mis primeras tres quincenas aparté para comprarme un cambio total de ropa y estilo. Eso fue muy importante en ese momento pues nuestro jefe nos decía que en atención al cliente, la forma en que te ves, como te ven los demás, es la forma en que siempre te van a recordar. En cierta manera es como para poder pertenecer a un mundo laboral más exclusivo, con más estilo.” (Mujer, 43 años, Usuario Intensivo, Guadalajara)

“Yo tenía una carcachita Renault, pero aquí en Tijuana empecé a salir con otro tipo de mujeres. Ya desde entonces me compré un Jetta, para que me vieran mejor.” (Hombre, 32 años, Usuario Intensivo, Tijuana)

“En un círculo de personas que tienen dinero, si tú te quieres juntar con ellos a hacer amistad, si no tienes un carro bueno, si no tienes zapatos buenos, si no tienes ropa de marca, no eres bienvenido al club, no eres de nuestro círculo, no cualquiera entra en los ricos. Aquí en Guadalajara todos quieren aparentar lo que no son [...] no les importa quedarse sin dinero con tal de ser alguien, de tener una etiqueta”. (Mujer, 30 años, Público General, Guadalajara)

G. El dinero como recurso o herramienta de solidaridad

El ser humano, gregario o sociable por naturaleza, ha aprendido desde tiempos remotos a echar mano de aquello que es más valorado por otros, para que, al ofrecerlo, quede en la memoria una valoración emocional positiva. En los primates se ofrece defensa de enemigos, o bien, se provee un acicalamiento con tal de fortalecer la relación y contar con apoyo más adelante.

Desde tiempos ancestrales, el ser humano ha buscado alianzas como mecanismo de reproducción y empatía grupal. Los antiguos jefes de las tribus buscaban pactos y alianzas entre ellos para fortalecerse frente a potenciales enemigos; así mismo, en muchas épocas y culturas, las alianzas matrimoniales han sido un mecanismo de fortalecimiento entre familias. Se podría igualmente afirmar que hoy en día **el dinero juega un papel importante en las alianzas y en la solidaridad social**, ya que a través de él se pueden implementar mecanismos que derivan en un buen fin común.

La búsqueda de la reciprocidad obedece a mecanismos emocionales que llevan al individuo a sentir empatía por el otro y unirse en momentos difíciles que se vuelven representativos de un grupo social, incluso de una nación. Así, la población mexicana, motivada por un sentimiento límbico, utiliza **el dinero como señal de apoyo y empatía en tiempos difíciles.**

Entre la población mexicana, el apoyo que se brinda en tiempos de crisis se ha convertido en una virtud; como el sismo del 85, un sinfín de desastres naturales, la pandemia de la influenza, entre otros. Estas situaciones han motivado a cada persona a participar y mostrar su solidaridad y sentimiento nacional. Esta condición se presenta constantemente en un nivel básico dentro de un núcleo familiar extendido, ya sea con el fallecimiento de alguien, el despido de otro o el accidente de un familiar. Disponer de algo de dinero que se tenía previsto para algo más, o echar mano de los ahorros guardados, es una práctica sumamente recurrente que mencionaron los participantes.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

En Mérida, es claro y visible el sentido de solidaridad entre los habitantes. Esta solidaridad se refuerza diariamente con el trato cotidiano entre vecinos; muchos se ayudan porque se conocen, otros lo hacen con el fin de poder contar con esa misma ayuda el día que así lo necesiten. La solidaridad también se manifiesta en el sentido económico: “hoy por mí, mañana por ti”.

En Monterrey, entre el público general se dice que varios empresarios establecieron sistemas de alianzas para lograr objetivos comunes que suelen beneficiar a los socios directos, pero que también permean a habitantes de escasos recursos mediante fundaciones y/o donaciones destinadas a diferentes causas.

También se dice que en el municipio de San Pedro Garza García, los miembros de la clase alta se juntaron para hacer un frente común ante el problema de la delincuencia organizada, al crear vínculos de solidaridad y cuidado mutuo.

En Tuxtla Gutiérrez, los vendedores ambulantes (provenientes de la sierra alta chiapaneca) también han generado sistemas de colaboración y apoyo para cuidarse y protegerse unos a otros. Muchas veces esto se hace para enfrentar a las autoridades que intentan decomisarles sus mercancías con el argumento de pagar impuestos, pero en otras tantas ocasiones es para prestarse efectivo para la sobrevivencia misma.

Algunas opiniones

“Algo bien bonito es que la mayoría de mis vecinos se han portado súper lindos conmigo. Como hay días en que me quedo sola en mi casa, siempre van a tocar y a preguntar si no se me ofrece nada. Hasta comida me llevan.” (Mujer, 34 años, Débil Visual, Mérida)

“Aquí en Tuxtla las personas son muy comprensivas, aquí la gente –la mayoría- es muy unida. Hay personas que sí necesitan ayuda que se ponen aquí en la avenida a pedir dinero y no siempre les ayudamos, mucha gente sí les ayuda. En mi colonia se apoyan entre todos, hacen asambleas, se juntan para platicar asuntos de la colonia, si hace falta algo hacen solicitudes”. (Hombre, 18 años, Público General, Tuxtla Gutiérrez)

“Los empresarios de San Pedro son gente de mucho dinero; limpiaron toda la zona de puestecitos y negocios chicos. Ahora vas ahí y hasta la patrulla se te pega. Es otro nivel” (Hombre, 28 años, Usuario Intensivo, Monterrey)

H. El dinero como proveedor de confianza y empoderamiento

El dinero no sólo brinda confianza a una persona para acercarse a un grupo que le interese, o a un hombre para acercarse a una mujer que le atrae, sino que el dinero **es también un proveedor de confianza y empoderamiento para saberse capaz de lograr objetivos** que se han planteado tanto en el plano personal como en el profesional. El dinero es una señal no consciente que otorga a las personas un halo de auto-estima que las motiva a planear y ejecutar con confianza.

El dinero funciona como recurso emocional, vinculado al cerebro límbico, que puede funcionar en ambas direcciones: si se cuenta con las cantidades necesarias se puede percibir el presente y el futuro con mayor confianza, pero si no, entonces se siente una especie de tristeza, que en ocasiones llega a paralizar a las personas.

Algo muy interesante es el hecho de que las personas hacen comparaciones muy rápidas, muchas veces inconscientes, de su situación económica en el pasado y de su situación actual, y con base en los resultados surge una confianza por haber mejorado; o bien, una desconfianza en sí mismos y en la situación circundante por haber empeorado. Fue notable el hecho de escuchar relatos de las personas hablando de su situación actual y considerar su situación económica como un motivador o desmotivador.

El dinero es un instrumento que provee o retira confianza de las personas, empoderándolos o desmotivándolos. Esto se observa tanto en los niños cuando van a la escuela con monedas o billetes de alta denominación, en los adolescentes cuando salen con sus

amigos, en los jóvenes cuando viajan por primera vez o cuando están en búsqueda de novia y en los adultos mayores al invitar a su esposa e hijos de vacaciones, al hacer planes a futuro en la empresa o practicar un hobby con los amigos.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

En usuarios intensivos se notó un fenómeno interesante; cuando sienten que han ganado lo suficiente en el día para resurtir los insumos necesarios para establecer su negocio al día siguiente, así como lo básico para su subsistencia del día, comienzan a actuar y vender hasta con mayor confianza, los rodea un halo de tranquilidad que hasta los hace ver poderosos.

Para el público en general, el sentido del empoderamiento y confianza se empieza a dibujar en las personas cuando entran a su primer trabajo y comienzan a cobrar; en ese momento, sus familias comienzan a darles un trato distinto. Al adquirir una estabilidad económica se accede a un nivel de decisión mayor, a diferencia de aquéllos que no la tienen.

En débiles visuales se da un caso particular: aquella persona con gran experiencia en el manejo del efectivo, se convierte en maestro(a) de este tema para otras personas con discapacidad visual. Así, el empoderamiento se manifiesta en el trato y respeto que le conceden los otros miembros de su grupo.

Algunas opiniones

“Aquí el maestro Gabriel fue quien nos jaló a todos, él nos motiva y él nos enseña. Sobre todo nos dice que tenemos que salir adelante, y pues gracias a él es que hemos empezado a salir a vender nuestros dulces.” (Hombre 26 años, Débil Visual, Puebla)

“Cuando empecé a trabajar desde muy chavo en el taller, pues empecé a llevar dinero a la casa, a partir de ahí nos empezó a ir un poquito mejor en la casa. Hasta mis hermanas ya me atendían como a mi papá. Es algo que se siente bien.” (Hombre, 41 años, Público General, Puebla)

“Mi esposo y yo estuvimos ahorrando un poco más de dos años y medio para poder realizar nuestro sueño de poner una fuente de sodas en forma. A mí en lo personal siempre me llamó la atención ese negocio porque sirves bebidas y también comida. Y por fin hace ya tres años se nos hizo, y de ahí a la fecha, ahí le seguimos.” (Mujer, 46 años, Usuario Intensivo, D.F.)

I. El dinero como herramienta de enseñanza

El primer instrumento de ahorro en la vida de una gran mayoría de la población mexicana son las monedas, en algunos casos los billetes. Algunos niños y adolescentes las van acumulando en una alcancía, otros en una cajita, debajo del colchón, en un cajón o hasta

en un calcetín. **La acumulación y/o administración del dinero se transforma en un sistema de enseñanza hacia los niños por parte de sus padres, tíos o abuelos. El dinero, entonces, se convierte y se impronta (se graba en la mente inconsciente) como una herramienta de enseñanza.**

Durante el proyecto se escucharon muchas historias de los participantes, no sólo acerca del ahorro sino también acerca del cuidado del dinero cuando los padres se lo confiaban a los hijos para comprar algo o pagar algún servicio o deuda. La forma de usar o cuidar el dinero era motivo de celebraciones y reconocimientos por parte de los padres o tutores, regaños y, en casos extremos, hasta golpes.

La mayoría aprendió a administrar el dinero por su papá, tío, abuelo o mamá. Se recuerda mucho a las mujeres “haciendo magia” con el dinero que el papá les daba: “había que estirlo” y administrarlo bien.

Algo que la mayoría aprendió, sobre todo de una figura femenina, fue a separar el dinero destinado para una cosa y para otra, por ello la libretita o diferentes bolsitas para diferentes propósitos, son elementos ya convencionales y posicionados en la mente consciente e inconsciente de la mayoría de la población mexicana. Cabe señalar que en muchas ocasiones las mujeres llevaban en la libretita un sistema de administración del dinero, tanto para registro y organización personal, como para rendirle cuentas al marido si éste las pedía.

De niños se aprende a administrar el dinero para el recreo, trabajando, ahorrando para algo que se quiere o viendo a otros hacerlo. Sin embargo, cuando aprendieron realmente el valor del dinero fue en algún evento dramático o crisis de salud o económica. Se mencionó cuando el papá o proveedor murió o cuando se quedaron sin nada de dinero. Ahí es cuando la gente reacciona y se da cuenta de lo que cuesta obtener el dinero, que hay que cuidarlo, que se va fácilmente y lo que se puede hacer con él.

Este proceso de enseñanza para los niños a partir del uso y cuidado del dinero implica estrategias córtex o cognitivas por parte de los padres, pero también un desarrollo intelectual en los niños y adolescentes.

Así, **hay personas que agradecen y reconocen que sus padres o tutores los hayan enseñado a cuidar, ahorrar y administrar el dinero**, ya que estas lecciones han contribuido a sus capacidades financieras actuales; mientras que **otros resienten tanto lo**

duro que sus padres fueron con ellos en cuestiones del dinero, como el no haberles enseñado mejor las técnicas alrededor del manejo del mismo.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

En un grupo pequeño de personas de alto nivel socioeconómico, el proceso de aprendizaje alrededor del dinero comenzó con una cuenta bancaria. Sin embargo, aún en ellos, lo que se les daba eran monedas o billetes.

En el D.F., Monterrey y Guadalajara, el proceso de enseñanza se da de una manera mucho más individual, mientras que en Tuxtla Gutiérrez y Mérida la enseñanza es colectiva. Esto se debe a que las primeras ciudades son territorios cosmopolitas, en donde persiste la idea del logro individual y donde se enseña a ahorrar y a manejar el dinero como un aprendizaje que le servirá a la persona, no a la colectividad; mientras que en las segundas, la administración del dinero forma parte de una dinámica colectiva familiar en donde no se espera la pronta independencia de cada individuo, sino una solidaridad duradera.

Entre los débiles visuales, en la mayoría de los casos la enseñanza alrededor del dinero comienza a edades tempranas, guiados por algún familiar; o bien, apoyados por instructores de alguna institución especial. Desarrollar confianza en el uso del dinero es un gran hito en la vida de un débil visual. La enseñanza entre los débiles visuales se centra mucho más en la identificación y validación del dinero que en otros aspectos, como el del ahorro.

Algunas opiniones

“En el taxi te tienes que enseñar tú solo, no hay nadie que te capacite ni que te explique cómo cobrar ni las tarifas. Te la tienes que rifar tú solo. Pues a mí me ha costado mis buenas regadas, pero ahí poco a poco la llevo.” (Hombre 27 años, Usuario Intensivo, D.F.)

“Sí, yo desde que empecé a ganar dinero, una buena parte de mi sueldo se queda en la casa. Tengo que aportar para todos los gastos y es mi mamá quien se encarga de la administración del dinero y de qué vamos a comprar.” (Mujer, 22 años, Público General, Mérida)

“En la asociación nos ayudamos entre todos, una señora les enseñó el braille como a tres chavitos desde muy niños, y a otra deportista que tuvo un accidente y perdió la vista. Luego, los que quedamos ciegos nos deprimimos muy fuerte porque no hay quién nos apoye, por eso entre nosotros nos cuidamos y nos enseñamos todo para salir adelante.” (Hombre, 32 años, Débil Visual, D.F.)

J. El dinero como señal de maduración y rito de paso

Todo proceso de enseñanza tiene la intención de culminar en el desarrollo de habilidades y hábitos, idealmente positivos. El sistema de enseñanza a través del efectivo, como se mencionó anteriormente, también tiene sus propósitos, objetivos y metas. En una gran parte de la población participante en el estudio, este sistema culminó o al menos alcanzó momentos cruciales con una gran compra, la entrega de parte de los padres de una responsabilidad importante, monetariamente hablando, hasta con una simple frase o verbalización de los padres alrededor de lo que los hijos habían logrado. Sin importar la acción o momento en particular, después de un proceso de enseñanza, la persona alcanza una maduración ante los ojos de los demás o ante sí mismo, lo que genera un descanso o liberación para los padres al haber cumplido su trabajo, y un deseo del “aprendiz” por poner en práctica sus capacidades ya validadas.

Este proceso, cuando se acompaña de elementos simbólicos fuertes y se viven emociones intensas o coincide con una graduación o cumplimiento de cierta edad, llega a convertirse en un gran rito de paso para la persona, de tal forma que le deja una profunda huella en la mente y define en gran parte, muchos hábitos futuros.

Los ritos de paso comúnmente van asociados a cambios biológicos que marcan al individuo, tales como comenzar a caminar, entrar a la escuela, la pubertad, la primer novia o novio, la entrada a universidad, el primer trabajo, incluso el pensionarse. Estos ritos de paso están impregnados de valoraciones en el inconsciente colectivo, patrones de comportamientos y reacciones que se cuentan de otros al llegar el momento de su propio rito de paso, los cuales se detonan cuando se pasa por ellos.

El dinero es parte de un proceso de maduración de la persona que llega a convertirse en el pretexto para un nuevo rito de paso, que a su vez, provocará nuevos hábitos y responsabilidades.

Se identificaron varios hábitos importantes alrededor de los ritos de paso o momentos cruciales de maduración en torno a la administración del dinero:

- a) **Desarrollo de la responsabilidad:** se construye una capacidad de observar, analizar y ser lógico respecto al dinero.

- b) **Enfoque de prioridades:** en la vida se adquiere la capacidad de tener prioridades claras e idealmente positivas en las cuales invertir o gastar, conocerse a sí mismo, las necesidades, carencias, capacidades, gustos.
- c) **Confianza en la administración:** va de la mano del conocimiento de lo que se puede hacer con el dinero, de auto-estima y seguridad en cuanto a ser capaz de administrar pequeñas y grandes cantidades.

Lo anterior toma en cuenta el proceso de maduración en su parte más racional, ya que se ponen en acción procesos mentales que permiten al individuo estar consciente de los tiempos y momentos adecuados para utilizar sus recursos monetarios; sin embargo, también provoca movimientos en el sistema límbico, sobre todo cuando este proceso detona emociones intensas a partir de las nuevas capacidades y su nueva auto-percepción.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

En Tijuana, y en menor medida en el D.F., a diferencia de las otras ciudades comprendidas en el estudio, se descubrió una tendencia a iniciar la vida laboral a edades muy tempranas. No sólo eso, sino que también empiezan a desarrollar capacidades matemáticas básicas desde muy corta edad, como la habilidad cambiaria en Tijuana, lo cual refuerza el significado del dinero como señal de maduración, de capacidad de sustentabilidad y hasta de proveeduría. Pareciera que la necesidad de madurar en Tijuana y en el D.F. es resultado de la presión que ejercen los padres y la sociedad desde la infancia.

Un caso similar se da en Tuxtla Gutiérrez, en donde se ha visto que los niños empiezan a trabajar desde edad temprana. Sin embargo, es importante mencionar que en este caso no se trata de un elemento de maduración, sino que es parte de un compromiso familiar adquirido desde el momento en que pueden valerse por sí mismos para salir a vender o a realizar alguna otra actividad comercial que contribuya con la economía del grupo. En esta ciudad, el rito de paso a una maduración se da hasta el momento en que el individuo comienza a hacerse cargo de sí mismo y de su propia familia, ya que en los primeros años laborales el dinero es sólo un instrumento para cooperar al interior de la familia, sin tener la responsabilidad de su administración.

Algunas opiniones

“Yo era prácticamente una niña cuando me puse a vender fritangas en la calle. Así me enseñé a ganarme mi dinero y a hacer las cuentas. Además la cocinada se me dio muy bien desde el principio. Ahorita estoy ahorrando porque quiero otra vez abrir

un puesto enfrente de unas oficinas aquí en Tijuana, para aprovechar la experiencia que ya tengo.” (Mujer, 46 años, Público General, Tijuana)

“Antes de entrar a la uní yo ya me dedicaba a esto del sonido para fiestas. Aprendía desde muy chavo y al principio con puros amigos, me contrataban para sus fiestas, pero poco a poco me fui haciendo de famita. Ahora ya tengo clientes fijos que una o dos veces por mes me llaman para un evento.” (Hombre, 26 años, Público General, D.F.)

“Yo empecé a trabajar desde niña; mis otros hermanos se fueron muy jóvenes para Querétaro, de albañiles, y yo me quedé a ayudarle a mi mamá, que ya estaba muy enferma. Desde chiquita empecé a trabajar.” (Mujer, 36 años, Usuario Intensivo, Tuxtla Gutiérrez)

K. Aliado en el desarrollo de la identidad individual

Hablar de dinero es hablar de identidades. Identidad y Personalidad son dos conceptos que van unidos, mientras que alguien es y se diferencia de los demás por esa consciencia de ser único y diferente del resto (identidad), la personalidad corresponde al conjunto de comportamientos que alguien pone en práctica y que es apreciada también por los demás; sin embargo, la personalidad se podría definir como un sub-conjunto de la identidad.

El dinero, en particular las monedas y billetes, se ha convertido en un aliado de padres e hijos en el aprendizaje y desarrollo de ciertas capacidades, incluso en una herramienta de definición de pensamientos y objetivos para conseguir lo deseado. Cada una de estas capacidades momentos y aprendizajes van definiendo al ser humano.

Se llega al mundo con una carga de identidad genética y biológica sobre la cual no se tiene control (género, estatura, raza). La identidad familiar comienza a aparecer cuando los bebés y niños se enfocan en seguir instrucciones de los padres, y aunque se comienzan a desarrollar algunos gustos puntuales, éstos siguen siendo definidos y dominados por los patrones de comportamiento de la familia. La identidad sociocultural se da cuando los adolescentes y jóvenes tratan de distanciarse de la identidad familiar, adoptando modelos ideales construidos por los medios de comunicación como personajes públicos, figuras del deporte, artistas y algunos amigos a quienes gustaría parecerse. De esta manera, las personas comienzan a unirse con otras personas, formando grupos con comportamientos y aspiraciones similares, lo que sigue definiendo su identidad dentro de una colectividad.

El desarrollo de una identidad individual es un gran rito de paso en la vida de un ser humano; implica muchas responsabilidades para las cuales uno no se ha preparado, desde el

desprendimiento de los amigos, la mudanza a otra ciudad, la responsabilidad adquirida por un trabajo (cuando son muy jóvenes o siendo niños, o hasta haberse graduado de la universidad), y hasta por la obligación de hacerle frente a una paternidad o maternidad no planeada.

Posteriormente, se desarrolla la identidad individual de proveedor, la cual implica en sí la responsabilidad de la sobrevivencia y satisfacción de deseos de grupo, que en su nivel más básico es la familia, y en niveles más desarrollados es la empresa o la organización que se lidera.

En todo este proceso de desarrollo de identidades surge una auto-percepción inconsciente -y también de los otros hacia uno- sobre las emociones y comportamientos que se presentan; el dinero se aprecia en este proceso como una herramienta de uso común que tiende a generar significados tanto de la auto-percepción como la percepción de los demás; qué se hace, qué se compra, con qué intenciones, cuánto se ahorra, si se otorga un préstamo o no, si se es solidario o no, etc.

Así, el dinero se convierte en un gran definidor de la personalidad y forma parte del proceso de desarrollo de la identidad individual y la de proveedor.

El cómo una persona usa el dinero de forma recurrente, va construyendo una imagen exterior sobre su persona y, en cierta medida, el destino que le da al dinero es parte de su personalidad. Es común escuchar a las personas describir a los demás a partir del uso que dan al dinero; los adjetivos típicos que resultaron en el estudio fueron: “codo”, “marro”, “tacaño”, “como rico Mac pato”, “ambicioso”, “egoísta”, “desprendido”, “administrado”, “justo”, “planeador”, “ahorrador”, “altruista”.

El mexicano ha vivido momentos significativos en donde el dinero ha jugado un rol protagónico. Una gran crisis, ahorrar para comprar algo importante, la restricción alrededor de una expectativa, el hallazgo de los beneficios al cuidar el dinero, la posibilidad o la no-possibilidad de poder penetrar en círculos sociales deseados o de poder comprar lo que los amigos tienen, el primer trabajo, un gran aumento, un divorcio, el despido y la jubilación. Cada uno de estos momentos define la vida de las personas, construye improntas emocionales que influirán en el resto de su vida; por ello, se establece que **el dinero se conforma como un aliado en el desarrollo de la identidad y de la personalidad**; no se es consciente de esto, pero así sucede.

De la misma manera, según el estudio es posible afirmar que **el dinero es una herramienta concebida en la mente de las personas como flexible, capaz de cumplir propósitos tanto buenos como malos**. Así como el fuego es un gran aliado para preparar una buena alimentación, fundir metales y dar calor, también puede ser un gran enemigo incendiando casas y bosques. Lo mismo sucede con el dinero: en la mente de las personas puede servir para llevar alivio a una familia, construir un centro de trabajo o contribuir con una fundación, pero al mismo tiempo se puede usar para fines negativos como sobornar a alguien, comprar un arma o sustancias embriagantes. El destino que se da al dinero depende precisamente de la identidad individual forjada, así como de las enseñanzas recibidas.

Esto llama a una reflexión preliminar concerniente al diseño de las monedas y billetes, y es preguntarse si éstos deberían reflejar o no algunos elementos de la personalidad de los mexicanos como cultura, como nación, o como grupo de identidades individuales que constituyan una identidad nacional. En el Banco de México se han considerado temáticas como flora/fauna, momentos históricos, personajes y monumentos; pero se podría pensar en VIRTUDES de los mexicanos, es decir, imprimir símbolos representativos, expresiones y mensajes referentes al esfuerzo, la bondad, la transparencia al mostrar nuestras emociones, la creatividad, la solidaridad en tiempos de emergencia, por mencionar algunos que surgieron de manera repetida en el estudio.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

En las ciudades con mayor dinámica económica (Monterrey, D.F., Guadalajara y Tijuana), la creación de la identidad individual se desarrolla de manera más rápida y natural, debido a que sus recursos económicos les permiten tener más apertura y contacto con otras personas. Por el contrario, en ciudades con habitantes con menor poder adquisitivo (Tuxtla Gutiérrez y Puebla), éstos forjan esta identidad individual más lentamente porque están inmersos, hasta edades más avanzadas, en una dinámica de interacción predominantemente familiar.

Existe una percepción negativa hacia los jóvenes de parte de la población porque si bien utilizan sus limitados recursos en transportes y comidas, también realizan un gasto fuerte en entretenimiento: bares, antros, alcohol y cigarrillos.

Gran parte del público general vive en una presión constante entre hacer el mejor uso del dinero o dejarse llevar un poco por hacer gastos impulsivos. Viven entre la disyuntiva de guardar para la colegiatura o vacaciones con su familia, o bien, ir con los amigos a echar

unas copas o a comprar algo que no es tan necesario. Para muchos de los usuarios intensivos, caer en las tentaciones puede ser sumamente peligroso porque implica no tener dinero para comprar mercancía para vender al día siguiente y entrar en un círculo negativo, financieramente hablando.

Al interior de muchos hogares mexicanos se presenta una constante discusión entre la mujer y el hombre, por el destino que se dará al dinero, de acuerdo a sus respectivas percepciones, o sus respectivos deseos.

En el perfil de los adultos mayores se registró que los entrevistados efectúan sus gastos de manera más planeada, y siempre buscan ahorrar pensando en su futuro y el de sus descendientes.

Algunas opiniones

“Ahora estoy ahorrando porque quiero irme en verano del próximo año a Europa con unos amigos que tengo allá; los conocí aquí en estas vacaciones y nos llevamos bien, nos caímos bien. Tanto que estábamos pensando poner un restaurante por allá, también por eso voy a ver qué onda con eso.” (Hombre, 20 años, Público General, Monterrey)

“Otra cosa muy buena de estar aquí en Tijuana en el posgrado es que vivo solo; así ya no me joden mis papás ni mis hermanos si quiero agarrar la jarra dos o hasta tres veces por semana.” (Hombre, 33 años, Público General, Tijuana)

“Con mi mujer luego tenemos discusiones sobre el dinero, porque a ella le molesta que yo vaya al estadio y a mí no me gusta que gaste tanto en zapatos y esas cosas. Sí, más o menos cada quincena es lo mismo.” (Hombre 43 años, Público General, Monterrey)

L. El dinero como constructor de emociones

Desde muy niños y aún de adultos, el dinero es un constructor de emociones puesto que permite alcanzar o no alcanzar expectativas; al hacerlo, se generan emociones positivas en la persona; y al no hacerlo, se provocan emociones negativas.

Los deseos y tentaciones comienzan desde niños y continúan a lo largo de la vida, por lo que el dinero se convierte en puente para la materialización de estos. Por tal motivo, el efectivo, en las primeras etapas de vida, se comienza a posicionar en el inconsciente como un activador de emociones del sistema límbico.

La percepción general alrededor de las personas con mucho dinero es que tienen lo necesario para cumplir sus deseos y expectativas y por ende ser felices; aunque la realidad

es que las expectativas aumentan según la cantidad de dinero a disposición, de tal manera que siempre habrá expectativas no cumplidas y el surgimiento de una emoción negativa siempre será potencial, sin importar el nivel socioeconómico.

Por otro lado, hoy es común escuchar que los mexicanos y mexicanas mezclan el lenguaje vinculado a emociones con el lenguaje económico: “pasando tristezas”, “depresión económica”, “cartera triste”, “cartera feliz”, “me pesa (emoción) económicamente”, “el negocio está llorando”, “empresa enferma”. Esto indica que en la mente de los ciudadanos, el **estado económico también está relacionado al estado emocional y hasta de salud.**

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

Es interesante ver cómo los momentos económicos por los que atraviesa una ciudad o región definen emociones colectivas. En Tuxtla Gutiérrez, por ejemplo, es marcada la emocionalidad negativa alrededor de varios momentos o periodos que ha vivido la ciudad en torno a una escasez económica, incluso estos momentos han llegado a posicionar un sentimiento de “olvido” de parte del centro del país, del mundo desarrollado y hasta de Dios.

Por otro lado, en Guadalajara, el dinamismo económico que se ha dado en los últimos años ha generado entre la población una sensación de pertenecer a una ciudad que está en crecimiento y que genera oportunidades, sensación que se traduce en bienestar emocional, alta expectativa y alegría.

Algunas opiniones

“Siento que las cosas han cambiado, antes creo que a nadie le importábamos, nadie ni nos miraba. Ahora creo que la ciudad ha ido creciendo poco a poco. Ahora ves más negocios y más turistas mexicanos.” (Mujer, 37 años, Público General, Tuxtla Gutiérrez)

“Pues yo aquí en Guadalajara estoy súper contenta; en mi trabajo a cada rato veo a artistas de la tele y deportistas, sobre todo futbolistas. Siento que la ciudad siempre ha sido así, como un lugar donde hay cosas buenas.” (Mujer, 24 años, Usuario Intensivo, Guadalajara)

“Le voy a ser sincero, nunca en mi infancia... si alguna vez vi los billetes... mi familia era de recursos demasiado bajos. Yo casi nunca manejé billetes, los únicos que alcancé a ver fueron los de cien pesos y los de veinte”. (Hombre, 47 años, Usuario Intensivo, Tuxtla Gutiérrez)

M. El dinero como mecanismo de valoración subjetiva

El dinero también se ha convertido en un mecanismo que permite a alguien ser consciente de cuánto vale alguna mercancía o servicio, pero también que las audiencias sepan cuánto valora esa persona cada elemento de transacción.

En este mecanismo de valoración subjetiva o individual de las mercancías también entra la valoración del esfuerzo aplicado para la obtención del dinero con que se cuenta, lo cual se integra como un tercer elemento de subjetividad, que transmite valoraciones a uno mismo y a los demás. El patrón es, que entre más esfuerzo se haya aplicado para la obtención del dinero, más se valora o se cuida; y mientras menos esfuerzo, menos se valora. Este modelo de percepción se presenta en aquellas personas que se encuentran dinero, lo ganan en la lotería o que lo ganan en actividades ilícitas que no implican tanto esfuerzo (aunque en este caso sí implican un riesgo fuerte por burlar la ley).

La valoración de las mercancías y el esfuerzo para obtener dinero son un proceso cognitivo que va cambiando a lo largo de la vida, de acuerdo a nuestras vivencias y aprendizajes. Esta percepción sobre el dinero permite conocerse mejor, definir la identidad y parte de la personalidad (a partir de las prioridades), así como mandar mensajes a otros para que descubran y conozcan mejor a una persona.

Sin embargo, **esta dinámica consciente de valoración también detona y construye emociones**, ya que dependiendo del valor que se asigne a las cosas, serán la expectativa y el sentimiento de lo que se desea. En el estudio fue evidente el cómo las personas van construyendo expectativas en su vida alrededor de cosas que quieren poseer, motivados por comerciales, o lo que creen que llenará ciertos huecos en su vida huecos, tanto conscientes como inconscientes. Es así como a partir de las necesidades originadas en el inconsciente surge la aspiración por cosas materiales, las cuales se vuelven, en ocasiones, más poderosas que las necesidades originadas en el consciente; por ejemplo, poseer un carro de una marca que haga a una persona sentirse con poder y como ganador, y que compense el sentimiento inconsciente de baja autoestima, llega a ser más importante que poseer un carro como medio de transporte.

Finalmente, por si lo anterior no fuera suficiente para construir valoraciones sumamente fuertes alrededor del dinero, en la mente del mexicano el dinero también se ha posicionado como un instrumento para asignarle precio -y eventualmente comprar- a “mercancías” no

materiales; algunos consideran que el dinero puede comprar tiempo, tranquilidad, juventud, más años de vida y, aunque con mucho debate, algunos incluso afirman que hasta amor.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

Entre el público de débiles visuales se descubrió una percepción más funcional del dinero alrededor de la valoración de las mercancías, lo que hace inferir que la valoración subjetiva de ellas, en gran medida, es un proceso que involucra fuertemente la capacidad visual. En ellos, la excepción a esta condición se da ante la valoración que otorgan a ciertos instrumentos y herramientas especiales que les permiten navegar y sobrevivir en el mundo.

En la población de adultos mayores se percibió una valoración subjetiva de las mercancías más funcional. Son personas que al saberse poco capaces de generar más ingresos en el futuro inmediato, regulan mucho no sólo sus gastos, sino sus deseos y expectativas que son motores de gastos.

Algunas opiniones

“Cuando tenía una venta buena -antes lo hacía ahora soy más moderada- me iba con mis hijos a gastar de más, separaba un poquito. Me los llevaba a comer a todos y a comprarles zapatos o lo que estaba de moda porque estaban jovencitos, que si querían cierta camisa, tenis o extravagancias. Cuando me iba bien trataba de darme un gusto y malamente porque se supone que ese extra era para guardar cuando hay carencias”. (Mujer, 47 años, Usuaría Intensiva, Guadalajara)

“Obviamente comprenderás que nosotros no nos fijamos si tal o cual producto está bonito o no. Eso no es importante para nosotros. Por el contrario, si algo sirve, entonces sí es algo que nos podemos comprar.” (Hombre, 32 años, Débil Visual, D.F.)

“Yo aquí me vengo a la plaza a pasar el rato. Mira, como ahorita que me vengo a comprar un helado grande y me siento a ver a la gente pasar. No me interesa que no sea un lugar de mucha categoría, sólo me gusta el helado y a esta hora está muy tranquilo que los chavos están en la escuela.” (Hombre, 72 años, Público General, Monterrey)

N. El dinero como herramienta de empatía, justicia y proveeduría

En el ser humano existe un umbral en el proceso del desarrollo de identidad, un momento crucial, de aspiraciones, tanto sembrado o grabado desde niño por el grupo social como por auto-imposición, y éste consiste en lograr una identidad individual de proveedor. A continuación se explica con mayor detalle.

Ser proveedor implica mucho más que no depender de otros para sobrevivir, para obtener lo necesario, para recibir protección, implica ser merecedor de la confianza de otras personas, sobre todo de personas queridas.

El dinero, a lo largo de la vida, se constituye como una herramienta para ser proveedor de otros, lo cual implica varias valoraciones y al mismo tiempo hábitos específicos. Por una parte, se tiene que ser empático para identificar las necesidades de los otros, ya sea de la pareja, hijos o hermanos menores, pero al mismo tiempo se debe tener la capacidad para generar los recursos necesarios para proveerles lo que necesitan (e incluso lo que desean), de manera sostenida en el tiempo y también para distribuir justamente los recursos entre aquéllos que dependen de uno. **El dinero y su uso llegan a constituir una herramienta para proveer, así como para transmitir mensajes de empatía, justicia y proveeduría.**

Un hallazgo interesante fue que la presión por demostrar proveeduría aumenta en ciertos momentos del año, por ejemplo en Navidad y Fin de Año, cuando la dinámica social motiva fuertemente el gasto, la celebración, el regalar y compartir. Lo mismo sucede en periodos del año como Semana Santa y vacaciones de verano. Por otra parte, existen días específicos donde, por la “obligatoriedad” del regalo hacia otros, aumenta la necesidad de tener dinero y demostrar que se pueden atender los gustos y dar regalos a seres queridos, como en el Día del Niño, el Día de la Madre, el 14 de febrero, santos y cumpleaños. Todas estas fechas ponen a prueba la capacidad de regalar que inconscientemente se interpreta como capacidad de querer, procurar y proveer.

Ser proveedor es un tema altamente reptílico, pero también requiere de herramientas de conexión emocional, ya que de lo contrario se podría proveer lo que no se necesita, lo que no se desea o en los tiempos incorrectos. Inconscientemente, el dejar de ser un buen proveedor provoca miedo e incertidumbre en aquéllos que dependen de él, incluso puede afectar la vida social de las personas y el sentido de autoestima.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

En el D.F. existe otra fecha importante para regalar a los hijos: el Día de Reyes, el cual no se vive tan fuertemente en otras ciudades.

En Tuxtla Gutiérrez, el sentido de proveeduría suele iniciar desde edades muy tempranas; sin embargo, se construye como parte de una colectividad o sentido de Nosotros Proveedores, en donde el niño entrega su ganancia a los padres y éstos lo administran,

inconscientemente comienza a desarrollarse una responsabilidad de contribuir al gasto, el cual servirá para proveer al grupo.

En adultos mayores su nivel de proveeduría, vista desde el sentido de obligación familiar, se ve reducida considerablemente, sobre todo si se piensa que sus hijos ya son proveedores de sus propias familias. Sin embargo, continúan reproduciendo estos elementos de provisión de “buenos momentos”, consejos y regalos a sus nietos e hijos.

En muchas ocasiones, cuando los adultos mayores no formaron un patrimonio, cuando no cuentan con seguros de respaldo, no cuentan con pensiones o éstas son muy pobres, son proveídos por sus hijos, incluso nietos. **El ciclo de la vida es en sí mismo un “ciclo de proveeduría” en el que en ocasiones te toca recibir y muchas otras proveer, donde el dinero define el rol a jugar.**

En el caso de los usuarios intensivos y aquellos del público en general que son empresarios, existe una responsabilidad (deseo o presión) por mostrarse empáticos y buenos proveedores de sus empleados. Se busca que las personas sigan dedicando su tiempo y esfuerzo productivamente al trabajo, que tengan en buena estima al jefe, y que no acepten cualquier otra oportunidad que se les llegase a presentar. A su vez, actúan como proveedores de productos y servicios hacia sus clientes, y lo que se busca es mantener la eficiencia, productos de calidad y buen servicio para que los sigan prefiriendo.

Los débiles visuales, por su parte, tardan un poco más en desarrollar su capacidad de proveeduría, incluso hay algunos que generalmente dependerán de la proveeduría de sus familiares, u otros a su alrededor. Cuando logran ser auto-suficientes, se da un gran rito de paso o hito en su vida, ya que la expectativa alrededor de ese momento era muy grande e implicó mucho esfuerzo, incluso un esfuerzo mayor que para el público en general.

Algunas opiniones

“Me sentí libre cuando después de que dejé mi casa y me fui a vivir con unas amigas, ahí comencé a ganar mis primeros sueldos y era muy emocionante porque ya me mantenía por mí misma. El verdadero cambio fue cuando me casé, porque mi esposo y yo trabajamos y mantenemos a nuestra familia a pesar de nuestra enfermedad y limitaciones, tratamos de darle lo más que podemos a nuestro hijo” (Mujer, 28 años, Débil visual, Tijuana)

“Cuando tengo dinero no es de que sienta una emoción de tener dinero para gastar, así como así, sino más bien es una tranquilidad saber que tienes con qué pagar los

gastos de tu hijo, de mi hija en mi caso. Saber que no le va a faltar nada.” (Mujer, 34 años, Usuario Intensivo, Puebla)

“Cuando yo era chiquito salía a trabajar, pero en el campo pagan 20 o 30 pesos por día, ese dinero yo se lo daba a mi mamá porque son ellos los que compran, para mí no era el dinero. Cuando ya tengo 16 o 17 años, cuando ya tengo a mi mujer yo ya recibía el dinero. Cuando estoy en mi pueblo salgo a trabajar en el campo, llevo a mis hijos para enseñarles cómo trabajar, tengo un cafetal”. (Hombre, 39 años, Usuario Intensivo, Tuxtla Gutiérrez)

O. El dinero como potenciador de memorias

Cuando un ser humano experimenta emociones fuertes, en su cerebro se generan altas cantidades de hormonas que provocan una síntesis proteica -síntesis de proteínas- que ocasionará que las sinapsis entre neuronas se fortalezcan, logrando que la experiencia vivida se cimiente fuerte en la memoria de largo plazo. Cada persona participante en el estudio reveló alguna memoria fuerte en su vida, una situación emocional intensa, vivida alrededor del dinero, en la gran mayoría de las ocasiones relacionada con efectivo.

Estas experiencias sólidas pueden estar relacionadas tanto con emociones positivas como negativas, pero están ahí, momentos en que se logró juntar la cantidad necesaria para comprar algo tan deseado, momentos en que se logró ayudar a otro gracias al dinero, momentos en que alguien nos ayudó, momentos en que se perdió el dinero que se tenía, momentos en que se recuperó lo que se creía perdido, momentos en que recibió un aumento y así, muchos más recuerdos intensos. Los neurobiólogos afirman que éste es un proceso en el que participa fuertemente el sistema límbico, que está encargado de procesar los recuerdos emocionales y aprovecharlos cuando son más necesarios; es así como se recuerda un momento al percibir algún aroma en un elevador, lo mismo sucede con recuerdos emocionales alrededor del dinero que se detonan justo en momentos en donde participan estímulos similares.

Otro aspecto que se descubrió en el estudio es que **el ser humano tiene una memoria monetaria fuerte; es decir, se tienen muy presentes momentos de la vida que tienen que ver con altibajos monetarios**, mucho o poco dinero a la disposición. Se cuenta la vida a otras personas utilizando esta memoria monetaria: “cuando yo tenía mucho dinero”, “mi papá tenía mucho y luego lo perdió”, “mi mamá se sacó la lotería”, “comencé a trabajar y me pagaban muy bien”, etc.

El dinero es un elemento para construir y contar nuestra propia historia a los demás, entender la vida de otros y conocer mejor a las personas.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

En Monterrey, el sistema de memoria monetaria está más activo que en cualquier otra ciudad estudiada. Las personas aún tienen presente los años en que pasaron grandes carencias por su lejanía del centro del país, lo cual detonó la necesidad de ser emprendedores y “rascarse con sus propias uñas”, que a la postre detonó una gran bonanza y reconocimientos, lo cual se establece como un elemento de gran orgullo. Adicionalmente, los regios viven bajo el concepto de memoria monetaria vinculada a personajes o apellidos específicos relacionados con dinero, de esa manera, se percibe un esquema de relaciones basado ampliamente en “los que tuvieron e hicieron apellido”. La ola de violencia e inseguridad que han vivido en épocas recientes, ha provocado cambios dramáticos en la forma de vida y ha construido nuevas memorias monetarias en su mente.

En la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, esta memoria monetaria genera una sensación de contradicción: la gente considera que Chiapas es el estado más rico en recursos naturales, pero viven con la sensación de que nunca han tenido dinero. Hay dos episodios históricos que marcaron a los tuxtlecos: el primero es el movimiento zapatista que tuvo repercusiones políticas, sociales y económicas; el segundo es la deuda pública que se generó en el estado desde los gobiernos anteriores, misma que ha provocado grandes complicaciones en la vida económica de los habitantes.

En Puebla se percibe la idea de crecimiento –infraestructura-, mas no de desarrollo económico. Este crecimiento ha generado la sensación de que la ciudad ha crecido, pero no ha tenido un impacto real en la situación monetaria de los habitantes, por lo que ha generado un descontento social; algunos aún albergan la expectativa de que algún día podrán gozar de esa bonanza industrial.

En Mérida, esta memoria monetaria apunta a un fuerte sentido histórico de independencia con respecto del resto del país, en donde como en Monterrey, sienten que han tenido que salir adelante con sus propios recursos y capacidades. Por otro lado, prevalece el sentimiento y memoria histórica alrededor de las grandes familias adineradas de siempre, lo cual ha provocado una vida por estratos.

En Tijuana, a diferencia de la percepción de pobreza e inseguridad que de ella existe en el resto del país, se percibe por parte de sus habitantes como una ciudad económicamente

estable, con una economía dual y con una clase media poderosa. Un momento muy recordado entre los pobladores, que marcó una crisis económica en Tijuana, fue el de los atentados terroristas en Estados Unidos ocurridos el 11 de septiembre de 2001; a partir de esa fecha, el flujo del turismo a la ciudad disminuyó drásticamente y, como consecuencia, también disminuyó el flujo económico. Además de ese hecho, hace aproximadamente 4 o 5 años las olas de violencia en la ciudad le crearon una muy mala fama en el resto del país; la gente tenía miedo de ir y ello repercutió en la economía. Y, de manera permanente en la historia de esta ciudad, por su ubicación en la frontera se han vivido devaluaciones en las que muchos han salido favorecidos por tener en ese momento grandes cantidades de dólares, y otros muchos han salido perdiendo por sus deudas en dólares o necesidades de adquisiciones en “el otro lado” teniendo sólo pesos.

En el D.F., a pesar de concebirse siempre como el centro político y económico del país, se vive un malestar generalizado derivado de la sobrepoblación extrema, la cual genera mayor competencia por espacio, tiempo y dinero, así como mayor desgaste para lograr un desarrollo económico estable. Se percibe que antes todo era más accesible y barato, y que ahora todo ha subido mucho, sobre todo la vivienda, servicios, prediales, transporte y alimentos.

Algunas opiniones

“Recuerdo la crisis de diciembre del 95, todo mundo pensaba que México estaba en una bonanza con el tipo de cambio y todo mundo obviamente todo lo que vendíamos estaba dolarizado, los productos eran importados. Entonces de un día para otro tenías clientes que te compraban radios de mil dólares, de tres mil quinientos pesos, y a la mañana siguiente ¡el radio valía once mil!, me decían: “No te lo puedo pagar”, ¡olvídalo!, ¡Luego, en diciembre! Se cayeron las ventas seis, siete meses en lo que el empresario se acostumbraba a ese tipo de paridad y empezaba a absorber esos costos. La falta de cultura financiera fue lo que me afectó.” (Hombre, 43 años, Público General, Tijuana)

“Yo me pregunto por qué Chiapas es tan pobre si es uno de los estados más ricos en recursos naturales, es más, aquí producimos más de la mitad de la energía eléctrica que consume todo el país, además el agua que tiene el estado se la llevan. Con esos recursos naturales deberíamos ser un estado muy próspero y no con tanta escasez” (Hombre, 32 años, Público General, Tuxtla Gutiérrez)

“Antes, en otros tiempos a mi abuelo le tocó picar piedra desde cero, no tenía nada, mi papá empezó con él, empezaron en el año que yo nací en el 77, empezaron de a poquito. Mi abuelo era muy trabajador, siempre le andaba buscando. Pasaron los años y ya mi abuelo había hecho una cartera de clientes, ya los clientes llegaban

solos. Ahora ya no es así los clientes llegan y compran el material, ya no piden los trabajos de impermeabilización. Antes sí se llegó a hacer trabajos muy grandes como para la Volkswagen, ahora sólo es para una casita u otra". (Mujer, 37 años, Público General, Puebla)

P. El dinero como resultado del esfuerzo físico y mental

El dinero, representado por monedas y billetes, fue captado como un objeto asociado al esfuerzo físico. En los primeros años de vida se relaciona la salida del papá muy temprano de la casa y su llegada tarde, así como su cansancio, con la cantidad de dinero disponible en la casa; lo mismo en hogares en donde la madre y los hermanos mayores trabajaban. El sudor, las horas invertidas, la fuerza o resistencia aplicados a una actividad, se asocian a obtener más dinero; de hecho, los primeros trabajos de un niño (de manera voluntaria u obligatoria, formal o informal) están vinculados, en la mente inconsciente o en la memoria de largo plazo, al esfuerzo corporal o la obtención de dinero **como producto del esfuerzo físico.** Hasta este punto, la relación esfuerzo físico igual a las posibilidades de ingreso es muy primitiva o reptílica, es automática hasta cierto punto; sin embargo, en muchos casos esta percepción cambia con el tiempo.

No es coincidencia que las valoraciones alrededor del dinero, así como también alrededor de las personas que traen el dinero a casa o lo administran, cambian una vez que el niño, adolescente o joven, comienza a aplicar su esfuerzo físico en alguna actividad que le remunerará económicamente. Incluso, las valoraciones sobre uno mismo cambian, una vez que se aplica esfuerzo físico a una actividad y se es capaz de obtener dinero.

Sin embargo, en algún momento de la vida, gracias a la experiencia o la educación, la asociación del dinero con el esfuerzo físico sufre algunos cambios, pequeños o grandes dependiendo de los aprendizajes y el entorno, para dar entrada a una nueva asociación del dinero con el esfuerzo mental, creativo; o sea, la aplicación de la inteligencia que de haber sido una relación muy automática-reptílica, pasa a convertirse en una relación mucho más córtex-cognitiva. En algunos sucede cuando aún son niños, en otros ya entrada la juventud, y en otros ya muy adultos. La fuerza física, piensan algunos, es limitada si se basa la capacidad de ingreso con la capacidad de esfuerzo; el ingreso alcanzará el tope en algún momento. **Lo que realmente permite generar más dinero es la aplicación de la creatividad e inteligencia.**

En los últimos años, las figuras o personajes creativos e innovadores han proliferado, sembrando deseos, motivaciones y aspiraciones en nuevas generaciones de estudiantes a

partir de ser emprendedores, y de aplicar su inteligencia para la obtención rápida o cuantiosa del dinero. Es importante mencionar que para una gran parte de la población, menos favorecida en oportunidades de educación, el esfuerzo físico se mantiene como la base del ingreso y la principal asociación con el dinero.

En la mente del mexicano, se requiere creatividad para hacer dinero, cuando ésta se pierde, se deja de generar lo suficiente. Así, los momentos en que las personas fueron creativas y generaron mucho dinero quedan grabados en su mente inconsciente, y siempre lo recuerdan como un elemento que les da confianza y seguridad en que sí pueden hacer dinero, aunque algunos se refieren con nostalgia a esos momentos: “aquellos tiempos cuando sí podía”.

Entre los mexicanos, la fórmula para generar dinero es CREATIVIDAD (mente, inteligencia) + ESFUERZO (fuerza física, dinamismo) + RELACIONES SOCIALES (inteligencia social).

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

Durante el proyecto se encontraron contrastes importantes en la percepción del esfuerzo físico asociado a la capacidad de generar dinero, pero al mismo tiempo, también al esfuerzo físico que la ciudad misma obliga a hacer. Mientras que en Tijuana y el D.F. el dinamismo de las ciudades obliga a altos niveles de actividad corporal y esfuerzo físico, en Mérida y Tuxtla Gutiérrez las personas consideran que sus ciudades no los obligan a una dinámica activa sino a una medio pasiva. Así, un tijuaneño y un defeño van aprendiendo con mayor intensidad, a ganarse la vida (el dinero) desde niños, a partir de un alto esfuerzo físico, sudor, incluso hasta con dolores músculo-esqueléticos.

Adicionalmente, es importante anotar muchos casos en donde el hombre -y en algunos casos la mujer- han tenido que hacer el esfuerzo (emocional y físico) de separarse del hogar para irse a los Estados Unidos a buscar alguna fuente de empleo mejor remunerada. Se construyen significados en el imaginario de la familia, así como de las personas alrededor de la familia del migrante, de que la persona dedicará mucho esfuerzo, trabajará de sol a sombra, aceptará incluso maltratos para poder obtener dinero, y después traer algo a casa.

Entre los niveles socioeconómicos medio y medio-alto de las ciudades del D.F., Monterrey, Tijuana, Puebla y Guadalajara, prevalece un elemento de educación en donde lo que realmente contribuye a aumentar el ingreso y acumular riqueza es el esfuerzo mental, la creatividad, la inteligencia, mismas que se desarrollan con la educación y la experiencia; por ello, sus aspiraciones giran alrededor de éstas. Finalmente, en estos segmentos

también se tiene la noción de que para generar un buen ingreso, siempre será importante hacer un esfuerzo “social” para conectar y pertenecer a grupos sociales importantes; incluso, se pueden mencionar los casos estudiados en donde mujeres, pero también hombres, hicieron un gran esfuerzo para relacionarse románticamente con personas en situaciones económicas holgadas para poder gozar de esta situación.

Algunas opiniones

“Mi experiencia ha sido como cargador en una bodega, cargando cajas de productos, separándolas de acuerdo a su tipo, para mí fue una experiencia interesante con mucho trabajo en sí, era muy cansado.” (Hombre, 18 años, Público General, Mérida)

“He tenido como cuatro trabajos, en el último me pasé a una grupo de maquiladoras. Ahí tuve mi superación personal y fui ascendiendo a pesar de mi corto estudio porque contador privado es una carrera corta de dos años. No tenía yo opción de subir de mi grado o puesto pues me limitaba mucho el estudio. Sin embargo, sobresalí por mis medios pues me quedaba a aprender porque no sabía ni utilizar la computadora. Todos se iban del trabajo y yo me quedaba a jugar a investigar qué hacía este botón, y aprendí, y así fui ascendiendo y leyendo”. (Hombre, 47 años, Usuario Intensivo, Mérida)

“Sí la pienso, de mesera yo ganaba más dinero, pero los horarios se me encimaban con mis clases. Entonces pensé, no, yo no voy a sacrificar mis estudios por a lo mejor unos 300 pesos más a la quincena. Mejor le echo ganas ahorita para ya después de graduarme poder conseguirme un buen trabajo.” (Mujer, 21 años, Usuario Intensivo, Monterrey)

Q. El dinero como resultado de agregar valor a otros

El dinero, además de llegar a manos de las personas como resultado de su tiempo, esfuerzo físico, mental y hasta “social”, **también llega en gran medida por la capacidad de las personas de agregar valor a otros**. Este es un concepto que se aprende de niños como “hacerle caso a papá y mamá”; después “ayudarle a la abuela a limpiar el patio porque ella se cansa”; más adelante, “ayudarle al dueño de la tienda a acomodar las cajas de refresco en la bodega” o cómo “producir lo que las personas necesitan para tener una mejor vida”.

En el concepto de agregar valor, a pesar de que las personas en general batallan para conceptualizarlo, todos coinciden en que para ganar más hay que saber lo que la gente necesita y de esa manera se recompensará con dinero lo que se hace. Durante el estudio, fue evidente que en la memoria de largo plazo de la gran mayoría, se han guardado improntas alrededor de que el dinero se recibía cuando se daba gusto y satisfacción a otras

personas; para ello, había que ser capaz de detectar qué era lo que más necesitaban o lo que más les gustaba.

Muchas personas siguen la lógica de Aristóteles: “en donde se encuentran la necesidad de las personas y tus pasiones, ahí está tu vocación”. Ésta podría ser, desde la concepción de muchos, la gran clave para producir dinero de manera permanente y, al mismo tiempo, encontrar una satisfacción personal.

Según el estudio, cuando el dinero funciona como señal de logro o victoria, y al mismo tiempo esta victoria llega porque se aporta algo de mucho valor a la sociedad, se obtiene una satisfacción plena, a la vez que se recibe mucho más dinero que los que no han llegado a este punto. Mientras tanto, otros tienen que resignarse a hacer lo que pueden hacer o aceptar el trabajo que esté disponible con tal de recibir el dinero necesario para la sobrevivencia.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

Es importante señalar que este concepto está más claramente racionalizado y puesto en práctica entre las poblaciones con mayores oportunidades educativas. No se descarta la presencia en personas que sin haber tenido las posibilidades de educación que otros tuvieron, gracias a que aplican estas estrategias para identificar oportunidades y agregar valor a grandes masas de la población, logran fuertes ingresos.

Entre los débiles visuales se encontró una diferencia específica: ellos, a diferencia de otros segmentos de la población, son personas más pasivas que no pueden vivir bajo una dinámica tan activa. Ellos no pueden cargar, sostener o maniobrar elementos pesados por el riesgo que esto implica, así que sus posibilidades laborales son menores y, en la mayoría de los casos, se limitan a actividades manuales y sencillas, aprovechando su sentido del oído y el habla.

Algunas opiniones

“Mi papá me daba dinero siempre que ayudaba en la casa siendo vacaciones, o sea, era cuestión de sacar la basura, de lavar los platos, o de ayudar a limpiar nuestro cuarto. Así nos pagaba poquito y ya teníamos para comprar cualquier cosa.” (Mujer, 21 años, Público General, Guadalajara)

“El trabajo es constancia. Por ejemplo cualquier comerciante puede vender lo que sea pero si no eres constante pierdes credibilidad, esa sería una, otra lo que vendes que te guste a ti, si no te gusta a ti lo que vendes, ¡no funciona! Si yo vendo algo, lo pruebo,

me lo como, lo disfruto, si no me gusta entonces no lo vendo.” (Hombre, 30 años, Usuario Intensivo, D.F.)

“Soy ciego ya desde hace siete años y soy ciego adquirido, por no haberme controlado bien la diabetes, por ponerle prioridad en otras cosas. Tuve un trabajo muy pesado que me dañó el fondo ocular, mi trabajo era de noche con focos de luz incandescente de 150 a 200 watts. Era técnico automotriz tenía yo mi negocio, era independiente, tenía a mi cargo gente. Pero fue cuestión de ir perdiendo la vista y se cierran muchas puertas tanto como para la sociedad como para la vida cotidiana. Fui perdiendo la vista y la gente me robaba entonces tuve que cerrar por esto. Mi negocio era de refacciones automotrices. [...] Ahora hago bastones para ciegos, con eso me ayudo a mantenerme. Aquí en Puebla hay mucha gente que es ciega y que no sale de su casa, se recluye”. (Hombre, 49 años, Débil Visual, Puebla)

R. Instrumento para identificar estabilidad emocional e intelectual

Existe una percepción diferenciada entre las personas con abundante dinero durante generaciones (gente “de abolengo”), que han sabido mantener fortunas, administrarlas correctamente e incluso hacerlas crecer; entre quienes recientemente se convirtieron en ricos y entre aquellos que tuvieron dinero y lo perdieron por una mala administración.

Las audiencias que rodean a estas personas llegan a construir significados alrededor de los individuos para explicar por qué se han mantenido con mucho dinero, el cómo lo ganaron tan rápido y el por qué lo perdieron. Dichas audiencias atribuyen a estas personas capacidades alrededor de dos ámbitos, intelectuales y emocionales. Así, en el inconsciente del mexicano se han construido las valoraciones de que una persona con estabilidad intelectual y emocional, puede mantener una posición económica sostenida a lo largo de generaciones; y se piensa que quien no ha podido mantenerlo es porque carece de capacidades para administrarlo y para controlar sus impulsos.

Sin embargo, vale la pena mencionar que una parte de la población piensa que las personas con dinero, y que siempre lo han tenido, no deberían aprovecharse de sus posiciones y relaciones para seguir amasando fortunas, y evitar el avance de quienes vienen desde abajo.

Desde la niñez se construyen estas valoraciones, ya que se admira no sólo el control económico de una persona, sino el control emocional de ésta para resistir tentaciones, antojos e impulsos, además de ver a futuro. Fue recurrente en los ejercicios de exploración del pasado que los participantes recordaban personas en su vida a quienes habían admirado por su posición económica, o a quienes les asignaban capacidades de auto-

control, fuerza de voluntad, temple, carácter, mismas que les permitían hacer buen uso del dinero; pero también recordaron a quienes por carecer de estas capacidades, perdieron dinero en algún momento. Por ello, las personas crecen con improntas de aprendizaje que los motivan a desarrollar capacidades intelectuales y emocionales para aplicarlas en su relación con el dinero.

Por esto, se puede afirmar que el dinero se ha convertido en un **objeto que, si se administra inteligentemente, permite enviar mensajes y mostrar capacidades de estabilidad intelectual y emocional a los demás, pero también permite poner en práctica estas capacidades y desarrollarlas a lo largo del tiempo.** Estas son valoraciones que hacen partícipes tanto al cerebro córtex, por su capacidad de auto-percepción y crecimiento, como al cerebro instintivo o reptílico, ya que se tienen que controlar los impulsos al buscar el desarrollo de la estabilidad emocional.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

En la mayoría de las ciudades existen ricos de abolengo, nuevos ricos y personas que lo fueron pero perdieron sus fortunas. En Monterrey se presenta un caso interesante: mientras la gran mayoría sigue deseando que su apellido sea reconocido entre las familias poderosas, comienza a haber una percepción negativa alrededor de algunas familias de antaño porque se piensa que han llegado a pelear entre los hermanos y caer en la infelicidad, todo por el dinero.

Asimismo, entre los regios hay nuevos ricos que son admirados porque lograron hacer fortunas por su trabajo, esfuerzo y capacidades intelectuales y emocionales, mientras que se piensa que hay otros nuevos ricos que hicieron sus fortunas de mala manera.

En Mérida, aún permanece el concepto de castas o familias de grandes terratenientes e industriales que fueron los más poderosos, y que siguen influyendo mucho en el desarrollo económico de la zona.

La percepción alrededor de los ricos es generalizada -un poco más marcada en el D.F., Puebla y Guadalajara- respecto a que no han permitido que nuevas familias y negocios logren desarrollarse, y que los nietos o descendientes de los grandes patriarcas no han logrado ser lo que los abuelos o antepasados fueron, sobre todo por sus incapacidades intelectuales y emocionales.

Algunas opiniones

“La verdad hasta puede sonar muy sangrón, pero yo nunca me quedo sin dinero. Siento que ya aprendí a ahorrar y a no gastarme toda mi quincena. Siempre procuro planear mis gastos, y así, aun cuando me toque una quincena en que deba pagar varias cosas, nunca me quedo sin dinero porque siempre tengo mi apartado.” (Hombre, 27 años, Público General, Guadalajara)

“Los regios somos trabajadores, nos gusta vivir bien y tener nuestro dinero, porque es algo que se ve y nos gusta. Aunque no lo creas nos motiva ver que la ciudad crece y que aquí hay gente de mucho dinero, pero eso sí muy honesta. Todo cambia cuando ves a personas con camionetones, con ropa de marca y con las bolsas llenas de dinero, ahí te das cuenta que su trabajo no es honesto, es dinero mal habido” (Mujer 42 años, Público General, Monterrey)

“De chico decía que odiaba el dinero porque viví muchas cosas de pleitos de herencias que al final terminaron en nada y ¡se quedaron sin nada!, es cuando empiezas a ver ¿qué caso tiene?”. (Hombre, 43 años, Público General, Tijuana)

S. El dinero como clave en el sistema de fe y misticismo

En la investigación, la relación del dinero con las creencias religiosas de los mexicanos y mexicanas resultó muy evidente. No es raro ver a una persona persignándose cuando recibe el primer pago del día por un producto que vendió, decir “gracias a Dios” cuando le pagan al final de la semana y hasta pensar que el hecho de estar bien económicamente es señal de haber sido bendecidos; incluso es común que el no estar bien económicamente se considere como resultado de haber recibido un castigo divino.

En esta serie de creencias religiosas o espirituales, en donde el dinero es parte e incluso protagonista, no sólo entran creencias cristiano-católicas sino también prehispánicas, muchas personas comentaron que si están pasando una mala racha económica es porque alguien les está echando malos deseos y es bueno hacerse una limpia.

Bajo esta perspectiva, el dinero se considera como instrumento de pago para conseguir alimento, ropa, protección, entretenimiento, educación y hasta salud, y muchas personas lo perciben de manera consciente o inconsciente **como una señal de haber sido escuchadas por Dios, de merecerlo espiritualmente y hasta de haber sido elegidas.**

A los Santos, a la Virgen y a Dios se les reza por el bienestar económico; muchas personas hacen ofrendas económicas o colocan billetes o monedas cerca de imágenes religiosas, con tal de que sus peticiones sean escuchadas.

Es común ver una fuente en donde las personas arrojan monedas, lo cual es un acto sumamente antiguo que implica un “dar” o “desprenderse” para que regrese más, o bien, que regrese convertido en lo que más se necesita.

Se descubrió que muchas personas guardan algunas monedas o billetes (por la fecha, por lo raro de su denominación o porque alguien lo tuvo o se los firmó) en su cartera o bolsa, mismos que les representan un amuleto que les ayudará a que el “dinero atraiga más dinero” o salud, protección y felicidad.

El dinero también está relacionado con una forma de pensamiento que tiene que ver con la suerte y el azar, esto se nota en juegos de apuestas, carreras de caballos, incluso en el bingo que se llega a jugar en los atrios de la misma Iglesia. Muchos llegan a creer, consciente o inconscientemente, que el número, caballo o carta de bingo asignada fue elegida por algún ser divino o que es hasta cuestión energética del universo.

La fe es un acto de confianza poco racionalizada, una confianza cargada de emociones por la expectativa y el deseo, una confianza que parte de creencias históricas o incluso heredadas de los padres desde muy niños. En cada acto de fe, el sistema límbico está sumamente activo. Como se ha demostrado en experimentos en casinos, cuando sale el primer número esperado a cada giro de la máquina tragamonedas, aún sin salir los números restantes que harían la combinación ganadora, se experimenta un mini-sentimiento de triunfo inconsciente, mismo que crea la adicción a seguir y seguir.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

En la ciudad de Tijuana sucede un fenómeno interesante que no se vive en las otras ciudades estudiadas. La población mexicana asocia más fe y misticismo al dólar que al peso mexicano bajo dos perspectivas: los tijuanaenses consideran que cuando ganan o reciben dólares, Dios está más de su lado, que los favorece más, que los bendice más. Por otro lado, consideran que los diseños de los billetes estadounidenses contienen más mística y elementos de simbología secreta que los mexicanos, lo cual les atrae más.

En el caso de Tuxtla Gutiérrez, y en menor medida en Mérida, se identificaron muchas personas muy ortodoxas en cuanto al pensamiento de que no tener dinero es una consecuencia de la voluntad divina, una fuerza ajena al individuo. Entre algunos segmentos de la población de estas ciudades, pero también en el D.F. (para muestra el mercado Sonora), se recurre constantemente a rituales tradicionales (limpias) para atraer al dinero y la buena suerte. Incluso para algunos, vivir momentos de escasez económica representa

una prueba de aprendizaje enviada por Dios (“sin dinero, el espíritu y los valores morales se enaltecen”).

En la religión católica, la limosna (ofrenda semanal) y el diezmo (ofrenda anual) se conciben conscientemente como donaciones para ayudar al prójimo y mantener las instalaciones; sin embargo, de manera inconsciente, el acto de entregar estas ofrendas se concibe como la posibilidad de estar bien con la divinidad, acción que genera un estado de conciencia pacífica y de satisfacción desde el momento en que se lleva a cabo.

Otro ejemplo es la Iglesia Universal del Reino de Dios que tiene una presencia importante en Tuxtla Gutiérrez, y que pide a sus feligreses meter billetes de la mayor denominación posible en sobres blancos, sin importar que sus seguidores estén económicamente mal o no tengan trabajo. El objetivo de esta ofrenda es obtener bendiciones y protección espiritual, además, se promete que entre más dinero se ofrende, mayor beneficio espiritual y económico se recibirá en el futuro.

Algunas opiniones

“Todo mundo quiere traer el billete de dos dólares en la cartera. El tiraje de dos dólares salió muy corto, es muy raro el billete de dos dólares, y que la piramidita, y que el ojo y que no sé qué, es más simbólico que el peso en cuestiones esotéricas, es como decir ¡la suerte está conmigo!”:(Hombre, 24 años, Usuario Intensivo, Guadalajara)

“Ya desde que te paras le das gracias a Dios. Yo pongo mi caja, mi primer cliente me cae, yo persigno mi caja y me encomiendo a Dios. Yo me persigno con el billete y también a mi caja, siempre he sido así, a mi primer cliente le digo: ¡gracias que tenga muy buena mano!. Mira aquí tengo a San Benito en mi caja, aquí lo pongo”. (Mujer, 53 años, Usuaría Intensiva, D.F.)

“Mi mamá desde siempre se ha dedicado a prestar dinero con intereses, y mi papá siempre la regañaba, le decía que eso era pecado, que así decía en la Biblia.” (Mujer, 28 años, Usuario Intensivo, D.F.)

T. El dinero como instrumento de predicción y planeación del futuro de una persona

El dinero se ha constituido en la mente de la población mexicana -y se puede asumir que lo mismo ha sucedido en muchas otras naciones- como un instrumento para poder predecir el futuro de una persona. Si bien, racionalmente las personas aceptan que el dinero no es eterno, que se puede mal administrar o perder, inconscientemente las personas futurizan a otras personas con base en el dinero que perciben, o que está a su disposición.

De esta manera, el dinero se ha posicionado inconscientemente como una bola de cristal, un instrumento para predecir el futuro de la persona. Esto mueve a otras personas a su alrededor a hacer inferencias y tomar decisiones con base en esta predicción. ¿Debo o no debo estar cerca de él o ella?, ¿puedo aprenderle algo?, ¿debo aceptar hacer alianzas o sociedades con él o ella?, ¿existe seguridad a su alrededor?

Esto sucede a menudo al escoger parejas y amigos, pero también en sociedades y alianzas laborales en las que es muy común que las personas utilicen esquemas inconscientes de interpretación de la persona que tienen enfrente.

En este esquema de valoración del futuro de otra persona con base en el dinero que tenga a su disposición, habría que sumarle su capacidad de administrar este dinero, y ésta también es una característica que define a las personas (como se indicó anteriormente) no sólo en el presente, sino en el futuro.

En este sentido, el dinero disponible y la capacidad de administrarlo, en conjunto, se convierten en predictores de la calidad de vejez que una persona podrá disfrutar en su futuro: si tendrá tranquilidad, vida relajada, saludable y gozará a sus familiares y nietos; o bien, si la pasará sufriendo, pidiendo prestado, con mala salud y sin disfrutar su vejez.

El dinero es por excelencia un instrumento que une el futuro con el presente, permite ir ahorrando poco a poco y juntar para algo necesario más adelante; incluso, inconscientemente, permite comenzar a disfrutar lo que se va a poder poseer en el futuro. Así, el dinero es también una forma de comenzar a disfrutar el futuro desde el presente, lo cual genera una gran motivación para continuar trabajando para ganar dinero, cuidarlo y no malgastarlo.

Planificar la vida futura es una acción que implica capacidades cognitivas, implica ciertos aprendizajes y experiencia, pero al mismo tiempo, detona emociones fuertes el comenzar a disfrutar el futuro o sentir satisfacción por el estilo de vida que se tendrá o el deseo que se cumplirá. La previsión de escasez puede detonar emociones fuertes y negativas ya sea incertidumbre, coraje, miedo o tristeza.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

En usuarios intensivos de dinero, de niveles socioeconómicos bajos, se descubrió el manejo del futuro como un periodo de corto plazo. Ellos tienen muy presentes el día de mañana y

máximo el próximo mes, sin embargo, no contemplan el futuro a largo plazo o más allá del próximo año (o no quieren hacerlo por miedo).

En cambio, en usuarios intensivos y empresarios de niveles socioeconómicos medios y medios altos, se percibe una planeación del futuro a más largo plazo, desde 2 y hasta 5 años.

Entre los adultos mayores, por obvias razones de vida y salud, se vive más intensamente el día de hoy e incluso viven mucho en el pasado, a través de recuerdos. Su futuro es incierto y hasta les provoca dolor, por lo que lo evitan, concentrándose en lo que les genera mayor felicidad. Aun cuando posean buenas capacidades de administración, poco las ponen en práctica por temor al futuro.

Por su parte, los jóvenes, cuando no han desarrollado aún capacidades intelectuales ni cuentan con un ingreso seguro, sí piensan mucho sobre el futuro: fantasean, idealizan, aunque al mismo tiempo son muy impulsivos, viviendo el día a día y pensando que la juventud se les escapa de las manos. Vale la pena recalcar que se notó una percepción generalizada de incertidumbre económica entre los jóvenes y una crítica alta sobre las oportunidades laborales para ellos, mismas que les provocan miedo por el futuro y les hacen moderar sus expectativas y fantasías.

Algunas opiniones

“Ves el futuro como incierto, inseguro, simplemente yo he intentado hacer mis prácticas y para practicantes ningún lugar quiere ofrecer apoyo, entonces es problemático. Todos los trabajos por lo menos piden un año o dos de experiencia. Entonces te tienes que aventar las prácticas para tener experiencia y he visto que con un año o dos de experiencia te ofrecen salarios de dos mil o tres mil pesos mensuales que es nada, sí se nota que la situación está muy difícil”. (Hombre, 23 años, Usuario Intensivo, Puebla)

“Por ejemplo yo desde ahorita ya estoy ahorrando porque quiero irme de vacaciones a Orlando el siguiente año, en verano. Allá están varios primos y siempre nos la pasamos muy bien.” (Hombre, 25 años, Público General, D.F.)

“Ya cuando crecí y tuve más trabajos me di cuenta que mi papá sí tenía razón, ¿no?, pues no todo el dinero te lo puedes gastar así de volada. Tienes que apartar para todos tus gastos pero sobre todo para ir planeando tu futuro.” (Hombre, 41 años, Público General, Puebla)

U. El dinero como símbolo de unidad nacional e inclusión

Durante muchos periodos en la historia del país, el dinero en efectivo (monedas, billetes, notas, piezas intercambiables –fiduciarias-) fue emitido o acuñado en distintas zonas del país, por lo que llegó a representar diferentes unidades políticas y sociales, diferentes ideologías, y connotar un sentido de lucha, discrepancia y antagonismo al interior del país. Es hasta la historia moderna o posrevolucionaria cuando las monedas y billetes en circulación comienzan a ser únicos y nacionalmente aceptados (incluso durante el periodo que nuestros billetes se imprimían en Estados Unidos). Así, **la aceptación generalizada de las monedas y billetes por toda la población mexicana contribuyó a que ésta se sintiera parte de una sola entidad, de una sola nación, con un orgullo común.**

Las monedas y los billetes son los instrumentos de pago más aceptados en el país, después de cualquier otro medio financiero, bancario o de trueque; por ello, portar efectivo permite a cualquier mexicano y mexicana participar en la vida nacional, ser incluido y tomado en cuenta en la economía. **La aceptación generalizada de las monedas y billetes es también una garantía de INCLUSIÓN social.** Para una gran parte de la población mexicana, sobre todo para aquellos en mayores desventajas económicas, obtener instrumentos de pago de otra naturaleza es complejo por los requisitos; sin embargo, no hay restricciones para obtener monedas y billetes.

Las monedas y billetes cuentan con una alta confianza generalizada por parte de los mexicanos. Si bien existen asociaciones fuertes y aún recientes a la devaluación del peso mexicano, así como a posibles billetes falsos, en general, los ciudadanos confían en la moneda.

El sentido de integración nacional, el orgullo, el sentimiento de pertenencia a un grupo sólido, provocan fuertes emociones (cerebro límbico) en una persona. El dinero, a partir de lo que representa a nivel nacional, tiene el poder de otorgarle satisfacción y alegría a los habitantes de un país, en donde éste funge como integrador social.

Vale la pena mencionar que en la memoria histórica de los mexicanos, por efectos naturales de las generaciones, se van olvidando los detalles históricos, incluso datos alrededor de nuestra moneda nacional. Los jóvenes de hoy no tienen muy presente estos temas, aun cuando para los adultos mayores son temas conocidos y mencionados. Esto invita nuevamente a la reflexión de la comunicación y la construcción de un meta-mensaje de seguir construyendo este significado de Unidad, evitar que lo sucedido en el pasado se

olvide, y revalorizar el hecho de que en el México de hoy todos los mexicanos aceptan y creen en un solo papel moneda y un solo cono monetario.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

Es interesante anotar que la percepción de unidad y orgullo por la identidad nacional desde la perspectiva monetaria, así como los símbolos e impresiones en las monedas y billetes, está segmentada. Mientras que en el D.F., Guadalajara, Tuxtla Gutiérrez y Puebla las monedas y billetes sí representan un alto grado de unidad nacional y provocan orgullo en grandes porciones de la población, en ciudades como en Mérida, Tijuana y Monterrey se vive un mediano grado de sentimiento de unidad nacional y orgullo por las monedas y billetes.

Los meridianos, por ejemplo, partiendo de que han desarrollado históricamente una concepción de “ser parte de México” más no de arraigo nacional, no sienten el efectivo mexicano como un integrador social y constructor de identidad nacional, incluso algunos se llegan a sentir excluidos de esta representación impresa en monedas y billetes.

Para el caso de los regios sucede algo muy similar, su crítica y hasta rechazo a las políticas centralistas y federalistas han provocado un distanciamiento emocional de los símbolos presentes en monedas y billetes. Para muchos, éstos son parte del mismo régimen impositivo del centro del país, y la poca consideración a otras regiones tan productivas y trabajadoras como Monterrey.

Tijuana, por su parte, es una región en donde se desarrolla un amplio abanico de motivos para habitarla. Se identificaron personas que han vivido ahí toda su vida y disfrutan la ciudad; otros que han vivido ahí todo el tiempo pero ya no disfrutan la ciudad y se sienten invadidos; otras personas que viven bajo un esquema ‘de paso’, ya que esperan irse pronto al extranjero o volver al interior de la República. También se encontraron personas que han sido expulsadas de Estados Unidos y aunque tuvieron la intención de seguir su aventura les fue imposible hacerlo porque encontraron en Tijuana un modo de sobrevivencia digno, o porque echaron raíces ahí mismo. Así, en Tijuana se tiene un grupo de resentidos con México porque no les ha ofrecido seguridad económica y siempre han vivido carencias; para ellos, las monedas y billetes mexicanos son un instrumento funcional y les puede recordar escasez, dolor e incertidumbre. Por otro lado, también hay aquellos a quienes las monedas y billetes mexicanos representan su país, su historia, su realidad, la seguridad de una identidad en medio de la búsqueda de una identidad segura entre dos mundos.

Algunas opiniones

“Los personajes en los billetes me representan nuestra historia, con Benito nuestras Leyes, nuestra independencia, con Diego y Sor Juana nuestra cultura, reflejan nuestro origen. Nos representan como mexicanos, siempre he pensado que tenemos más cultura histórica que otros países, los billetes llevan –aparte del valor que tienen- lo que encierran los personajes, hay mucho que decir de cada uno de ellos.” (Hombre, 47 años, Usuario Intensivo, Guadalajara)

“Los billetes me hacen sentido como en la historia, en la historia de México. Creo que son personajes que han tenido cierta relevancia y que se han caracterizado por cuestiones heroicas muy particulares. Es como una manera de conmemorarlos, de guardarles respeto.” (Mujer, 21 años, Público General, Guadalajara)

“No te voy a mentir, sí me gustan los billetes mexicanos pero la verdad no me identifico con ellos, me parece que los personajes que tienen son del centro del país, no veo a ninguno que tenga que ver con la historia del norte de México; incluso hay personajes de los billetes que no sé quiénes son y hay otros que ya no me gustan porque parecen un poco anticuados” (Mujer, 42 años, Público General, Monterrey)

V. El dinero como superficie de comunicación dentro de México y para el mundo

Las monedas y billetes representan una superficie de comunicación, un tipo de espectacular o *billboard* que lanza mensajes, tanto para los portadores mexicanos como para los extranjeros que los utilizan.

Las monedas y billetes tienen un poder especial para sembrar mensajes prácticamente en la totalidad de la población, puesto que todos los usan, los portan, los sienten y la gran mayoría los observa; algunos incluso juegan con ellos o hacen figuritas.

Las monedas y billetes cuentan historias o deberían de contar historias, acerca de lo que hace único a México, lo que da identidad nacional, lo que enorgullece, lo que representa. Actualmente existe una percepción generalizada media-positiva sobre el contenido de las monedas y billetes, pero no se identifica una emocionalidad alta alrededor de ellos, lo que provoca que no haya gran recordación de símbolos y diferencias entre piezas. Por esto, no se descarta que se puedan encontrar otras estructuras, símbolos y elementos que sí contribuyan a elevar estos indicadores, de tal manera que se detonen emociones adicionales, que activen más el cerebro límbico y construyan una mayor recordación.

Al tener una superficie de comunicación, como la representada actualmente en monedas y billetes, se tiene la posibilidad de lograr mayor atención, emocionalidad, recordación y hasta ritualidad (dinámicas de validación) con éstas. Si se quieren mandar mensajes con cada una de las piezas y construir un meta-mensaje, se debería apuntar más alto a estos indicadores. Por consiguiente, esta superficie de comunicación como cualquier otra, es susceptible de evolucionar, adaptarse a lenguajes, semiótica y códigos de comunicación para continuar cumpliendo con su rol.

Así mismo, las monedas y billetes mexicanos como los de cualquier otro país, son una superficie de comunicación para los extranjeros sobre la identidad nacional por lo que el común de las personas considera que las impresiones, símbolos y mensajes deberían representar lo mejor de nuestro país y contar historias muy positivas. Es importante mencionar que existe más homogeneidad en la percepción y construcción de orgullo en torno a los elementos de seguridad de los billetes y que ya han posicionado significados de MODERNIDAD, que alrededor de los símbolos y mensajes inscritos en ellos.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

La percepción de orgullo de los mexicanos sobre el contenido de los billetes (en particular por tener una superficie de comunicación mayor) está dividida. Hay algunos (sobre todo mayores) muy orgullosos, mientras otros (principalmente jóvenes y mujeres de niveles socioeconómicos altos) sienten que éstos no representan lo mejor de México.

Entre algunos segmentos de la población existe una crítica respecto a que la mayor parte de la semiótica en monedas y billetes representan pasajes vinculados a “guerra” o “conflictos sociales”, por lo que se debería buscar la connotación de otras virtudes y momentos pacíficos, dado que en estos momentos se está pasando por momentos críticos.

Entre los adultos mayores, sus recuerdos son en torno a los símbolos, personajes y mensajes impresos en las monedas y billetes; y los jóvenes se muestran menos conocedores y al mismo tiempo menos orgullosos de éstos.

Sobre todo en Monterrey y Mérida, se percibió que la gente se siente poco identificada con los elementos iconográficos que aparecen en los billetes, porque los consideran muy ajenos a su región y muy representativos del centro del país.

Algunas opiniones

“Yo me identifico mucho con Diego Rivera por la pintura, porque sé que a esta persona le gustaba junto con Frida Kahlo el arte, mi mamá es escultora y pintora al óleo, nos

gusta mucho el arte. Si tú me preguntas a quién pondrías me pones en un lugar bien difícil porque es quien te representa, porque esto no nada más se queda en el país sino que también llega a circular en el extranjero y es algo que nos identifica como nación. Deben estar personajes que sí representen al país y que hayan sacrificado hasta su vida". (Hombre, 29 años, Público General, Guadalajara)

"Pues la verdad este billete de cien pesos no me gusta porque de por sí dicen que México es de indios, que nos represente en un billete un indio aunque haya hecho lo que haya hecho, no me gusta. Siento que nos denigra con los demás países, hay tanta pobreza y tantos indígenas que están tan pobres y muy mal parados". (Mujer, 42 años, Usuaría Intensiva, Monterrey)

"Yo le voy más al arte; yo buscaría representar en los billetes cosas más tradicionales, quizá poner en uno un mariachi y una canción como cielito lindo. Los personajes están bien elegidos pero todo eso ya pasó, ya está en la historia. Podríamos poner cosas más significativas para el México actual, por estados o algo así, algo característico de la actualidad." (Mujer, 21 años, Público General, Guadalajara)

W. El dinero en efectivo como un instrumento sin restricciones

En contraste con otros instrumentos de pago como vales, cheques o tarjetas, las monedas y billetes han construido un significado de libertad y autonomía, tanto consciente como inconsciente.

El que las monedas y billetes sean aceptadas prácticamente en todos los lugares es una condición importante que permite a las personas asignarle valoraciones al efectivo, ya que con él pueden hacer lo que quieran cuando quieran, sin tener que pedir permiso, reportar el gasto o apegarse a restricciones de validación de instrumentos, caída del sistema, asistencia a lugares específicos o confianza de la persona, como en el caso de los otros instrumentos ya mencionados.

Adicionalmente, de manera histórica, el gobierno ha ido aplicando cada vez más controles alrededor de los instrumentos bancarios, generando restricciones reales y ficticias que construyen significados contrarios a los de independencia. Así, usar efectivo da libertad (menos dependencia y supervisión) de las instituciones bancarias, pero también del gobierno.

El hecho de que se fiscalice cada vez más el dinero depositado, o en el banco, genera más incentivos para mantenerse "fuera del sistema" y tener mayores libertades, "no ser observado". Muchas de las personas participan en la economía informal para mantener

intacta su libertad de acción, usando mucho efectivo para no pagar impuestos o para no ser observadas, fiscalizadas ni revisadas.

Es un tema que tiene que ver con la invisibilidad del dinero, la gente siente que al meterlo al banco, el gobierno lo ve y cobra impuestos y comisiones por el depósito en efectivo y, cuando sucede así, se sienten supervisados. **Hasta cierto punto, no depositar dinero en efectivo significa ser invisibles.** Estos pensamientos y estrategias son parte de un sistema aprendido a través de la experiencia o recomendaciones, es un tema muy consciente que busca maximizar el aprovechamiento del dinero, aunque la razón provenga de motivaciones profundas de autonomía, independencia y sobrevivencia.

Diferencias por ciudades y/o tipos de usuarios

En Tijuana se presenta el fenómeno de la “conversión negativa”, que se refiere a que al ganar en dólares y depositarlos, no sólo se entra a un proceso de “revisión y observación” de parte del banco y del gobierno, sino que los dólares se convierten a pesos, moneda que se percibe de menor valor. Si en algún momento se vuelven a convertir en dólares, es obvio pensar que no se obtendrá la cantidad original.

En Guadalajara, la gente piensa que los índices de inseguridad, específicamente el robo de casa habitación, se incrementó porque empezaron a guardar su dinero en casa para evitar pagar impuestos por depósitos en efectivo. Por ello, las personas dudan entre portar y guardar altas cantidades de efectivo o bien depositarlo en el banco.

En todas las ciudades del estudio fue común que algunos usuarios intensivos, dueños de sus negocios, no reporten sus ingresos ni a la autoridad fiscal ni a los bancos, con lo que evitan cargos por impuestos y logran mantener el poder adquisitivo de su dinero. Este comportamiento, por ser una práctica o hábito desde que se iniciaron en la vida laboral, ya no genera culpabilidad ni miedos, es su *modus vivendi*, y así han sobrevivido y funcionado por muchos años. Sin embargo, también se encuentra otro segmento de la población que se ha visto en la necesidad de comenzar a desarrollar estrategias, que juzgan cada vez más complicadas y difíciles de poner en práctica, para evitar la bancarización y la contribución fiscal.

Algunas opiniones

“Una amiga me quería llevar a que yo tramitara mi tarjeta en Banamex, que yo abriera mi cuenta ahí y que guardara dinero, porque el dinero que guardo yo se lo doy a mi abuelita. [...] Pero no me da tanta confianza, en cambio a mi abuelita, todos le tenemos mucha confianza, mi abuelita tiene 74 años. Mete el dinero en una bolsita,

la amarra y la mete en una bolsa que tiene ella, tiene un closet donde ahí la mete, tiene su llavecita donde ahí la guarda, la verdad nosotros no sabemos dónde la guarda. Mi papá, mi tío y mi tía guardan el dinero con mi abuelita pero no en el banco". (Hombre, 18 años, Público General, Tuxtla Gutiérrez)

"Aquí en Tijuana vienen a mi negocio –una casa de cambio- como dos veces por semana los agentes de Hacienda, ya hasta los conozco o aunque los cambien ya sé cómo se comportan. Siempre vienen a ver si caigo en sus trampas, pero ellos lo que quieren es atorarme, pero nunca han podido." (Hombre, 32 años, Usuario Intensivo, Tijuana)

"En Estados Unidos ganas mejor, la economía está mejor. Aquí está más alto el dólar y te rinde más el dinero. Yo estoy trabajando en Estados Unidos y viviendo en Tijuana, prefiero traer dólares porque el dinero te rinde mucho más. [...] Es muy raro que cambie los dólares en el banco o en alguna casa de cambio, casi no agarro pesos, pago aquí mismo en dólares". (Hombre, 32 años, Público General, Tijuana)

SECCIÓN II: Estructura consciente e inconsciente de los insights

Mientras algunos insights son muy conscientes, otros resultaron ser inconscientes.

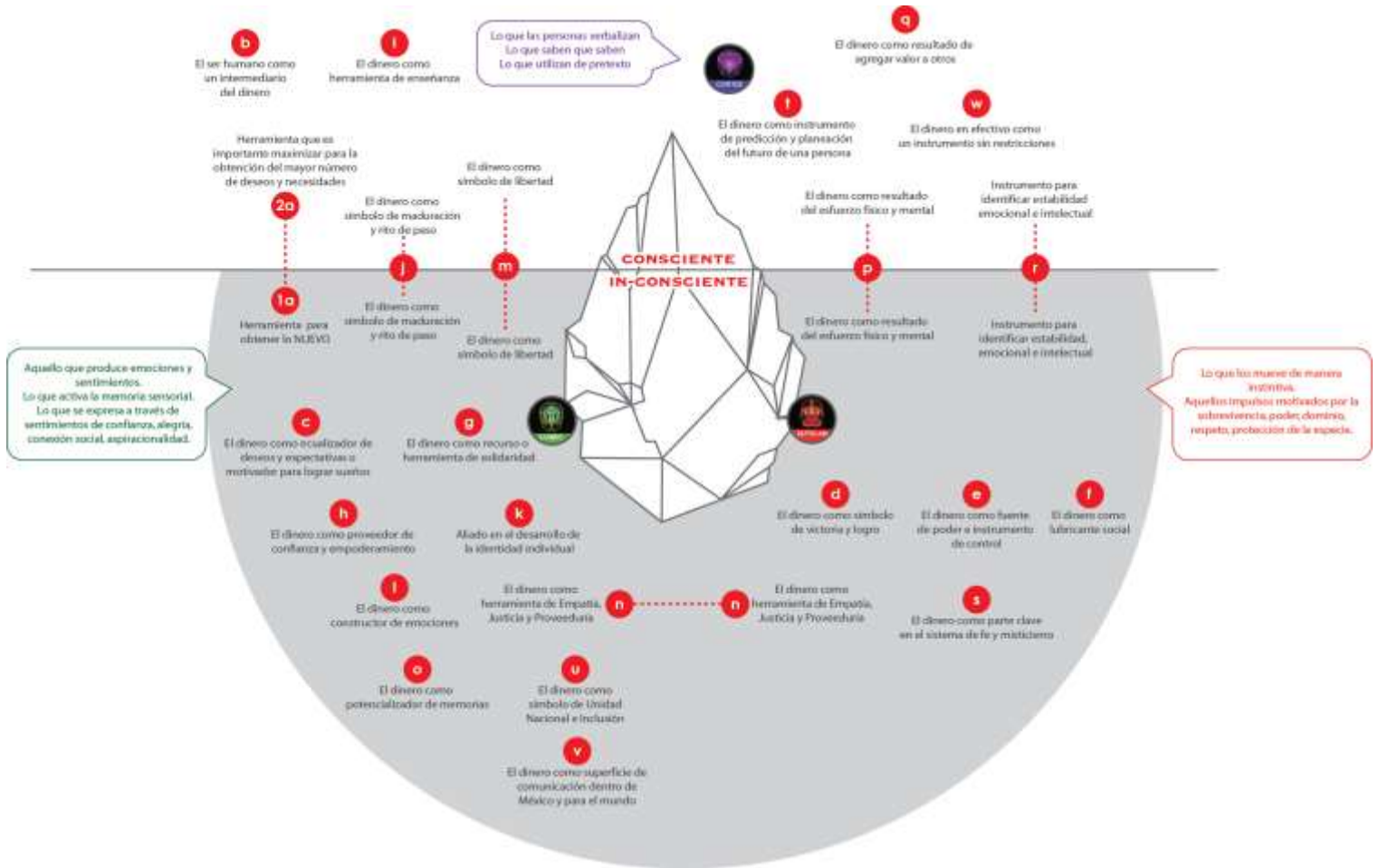
En la gráfica siguiente, en formato de iceberg, se indican todos aquellos *insights* o hallazgos que fueron identificados y verbalizados conscientemente por el público estudiado; se encuentran sobre la superficie, como metáfora de todo aquello que es posible ver fácilmente y de manera racional. Por debajo de la superficie o de la línea del agua, se encuentran todos aquellos *insights* y hallazgos que no fueron tan fácilmente identificados por las personas, aquellos que surgieron a partir de ejercicios metafóricos, sesiones de exploración del inconsciente, análisis entre líneas del discurso y hasta resbalones freudianos de los participantes. Estos últimos, llamados "códigos inconscientes", se dividen en dos grandes categorías: los límbicos o emocionales y los reptílicos o instintivos.

Esta estructura de iceberg no sólo permite observar y entender rápidamente qué sucede a nivel consciente e inconsciente entre los usuarios del dinero en efectivo, sino también generar recomendaciones muy puntuales para aumentar el impacto de cada acción del Banco de México alrededor del dinero en efectivo:

- Comunicación y posicionamiento institucional del Banco de México.
- Construcción y posicionamiento de un meta-mensaje alrededor de las familias de monedas y billetes.

- Diseño de nuevas monedas y billetes.
- Definición de elementos de seguridad.
- Comunicación alrededor de los elementos de seguridad.

Mapa de los tres cerebros



SECCIÓN III: Nichos psicográficos

En este proyecto se descubrieron algunos perfiles puntuales con motivaciones y hábitos diferenciados alrededor del dinero.

Quedó atrás la época de los nichos sociodemográficos, cuando se agrupaba a la gente por edad, región o nivel socioeconómico. Ese esquema de clasificar a los consumidores potenciales o *targets* con fines de innovación, no es la óptima porque ocurren muchos

traslapes que impiden el entendimiento a profundidad de las carencias del cerebro triuno —córtex, límbico y reptílicas— que mueven a los seres humanos a buscar satisfacer necesidades con algún producto, servicio o espacio.

Hoy, lo más útil para identificar oportunidades para la innovación y comunicación es entender a grupos poblacionales a partir de perfiles o *nichos psicográficos*, grupos de personas con las mismas carencias, las cuales los llevan a desarrollar comportamientos y hábitos diferenciados alrededor de cualquier categoría, en este caso el dinero en efectivo.

De acuerdo con el proyecto General de Códigos Inconscientes y con el proyecto Específico de Elementos de Seguridad², se descubrieron ciertos perfiles psicográficos que parten de la percepción inconsciente y práctica de hábitos diferenciados en ciertos grupos poblacionales. Estos perfiles se presentan a continuación en esquemas de rangos o espectros, con grupos poblacionales en cada extremo, así como grupos que viven en espacios intermedios o conservadores en el espectro de la variable.

Perfil psicográfico a partir del *insight* o hallazgo “dinero como nivelador de deseos y expectativas”

Los “Luchadores”: son las personas que están en un extremo del espectro y que sueñan con ciertas cosas, saben lo que costaría obtenerlas y esto se convierte en una motivación poderosa para luchar, trabajar incansablemente y alcanzar sus metas.

Los “Restringidos”: son las personas que no cuentan con una cantidad suficiente para hacer realidad algún deseo o expectativa y, por consiguiente, prefieren redefinir a la baja, y enfocarse en comprar aquello que sí pueden.

Los “Selectivos”: están en el centro del espectro, y se caracterizan por vivir este comportamiento de manera híbrida; en ocasiones podrán luchar por algo, y en ocasiones restringirán sus expectativas en otros territorios.

² Se realizó un estudio “Específico de Elementos de Seguridad” para descubrir las reacciones neurofisiológicas de los mexicanos alrededor de los billetes y sus elementos de seguridad.



Para los “Restringidos”, la comunicación que mejor funcionaría sería la que motive a cuidar el dinero, a hacer el mejor uso de éste, la que hable del dinero como un elemento restringido y escaso. Para los “Luchadores”, la comunicación que más motivaría sería aquella que motive e inspire a alcanzar sueños por más altos o caros que éstos sean, se les debe hablar del dinero como algo que siempre estará al alcance de los que luchan y se esfuerzan, que no es algo inalcanzable ni escaso ni restringido para quienes sueñan y aplican estrategias innovadoras.

Perfil psicográfico a partir del *insight* o hallazgo “dinero como herramienta de enseñanza”

En este caso se genera una matriz con cuatro cuadrantes, a continuación se describe cada uno de ellos.

Los “Expertos confiados”: en el cuadrante superior derecho están las personas que tienen grandes capacidades para administrar el dinero y son conscientes de ello, las aprovechan y hacen el mejor uso de ellas.

Los “Expertos desconfiados”: en el cuadrante inferior derecho están quienes siendo expertos, no se consideran como tales, no aprovechan estas capacidades, se mantienen con mucha incertidumbre y desconfianza al usar el dinero y administrarlo.

En el extremo izquierdo se localizan las personas con áreas de oportunidad para aprender acerca de la administración del dinero.

Los “Inexpertos confiados”: en el cuadrante superior izquierdo están quienes a pesar de no tener muchas capacidades administrativas monetarias, hacen uso del dinero de manera confiada, aun sabiendo que a veces tendrán éxito y a veces no.

Los “Inexpertos desconfiados”: en el cuadrante inferior izquierdo están quienes son más conscientes que los anteriores en cuanto a sus incapacidades administrativas, y prefieren exagerar su desconfianza e incertidumbre.



Sin duda la comunicación para cada segmento puede variar: con los inexpertos hay que ser más descriptivos, más pacientes, poner más ejemplos aterrizados, usar personajes que muestren dudas e incertidumbre, pero que aprenden y mejoran sus habilidades. Se puede establecer una conexión emocional con los expertos mediante un lenguaje más elevado, y con estrategias más elaboradas de administración y validación.

Perfil psicográfico a partir del *insight* o hallazgo “aliado del desarrollo de la identidad individual”

En este espectro o rango psicográfico se categoriza a la población en dos extremos, aunque siempre habrá quien viva con hábitos compartidos o definidos, según la ocasión:

Los “Ritualistas”: aquellos que tienen hábitos muy claros y cotidianos que aplican desde hace muchos años. En este rubro se encuentra la mayoría de los usuarios intensivos que trabajan bajo las mismas dinámicas desde que eran niños o adolescentes, y los adultos mayores del público en general.

Los “Exploradores”: son aquellos que se encuentran en proceso de consolidar sus hábitos alrededor del dinero, como los niños, adolescentes y jóvenes que no han tenido mucho tiempo en un trabajo o responsabilidad monetaria; o bien, aquellos a quienes la vida les ha dado sorpresas fuertes en términos económicos y tienen que volver a aprender nuevos hábitos, y para quienes la exploración -prueba y error- es un método de aprendizaje. Aquí también se pueden encontrar muchas personas con

trabajo nuevo o que acaban de cambiar de residencia y se están adaptando a las nuevas condiciones.

Los “Temporales”: se encuentran en el centro de este espectro, y son los que en ciertos momentos de su vida se establecen esquemas o rituales fijos, por necesidades o promesas específicas, pero temporales. Una vez que pasa la necesidad vuelven a ser exploradores o retoman sus hábitos de siempre.



La comunicación ideal para estos segmentos, es una comunicación que sea fácil de recordar, emotiva y que motive a la acción. Se puede decir que para los “Ritualistas” se necesitarían utilizar esquemas de comunicación similares a los del comercial de televisión “Don Quisquilloso”, en donde se muestran personas que siguen hábitos tradicionales, que se apegan a las reglas que ellos mismos han definido, que visitan los mismos lugares y hasta son conocidos en esos sitios.

Para conectar con los “Exploradores” sería necesario desarrollar un esquema alrededor de individuos que todos los días se presenten en lugares diferentes para hacer uso de su dinero, con diferentes personas, en donde cada día sea una aventura, en donde el dinero sea su compañero de viaje y travesía por el mundo, en donde se les invite a saber cómo sacar el mejor provecho del dinero.

Para los “Temporales” habría que hablarles de sus promesas en un momento particular o de necesidades temporales pero importantes, que los motiven a establecer hábitos temporales para cumplir sus objetivos tales como la madre que se prometió ahorrar para la Navidad, el padre que está abriendo un negocito, el señor que cobra por temporadas y después no cobra en mucho tiempo por lo que tiene que desarrollar hábitos para administrar el dinero.

Perfil psicográfico a partir del *insight* o hallazgo “el dinero como símbolo de unidad nacional e inclusión”

Los “Nacionalistas”: en éste entran las personas a quienes las monedas y billetes les parecen elementos de orgullo e identidad nacional, instrumentos de unión y sentido patrio de colectividad.

Los “Funcionales”: al otro extremo se encuentran personas para quienes las monedas y billetes son simples instrumentos para el pago de sus necesidades, con diferentes colores y diseños cuyo contenido histórico nacional no los conecta emocionalmente.

Como se trató en la sección anterior, existen personas en Monterrey, Tijuana y Mérida que caerían fácilmente en este segmento, ya que ven al centro del país como el único que está representado en las monedas y billetes, y hasta sienten que les han sido impuestas. Lo mismo comienza a suceder entre algunos jóvenes de varias ciudades, no se identifican con nuestros símbolos históricos, no se conectan emocionalmente con relatos alrededor de los monumentos o personajes mexicanos tradicionales.



Para establecer comunicación con los “Funcionales” y hacerlos partícipes del sentimiento de orgullo alrededor de monedas y billetes, hay dos estrategias:

- Incorporar elementos a los diseños que realmente vivan en su mente y “corazón” respecto a lo que representa ser mexicano o
- comunicar de una manera empática el contenido de los diseños de cada pieza, logrando posicionar los beneficios de cada símbolo, monumento y personaje.

En cuanto a los “Nacionalistas”, la estrategia de comunicación tendría que enfocarse más hacia la importancia del contenido e historia de las monedas y billetes que hacia los elementos de seguridad, a los que ya se ha dedicado mucho tiempo, esfuerzo y dinero. También habría que integrar los elementos de seguridad a elementos memorables y de

mayor fuerza representativa de la vida del país, contando lo que hay detrás de ellos y haciendo revivir la historia en cada ritual de validación que se aplique.

Perfiles psicográficos en la Comunicación

El objetivo de toda comunicación es la satisfacción puntual de las carencias más importantes en los grupos psicográficos más relevantes. Las empresas definen sus grupos psicográficos más importantes según variables de rentabilidad, repetición, crecimiento, lealtad, capacidad de distribución para estar cercanos a ellos y penetración de la competencia. Sin embargo, pocas son las instituciones que tienen la necesidad e intención de comunicarse con tantos segmentos psicográficos de la población como es el caso del Banco de México.

En cuanto a la comunicación del Banco de México, tanto aquella con fines institucionales, la relacionada con el lanzamiento de monedas y billetes, así como la recordación de elementos de seguridad, se recomienda construir una estrategia de dos niveles:

- a) **Nivel colectivo:** que se refiere a un tipo de comunicación y mensajes con potencial para llegar a toda la población, que satisfaga carencias comunes en todos los segmentos.
- b) **Nivel psicográfico:** que se refiere a un tipo de comunicación y mensajes que cumplan específicamente con grupos psicográficos definidos como grandes e importantes, y que ejerzan contagio hacia otros segmentos de la población.



SECCIÓN IV: Implicaciones de hallazgos en la comunicación

Todos estos hallazgos tienen implicaciones fuertes en la comunicación alrededor del efectivo, su uso y cuidado, mismas que se indican en esta sección.

Este estudio permitió profundizar y llegar a donde no se intuía inicialmente. Se fueron abriendo puertas gracias a los comentarios inocentes de algunas personas que poco a poco fueron revelando patrones del inconsciente colectivo. **En muchas ocasiones, las personas hacían comentarios entre dientes o sin querer (“resbalones Freudianos”), que permitieron adentrarse en el inconsciente de quienes los expresaron.**

Estos “comentarios inocentes” dejaron ver un descontento en la población, porque consideran que el dinero ha servido y se ha convertido históricamente en un elemento para definir a las personas, su personalidad, su intención, su capacidad de administrar y hasta sus logros y su poder. **El público, en su inconsciente, alberga el sueño de que las personas sean reconocidas por quienes son, más allá de lo que porten en su cartera y de sus hábitos alrededor del uso de su dinero.** Las personas quisieran valer por quienes son, su esencia, sus emociones, sus propósitos en la vida, y no por lo que tienen materialmente.

La comunicación es fundamental en un proceso de información, educación, recordación y generación de emocionalidad alrededor de cualquier producto, servicio y espacio. Cuando alguno de estos elementos es nuevo o desconocido para la población, y cuando se requiere una práctica constante y cotidiana del mensaje transmitido, la comunicación se vuelve más importante.

La incorporación del internet y las redes sociales trajo consigo nuevas dinámicas de comunicación, más segmentadas, casi personalizadas. Esto, aunado a la proliferación de revistas regionales y mini-temáticas, la televisión por cable con canales de varias partes del mundo, así como las estrategias de comunicación a través de tiendas o espacios públicos establecidos, ha provocado una revisión de los planes de las empresas e instituciones de gobierno para mantenerse en contacto con sus audiencias.

El Banco de México enfrenta muchos retos ante esta dinámica:

- 1) Es una institución medianamente conocida, incluso confundida con otras entidades.

- 2) Tiene que mantener ciertas estructuras institucionales de comunicación alrededor de los contenidos y estrategias.
- 3) Emite varias piezas (monedas y billetes) casi en simultáneo.
- 4) Cuenta con espacios oficiales de comunicación con restricciones de tiempos y horarios, incluso de contenido.
- 5) Tiene presupuestos limitados.
- 6) Tiene la obligación de comunicarse con segmentos muy amplios de población.
- 7) Parte de la necesidad de posicionar varios elementos de seguridad en periodos cortos.

A estos retos se incorpora uno potencial relacionado con la realización de un *meta-mensaje*, el cual sirva como paraguas de toda la comunicación y, que a su vez, agregue valor tanto a las monedas y billetes, como a la misma institución.

Los resultados de la estrategia que el Banco de México ha empleado para dar a conocer sus mensajes son variados; sin embargo, indican la necesidad de nuevos y reforzados esquemas de comunicación que posicionen los elementos de seguridad, el reconocimiento de monedas y billetes, el Banco de México como institución emisora, y que a su vez permitan construir este meta-mensaje.

Al revisar la comunicación de años anteriores, se nota claramente un fuerte enfoque alrededor de los siguientes temas:

- 1) Emisión de nuevos billetes.
- 2) Emisión de monedas conmemorativas.
- 3) Elementos de seguridad.
- 4) Facilidad y ritual para validar o autenticar los billetes.
- 5) Importancia del cuidado de los billetes y el esfuerzo para obtener el dinero.

El tono, dinámicas, escenarios y personajes utilizados para la comunicación son variados. A lo largo de los últimos 10 años no es posible reconocer un personaje específico comunicando mensajes del Banco de México, aunque sí existe una voz que se ha utilizado en los comerciales televisivos y de radio. Tampoco se asocia al inicio un escenario específico que permita una identificación temprana o anticipación del mensaje. Lo mismo

sucede con la música, ha variado y no hay una en particular que se asocie a los mensajes del Banco de México; tampoco colores ni símbolos adicionales.

En cuanto al *slogan*, prácticamente se han utilizado sólo dos en los últimos años: “cuidarlo se vale” y “fíjate bien, es tu dinero”. En estos *slogan*, se nota un esfuerzo por generar escenas y situaciones tradicionales o cotidianas que permitan a cualquier persona identificarse y proyectarse para generar empatía, que si bien tienen una intención similar, no se reconocen como secuencia una de otra.

En concreto, los 3 elementos utilizados con mayor constancia a lo largo del tiempo en la comunicación del Banco de México son: la voz, el *slogan* y el logo de la institución al cierre.

Si bien los esfuerzos del Banco de México han sido extensos por todos los retos antes mencionados, los resultados indican que una gran cantidad de la población todavía no es capaz de identificar claramente la comunicación de la institución ni sus mensajes. Esto ha generado la proliferación de versiones, mitos y usos particulares en la cotidianeidad tanto alrededor de los elementos de seguridad y autenticación de billetes, como en el proceso que debería seguirse al identificar un billete falso. En la actualidad, sólo una pequeña fracción de la población entiende el rol del Banco de México tanto en la emisión como en el respaldo del efectivo.

Cabe destacar, de manera importante, que en la mente de la población sí existe un valor agregado simbólico, posicionado de manera generalizada, y es que los billetes en particular, cuentan con elementos de seguridad modernos. Este posicionamiento se ha logrado en mayor medida gracias al sustrato de polímero utilizado para los billetes de 20 y 50 pesos; y en menor medida, a las ventanitas y el Hilo 3D. El primero (polímero) porque contrasta fuertemente con billetes anteriores, y porque la circulación de billetes de algodón actuales aún genera una recordación permanente de la innovación y modernidad presente en los billetes de más baja denominación. Siendo así, el posicionamiento se ha dado más por lo que ven en sus manos y carteras, que por lo que se percibe en la televisión, internet o en periódicos, revistas y folletos.

En cuanto a la campaña para verificar o autenticar los billetes: “toca, mira y gira” que se ha comunicado de manera extensa, no ha logrado posicionarse en su totalidad entre el público, aun cuando la gente aplica ciertos rituales a partir de las recomendaciones hechas en estos comerciales.

De acuerdo a los resultados del Proyecto General de Códigos Inconscientes, así como al Proyecto Específico de Elementos de Seguridad³, se indican algunas recomendaciones sobre la comunicación futura del Banco de México, tanto a nivel institucional como dirigidos a la construcción eventual de un meta-mensaje alrededor de las monedas y billetes, los elementos de seguridad y el ritual de validación.

A. Las personas por sobre el dinero

El público, en su inconsciente, alberga el sueño de que las personas sean definidas por quienes son, más allá de lo que porten en su cartera y de sus hábitos alrededor del uso de su dinero. Las personas quisieran que las personas valieran por quienes son, su esencia, sus emociones, sus propósitos en la vida, más que por lo que tienen materialmente.

Como ya se mencionó anteriormente, en el inconsciente del público se alberga el sueño de que las personas valieran por lo que son, y no por lo que tienen. Esto lleva a la reflexión de los siguientes cuestionamientos sobre la comunicación que el Banco de México realiza: ¿Se está sobre-valorando el dinero por sobre la persona que lo porta?, ¿se enfocan demasiados esfuerzos en comunicar al dinero como el protagonista de cualquier historia en lugar de darle su peso de protagonismo y valor *per se* a un individuo que aparezca en la comunicación?, ¿cómo contar una historia que agrupe todas las piezas, que le devuelva el valor al portador del dinero más que al dinero mismo?

Hoy, hasta cierto punto, parecería que se trata al ser humano como un instrumento de servicio para revisar y validar los billetes para la conveniencia del Banco de México (o del Gobierno, quien imprime el dinero, según una gran parte del público); sin embargo, se tiene que dar un giro a la comunicación para que los elementos de seguridad y el Banco de México estén al servicio de la población mexicana, ya que las personas son quienes tienen el valor, sueños y capacidades para hacer mejor uso del dinero.

La aplicación de esta reflexión llevaría, con buenas ejecuciones, a ser punta de lanza en el mundo en la comunicación alrededor de monedas y billetes. Al mismo tiempo, llevaría a posicionar al Banco de México como una institución humana, al servicio de los mexicanos y mexicanas, a quienes reconoce y les da su lugar, y para quién emite monedas y billetes. Esta intención ayudaría a neutralizar algunas percepciones negativas sobre el sistema

³ Se realizó un estudio “Específico de Elementos de Seguridad” para descubrir las reacciones neurofisiológicas de los mexicanos alrededor de los billetes y sus elementos de seguridad.

monetario, asociado al sistema capitalista, que es un mecanismo de control y subyugación de las personas, más que de libertad.

B. Una sola “familia” mexicana

Como se veía en los hallazgos, para la gran mayoría de la población las monedas y billetes han sido elementos integradores, de identidad nacional e inclusión.

Monedas y billetes constituyen una “familia”, un grupo de elementos que contienen algo en común, algo que los une e integra. La sugerencia es aprovechar la descripción que se hace del conjunto de monedas y billetes como “familia”, para hablar también de la familia mexicana como el núcleo más sólido que constituye una sociedad.

Pero no sólo eso, el aprovechar estrategias de comunicación alrededor de familias en lugar de personajes independientes (como hoy se hace) podría generar más atención, emocionalidad y recordación.

Se sugiere construir dos o tres familias mexicanas modelo, quienes comuniquen, bajo diferentes situaciones y dinámicas, las nuevas emisiones, los elementos de seguridad, y los procesos o rituales de validación y autenticación. Una familia tiene la bondad de contar con varios miembros, cada uno podría conectar emocionalmente con personas de diferentes segmentos y edades.

El doble mensaje de “la mejor familia” de billetes y “la mejor familia” de hombres y mujeres mexicanos ayudaría a construir un posicionamiento sólido alrededor de las nuevas monedas y billetes, sus elementos de seguridad y rituales, pero también a introducir en las familias el discurso de las bondades de éstos, y que los mensajes se hagan virales.

Hablar de las virtudes de las familias mexicanas, y hacer referencia a la “familia” de monedas y billetes, sería una gran línea estratégica que permitiría reforzar el posicionamiento del Banco de México, de las monedas y billetes, y construir un mensaje sobre éstos.

C. Sobre el ritual para la validación de los billetes

Un ritual es un proceso con elementos emocionales, que tiene un inicio, un clímax y un desenlace. Un ritual es mucho más memorable que piezas fragmentadas, ya que el cerebro recuerda más elementos conectados que forman un todo. De esta manera, la mejor forma para posicionar el cómo validar los elementos de seguridad y autenticar un billete, es a

través de rituales, y si bien hoy se tiene un ritual y se ha comunicado mucho (“toca, mira y gira”), pocas personas lo siguen claramente. Por ello, se hacen dos sugerencias:

Ritual compartido: Los rituales más poderosos son aquellos compartidos, en donde participa más de una persona. Si bien hay rituales individuales, son fácilmente evitables dependiendo de las circunstancias que vive esa persona. Con base en esto, se sugiere una comunicación que involucre a más de una persona en cada proceso de verificación o autenticación de billetes; parejas, padres con hijos, amigos o familias.

En este ritual habrá quien motive, quien valide, quien guíe o enseñe, quien celebre y reconozca, vale la pena recordar que los rituales se vuelven memorables cuando contienen emociones.

Hacer que el ritual o proceso de validación sea algo compartido también permitirá desarrollar la línea de comunicación de “révisalo junto con tu cliente”, para que la persona que entrega el billete sea parte del proceso, desarrolle más compromiso y hasta aprenda en el camino.

Un ritual individualizado: Los mexicanos son muy creativos, hoy por hoy han desarrollado procesos, trucos y rituales personales para autenticar los billetes; por ello se podría promover que cada persona tenga su propio ritual, en lugar de imponer uno y pretender que todos se adhieran a éste.

D. México, un país de virtudes

Así como se han contemplado e incorporado personajes históricos, monumentos representativos, estrofas o partes de poemas y canciones tradicionales, y elementos naturales de México, de acuerdo al estudio, también sería importante considerar virtudes, actitudes y valores alrededor de los mexicanos, tanto en el diseño de billetes como en la comunicación.

La comunicación del Banco de México no ha incorporado elementos únicos de los mexicanos, aunque las monedas y billetes sí son únicos y tienden a representar algunos elementos representativos de México. Primero, se sugiere incorporar en lo que se comunique visual y verbalmente, las virtudes, actitudes y/o valores que la población mexicana reconozca en ella misma; y después, transmitirlos en los diseños de los billetes y hasta probablemente en las monedas.

Si bien es complicado definir virtudes, actitudes y/o valores particulares de una cultura o país, sí fue posible encontrar aquéllos que se creen muy representativos de la cultura mexicana. Algunos de los identificados en el estudio fueron: el esfuerzo y la resistencia, la bondad, la transparencia al mostrar emociones, la festividad, la creatividad y la solidaridad en tiempos de emergencias.

Esto llevaría a pensar en potenciales diseños que cuenten la historia de los personajes y significados de los simbolismos de una manera más clara y evidente, enarbolando sus virtudes, actitudes y/o valores de estas virtudes.

Los elementos de seguridad podrían estar presentes en elementos con mayor integración emocional dentro del diseño: mariachi festivo con guitarra en donde la guitarra es la que cambia de color, pluma de Octavio Paz de la que chorrea la tinta en tercera dimensión, o marca de agua que permite ver cómo se apoyan varias personas en momentos de emergencia.

E. Premios simbólicos a quien encuentre el billete falso

Según este estudio, actualmente existe un miedo generalizado entre la población a entregar o llevar al banco un billete falso. Tanto por historias que han escuchado como por lo que han vivido, consideran que cuando vayan a un banco a entregar un billete falso, van a ser tratados con poca cortesía y hasta de manera negativa, aun cuando lo lleven por voluntad propia.

Esto, aunado al miedo natural de perder el valor monetario del billete y no poder materializar algún deseo o expectativa con el poder adquisitivo de éste, se convierte en un incentivo para mantener el billete falso en su poder y buscar estrategias para que les sea aceptado.

Adicionalmente, el proceso de entregar un billete falso no está bien posicionado, y se piensa que la fila que se hará en el banco será muy larga, variables adicionales que se convierten en barreras para entregar el o los billetes falsos.

Por esto, se recomienda desarrollar e incorporar un proceso sencillo y fácil de comunicar a través del cual las personas entreguen los billetes falsos a los bancos, pero al mismo tiempo, encuentren un beneficio o recompensa simbólica. Es obvio que no se recomienda un premio o recompensa monetaria porque esto motivaría la misma falsificación, pero sí se recomienda que quien lo reciba, extienda una felicitación, una carta de reconocimiento o hasta el aplauso del gerente en turno en la sucursal bancaria.

Vale la pena recordar la campaña de comunicación de Coca Cola donde se celebra a las personas honestas que regresaron una cartera que se había extraviado, misma que fue intensamente viralizada y muy recordada:

<https://www.youtube.com/watch?v=FLYz6DaCuIU>

F. El futuro es mejor cuando validas tus billetes

Como se ha visto en los resultados de este estudio, el dinero también es un elemento que ayuda a definir y construir el futuro de una persona, no sólo por la cantidad y disposición, sino por la capacidad de administrarlo. Por ello, se sugiere una línea estratégica de comunicación que vincule el destino o futuro de la persona con la disposición y capacidad de autenticar los billetes, haciendo énfasis en que el destino de una persona cambia cuando valida correctamente los billetes, con lo que se **beneficiará o mejorará** su destino o futuro.

Una forma de transmitirlo sería con el ejemplo de un niño o adolescente que siempre está dispuesto y tiene la capacidad de validar la autenticidad de los billetes, mientras que otro no. La historia sigue la vida de cada persona y se nota claramente cómo uno logra hacer algo justo con ese billete que pudo validar y que le permitió cambiar su destino, mientras que el otro no.

Uno de los grandes ejes de creatividad en la publicidad y comunicación tiene que estar centrado en las motivaciones que harán que las personas decidan cuidar y autenticar los billetes. El ser humano no da un paso si al darlo no encuentra un beneficio puntual. Así, no es suficiente comunicar sólo los elementos de seguridad y la validación de éstos, es fundamental construir razones poderosas que motiven a las personas a llevar a cabo su propio ritual de validación.

G. Lenguaje integrador

Desde hace aproximadamente 3 años, el Banco de México utiliza el *slogan* “fíjate bien, es tu dinero”; anteriormente se había utilizado “cuidarlo se vale”. Vale la pena destacar que el tono del verbo “fíjate” es imperativo, y que si bien en estrategias de comunicación el tono imperativo contribuye a generar contacto directo con el auditorio, y ayuda a captar atención, hoy por hoy este tono no es el más adecuado en una comunicación que se origina en una institución proveniente del gobierno, por más independiente que sea.

La actualidad llama a utilizar un lenguaje de menos control e imposición, de mayor cercanía y diálogo, de mayor calidez y colaboración.

Banco de México no es una institución que gobierna sino que sirve, que requiere el apoyo de todos los mexicanos para poder tener una moneda y billete en circulación con la mayor duración y seguridad. Por ello, se sugiere migrar a un *slogan* que se alinee a los tiempos y posturas del Banco de México.

H. Acciones tácticas regionales de comunicación

Como se ha visto a lo largo de este documento, existen diferencias alrededor de la percepción de monedas y billetes claramente marcadas, no sólo psicográficas sino también regionales. Por ello, se sugiere que se consideren algunas acciones tácticas de comunicación por región, de tal manera que se logren mandar mensajes con lenguajes y simbologías conectivos con las poblaciones en donde se notan más diferencias (ejemplo Monterrey, Mérida, Tijuana).

También se sugiere continuar este estudio en ciudades más pequeñas para entender mejor los regionalismos que predominan en éstas, así como los comportamientos psicográficos.

El Banco de México tiene la necesidad y responsabilidad de brindar comunicación a cada persona del país, ya que todos somos usuarios de las monedas y billetes. El desarrollo de métodos específicos de comunicación y regionalizados ofrece la posibilidad de llegar con mensajes más conectivos y emocionales a más poblaciones en las que actualmente la comunicación no impacta como debería.

I. Comunicación más interactiva en puntos estratégicos

Interactuar con un objeto provoca más atención, emocionalidad y recordación que cuando sólo se observa. Por ello, se recomienda una comunicación más interactiva en puntos estratégicos como las sucursales bancarias, donde las personas puedan interactuar y aprender.

En la actualidad, las televisiones con las que cuentan las sucursales bancarias exhiben algunos videos proporcionados por el Banco de México; sin embargo, estas televisiones rara vez funcionan correctamente. También existen algunos carteles que comunican los elementos de seguridad y las formas de validación. Se sugiere ser un poco más estratégicos y construir, tal vez, billetes gigantes que se coloquen en puntos clave de la sucursal para que las personas puedan tocarlo, interactuar y aprender de él, de tal forma que se lleven una pequeña historia que contar a sus hijos, pareja o compañeros del trabajo.

En un comercial del Banco de México aparecen unos caracoles moviéndose de un lado a otro, y después aparece el Hilo 3D en donde se mueven los caracoles: ¡bien hecho! Si se aplicaran estrategias similares en estas mini-exposiciones en las sucursales bancarias, se podría tener mayor impacto. Ejemplos: exponer la piel de un animal para tocarla y hacer referencia a la textura y el cómo se siente ésta en los billetes; poner un espejo en donde la figura de uno se distorsione al moverse, lo mismo que ocurre al ver alguna imagen del billete; colocarse ante un cristal en donde se refleje el rostro, igual que sucede con la marca de agua, etc. Esta estrategia no sólo podría utilizarse en las sucursales bancarias, sino también en algunas plazas o lugares públicos, sobre todo en las ciudades donde se ha detectado mayor incidencia de circulación de billetes falsos.

Hay que recordar que cuando se involucran más sentidos se generan más emociones, y siendo que las emociones son el pegamento de la memoria, la acción se recordará más.

J. El gran valor de cada moneda y billete

Estos hallazgos permiten afirmar que la valoración de las monedas mexicanas de baja denominación es cada vez menor, incluso, existe una especie de rechazo hacia ellas. Conforme más alto es el nivel socioeconómico ocurre algo similar con la valoración de los billetes de menor denominación, lo cual, provoca que en segmentos medio altos y altos de la población, no se preste tanta atención a la validación de elementos de seguridad en billetes de baja denominación, ya que si resultan falsos los desechan y ¡listo!

Esto permite pensar en una estrategia de comunicación en donde se utilicen historias de personas que sí le sacan el mayor provecho a cada pieza. Una persona muy humilde que logra hacer algo interesante con una moneda 20 centavos y una de 10 centavos; una señora que hace maravillas con el billete de 20 pesos; un empresario que logra una proeza administrando un billete de 50 pesos.

De esta manera, se estaría logrando que cuando las personas tengan en su poder una moneda o billete de baja denominación, no sólo los valoren por su valor funcional, sino por su valor emocional y simbólico debido al recuerdo de las personas en las historias que lograron hacer muchísimo con esas piezas.

Para lograr esto, se podría aprovechar el lanzamiento secuencial de cada moneda o billete de la nueva familia, para ir creando historias de personajes que valoran cada pieza y que logran hacer el mejor uso de ella, para que cada vez que llegue a nuestras manos una de

estas nuevas piezas, se valoren no sólo funcionalmente, sino también simbólica y emocionalmente.

K. Banco de México como una institución que celebra a todo individuo mexicano, hombre o mujer, y rescata y celebra los elementos que nos hacen únicos, que dan orgullo e identidad

No existe un “producto” de ninguna empresa u organización que se utilice por la población mexicana más que las monedas y billetes. Por tanto, el Banco de México es por excelencia la Institución con picaporte de entrada a todas las casas de todos los ciudadanos. Así, se cree que debería de haber un posicionamiento fuerte y claro del Banco de México, más allá de ser el organismo que da a conocer cifras económicas o nuevas monedas y billetes.

Banco de México tiene la posibilidad de convertirse en una institución conocida, admirada y respetada, que celebre al individuo mexicano, que reconozca y celebre los valores de cada persona y de las familias como núcleo central de la sociedad. Una institución que recuerde los elementos y personajes que dan identidad, orgullo y arraigo a través de sus monedas y billetes, y de la comunicación de las mismas; que celebre las regiones, que enarbole los íconos naturales, y que recuerde y celebre las virtudes y actitudes que se asumen como parte de la identidad de la población mexicana. Así que hay que celebrar las fechas arraigadas nacionalmente, las festividades tradicionales y las expresiones emocionales históricas.

Banco de México tiene que mandar el mensaje de que es una institución que trabaja para la población mexicana, que se esfuerza todos los días para poner a su disposición monedas y billetes, que brinda seguridad a través de los elementos que contienen los billetes, de modo que las personas sientan gratitud por ello.