

***REPRESENTACIONES SOCIALES:
LA CONSTRUCCION SIMBOLICA DE LA REALIDAD***

Mireya Lozada
Instituto de Psicología
Universidad Central de Venezuela

Resumen

Desde una aproximación a las Representaciones Sociales, el artículo destaca los procesos de simbolización, en torno a los cuales se ordenan estas formas de pensamiento social orientadas hacia la comunicación, comprensión y dominio del ambiente social, material e ideal.

Subrayando la naturaleza simbólica de lo social, las representaciones sociales dan cuenta de los saberes sociales, del conocimiento corriente, de sentido común, cuyos lenguajes y creencias llevan a los seres humanos a vivir y actuar conjuntamente.

Palabras claves: Representaciones sociales, Moscovici, pensamiento social, construcción simbólica, sentido común.

El estudio de los fenómenos del imaginario genera un campo de saber estructurado con nombres, mitos de origen, formas de circulación y campos de competencia. Ocupando una posición de encrucijada entre una serie de conceptos sociológicos y psicológicos, la noción de representación social introducida por el psicólogo social francés, de origen rumano Serge Moscovici (1961) en su obra *La Psychanalyse, son image, son public*, es quizás uno de los conceptos que reivindica con mas fuerza el carácter colectivo del imaginario.

Aún cuando es el debate sobre el lugar epistemológico y metodológico de la Teoría de las Representaciones Sociales, en el que se ha centrado buena parte de las controversias en torno a su obra, no menos polémicos son otros planteamientos introducidos por Moscovici, entre ellos, la Teoría de la Influencia Minoritaria que aborda desde una perspectiva innovadora la problemática de la influencia social inconsciente, destacando el rol de las minorías activas en el proceso de cambio

social (Moscovici, 1981, Moscovici, Mugny y Pérez, 1991) u otros aportes referidos a la psicología colectiva donde reivindica el rol de lo simbólico en la construcción social de la realidad.

La teoría de la representaciones sociales, que surge a partir de un estudio que muestra como el psicoanálisis se vulgarizó y se transformó en el curso de su difusión en una suerte de modelo popular de comprensión del comportamiento humano, sienta las bases de una epistemología del sentido común, una psicología del conocimiento. Las Representaciones sociales son formas de conocimiento particulares a nuestra sociedad, irreductibles a ninguna otra. Al momento de su aparición, la noción de representación social tenía un alcance crítico y constructivo. Crítico porque ofrecía una alternativa al modelo behaviorista imperante en la época y constructivo porque respondía a la necesidad de reintroducir en el abordaje de los fenómenos psico-sociológicos la dimensión social, histórica e ideológica, así como las relaciones simbólicas vinculadas a los aspectos sociales, comunicacionales y al contexto de las interacciones sociales.

El carácter polisémico del concepto de representación social ha favorecido una multiplicidad de abordajes desde diversos campos disciplinares. Se habla de una teoría general y una teoría particular, una visión de la realidad marcada por lo simbólico, constitutiva de los vínculos y acciones comunes. La noción es común a otras disciplinas que la han utilizado con nombres como mentalidad, visión del mundo, sistema de creencias, mitos, imágenes, que intentan designar las formas colectivas de pensamiento y de acción. El concepto reelabora la noción de *representaciones colectivas* introducida por Durkheim (1898), estableciendo su distinción de las representaciones individuales.

Se habla del carácter holístico del concepto de representaciones sociales y de sus dificultades de definición. Concepto complejo, pero no confuso según Ibañez (1988) quien reconociendo las dificultades de operacionalizar el concepto, aclara que no es claro que sea epistemológicamente deseable y científicamente productivo evacuar la vaguedad y ambigüedad que se derivan de la articulación en una sola unidad, de las diversas características de las representaciones. El carácter polémico de la noción puede ser fecundo en la medida que permite interpretaciones múltiples, investigaciones empíricas y conceptuales diversas y el desarrollo de nuevas metodologías

¿Qué se entiende por representación social?

Las representaciones sociales son formas de pensamiento social orientadas hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del ambiente social, material e ideal. En la tradición de

investigación introducida por Moscovici y desarrollada por las ciencias sociales, “las representaciones sociales conciernen al conocimiento del sentido común, que se pone a disposición en la experiencia cotidiana, construcciones con estatus de teoría ingenua, que sirven de guía para la acción e instrumento de lectura de la realidad; sistemas de significaciones que permiten interpretar el curso de los acontecimientos y las relaciones sociales; que expresan la relación que los individuos mantienen con el mundo y los otros; que son forjadas en la interacción y el contacto con los discursos que circulan en el espacio público; que están inscritas en el lenguaje en razón de su función simbólica y de los marcos que proporcionan para codificar y categorizar lo que compone el universo de la vida” (Jodelet, 2000, p. 10).

Esta modalidad de pensamiento cuya especificidad se refiere a su carácter social corresponde a una actividad de apropiación y elaboración psicológica y social de la realidad. Las representaciones aparecen como una forma de conocimiento marcada socialmente. Ello no significa solamente que sea co-extensiva a una o varias poblaciones o que su objeto tenga una importancia social, sino también que su contenido depende directamente del sistema de valores de un grupo, de sus opciones ideológicas, de sus normas. Las Representaciones son sociales no porque encontremos representaciones parecidas en cada consciencia individual sino porque ellas son colectivamente generadas y practicadas, y de allí se derivan sus funciones: comprender y manejar el ambiente social, material e ideal; y orientar y organizar las conductas y las comunicaciones sociales.

Las representaciones sociales son tributarias de los sistemas de creencias, están ancladas en los valores, en las tradiciones e imágenes del mundo y del ser. Ellas son sobre todo el objeto de un trabajo permanente de lo social a través el discurso. Se trata de un proceso de intercambio, de construcción de ideas, que responde a la doble exigencia de los individuos y de las colectividades: de una parte construirse sistemas de pensamiento y conocimiento y de otra parte, adoptar visiones consensuales que guíen la acción, que permitan mantener los vínculos sociales. Las representaciones juegan entonces un triple rol: otorgan un sentido a la realidad, incorporan nuevas nociones o hechos a los sistemas conocidos y aseguran el sentido común en los cuales se reconoce una colectividad dada.

Las representaciones sociales forman parte de las *mediaciones simbólicas* de las que habla Vygotsky, pues ellas remiten a un espacio sociocultural, a una singularidad histórica que es siempre un *espacio simbolizado*. “Son los procesos de simbolización que se encuentran en todas las sociedades los que permiten a los actores situados en ese espacio, elaborar los esquemas

organizadores y las referencias intelectuales que ordenarán la vida social. La simbolización interviene como una matriz intelectual, una constitución de lo social, una herencia, y la condición de la historia personal y colectiva” (Jodelet, 2000, p17).

¿Cómo se abordan?

A través de un indisociable y doble aspecto de la actividad mental: como producto-constituido y como proceso-constituyente. Los productos se refieren a la disposición, al arreglo de los contenidos (ideales, imaginarios, simbólicos) que son localizables a través de diferentes soportes (producciones individuales o colectivas de tipo discursivo, icónico, dispositivos materiales, y se vehiculan en la sociedad a través de diferentes canales: conversaciones, medios, instituciones, etc.).

Las representaciones aparecen como fenómenos que presentan formas y niveles de complejidad variable: desde la palabra o figura que condensa ideas y significaciones hasta el sistema organizado de imágenes, informaciones, nociones, opiniones, actitudes que constituyen una visión de la realidad.

Los procesos se refieren a los mecanismos psicológicos y sociales que de una parte rigen la formación, la organización y la transformación de esos contenidos, y de otra parte dan cuenta de sus funciones y eficacia social.

Las representaciones sociales se diferencian de otros fenómenos cognitivos individuales o conocimientos socialmente producidos (ciencia e ideología) por ciertas características que pueden ser explicadas a través de una triangulación, de tres elementos en conflicto que resalta de una interpretación ternaria de la realidad: **Ego** (sujeto individual o colectivo), **Alter** (sujeto social) y **Objeto** (real o simbólico).



En tanto que forma de saber, la representación establece una relación entre un objeto circunscrito en el ambiente social, ideal o material y el sujeto (individual o colectivo) puesto en relación con otros sujetos a través de la pertenencia a grupos, la participación o la comunicación social. Este triángulo tiene muchas implicaciones. Veamos:

1.- **La representación social es siempre representación de alguna cosa (el objeto) y de alguien (el sujeto).** Las particularidades del objeto y del sujeto tendrán una incidencia sobre su estado. No se estudian las representaciones en general sino las representaciones sociales particulares, cuyos procesos y contenidos son dependientes del origen, de su referente y del contexto de producción que les une.

2.- **La representaciones sociales guarda con su objeto una relación de simbolización y de interpretación, ella le otorga significaciones.** Estas significaciones resultan de una actividad mental que hace de la representación una construcción y una expresión del sujeto. El plano individual es inevitable porque se trata en efecto de individuos que elaboran, interiorizan, utilizan y vehiculan las representaciones. Esta actividad puede comprometer procesos cognitivos o mecanismos intra-psíquicos (motivaciones, proyecciones, afectos, identificaciones), pero este plano individual reencuentra el plano social porque estas representaciones se inscriben en las relaciones sociales del sujeto, pueden ser compartidas por varias poblaciones. Esta representación puede ser el producto de un grupo o de una colectividad que intercambian visiones alrededor de acciones e intereses comunes.

3.- **La Representaciones sociales constituyen formas de saber práctico.** Este saber concierne la experiencia directa o indirecta de un mundo de objetos socialmente pertinentes, es decir que suscita tomas de posición e intercambios en el ambiente del sujeto. Este saber tiene un alcance práctico porque permite el dominio del ambiente intelectual y material del mundo de objetos en vías de orientar el comportamiento y las comunicaciones.

4.- **Esta forma de saber práctico es social** por diferentes razones: **por su extensión:** es compartido por un conjunto de personas o los miembros de un grupo social (no sólo en el sentido numérico de los sondeos de opinión, por ejemplo), ni taxonómico (definición de un rasgo común al conjunto social). El término compartido refiere a la comunicación y a la interacción social que implica la solidaridad, el vínculo social, es social **por su determinación:** a nivel individual, por los sujetos

que la elaboran (lugar en la estructura social, pertenencia a un grupo) y a nivel colectivo por sus modos de producción (mediático, institucional, etc) y finalmente es social **por sus funciones**: guía de acción, orienta el comportamiento, sirve de filtro de lectura de la realidad ofreciendo códigos de comunicación, contribuyendo así a forjar una visión común al que refleja valores, deseos, necesidades e intereses de los grupos que la comparten. (Lozada, 1993).

Pero, ¿qué actividades mentales rinden posible esta organización y estructuración de la realidad social que nos muestra la representación? Cómo se produce esta transformación de un saber (la ciencia) en otro (sentido común) y recíprocamente. A través de dos grandes procesos: **Objetivación y anclaje**. Ellos aseguran la interdependencia entre la actividad representativa y sus condiciones sociales de expresión.

Objetivación: es el resultado de la tendencia del pensamiento a concretizar, a objetivizar a naturalizar la realidad. A convertir algo abstracto en un objeto, plasmar en una figura tangible, algo intangible, materializar una idea. El arreglo y las formas de conocimiento relativas al objeto hacen intervenir una operación imaginante y estructurante que se traduce por un lenguaje común, un campo de significaciones, un universo de códigos, de sentidos sobre los cuales se apoya y organiza la representación.

La **objetivación** se descompone en tres fases:

- 1.- **Construcción selectiva:** se refiere a la selección y descontextualización de elementos. Así de aquella información que circula y es accesible, el individuo selecciona algunos elementos específicamente. Esta selección se hace en base a criterios culturales y en función de criterios normativos. Así las nociones elaboradas por expertos son apropiadas por el sentido común quien las integra a su propio universo de manera más manejable.
- 2.- **Esquematización estructurante:** conduce a formar con las nociones seleccionadas un núcleo figurativo reproduciendo de manera visible una estructura conceptual donde los elementos tienen una fuerte resonancia existencial (p.e. el inconsciente evoca lo involuntario, lo escondido). El núcleo figurativo es una estructura imageante que constituye el sustrato de toda representación.
- 3.- **Naturalización:** Los elementos del esquema figurativo son concretizados, devienen entidades objetivas que uno observa en sí mismo y en los otros, estos adquieren el estatus de evidencia.

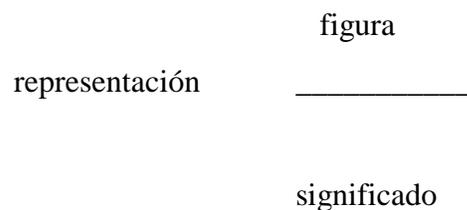
Independientemente del grado de abstracción del objeto a representarse, en toda representación se procede a seleccionar información y a generar un núcleo figurativo que opera

como su organizador. La diferencia se ubica a nivel del grado en el cual estas operaciones implican la necesidad de materializar o concretizar. Estas fases estarían presentes cuando el objeto es abstracto y lejano al grupo que se lo representa y ausente cuando el objeto es concreto y se encuentra en el campo de interacción de ese grupo.

El proceso de objetivación se desdobra en un segundo: el **anclaje** que se refiere al enraizamiento social y cognitivo del objeto y contribuye a darle un valor funcional a la representación como filtro de lectura de la realidad y guía de acción en el seno de las relaciones sociales. Este proceso se refiere a la significación y utilidad que le es atribuida dentro de un sistema de pensamiento pre-existente.

El anclaje sirve a la instrumentalización del saber. Se refiere a la atribución de significados, en función de sistemas de representación, de valores, de informaciones preexistentes. Los sentidos que adquieren las representaciones en cada grupo social evidencian el arraigo de esta en la vida colectiva y sus lazos con la cultura global. Estos significados cumplen una función, permiten utilizar la representación como sistema interpretativo que guía nuestra conducta. Esta función de mediación entre el individuo y su medio y entre los miembros de un mismo grupo convertidos en un lenguaje común van a servir para clasificar los individuos o los eventos, para constituir tipos frente a los cuales otros individuos van a ser posesionados y evaluados. Así se convierten en instrumentos referenciales que permiten comunicar en el mismo lenguaje, por lo tanto influenciar.

Estos dos procesos con los cuales Moscovici explica la elaboración de las representaciones sociales están directamente asociados a la fórmula que él utiliza para definir las: la estructura de cada representación aparece desdoblada, tiene dos caras tan poco dissociables como el anverso y reverso de una hoja de papel: la faz figurativa y la faz simbólica. La objetivación se correspondería con la faz figurativa y el anclaje con la faz simbólica.



Los elementos de significación y de interpretación presentes en el contenido de las representaciones, se expresan a través de las **dimensiones actitudinal, cognitiva y figurativa**.

La dimensión cognitiva o información: concierne la información que poseen los sujetos sobre el objeto de representación (no refiere a criterio de verdad).

La dimensión actitudinal: designa una orientación global, de orientación positiva o negativa del sujeto con respecto al objeto representado. Esta dimensión aparece en la génesis de la representación.

La dimensión figurativa o campo de representación: refiere a la operación imageante de la representación, es decir los productos y las trazas que han sido designados anteriormente en el proceso de objetivación.

Estas dimensiones permiten comparar los contenidos de las representaciones propias a diferentes grupos sociales o culturales.

Moscovici (1961) ha insistido sobre la importancia de la comunicación en el establecimiento de un universo consensual creado por las representaciones opuesto a aquel universo reificado de la ciencia. La **incidencia de la comunicación** es analizada a tres niveles:

1.- A nivel de las condiciones sociales de emergencia de las representaciones la cual refiere la dispersión y diferencia de la información que concierne al objeto, la diferencia de accesibilidad de los grupos y la focalización sobre ciertos aspectos en función de los intereses y de la implicación de los sujetos. De igual manera se destaca la presión a la inferencia, debido a la necesidad de fijar posición por parte de individuos y grupos, a objeto de obtener el reconocimiento y la adhesión de los otros.

2.- A nivel de la opinión, actitudes, estereotipos, dimensiones de la representación que se refieren a la expresión de la conducta y sobre los cuales intervienen los sistemas de comunicación mediática. Estos sistemas de acuerdo a los efectos buscados en la audiencia presentan propiedades estructurales diferentes: **difusión** que contribuye a la formación de opiniones, la **propagación** a aquella de las actitudes y la **propaganda** con aquella de los estereotipos. Palmonari (1986) ha desarrollado un cuarto sistema la proposición que se corresponde con el **compromiso de los actores**, en relación a los discursos que circulan en un campo social restringido (profesionales, políticos, p.e). La importancia de la comunicación en el establecimiento de **comportamientos y**

relaciones sociales ha sido destacada por Doise (1985) quien reconoce las representaciones sociales como principios generadores de tomas de posición vinculadas al conjunto de relaciones sociales y a los procesos simbólicos que intervienen en tales relaciones”.

Representaciones sociales, actitudes, opiniones

La noción de representación ha sido asociada a muchas nociones psicosociológicas: actitud, prejuicio, imagen, opinión, ideología. La noción de opinión implica para Moscovici (1961) una reacción de los individuos ante un objeto dado desde afuera, independientemente del actor social, de su intención o sus características; un lazo directo con el comportamiento; el juicio se refiere al objeto o el estímulo y de alguna manera constituye un anuncio, un doble interiorizado de la futura acción.

En este sentido se considera tanto una opinión, como una actitud únicamente del lado de la respuesta y como “preparación para la acción”. El concepto de imagen no está muy separado del de opinión, por lo menos en lo que concierne a los supuestos básicos. Se lo ha utilizado para designar una organización más compleja o más coherente de juicios o de evaluación. Podemos suponer que estas imágenes son una especie de “sensaciones mentales”, impresiones que los objetos y las personas dejan en nuestro cerebro. Al mismo tiempo, mantienen vivas “las huellas del pasado, ocupan espacios de nuestra memoria para protegerlos contra el movimiento del cambio y refuerzan el sentimiento de continuidad del entorno y de las experiencias individuales y colectivas”. Las imágenes parecieran desempeñar según la crítica del autor, una pantalla selectiva que sirve para recibir nuevos mensajes, y a menudo dirigen la percepción y la interpretación de estos entre los mensajes que no son completamente ignorados, rechazados o reprimidos. Así pareciera que la imagen está guiada por fines y que su función principal es seleccionar lo que viene del interior pero sobre todo del exterior.

Cuando se habla de representaciones sociales, se parte generalmente de otras premisas. En primer lugar se considera que no hay un corte dado entre el universo exterior y el universo del individuo (o del grupo) que, en el fondo, el sujeto y el objeto no son heterogéneos en su comportamiento y sólo existe para ellos en función de los medios y métodos que permiten conocerlo. La interacción juega aquí un rol fundamental, pues moviliza y otorga un sentido a las representaciones en el flujo de las relaciones entre grupos y personas. “Los conceptos de imagen, de

opinión y actitud no tienen en cuenta esas vinculaciones, ni la apertura que las acompaña. Se considera a los grupos en forma estática, no por lo que crean y comunican, sino porque utilizan y seleccionan una información que circula en la sociedad. Por el contrario, las representaciones sociales son conjuntos dinámicos, su característica es la producción de comportamientos y de relaciones con el medio, es una acción que modifica a ambos y no una reproducción de estos comportamientos o de estas relaciones, ni una reacción a un estímulo exterior dado” (Moscovici y Vignaux, 1994, p.26).

Se trata de sistemas que tienen una lógica y un lenguaje particulares, una estructura de implicaciones que se refieren tanto a valores como a conceptos, un estilo de discurso que les es propio. No los consideramos “opiniones sobre”, o “imágenes de” sino “teorías” de las “ciencias colectivas” sui generis, destinadas a interpretar y a construir lo real. Ellas no son ni el doble de lo real, ni del ideal, ni la parte subjetiva del objeto, ni la parte subjetiva del sujeto. Ellas son el proceso por el cual se establece su relación.

En resumen, el concepto de representación social atraviesa varios dominios del saber, de la historia a la antropología, pasando por la lingüística, porque se trata de la comprensión de las formas prácticas de saber y de saber práctico que cimentan nuestra vida social, nuestras existencias ordinarias. El concepto permite acceder a esos fenómenos o prácticas de saber o saberes prácticos que juegan un rol esencial, porque estos saberes se inscriben en las experiencias o situaciones vividas por los individuos, compartidas socialmente. También son saberes prácticos porque se constituyen en un conocimiento popular, que reformula permanentemente el discurso de las élites, de los expertos, de los poseedores de un conocimiento dicho savante o científico (Moscovici et Hewstone, 1983, 1984).

En este sentido, afirma Moscovici (1993) el concepto de representación social contribuye a la construcción de una antropología del mundo contemporáneo, por su interés hacia el sentido común, hacia los saberes sociales cuyos lenguajes y creencias llevan a los seres humanos a vivir y actuar conjuntamente, y porque subraya la naturaleza simbólica de lo social porque, parafraseando al autor, “lo importante no es tanto devenir social cuanto cambiar la concepción subyacente de lo social”.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Doise, W (1985) Les représentations sociales: définition de un concept. *Connexions*, 45, 242-250.

Durkeim (1898)

Ibañez, T. (1988) *Ideologías de la vida cotidiana*. Barcelona: Sendai.

Jodelet, D (2000) Representaciones sociales: contribución a un saber sociocultural sin fronteras. En D. Jodelet y A. Guerrero. *Develando la cultura. Estudios en representaciones sociales*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Lozada, M (1993) *Adhésion partisane et représentation des idéologies. Une approche du champ politique vénézuélien*. Thèse de doctorat nouveau régime. France: Université de Toulouse-Le Mirail.

Moscovici, S. (1961) *La psychanalyse, son image, son public*. Paris: Presses Universitaires de France.

Moscovici, S (1981) *Psicología de las minorías activas*. Madrid: Morata.

Moscovici, S (1993) *Razón y culturas*. En Acto solemne de investidura como Doctor Honoris Causa del Excmo Sr. Serge Moscovici, Universidad de Sevilla: España.

Moscovici, S, Mugni, G, Pérez, J.A. (1991) *La influencia social inconsciente*, Barcelona: Anthropos.

Moscovici, S. & Vignaux, G. (1994) *Le concept de thémata*. In Gruimelli (dir) *Structures et transformations des représentations sociales. Textes de base en sciences sociales*. Lausanne: Delachaux et Niestlé.

Moscovici, S. & Hewstone, M. (1983) *Social representations and social explanations: from the "naive" to the "amateur" scientist*. In M. Hewstone (ed) *Attribution theory social and functional extensions*. Oxford: Blackwell.

Moscovici, S. & Hewstone, M. (1984) *De la science au sens commun*. In S. Moscovici (ed) *Psychologie sociale*. Paris: Presses Universitaires de France.

Palmonari, A (1986) *Caractéristiques des représentations sociales*. En W. Doise et A. Palmonari. *L'Étude des Représentations Sociales. Textes de base en psychologie*. Lausanne: Delachaux et Niestlé.