

Representaciones sociales, medios y representaciones mediáticas

Leopoldo Tablante

Resumen

Este trabajo se propone explicar las nociones de representación social y de representación mediática. Se divide en dos partes: una dedicada al concepto de representaciones sociales y otra que se concentra en el concepto de representaciones mediáticas. Se comienza por enumerar a cuatro autores, Wilhelm Wundt, George Herbert Mead, Émile Durkheim y Gustave Le Bon, predecesores de las teorías de las representaciones sociales –a los que comentamos muy sumariamente– para pasar a definir las representaciones sociales de acuerdo con Serge Moscovici. Se hace énfasis en la importancia fundamental de la imagen en la representación, pasando por sus procesos formadores, la objetivación y el anclaje, y enumerando los tres sistemas de comunicación a través de los cuales las representaciones sociales pueden formarse o reforzarse: la difusión, la propagación y la propaganda. Estos tres sistemas de comunicación, contemplados en el *corpus* teórico de Moscovici, permiten hacer la transición hacia el concepto de representaciones mediáticas, elaborado por Sary Calonge Cole. De la representación mediática se distinguen dos dimensiones, una cognitiva y otra pragmática. La primera tiene que ver con las operaciones internas, tanto del sujeto como del medio, que posibilitan la articulación de signos mediáticos que muestran la realidad y la interpretación por parte del sujeto de los aspectos de la realidad mostrados

por los medios. La segunda se refiere a las condiciones en que los medios de comunicación social trans-miten sus representaciones y al vínculo dinámico existente entre sociedad y medios de comunicación.

Palabras clave: medios de comunicación social; representaciones mediáticas; representaciones sociales.

➤ Abstract

The goal of this paper is to explain the notions of social representation and media representation. It is divided in two parts: the first one deals with the notion of social representation; the second one with the concept of media representation. It starts by commenting four authors, Wilhelm Wundt, George Herbert Mead, Émile Durkheim, and Gustave Le Bon, considered predecessors of Serge Moscovici's theory of social representation. It stresses the importance of image in the representation, studying its processes of objectivation and anchorage, and enumerating the three communication systems involved in forming or strengthening social representations: diffusion, propagation, and propaganda. This three communication systems, rooted in Moscovici's theory, allow to make a transition towards the concept of media representation, elaborated by Sary Calonge Cole. From media representation two dimensions are distinguished: one cognitive and other pragmatic. The first one is linked with the internal operations, both of the individual and the medium, making the articulation of media signs possible. Media signs show reality and allow the receiver to interpret the reality aspects offered by the media. The second one refers to the environment where media expose their representations and to the dynamic connection existing between society and media.

Keywords: media; media representations; social representations.

➤ Résumé

Le but de ce travail est d'expliquer les notions de représentation sociale et de représentation médiatique. Il est divisé en deux parties: la première est consacrée au concept de représentation sociale et la seconde au concept de représentation médiatique. On commence par énumérer quatre auteurs, Wilhelm Wundt, George Herbert Mead, Émile Durkheim et Gustave Le Bon, considérés comme les prédécesseurs de la théorie de la représentation sociale. On définit ensuite la notion de représentation sociale de Serge Moscovici. On met l'accent sur l'importance fondamentale de l'image dans la représentation, en passant par ses procès de formation, l'objectivation et l'ancrage, et en énumérant les trois systèmes de communication au moyens desquels les représentations sociales peuvent tantôt naître, tantôt se

renforcer: la diffusion, la propagation et la propagande. Ces trois systèmes de communication, faisant partie du *corpus* théorique de Moscovici, permettent de faire la transition vers la notion de représentation médiatique, élaborée par Sary Calonge Cole. De la représentation médiatique on distingue deux dimensions, l'une cognitive et l'autre pragmatique. La première se rattache aux opérations internes, aussi bien du sujet que du média, rendant ainsi possible l'articulation des signes médiatiques qui montrent la réalité et l'interprétation par le sujet des aspects de la réalité montrés par les médias. La seconde concerne les conditions dans lesquelles les médias transmettent leurs représentations et le lien dynamique existant entre société et médias.

Mots clés: médias; représentations médiatiques; représentations sociales.

La televisión es un medio masivo que ha invadido nuestro espacio personal y que se ha convertido en nuestra principal y más inmediata fuente de información y entretenimiento. Su estrategia para conquistar el interés colectivo –ligada a su naturaleza técnica y a sus procesos sociales de producción– ha sido despojar de matices los aspectos de la realidad mostrada con el fin de simplificar el proceso de decodificación del receptor. Por otra parte, la televisión ha fomentado esta simplificación inscribiendo explícitamente sus contenidos en modos de vida aislables en el conjunto social.

La imagen televisiva tiene la particularidad de develar la apariencia de objetos existentes en el mundo real. Como signo icónico, ella mantiene una relación de semejanza con sus referentes, y justamente en la semejanza que la imagen televisiva mantiene con sus referentes es donde se funda, a efecto de sus receptores, la verosimilitud de los contenidos televisivos. La imagen televisiva comienza por denotar las características de los objetos a los que recurre, pero siempre connotará de acuerdo con las condiciones sociales y circunstancias contingentes de su grupo de receptores. En definitiva, la televisión muestra la realidad a través de representaciones mediáticas que, consumidas en su intimidad por los receptores, les permiten reconfigurar una realidad simbólica, sujeta a ser transformada en representación social. Este trabajo se propone justamente explicar las nociones de representación social y de representación mediática. Lo dividimos en dos partes: una dedicada al concepto de representaciones sociales y otra que se concentra en el concepto de representaciones mediáticas. Comenzamos por enumerar a cuatro autores, Wilhelm Wundt, George Herbert Mead, Émile

Durkheim y Gustave Le Bon, predecesores de la teorías de la representaciones sociales –a los que comentamos muy sumariamente– para pasar a definir las representaciones sociales de acuerdo con Serge Moscovici. Hacemos énfasis en la importancia fundamental de la imagen en la representación, pasando por sus procesos formadores, la objetivación y el anclaje, y enumerando los tres sistemas de comunicación a través de los cuales las representaciones sociales pueden formarse o reforzarse: la difusión, la propagación y la propaganda. Estos tres sistemas de comunicación, contemplados en el *corpus* teórico de Moscovici, nos permiten hacer la transición hacia el concepto de representaciones mediáticas, elaborado por Sary Calonge Cole. De la representación mediática se distinguen dos dimensiones, una cognitiva y otra pragmática. La primera tiene que ver con las operaciones internas, tanto del sujeto como del medio, que posibilitan la articulación de signos mediáticos que muestran la realidad y la interpretación por parte del sujeto de los aspectos de la realidad mostrados por los medios. La segunda se refiere a las condiciones en que los medios de comunicación social transmiten sus representaciones y al vínculo dinámico existente entre sociedad y medios de comunicación.

1. La teoría de las representaciones sociales

1.1. Antecedentes

La teoría de las representaciones sociales cuenta con antecedentes, entre los que cabe destacar autores como Wilhelm Wundt, George Herbert Mead, Émile Durkheim y Gustave LeBon. Cada uno de ellos tiene un peso más o menos importante, más o menos directo, en la teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. Proponemos ir enumerando los aportes de cada uno de estos autores para acercarnos poco a poco a las elaboraciones del propio Moscovici.

1.1.1 Wilhelm Wundt

Se considera a Wilhelm Wundt (1832-1920), autor de un vasto trabajo sobre *Völkerpsychologie* o "psicología de los pueblos" –consignado en diez volúmenes que suman más de cincuenta y tres mil páginas–, el precursor de la teoría de las representaciones sociales.

Este rol de precursor se justifica por varias razones. En primer lugar, Wundt afirma la existencia de un espíritu colectivo que envuelve y trasciende las diversas unidades grupales que coinciden en un pueblo. El objetivo de su programa de investigación, como él mismo lo explica, consiste en

mostrar los motivos psicológicos esenciales por los que se ha formado de lo originario lo posterior, de lo primitivo lo más perfecto, en parte bajo la violencia de las condiciones exteriores de la vida, en parte en virtud de la propia fuerza creadora del hombre¹.

Su método es cronológico y pretende verificar la existencia de diversas "edades" en la conformación de la psicología colectiva. Wundt evita sin embargo hablar de eras herméticamente separadas las unas de las otras, lo que impediría apreciar las gradaciones existentes entre esas diversas edades psicológicas. Para ello emplea el término de "representación", que dentro de su teoría designa un punto de referencia característico que engloba

sentimientos y motivos de la conducta, en torno de los cuales pueden ser agrupados los fenómenos, los cuales deben hacerse resaltar como motivos centrales a fin de obtener una división conveniente en períodos de los fenómenos de la psicología de los pueblos².

Vemos que para Wundt "representación" funciona como una noción que agrupa fenómenos que caracterizan los estadios de evolución de la psicología colectiva en un momento específico de su historia. Ahora bien, ¿cómo se manifiestan para Wundt esas representaciones que fijan etapas en la psicología colectiva?

Responder esta pregunta nos hace llegar a la segunda razón que justifica la importancia de Wundt en la configuración de los conocimientos que condujeron a la formulación de la teoría de las repre-

¹ Wilhelm Wundt. *Elemento de psicología de los pueblos. Bosquejo de una historia de la evolución psicológica de la humanidad*, citado por Francisco Javier Tirado: "La vigencia de Wundt". En: *Atenea Digital*, n. 3, primavera de 2003. [Consulta: 05/05/2004]. www.bib.uab.es/pub/athenea/15788646n3a7.pdf, p. 7.

² *Idem.*, pp. 5-6.

sentaciones sociales. La palabra *Völkerpsychologie* constituía un neologismo para la época en que Wundt elaboró sus reflexiones. Ese neologismo poseía no obstante dos acepciones distintas. La primera se relacionaba con un

conjunto de consideraciones psicológico-etnográficas referentes a las cualidades intelectuales, morales y otras de orden psíquico de los pueblos en el respecto de las relaciones que guardan entre sí, y con el espíritu de la política, el arte y la literatura. Tratábase igualmente de una caracterología de los pueblos actuales y de otros pueblos cultos, como el francés, el inglés, el alemán, el americano, etc.³.

Es decir, la psicología de un pueblo es un asunto de expresión que se constata a través de los productos simbólicos producidos tanto por las instituciones, los ritos sociales y las creaciones de orden estético de una sociedad dada. La psicología de un pueblo igualaría a una colectividad en los límites de una cultura. Por ello, al final de esta reflexión, Wundt señala que las psicologías de los diferentes pueblos ensamblan una caracterología dentro de la cual diferentes pueblos toman distancia entre sí, siendo su punto de referencia sus diferencias culturales, que develan su psicología y aclaran la de los demás. Como la psicología de un pueblo es un fenómeno de expresión, puede decirse que ésta puede ser considerada un problema de comunicación.

La segunda acepción que Wundt le da al término psicología del pueblo se inclina aún más hacia el terreno de la comunicación. Los precursores de este campo de estudio fueron un filósofo, Moritz Lazarus, y un lingüista (o, más bien, filósofo de la lingüística), Heymann Steinthal, además de la *Revista de psicología de los pueblos y de filología*, publicada a partir del año 1800. Sobre el último de los dos autores mencionados valdría hacer una breve digresión.

Heymann Steinthal fue un filósofo preocupado por descubrir leyes de asociación entre pensamiento y lenguaje evitando la generalización -típica del siglo diecinueve- que afirmaba, con carencia de pruebas

³ *Idem.*, pp. 2-3.

empíricas, que el lenguaje era la materialización del pensamiento. La prudencia de Steinthal puede ser considerada como influencia del psicólogo alemán Johann Friedrich Herbart, quien distinguió entre lógica (ética intelectual que regula la "corrección" del pensamiento) y psicología (ciencia que rebasa con creces lo que a principios del siglo diecinueve todavía se definía como "facultad del ánimo" y que tiene en realidad que ver con procesos cognitivos, investigados rigurosamente desde finales del siglo diecinueve)⁴. La lógica individual permite discriminar entre representaciones pertinentes, forjadas por las culturas de las sociedades, y la integra a los procesos mentales de los individuos.

Puesto que los procesos cognitivos requieren de un medio, natural y/o cultural, que proporcione representaciones, Wundt, mencionando la *Revista de psicología de los pueblos y de filología*, así como el trabajo de Lazarus y Steinthal, afirma que

todos los fenómenos de los que se ocupan las ciencias psíquicas son [...] producto de la colectividad (*Völksgemeinschaft*), así el lenguaje no es obra casual de un individuo, sino del pueblo que lo ha creado, y hay, en general, tantas lenguas distintas cuantos pueblos originariamente existen⁵.

Es decir, la psique de los pueblos está compuesta a su vez por unidades representativas de origen social que se manifiestan ulteriormente por el lenguaje, por las instituciones y por las creaciones estéticas de esos pueblos. La acumulación de esas unidades representativas se da por medio de un proceso gradual que el autor, mencionando el Estado y la religión, describe en estos términos:

El Estado nacional y la religión nacional no constituyen límite duradero para el esfuerzo del espíritu humano; las asociaciones

⁴ A este respecto ver Campogiani, Marco. *L'elemento logico del linguaggio. Grammatica e logica nella riflessione filosofica da Hegel a Steinthal (VII capitolo Steinthal: per una filosofia della linguistica)*. [Consulta 22/06/2004] http://utenti.lycos.it/marco_campogiani/Dottorato/Steinth.htm.

⁵ Wilhelm Wundt, *op.cit.*, citado por Francisco Javier Tirado, *op.cit.*, p. 3.

nacionales se convierten en humanas. Así comienza una evolución en la que nos hallamos todavía. Se puede por esto designar también como transitoria. Solamente podemos hablar hoy de una evolución hacia la humanidad, no de la humanidad⁶.

Subyace una especie de evolucionismo simbólico –herencia de Charles Darwin– en los razonamientos de Wundt que afirma una idea de “elevación” permanente del género humano. Esto impide hablar de un estadio definitivo en la evolución psicológica de un pueblo.

Vemos que el lenguaje desempeña un papel determinante en la manifestación de las representaciones que dan cuenta del estadio en que se encuentra la psicología de un pueblo. Este rol del lenguaje será el objeto de estudio principal de un discípulo de Wundt, el psicólogo social estadounidense George Herbert Mead, profesor en la Universidad de Chicago y fundador de la escuela llamada del “interaccionismo simbólico”.

1.1.2. George Herbert Mead

Discípulo entre 1888 y 1889 de Wundt en la Universidad de Leipzig, donde se familiarizó también con las ideas del darwinismo, Geogre Herbert Mead (1863-1931) se interesó en el lenguaje como elemento determinante de la comunicación entre los seres humanos. La suya es una teoría de comunicación en el más riguroso sentido de la palabra. Desarrolló su teoría mientras dictaba sus cursos en la Universidad de Chicago –centro de la lingüística pragmática norteamericana–, y muchos textos suyos, consultables hoy en día, son ediciones ulteriores de anotaciones de clase de sus discípulos.

El pragmatismo de la Universidad de Chicago, fomentado principalmente por autores como James Hayden Tufts, John Dewey y el propio Mead, era tributario de las contribuciones previas de autores como Charles Sanders Peirce y William James. El peso de la lingüística en la Universidad de Chicago y su herencia wundtiana impulsaron a Mead en la corriente de formular un programa de investigación cuyo objetivo residía en demostrar la existencia de una inercia social que encarna

⁶ *Idem.*

en representaciones significativas que tejen el lenguaje y con el que una colectividad puede interactuar simbólicamente, de donde la denominación de "interaccionismo simbólico" de su escuela.

Mead entendía esa inercia social desde una perspectiva conductista que podría esquematizarse así: nos dejamos llevar por la corriente de todas las conductas que configuran la vida social, y ese arrastre nos permite ir desarrollando un pacto tácito con los otros miembros de nuestra sociedad, pacto que se realiza en el lenguaje. Si existe comunicación es porque los miembros de un grupo social cuentan con un denominador común formado por signos lingüísticos que determinan nuestras acciones. Para explicar la evolución de ese denominador común, Mead propone el proceso de elevación del gesto al símbolo. El gesto es nuestra reacción nerviosa, activada por los estímulos exteriores que llegan a la corteza cerebral, que, a su vez, genera una orden que nos hace actuar de determinada manera. Cobramos conciencia de que el estímulo implica una reacción propia que a la larga podemos incluso prever. Esa previsión conduce a que podamos volverla una unidad abstracta y a que, siguiendo en esa línea, seamos capaces de investirla de significación. El gesto antecede al símbolo, al lenguaje: el reflejo natural es anterior a su denominación por medio de un concepto. La generalización del uso de ese concepto es lo que constituye el lenguaje socialmente compartido:

cuando [el] gesto representa la idea que hay detrás y provoca esa idea en el otro individuo, entonces tenemos un símbolo significante. Cuando el gesto llega a esa situación, se ha convertido en lo que llamamos 'lenguaje'. Es ahora un símbolo significante y representa cierto significado⁷.

De modo que el lenguaje, antes de representar unidades significativas superiores y asentadas por la cultura de las sociedades, representa conductas derivadas de reacciones psicológicas y físicas elementales. Mead ilustra la cuestión con este ejemplo emblemático:

⁷ George Herbert Mead. *Espritu, persona y sociedad*, p. 88.

La significación de una silla es sentarse en ella, la significación del martillo es clavar el clavo; y estas acciones pueden ser inervadas [motivadas por el sistema nervioso central], aunque no sean ejecutadas. La inervación de estos procesos en el sistema nervioso central es quizás necesaria para lo que llamamos significación⁸.

La inervación que se lleva a cabo en nuestro sistema nervioso central –que consiste en la emisión de una señal eferente que, ante un estímulo exterior, nos haga ejecutar una acción corporal determinada, un gesto– es intelectualizada hasta el punto de ser sintetizada en un signo lingüístico que posibilitará la comunicación convencional con nuestros semejantes.

Vemos que Mead suscribe el evolucionismo darwinista que ya habíamos notado en Wundt y que, como su maestro, afirma la sofisticación progresiva del mundo simbólico humano desde acciones y razonamientos básicos. Se destacan en la obra de Mead dos argumentos que permiten considerarlo como antecedente de la teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici: el primero es que el ser humano se consume como tal a través del proceso de la comunicación; el segundo es que ese proceso de la comunicación es posible porque los hombres comparten representaciones significativas, asimiladas mentalmente, que les permiten establecer un contrato de contenidos comunes. Para nuestro autor, la comunicación entraña el intercambio de experiencias comunes, experiencias introducidas en las "cápsulas" que son los signos.

1.1.3. Émile Durkheim

Si bien es cierto que uno de los grandes influjos intelectuales de la obra de George Herbert Mead fue la filosofía lingüística alemana, su relación con la sociología de la escuela francesa es mucho menos patente. De hecho, su contemporáneo, Émile Durkheim (1858-1917), el sociólogo francés más importante e influyente de su tiempo, discípulo de la Escuela Normal Superior de París, no le tenía mucha fe a la psicología social⁹, sobre la que escribió: "La psicología social, que

⁸ *Idem.*, p. 139.

⁹ Prólogo a George Herbert Mead, *idem.*, p. 11.

debería tener por misión determinar [las leyes de la ideación colectiva], casi no es más que una palabra que designa toda suerte de generalidades, variadas e imprecisas, y sin objeto definido"¹⁰.

Independientemente de su falta de entusiasmo por la psicología social, y a pesar del rigor positivista de su teoría –evidenciado por su insistencia en objetivar los hechos sociales, considerándolos como "cosas"–, Durkheim accedió al terreno teórico de la psicología social acuñando un término que es el antecedente directo del concepto de representaciones sociales: "representaciones colectivas". En primer lugar, Durkheim habla de un modo general de una entidad teórica que él llama "conciencia colectiva" y que señala la inmanencia de la sociedad en el individuo. El autor se expresa así:

[...] al mismo tiempo que la sociedad es trascendente con respecto a nosotros, nos es inmanente, y la experimentamos como tal. Al mismo tiempo que nos desborda, nos es interior, puesto que ella no puede vivir sino en nosotros y por nosotros. O, más bien, ella es nosotros mismos en cierto sentido, y nuestra mejor parte además¹¹.

Es decir, como individuos, vivimos la sociedad a través de lo que un psicólogo cognitivo llamaría destrezas mediadoras. Esas destrezas, que la misma sociedad ha incorporado en nosotros (el lenguaje o los esquemas mentales con que recomponemos el mundo), nos permiten representárnosla, reconstituirla en nuestro imaginario y manifestarla.

Si la conciencia colectiva es para Durkheim la vida de la sociedad en el individuo –fenómeno de por sí bastante abstracto–, el mismo autor llama "representación" una función intelectual que nos permite interiorizar aspectos de nuestra realidad y que nos permitiría más tarde hacernos ideas sobre ella. En sus *Reglas del método sociológico*, Durkheim nos pone en guardia sobre el efecto adverso que las representaciones pueden ejercer sobre el trabajo científico. Las representaciones que un individuo pueda hacerse sobre aspectos relativos a su propia vida o, más generalmente, a la vida social, le transmiten un

¹⁰ Émile Durkheim. *Las reglas del método sociológico*, p. 26.

¹¹ Émile Durkheim. *Sociologie et philosophie*, citado en el prólogo al libro de George Herbert Mead, *op.cit.*, p. 11.

conocimiento incompleto de la realidad al que el autor resta toda validez. Tal forma de conocimiento es no obstante indisociable de la vida social. Veremos más adelante que este señalamiento de Durkheim constituye la médula de la teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici.

Hasta ahora nos hemos limitado a comentar qué entiende nuestro autor por representación y hemos podido reparar en que para él las representaciones son modos de conocimiento ingenuo desprovistos de utilidad científica. Ahora bien, ¿en qué se diferencia esa representación cuando se le agrega el epíteto "colectiva"?

Las representaciones colectivas designan para Durkheim conocimientos generales de alcance social que "manifiestan cómo se reflexiona el grupo en sus relaciones con los objetos que lo afectan"¹². Es decir, la representación colectiva es un producto cognitivo elaborado por las colectividades para comprenderse con relación a los fenómenos (objetos) que se hallan fuera de ellas. Cuando Durkheim emplea el término "manifestación", introduce la representación colectiva como un fenómeno de comunicación que puede presentarse de varias formas que expresan ideas de alcance colectivo: "Los mitos, las leyendas populares, las concepciones religiosas de toda clase, las creencias morales, etc., expresan una realidad distinta de la individual"¹³. Es decir, la representación colectiva —como ya habíamos visto en el caso de Wundt— se consume cuando se expresa a través del habla, de las instituciones o de las creaciones estéticas. Compartidas por los individuos en sus intercambios comunicativos, ellas constituyen las estructuras mínimas que erigen el compromiso gregario. Las representaciones de mayor fortaleza o prestigio son las que más susciben los individuos y son las que, a la larga, pueden llegar a darle estabilidad cultural a una sociedad. De una manera más exhaustiva y concluyente, Durkheim anota que las representaciones colectivas son producto de la necesidad inherente al hombre de hacerse ideas sobre su entorno, ideas que, desde luego, están lejos del conocimiento exhaustivo y sistemático:

¹² Émile Durkheim, *op.cit.*, p. 25.

¹³ *Idem.*, p. 26.

[...] si el detalle, si las formas concretas y particulares se nos escapan, nos representamos por lo menos los aspectos más generales de la existencia colectiva en conjunto y de una manera aproximada, y estas representaciones esquemáticas y sumarias son las que constituyen aquellas prenociones que nos sirven para los usos corrientes de la vida. No podemos ni soñar poner en duda su existencia, pues las percibimos al mismo tiempo que la nuestra. No solamente están en nosotros, sino que son un producto de experiencias repetidas, a consecuencia de la repetición y del hábito que es su consecuencia tienen una especie de ascendente y de autoridad¹⁴.

Es decir, las representaciones colectivas, como lo serán las representaciones sociales para Serge Moscovici, son construcciones simbólicas que impregnan la psique del individuo durante su proceso de socialización. Existe, sin embargo, una diferencia entre el concepto de Durkheim y el de Moscovici: si el primero habla de sus "representaciones colectivas" como de formas que "no podemos ni soñar poner en duda", Moscovici –lo veremos en su momento– plantea sus representaciones sociales como un conjunto de conocimientos flexible que admite aportes y actualizaciones sucesivas.

1.1.4. Gustave Le Bon

La prudencia epistemológica de Durkheim contrasta con la excesiva seguridad en sí mismo de Gustave Le Bon (1841-1931). Incluso, podríamos encontrar en Le Bon la causa de la cautela de Durkheim ante la emergente psicología social, cuyos primeros resultados sustantivos comenzaban a darse a conocer entre finales del siglo diecinueve y comienzos del veinte.

En los textos de Le Bon nunca dejamos de toparnos con estereotipos desconcertantes que delatan misoginia, elitismo, racismo, etnocentrismo (cultural y de clase) y segregacionismo, aparte de un sesgo liberal evidente que contribuye a restarle imparcialidad científica a su obra. Eso sí: también hay en ellos una lucidez producto de una aguda apreciación de la historia así como de su cercanía a los círculos del

¹⁴ *Idem.*, p. 48.

poder de su época. Si bien es cierto que consideramos necesario hacer estas advertencias aquí, somos conscientes de que tales observaciones no aclaran gran cosa sobre Le Bon como predecesor de la teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici.

La influencia de Le Bon sobre Moscovici es significativa. Parte importante de un estudio de este último, *La era de las multitudes*, fue producto de una revisión exhaustiva de un texto de Le Bon, *Psicología de las multitudes* (comentado a su vez por Sigmund Freud en su conocido ensayo *Psicología de las masas*). A pesar de ser *El psicoanálisis, su imagen y su público*—que no *La era de las multitudes*— el texto donde Moscovici desarrolla su teoría de las representaciones sociales, creemos sin embargo que la acepción de representación manejada por Le Bon puede vincularse con la que encontraremos más tarde en Moscovici.

¿Cómo emplea Le Bon el término de representación? Para tratar de responder esta pregunta hemos buscado referencias en dos textos, *Psicología de las multitudes* y *Las opiniones y las creencias*. Tanto en el primero como en el segundo la idea central del autor es prácticamente la misma: para convencer a una multitud, su líder debe ocuparse de afirmar, repetir y propiciar el contagio de las ideas y las creencias que juzgue conveniente para llevar a cabo su particular empresa política.

En la primera de las obras mencionadas, Le Bon expone la expresión "imaginación representativa", que guarda semejanzas —tendremos ocasión de constatarlo— con lo que Moscovici llama "poder de la imaginación" en su concepto de representación social. Le Bon escribe: "[...] en las muchedumbres la imaginación representativa es muy poderosa, muy activa y susceptible de ser vivamente impresionada. Las imágenes evocadas en su espíritu por un personaje, un acontecimiento, un accidente, tienen casi la vivacidad de las cosas reales"¹⁵. Le Bon se refiere con esta frase al hecho de que un líder carismático, al evocar una imagen cargada de afectividad y pronunciada en términos simples y categóricos, puede hacérsela experimentar a la multitud como si se tratara de una cosa real y tangible. La imagen es el origen de la representación, que es la idea abstracta suscitada por la imagen. Le

¹⁵ Gustave Le Bon. *Psicología de las multitudes*, p. 74.

Bon aclara su planteamiento a través del caso de la representación teatral, que, para él, es la conjunción de una puesta en escena –imagen– y un texto que hacen que el espectador recree mentalmente una situación ficticia que a su vez es capaz de suscitarle emociones.

Imagen y palabra merecen consideraciones más puntuales en *Las opiniones y las creencias*, donde Le Bon, en un esfuerzo de profundización cognitiva, define la "representación mental" como una idea derivada de sensaciones y palabras que se fijan en el espíritu¹⁶ y que evocan situaciones que no forman necesariamente parte de la vida real de un individuo. En Le Bon encontramos nuevamente la idea de que la representación se realiza a través de un acto de expresión (de comunicación). En ese acto de expresión se transmiten insumos visuales u orales perceptibles por muchos individuos, insumos con los que éstos pueden figurarse y extraer emoción de una situación que no forma parte de su realidad.

La obra de Le Bon se presenta como un conjunto de verdades consumadas sobre el comportamiento de las masas, en especial cuando éstas son dirigidas según la voluntad de un líder carismático. Si bien es cierto la lucidez del autor es notable, abundan en sus razonamientos inferencias o suposiciones extraídas de la historia o de sus propias experiencias que carecen de fundamento empírico. Es de hacer notar, sin embargo, que Le Bon sigue un esquema que, si bien no ofrece siempre claves científicas sólidas para comprender la inoculación de creencias en el colectivo, sí constituye un intento de sistematización del pensamiento en el sentido de la búsqueda de razones que expliquen el funcionamiento de la psique colectiva. Esta preocupación lo une con Serge Moscovici, quien, por medio de la formulación del concepto de representación social, se aventuró justamente a indagar cómo los individuos reunidos en sociedad forjan

¹⁶ Gustave Le Bon. *Les opinions et les croyances. Genèse, évolution*, p. 90. Traducción del autor siguiendo la versión electrónica editada por Jean-Marie Tremblay, profesor de sociología en el Cegep de Chicoutimi y puesta en la red por la Biblioteca Paul-Émile Boulet de la Universidad de Québec en Chicoutimi en el marco de la colección "Les classiques des sciences sociales" [Consulta: 27/04/2004]. [http:// http:// www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/classiques/ le_bon_gustave/opinions_et_croyances/opinions_et_croyances.html](http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/classiques/le_bon_gustave/opinions_et_croyances/opinions_et_croyances.html).

un conocimiento de sentido común sobre su circunstancia, conocimiento que se alimenta de opiniones y creencias previas al mismo tiempo que motiva la aparición de opiniones y creencias nuevas.

1.2. El concepto de representación social

Serge Moscovici, en su obra *El psicoanálisis, su imagen y su público*, publicada en 1961, realizó una investigación sobre la manera en que los postulados del psicoanálisis se popularizaron en Francia en los años cincuenta y establecieron en la colectividad representaciones sociales impregnadas de ideas e imágenes pseudo científicas provenientes de esta rama de la psicología. Es decir, como parte del espíritu del tiempo, los sujetos de la sociedad francesa incorporaron a su imaginario y a su discurso el psicoanálisis como una herramienta conceptual para explicarse individual y socialmente, herramienta que, más tarde, travestiría el sentido común de la sociedad de un barniz científico. A la larga, la tendencia de remitirse al psicoanálisis configuró un código y sentó las bases de una modalidad informal de conocimiento.

Las representaciones sociales se definen como "un *corpus* organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres vuelven la realidad física y social inteligible, se insertan en un grupo o dentro de una relación cotidiana de intercambios y liberan los poderes de su imaginación"¹⁷. La representación social ayuda a que nos afirmemos en certezas sobre el funcionamiento de las cosas. Ella nos permite también fijar junto con nuestros semejantes en el grupo social un denominador de entendimiento común. Martín Mora agrega que la representación social es un "conocimiento de sentido común que tiene como objetivos comunicar, estar al día y sentirse dentro del ambiente social, y que se origina en el intercambio de comunicaciones del grupo social"¹⁸. El hecho de compartir representaciones sociales nos permite estar al tanto de las referencias imprescindibles que forman parte de nuestro día a día.

¹⁷ Serge Moscovici. *La psychanalyse, son image et son public*, pp. 27-28. Traducción del autor.

¹⁸ *Idem.*, p. 77.

Luego de la publicación de *El psicoanálisis, su imagen y su público*, Moscovici asumió la responsabilidad de convertirse en uno de los primeros divulgadores y renovadores de su propia teoría, así como en el principal formador de seguidores. Según Pablo del Río Pereda, el autor introdujo, en una obra de 1984 (*Psychologie sociale*), dos modificaciones que, a nuestro entender, son más bien la consolidación de dos ideas presentes en el libro de 1961. Del Río Pereda dice que posteriormente Moscovici planteó las representaciones sociales como 1) una forma concreta más de adquirir conocimiento y 2) como una forma más de comunicar el conocimiento adquirido¹⁹, dos dimensiones que en realidad se encuentran presentes en el concepto comentado más arriba. En él, como acabamos de ver, se señala que la representación implica la actividad psíquica de los sujetos reunidos en sociedad para volver la realidad física y social inteligible (primer punto) y que es, además, un *corpus* organizado de conocimientos que, transmitido socialmente (como todo conocimiento), permitirá a los sujetos reunidos en sociedad intercambiar contenidos comunes y liberar los poderes de su imaginación. Ambas ideas afirman la representación como catalizador y producto de un proceso de la comunicación.

Robert Farr resalta el aspecto comunicacional de la representación social. Para el autor, la representación social es "[...] una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos"²⁰. La representación social asienta ya sea un sistema de comunicación, ya sea el código en el que éste opera. Anteriormente, al referirnos a la noción de representación colectiva, señalamos que Durkheim advertía que la representación nos traspasa e impregna nuestro pensamiento individual, que luego volcamos en la vida social. Al respecto, Del Río Pereda, refiriéndose a Moscovici, ha hecho esta acotación, que va en la misma dirección: "Las representaciones sociales tendrían [...] mayor peso que los pensamientos individuales y guiarían éstos: nuestras

¹⁹ Pablo del Río Pereda. *Psicología de los medios de comunicación*, p. 310.

²⁰ Robert Farr citado por Martín Mora: "La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici". En: *Atenea Digital*, (2), otoño 2002, p. 7. [Consulta 19/09/2003 y 22/09/2003]. www.bib.uab.es/pub/athenea/15788646n2a8.pdf.

representaciones no dependen de nuestra manera de pensar, sino al revés"²¹.

En el caso del psicoanálisis, que fue el objeto a través del cual Moscovici formuló la teoría de las representaciones sociales, podría decirse que la jerga psicoanalítica ofrece puntos de vista con los que las personas creen comprender tanto conductas propias como tendencias sociales. Quien ha vivido en zonas muy influenciadas por el psicoanálisis –las grandes aglomeraciones urbanas de Francia o megalópolis como Buenos Aires o Nueva York– sabrá que sus ciudadanos –sobre todo si han cursado algunos años de educación universitaria– tienen la costumbre de comprender los traumas o las debilidades de las personas desde una lucidez "psicoanalítica". ¿Qué otra cosa son las películas de Woody Allen sino la sistematización humorística en cine de las imágenes y los conceptos del psicoanálisis? Quien se entera, por ejemplo, de la crisis personal de un amigo o conocido, sea ésta conversión a la homosexualidad, suicidio, violencia doméstica o depresión, adopta enseguida una actitud "terapéutica" y se deja llevar por el reflejo de enumerar los datos –escasos o abundantes, poco importa– de la historia de vida de ese individuo. Por ejemplo, que tuvo una relación difícil con la madre, lo que se entiende como un Edipo no resuelto, catalizador de los cambios profundos y abruptos que se están operando en su alma. Se trata sin duda de un "análisis salvaje" pero con ínfulas intelectuales. Como lo explica en palabras sencillas el propio Moscovici: "Después de la aparición del psicoanálisis ya no se dice solamente que alguien es testarudo o querellante, también se dice que es agresivo o reprimido"²². En su teoría, Moscovici habla de un "modelo figurativo" para referirse al empleo de *aficionado* del conocimiento científico para imprimirle gravedad al sentido común²³.

En resumen, la representación social se presenta como un conjunto de conocimientos de sentido común sistematizados en las comunicaciones cara a cara entre individuos comunes y corrientes. Estos conocimientos, sedimentados en el lenguaje y en la conciencia de los

²¹ Pablo del Río Pereda, *op.cit.*, p. 311.

²² Serge Moscovici, *El psicoanálisis, su imagen y su público*, p. 77.

²³ *Idem.*, p. 86.