

del resultado de las valoraciones comparativas establecidas entre el grupo de pertenencia y grupos de referencia. Dichas valoraciones no se construyen a partir de características objetivas propias de cada grupo, sino de las representaciones elaboradas social, histórica y culturalmente en las interacciones, dependiendo, entre otros factores, de las relaciones de poder entre los grupos.

El proceso de comparación intergrupala y de construcción de las identidades sociales será objeto de un apartado específico en este trabajo, donde veremos en mayor profundidad estos procesos y algunos factores implicados.

3. REPRESENTACIONES SOCIALES, ESTEREOTIPOS E IDENTIDAD SOCIAL

3.1. Representaciones sociales y estereotipos

Las representaciones sociales son enunciados figurativos contruidos por un grupo, desde una posición de pertenencia social, sobre sí mismo (endogrupo) y sobre otros grupos (exogrupos). Las representaciones sociales tienen la propiedad de facilitar la aprehensión e interpretación de la realidad porque permiten su reducción a categorías simples y operativas. De hecho, representar es, en primer lugar, clasificar, relacionar un contenido a una etiqueta o un código, lo que facilita procesar las informaciones, analizar las situaciones y tomar decisiones.

Al incluir un individuo en una categoría se le está relacionando a un prototipo, un modelo, que implica asignarle un conjunto de características comunes a los miembros de esta categoría y establecer diferencias significativas con miembros de otras categorías. En este caso, buscamos una mayor comprensión de los procesos implicados en la conformación de las identidades personales y grupales, que, como hemos expuesto anteriormente, constituyen una de las funciones básicas de las representaciones sociales.

Una de las formas más frecuentes de representación social son los estereotipos grupales, que son definidos como una imagen mental, en

general muy simplificada, de alguna categoría de personas, institución o acontecimiento que es compartida por un gran número de personas en sus características esenciales (Tajfel, 1984). Tajfel afirma que *“la representación social es más que el estereotipo, pero éste constituye una parte importante de la representación social”* (1982, p. 22). Como se puede observar, la utilización de ambos conceptos no supone un dilema, no son teorías antagónicas, sino al contrario, las consideramos perspectivas complementarias para la comprensión de fenómenos muy complejos.

Los estereotipos básicamente implican asignar características comunes a los miembros de un mismo grupo y marcar diferencias con relación a otros grupos. Para entender los estereotipos, antes es necesario pensar en la necesidad de la identidad, pues existe la creencia de la semejanza entre los objetos que pertenecen a una misma categoría. Está ampliamente demostrado que, si los individuos creen que dos estímulos pertenecen a la misma categoría, los considerarán más parecidos que si no los hubiesen categorizado (Billig, 1986; Moscovici, 1985; Tajfel, 1984). Existe la ilusión de identidad, o mejor, de igualdad, entre los miembros de un mismo grupo, que es reforzada a través de la comparación con otros grupos, destacándose las diferencias con éstos en términos intergrupales y las semejanzas entre los miembros considerados del mismo grupo.

Deschamps (1983) y Turner (1983) hacen hincapié en la importancia que tienen los efectos de similaridad y contraste como factores determinantes en la categorización de los elementos sociales. El proceso de categorización posee una importancia fundamental para el ser humano, ya que gracias al agrupamiento de elementos dentro de diversas categorías es posible organizar y simplificar el entorno, de tal manera que los individuos puedan adaptarse a las situaciones de la vida cotidiana. Doise (1978) afirma que es a través de la categorización como las personas adquieren una posición estable que les permite manejar las situaciones ambiguas e inciertas.

Los estereotipos pueden ser considerados también como un sistema de creencias sobre los niveles más primarios o probabilidad de aparición de conductas, pensamientos y sentimientos en los miembros de un grupo. "Un estereotipo activado actuaría como una regla cognitiva de decisión y de resolución de problemas, que permitiría inferir características, causas, razones, y decidir acciones ante sujetos dados" (Páez y Ayestarán, 1987, p.

223). En la medida en que un sujeto es adscrito a una categoría social, se le atribuyen determinadas características y se espera que piense, que sienta y que se comporte en coherencia con estas características. En consecuencia, los demás interactuarán con él a partir de las expectativas que tengan en relación a la categoría. Los sujetos no son tomados como individuos, sino como parte de un grupo y son percibidos como muy similares entre ellos. “Un estereotipo acerca de un grupo étnico se define generalmente en términos de un consenso de opinión concerniente a los rasgos que se atribuyen a ese grupo” (Tajfel, 1984, p. 143). Este proceso de desindividualización hace que las informaciones que se recuerdan sobre los miembros de una categoría sean menos detalladas, en comparación con las que se recuerdan de sujetos individualizados.

En juicios evaluativos, particularmente cuando los grupos son comparados en relación con una misma dimensión, surge una discriminación positiva a favor del propio grupo. Aun así, las evaluaciones intergrupales tienden a implicar varias dimensiones y no siempre el endogrupo es evaluado más positivamente en todas las dimensiones. Además, si el que observa, aparte de percibir a los sujetos como miembros de un grupo, se sitúa como miembro de otro grupo relevante, se acentúan las tendencias anteriores. Se prefiere la información que aumenta la diferencia entre los grupos: la memorización y el recuerdo de la información se sesga en el sentido de que se incrementan las diferencias intergrupo percibidas (Doise, 1985; Tajfel, 1984).

3.2. De los procesos representacionales colectivos a los comportamientos discriminatorios

Las representaciones sociales y los estereotipos tienen un importante papel en la construcción de la identidad grupal; al existir un sistema de representaciones comunes dentro de un grupo, éste permite demarcar diferencias con exogrupos, los “otros”. Esto se consolida por la implicación afectiva que supone la necesidad de pertenencia a un grupo y de identificación entre sus miembros.

Otro concepto importante, que generalmente está vinculado al de estereotipo, es el de prejuicio, que puede ser definido como un juicio no comprobado, favorable o desfavorable sobre una persona o grupo, que implica una actitud coherente. “Los prejuicios se sitúan en el nivel de los

juicios cognitivos y de las reacciones afectivas” (Bourhis, Gagnon y Moïse, 1996, p.141). En el prejuicio, el componente afectivo es marcadamente predominante y el estereotipo es la parte conceptual o cognoscitiva de un prejuicio.

El proceso de categorización parece ser inherente a los mecanismos de conocimiento social, se aprehende la realidad separando sus elementos e incluyéndolos en categorías más simples, que sintetizan la información. De ahí se pasa a la atribución de juicios o valoraciones positivas o negativas a las categorías, siempre en función del contexto histórico y social donde se ubican. Sin embargo, no existe una relación automática entre prejuicio y comportamientos discriminatorios (Billig, 1985 y 1996). Así, un grupo puede hacer una evaluación negativa sobre otro, sin que esto implique un comportamiento abiertamente hostil, aunque en las relaciones cotidianas esto se puede entrever en mecanismos más o menos sutiles y no explícitos de discriminación. Las formas en que se manifiestan los estereotipos y prejuicios dependerán siempre del marco contextual, por ejemplo, dentro del régimen nazi los prejuicios raciales se manifestaron abiertamente, con consecuentes comportamientos discriminatorios y hostiles, pero en una democracia contemporánea, que supone valores como la igualdad y la tolerancia, los prejuicios se manifiestan a través de mecanismos sutiles y discretos, que no desafien abiertamente los valores reconocidos públicamente, lo que se viene denominando lo “políticamente correcto”.

En cuanto al cambio de los estereotipos, en relación con la viabilidad de desconfirmación de un estereotipo, sucede que cuando la información es positiva es más fácil desconfirmar que confirmar, mientras que con la información negativa ocurre lo contrario, es más fácil confirmar que desconfirmar (Doise, 1982 y 1985; Tajfel, 1984). En otras palabras, es más difícil cambiar los contenidos negativos de un estereotipo, que los contenidos positivos. La tendencia es que las informaciones negativas sobre un grupo tengan más arraigo y estabilidad que las informaciones positivas.

Ingenualmente, se puede pensar que para cambiar o desactivar un estereotipo sería suficiente que las personas tuviesen más información positiva, tomaran conciencia de que lo están utilizando y decidiesen cambiarlo. Esa es la idea que está en la base de la mayoría de las campañas de sensibilización, por ejemplo, de prevención de la drogadicción y de prevención de transmisión de enfermedades contagiosas. Sin embargo, eso

no es tan sencillo, la utilización de los estereotipos y prejuicios, en muchos aspectos, escapa al control racional y a la voluntad de los sujetos, actuando de manera muy sutil en la vida cotidiana. En la práctica, se constata que las representaciones poseen una dimensión afectiva que muchas veces determina una incoherencia con la propia racionalidad. Banchs (1995), en un estudio sobre el incesto en una determinada familia, pone de manifiesto el importante papel que juegan las emociones en la construcción de las representaciones sociales. La autora afirma que como mínimo “**las emociones mediatizan la información que seleccionamos**” (1995, p. 108).

Cada sujeto participa en un conjunto de sistemas simbólicos que va a determinar básicamente su visión de mundo, su manera de ver las cosas. Su manera de relacionarse con los demás estará determinada por los valores y la concepción del mundo que se comparta en el grupo donde está inmerso. Cada persona no se relaciona con el mundo y con los demás de manera neutral y desprovista de estereotipos, se relaciona siempre en función de su medio, de su historia, de sus afectos y de un sistema de fidelidades y comparaciones entre grupos.

3.3. Comparación intergrupala y construcción de la identidad social

Según Tajfel (1984), el yo se construye en parte por la conciencia de pertenecer a uno o varios grupos o categorías sociales, formando el concepto de sí, al mismo tiempo que se distingue de los “otros”. La **identidad social** sería el conjunto de factores del concepto de sí mismo de un individuo que se forma a partir del “conocimiento de su pertenencia a ciertos grupos sociales y a la significación emocional y evaluativa que resulta de esta pertenencia” (Tajfel, 1972, citado en: Bourhis, Gagnon y Moïse, 1996, p.150).

Como podemos fácilmente deducir, hay muchos mecanismos afectivos y simbólicos que se movilizan en la construcción de una identidad social satisfactoria, y en la transformación de aquellos aspectos o factores que sean considerados menos favorables a esta empresa. En este proceso, podemos observar la valorización o desvalorización de realidades culturales que se asemejen o se distancien de los ideales construidos y/o introyectados por los miembros de los diferentes grupos sociales, en general, muy marcados por los ideales de las culturas dominantes.

Lorenzi-Cioldi y Doise (1996) resumen en el siguiente cuadro los principios básicos y las conclusiones de la Teoría de la Identidad Social (T.I.S.), sistematizados por Tajfel y Turner (1979):

Cuadro I.1 – La identidad social según Tajfel y Turner

1. *Los individuos intentan mantener o aumentar su autoestima – intentan acceder a una concepción positiva de sí mismos.*
2. *Los grupos sociales o categorías (y el hecho de pertenecer a ellos) están asociados a connotaciones positivas o negativas. Debido a ello, la identidad social puede ser positiva o negativa según las valoraciones (que tienden a ser compartidas socialmente, ya sea dentro o entre los grupos) de dichos grupos que contribuyen a la identidad social de un individuo.*
3. *La valoración del propio grupo está determinada por la relación con algunos grupos específicos por medio de comparaciones sociales en atributos o en características cargadas de valor. Las comparaciones que desembocan en una diferencia positiva entre el grupo de pertenencia y el otro grupo producen un prestigio elevado; las comparaciones que implican una diferencia negativa dan lugar a un bajo prestigio.*

A partir de estas propuestas, Tajfel y Turner deducen los siguientes principios teóricos:

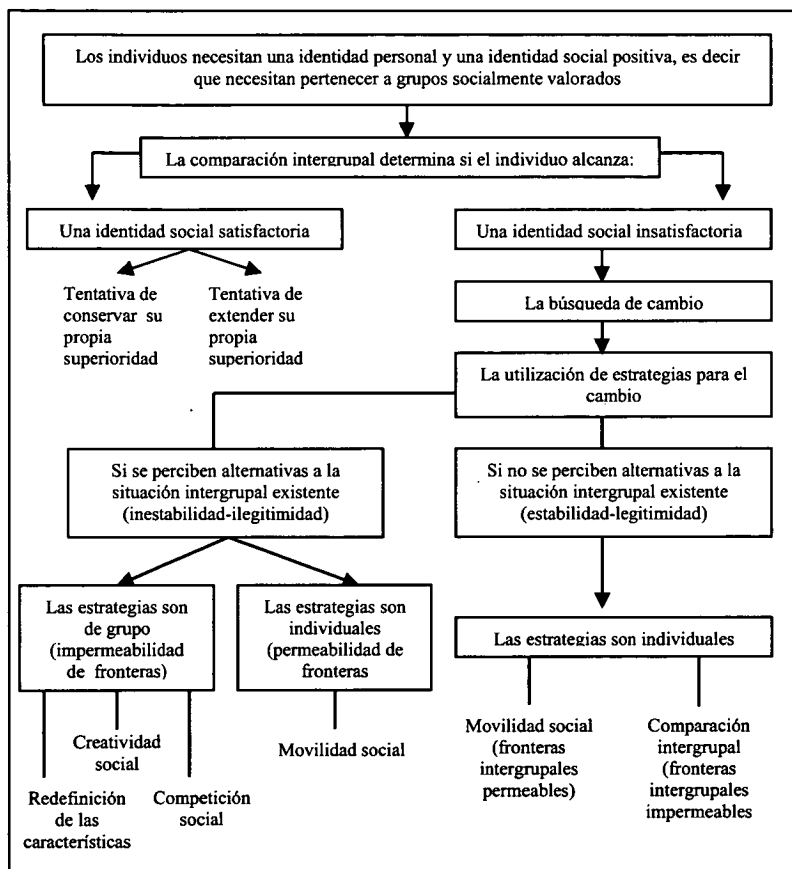
1. *Los individuos intentan acceder (o mantener) una identidad social positiva.*
2. *La identidad social positiva se basa, en gran medida, en las comparaciones favorables que pueden hacerse entre el grupo de pertenencia y algunos otros grupos pertinentes. El grupo debe ser percibido como positivamente diferenciado o distinto de los demás grupos pertinentes.*
3. *Cuando la identidad social no es satisfactoria, los individuos intentan abandonar el grupo para unirse a un grupo más positivo, y/o diferenciar al grupo en un sentido más positivo. (Tajfel y Turner (1979-1986).*

(Lorenzi-Cioldi y Doise, 1996, p.76).

El concepto de sí se forma a partir de la imagen que los otros significantes (Berger y Luckmann, 1964), personas y grupos que mantienen unas relaciones sociales significativas para el sujeto, reflejan y transmiten de uno mismo y del grupo o grupos al que pertenece y con los que se identifica, implicando procesos cognoscitivos, afectivos y simbólicos, tanto personales como sociales. Ayestarán (1987), a partir de la teoría del núcleo central de las representaciones sociales desarrollada por Abric (1984), considera “la representación del grupo como elemento nuclear del que dependen las otras representaciones: la del otro, la de uno mismo, la del sistema de atribución utilizado en el grupo” (p. 266).

Según Ovejero (2000b), “la identidad positiva que se posee, o incluso que se desea, está estrechamente relacionada tanto con los grupos a los que se pertenece (grupos de pertenencia) como con los grupos a los que se desea pertenecer (grupos de referencia)” (p.203). La pertenencia a diferentes grupos sociales por los mismos individuos ha sido trabajada en la T.I.S. (Tajfel, 1984) como refiriéndose a niveles de identidad social, tomando de diferentes grupos de pertenencia y de referencia los valores y normas que marcan las pautas de relaciones y conductas individuales y sociales. La formación de la identidad personal se construye, así, a partir de múltiples identidades colectivas y se dan en procesos de comparación, que han sido conceptualizados como “identidad comparativa” (Huici y Ros, 1993).

Cuadro I.2 – Representación esquemática de la Teoría de la Identidad Social



(Capozza y Volpato, 1996, p. 43)

Algunas hipótesis comprendidas en la teoría de la identidad social, y que nos interesan particularmente en esta investigación, se refieren a las comparaciones para definir el valor del endogrupo y a la utilización de estrategias individuales y/o colectivas para resolver los efectos perjudiciales

para la autoestima de una identidad social negativa. **“La pertenencia a grupos no apreciados o menospreciados provoca malestar, incluso un sufrimiento. La gente aspira a modificar la situación existente y a obtener una imagen positiva de sí”** (Capozza y Volpato, 1996, p. 42). Recordamos con Ovejero (2000b) que “tener una autodefinición positiva es una de las más básicas necesidades humanas” (p. 202).

En los procesos de comparación intergrupales, uno de los factores que vienen siendo estudiados en la construcción de las identidades sociales es la diferencia de status entre los grupos que se comparan (Capozza y Volpato, 1990; Roccas y Schwartz, 1993). Capozza y Volpato (1990 y 1996) apuntan como dimensiones importantes en las comparaciones del endogrupo con otros grupos significativos: el **poder**, la **riqueza** y el grado de **desarrollo socioeconómico**. Según estos autores, la identidad social no es satisfactoria si el endogrupo es juzgado inferior al grupo de referencia comparativa en estas dimensiones. Además, afirman que “una identidad social insatisfactoria, es decir negativa o menos positiva de lo que se desea, determina el empleo de estrategias para elevar la autoestima” (Capozza y Volpato, 1996, p. 42).

El **status** influye en la manera en que los miembros de un grupo representan al grupo de pertenencia, a sí mismos y a los demás, y marca las pautas de las relaciones con otros grupos. “En particular, las diferencias de prestigio refuerzan la interdependencia de los grupos” (Lorenzi-Cioldi y Doise, 1996, p. 87). Esta interdependencia no se expresa solamente en procesos evaluativos, sino también en las relaciones económicas y de producción, donde los grupos que consiguen hacerse valorar más positivamente consiguen controlar también los valores de mercado. “Las desigualdades de poder y de status entre los grupos sociales acarrear inevitablemente desigualdades en la distribución de recursos materiales y simbólicos” (Bourhis, Gagnon y Moïse, 1996, p. 157).

En la Teoría de la Identidad Social (T.I.S.) nos parecen especialmente pertinentes para esta investigación, los aspectos referentes a las estrategias de cambio, que se activan, en el caso de pertenencia a un grupo considerado inferior o menospreciado, para construir una identidad social satisfactoria a partir de una identidad social insatisfactoria. Para la elección de estrategias de cambio en la construcción de identidades sociales más satisfactorias, dos condiciones son simbólicamente importantes en la

percepción de la evaluación del propio grupo y del grupo dominante: la **legitimidad** y la **estabilidad** de las valoraciones (Tajfel, 1984). Se observa aquí el papel de las construcciones ideológicas en la percepción de los grupos y en las valoraciones atribuidas, "...los mecanismos de deformación cognitiva, habitualmente elaborados por el grupo dominante, pueden llevar a los miembros de los grupos desfavorecidos a considerar su situación como equitativa y legítima. Esta legitimación de la situación disminuye el deseo de los grupos desfavorecidos de emprender las acciones colectivas necesarias para mejorar su situación" (Bourhis, Gagnon y Moïse, 1996, p. 159).

Montero (1990), estudiando sobre la Identidad Nacional en venezolanos, desarrolla el concepto de "**altercentrismo**", donde un grupo dominado cultural y económicamente elige y valora más positivamente elementos simbólicos de exogrupos dominantes. Ese grupo de referencia -"Otro social externo"-, se instituye como modelo positivo y centro de comparaciones, muchas veces hipervalorado en contraste con la infravaloración construida del endogrupo. Montero señala también el "fatalismo" como parte del conjunto de representaciones sociales asociadas a la infravaloración del endogrupo, que puede estar relacionada con la percepción de estabilidad que apunta la T.I.S., así como, en contrapartida se mantienen elementos simbólicos, rituales y distantes, en el intento de mantener la identidad social positiva del endogrupo (Montero, 1995).

Un aspecto importante, identificado por varios autores como asociado a los procesos de altercentrismo, es la construcción de una dicotomía entre la identidad social y la personal. Los sujetos admiten la pertenencia a un grupo infravalorado, pero niegan que ellos como individuos se vean afectados por estas evaluaciones y características. Rivera (1991), estudiando a grupos de puertorriqueños, encuentra una marcada divergencia entre la evaluación grupal y la autoevaluación personal, donde esta última obtiene valoraciones siempre más elevadas que la primera. Este autor sugiere que los participantes en el estudio podrían tener, en cierta medida, internalizado el estereotipo sobre los puertorriqueños, despersonalizando estas categorías para indicar que los demás son así, pero no uno mismo.

Otra estrategia también utilizada para la construcción de una identidad social positiva por los grupos infravalorados es la comparación con grupos considerados inferiores, estableciendo, en cierta medida, niveles de categorías. En el estudio de Montero (1990), citado anteriormente, la

autora indica que los venezolanos utilizan estas estrategias al compararse con los bolivianos, que son infravalorados en las comparaciones.

Según la teoría de la identidad social (Tajfel, 1984), si se considera **legítima** y **estable** la desventaja valorativa del endogrupo, las estrategias de construcción de una identidad social satisfactoria serán de tipo individual. En otras palabras, si el individuo considera justificada la desventaja y, además, permanente o sin visos de cambios significativos por un largo período de tiempo, buscará salidas personales o estrategias individuales para cambiar su situación de pertenencia. En este caso, una de las estrategias más comunes es la **movilidad social**, donde el individuo procura abandonar el propio grupo menospreciado y pasar al exogrupo valorado positivamente, adoptando sus características culturales y sus valores fundamentales (Capozza, Bonaldo y Di Maggio, 1982; Lorenzi-Cioldi y Doise 1996; Tajfel, 1984)

Estas cuestiones vienen a contribuir sobremanera en el estudio que nos ocupa, en lo que se refiere al análisis del éxodo rural como una estrategia individual para participar en una identidad social mejor valorada, como ha sido durante varias décadas la sociedad urbana, en detrimento de la rural. Se observa la utilización de estrategias individuales, aunque el fenómeno haya afectado a miles de personas, porque se veían las diferencias de valoraciones grupales como justificadas por el mito de las bondades de la industrialización y de la concentración del desarrollo, que ha excluido de él a la mayor parte del territorio español, y, además, sin visos de posibilidades de cambios positivos en los estereotipos sobre el endogrupo. Cumpliendo así los dos criterios de legitimidad y estabilidad de la desventaja valorativa, señalados anteriormente.

Capozza y Volpato (1996) señalan como característico, un fenómeno similar en Italia, la emigración al norte en los años 50 – 60 de los italianos del sur, como endogrupo valorado negativamente con relación a los del norte, que estaban más desarrollados socioeconómicamente. “En aquellos años los meridionales, que consideraban legítima y estable la desventaja del endogrupo, resolvían sus problemas materiales y psicológicos emigrando, solos o con la familia, al norte y tratando de integrarse en la sociedad septentrional” (p. 43). Este fenómeno de migración también se ha observado en España, donde andaluces, castellanos y gallegos, principalmente, se trasladaban al País Vasco, Cataluña, Madrid y a países del norte.

Tajfel, con su Teoría de la Identidad Social ha generado un gran impulso a la comprensión de los fenómenos de discriminación y conflictos intergrupales, partiendo de un punto de vista original en aquel momento, por su nivel de análisis claramente social, con la atención centrada en las relaciones de las minorías enfrentadas a las mayorías. En este sentido, Ayestarán y Martínez Taboada (1992) señalan que la conformación de un grupo social se fundamenta, además de la identificación social, en la construcción de una **representación social endogrupal** en relación con su posición en la jerarquía social y el grado de compromiso con el cambio social. Esta representación está vinculada a la posición intergrupala y a la formación de la identidad social del grupo, permitiendo observar la relación con los procesos de comparación social estudiados por Tajfel.

La clara complementariedad entre la teoría de las representaciones sociales y la teoría de la identidad social nos puede facilitar el análisis y comprensión de algunos aspectos psicosociales de los procesos de despoblamiento del medio rural y orientar hacia la utilización de estrategias colectivas de construcción de identidades sociales satisfactorias, que apunten al desarrollo integral y sostenible del territorio y de las personas que en él habitan. La teoría de las representaciones sociales nos ofrece herramientas conceptuales y metodológicas para conocer la concepción dominante del medio rural y los afectos vinculados a esa concepción. Al mismo tiempo, la teoría de la identidad social pone de manifiesto las estrategias utilizadas por individuos y grupos para satisfacer la necesidad de construir una identidad personal y social positiva. De la misma manera, ambas teorías nos apuntan las posibilidades de búsqueda de estrategias colectivas de construcción de una identidad social satisfactoria a partir de la transformación de las representaciones sociales y de la valorización de las características del propio grupo y de su entorno.

A nuestro entender, ésta es una idea clave para el diseño de programas de desarrollo que no se centren solamente en lo económico, sino en la construcción de identidades sociales positivas que sostengan el territorio y el aprecio por la cultura propia, como fundamentales para la satisfacción personal de sus habitantes. Sin embargo, hay que considerar esta línea de trabajo no como una forma de psicologización de los problemas sociales, que, como bien advierte Ibáñez (1996b), es una de las trampas de las ideologías dominantes, reduciendo a procesos intraindividuales lo que son procesos sociohistóricos de construcción de la significación de la

realidad, sino como base para pensar, proyectar y construir el desarrollo integral, endógeno y sostenible de los territorios rurales, desmontando mecanismos de dominación de ciertas culturas en detrimento de otras.