

# REPRESENTACIONES SOCIALES Y METODOLOGÍA ESTADÍSTICA

José Luis Cavazos Zarazúa\*

EL SOCIÓLOGO FRANCÉS EMILIO DURKHEIM introdujo en el ámbito de las ciencias sociales el concepto de representaciones colectivas con la publicación del texto *Représentations individuelles et représentations collectives*, en 1898. En este ensayo el autor destacaba la diferencia entre las representaciones individuales de las representaciones colectivas, puntualizando la ventaja de la última noción para el estudio de las sociedades de tradición oral, de carácter estático y sin innovación (Moscovici, 2003). Seis décadas más tarde, Serge Moscovici fundó la teoría de las representaciones sociales para investigar la pluralidad de apropiaciones respecto al psicoanálisis que se hacen los diversos sectores sociales en la cultura francesa, en su tesis doctoral titulada *La psychanalyse son image et son public*, de 1961. Su objetivo era mostrar cómo la teoría psicoanalítica es asimilada y transformada por esta cultura, y cómo a partir de esos procesos adopta una forma particular de representarse el mundo y así misma (Farr, 2008). Así, por ejemplo, en la vida cotidiana de la población francesa de la década de los cincuenta, los conceptos del psicoanálisis como represión e inconsciente, eran utilizados para interpretar la conducta y la psicología de las personas (Garrido & Álvaro, 2007).

---

\* Licenciado en historia, maestro en psicología social y doctor en ciencias políticas. Coordinador del colegio de historia y estudios de humanidades de la FFYL de la UANL.

La definición de representación social que Moscovici establece es su trabajo, la psicóloga social francesa Denise Jodelet (2008) la delinea como un mosaico de imágenes que procesan una serie de significados en la mente; un conjunto de referencias que ayudan a interpretar los acontecimientos novedosos; categorías para colocar en un lugar del imaginario a personas y objetos con los que nos relacionamos; concepciones elaboradas que permiten darle sentido a los procesos sociales; por lo que las representaciones comprendidas como sinónimas de la realidad social, son todo lo anterior junto.

Tiempo después que Moscovici expusiera la teoría de las representaciones sociales, algunos(as) autores(as) la desarrollaron y posicionaron a nivel internacional, entre otros: J. C. Abric, W. Doise, C. Herzlich, R. Farr y W. Wagner. La producción científica de todos(as) ellos(as) se agrupa en los siguientes campos de investigación: el primero, con el que comienza la teoría de las representaciones sociales, la define como un saber de sentido común o de las ideas científicas popularizadas; el segundo, revisa la construcción cultural de los objetos en su historia y lo que significan en la actualidad; y el tercero, se encarga del estudio de los sucesos políticos y hechos sociales, en donde las representaciones tienen poca duración en la sociedad (Wagner & Elejabarrieta, 1998; Moscovici, 2003).

Moscovici, por otra parte, desvinculándose del paradigma epistemológico analítico causal de la ciencia, fundamenta la teoría de las representaciones sociales en la teoría crítica de la sociedad, la cual concibe la relación sujeto-objeto mediada socialmente. Además, propuso algunos supuestos clave para el estudio de las representaciones, entre otros: tomar en cuenta las modalidades de construcción de las representaciones en diversos campos como las interacciones sociales, los medios de comunicación y el lenguaje; valorar el contexto y estructura social de los actores, su situación económica; y las motivaciones sociales que influyen en la formación de representaciones (Banchs, 20

De este modo, la teoría de las representaciones sociales se separa de las teorías cognitivas, en el sentido de que éstas no toman en

cuenta la vida social de los grupos para explicar los procesos de cognición (Wagner & Flores-Palacios, 2010). Cuando Moscovici explicó la forma como la población francesa se representaba al psicoanálisis, valoró el papel que juega la colectividad en la construcción de sus representaciones. Para comprender cada comunidad y las representaciones sociales que produce, formuló la hipótesis de que cada representación está integrada por “tres dimensiones: la actitud, la información y el campo de representación o la imagen (...) La actitud acaba por descubrir la orientación global en relación con el objeto de la representación (...) La información se relaciona con la organización de los conocimientos que posee un grupo con respecto a un objeto social (...) Y el “campo de representación” nos remite a la idea de imagen, de modelo social, al contenido concreto y limitado de las proposiciones que se refieren a un aspecto preciso del objeto de la representación” (Moscovici, 1979, pp. 45, 46 y 47).

La primera dimensión de la teoría de las representaciones sociales, se expone a continuación con el ejemplo de un objeto social particular: la actitud hacia los procesos electorales. Si se le preguntara a un grupo de estudiantes lo que piensa sobre las elecciones, y este sector expresara que son el mejor medio para cambiar a los(as) de la clase política, que sólo mediante las elecciones y no con una manifestación o una revolución se debe proceder para el cambio de poderes; desdoblarían a través de su discurso la orientación que sostienen hacia los procesos electorales y la forma de participación política que prefieren. Por tanto, el concepto de actitud de Moscovici difiere de la visión estímulo-respuesta del conductismo clásico, debido a que la teoría de las representaciones sociales plantea que cuando se expresa una actitud sobre un objeto, éste ya se ha representado de alguna forma en la consciencia social como producto de las prácticas sociales que se establecen con él, porque el estímulo y la respuesta se constituye en relación. “En una palabra, ésta no es una reacción a aquél, sino hasta cierto punto, su origen. El estímulo está determinado por la respuesta” (Moscovici, 1979, p. 32).

La dimensión de información quiere decir que toda comunidad

para poder representar un objeto debe poseer conocimientos sobre el mismo (Gutiérrez, 1998, p. 214). De la política se han escrito textos que informan sobre su naturaleza social, cómo debería ser y qué beneficios se obtendrían a través de ella. Prácticamente cualquier persona acumula por la experiencia de sus interacciones algún conocimiento sobre la política; por eso los padres aconsejan a sus hijos que no dejen de votar en las elecciones, y los partidos políticos hacen lo mismo. Si se presentan tales fenómenos como normales en la vida cotidiana, no es sino por la información que cada grupo tiene sobre la política y los intereses que se persiguen con ella.

El campo de representación o imagen, por su lado, comprende la idea de modelo social. En principio, éste significa: el “reflejo interno de una realidad externa, copia fiel en el espíritu de lo que se encuentra fuera de él” (Moscovici, 1979, p. 31), como por ejemplo: la figura mental sobre determinados acontecimientos políticos, movimientos sociales o crisis económicas. Lo trascendental del campo de representación es que si bien se encuentra estructurado en la consciencia, también tiene modificaciones en el transcurso de la historia individual y colectiva, en virtud de las nuevas imágenes que se van internalizando como influencia de los medios de comunicación de masas, interacciones sociales y acontecimientos diversos (Villarreal, 2007).

Si bien la actitud, la información y el campo de representación son constructos teóricos distintos, como ya se describió, también es cierto que se encuentran entrelazados, porque si una persona o grupo no posee informaciones sobre un objeto, no puede tener actitudes sobre éste, “ni tampoco un modelo social o imagen” (Gutiérrez, 1998, p. 214). La realidad es que en el proceso de las interacciones sociales se dan una serie de intercambios de objetos imaginarios o físicos a través del lenguaje, que culminan en la subjetivación de conocimientos por parte de los integrantes del proceso comunicativo (González Rey, 2008). Al mismo tiempo, se empieza a tomar postura de rechazo o aceptación hacia los objetos comunicados por la carga emocional con la que los compartieron y recibieron, pero además por la situación social y cultural de los

sujetos implicados. En esta etapa ya existe una representación social o diversas representaciones sociales sobre el objeto, que se traducen en determinadas prácticas sociales en torno a él, las cuales pueden ser definidas como sistemas de acción socialmente estructuradas (Abric, 2001).

### **Los procesos de objetivación y anclaje**

En la teoría de las representaciones sociales existen dos procesos de recepción de la realidad llamados objetivación y anclaje (Jodelet, 2008), los cuales se refieren tanto a la elaboración de las representaciones como a su funcionamiento, es decir, destacan la relación entre la construcción de las representaciones y las prácticas sociales asociadas a éstas. La doble cuestión significa que el estudio procesual de los dos conceptos responde a las preguntas de ¿cómo interviene lo social en la elaboración mental de la realidad? y ¿cómo impacta esta elaboración en la sociedad? A diferencia de lo que piensan los teóricos de la cognición social en cuanto a la génesis del conocimiento desde procesos individuales de inferencia, codificación y memoria, la teoría de las representaciones sociales explica que la vida social interviene en la construcción de la realidad y, viceversa, la construcción de la realidad influye en el funcionamiento de la dinámica social (Vergara Quintero, 2008; Wagner & Flores-Palacios, 2010).

La objetivación es el proceso a través del cual se realiza una operación mental que conduce a la formación de una imagen concreta del objeto de representación. Basándose en Moscovici, Jodelet (2008) divide este proceso en tres fases: fase de selección y descontextualización de los elementos, fase de formación de un núcleo figurativo y fase de naturalización. La fase de descontextualización de los elementos da cuenta de la imposibilidad de los individuos de subjetivar todas las informaciones que circulan en la sociedad acerca de algún objeto, por lo que seleccionan sólo la información que concuerde con sus marcos sociales de referencia (Holwachs, 2004). Lo que manifiesta que los grupos seleccionan únicamente los elementos del objeto de representación que les hayan

sido significativos a su experiencia. La descontextualización de la información efectuada a partir de las características socioculturales de los sujetos, conducirá posteriormente a la formación de un núcleo figurativo. Esto es, a la reproducción de una imagen compuesta de elementos que permiten a los individuos entender el fenómeno social en cuestión y orientarse de alguna forma ante él. La naturalización como tercera y última etapa del proceso de objetivación, significa la concretización y coordinación de los elementos del núcleo figurativo. En otras palabras, en esta fase los sujetos toman en cuenta las informaciones y conceptos constituidos socialmente sobre el objeto para representarlo como un ser de naturaleza, lo cual expresa que la representación toma el estatus de evidencia, como si se tratara de la realidad misma (Jodelet, 2008). Cuando por ejemplo se dice que las elecciones son un engaño o que son inútiles, se les está considerando como si fueran realmente así.

El proceso de anclaje, por su parte, mantiene amplias relaciones con la objetivación en cuanto procura hacer familiar lo extraño, pero comprende además la operación de incorporar el objeto de representación dentro del esquema de pensamiento preexistente del grupo en cuestión. El anclaje se compone de tres funciones esenciales de la representación: “función cognitiva de la integración de la novedad, función de interpretación de la realidad y función de orientación de las conductas y las relaciones sociales” (Jodelet, 2008, p. 486). La función cognitiva de integración de la novedad se refiere al significado que cada grupo le otorga al objeto de representación, según su sistema de valores (Moscovici, 2003). Jodelet (2008) comenta cómo el estudio sobre el psicoanálisis de Moscovici, muestra las distintas visiones que los grupos políticos y religiosos le dieron a esta disciplina. Para los primeros se trata no propiamente una ciencia, sino del atributo de algunos grupos como los ricos, las mujeres y los intelectuales; para los segundos es un sistema de valores o contravalores: incitador de libertad, de desviación, de vida sexual liberada. La función de interpretación de la realidad indica que cuando las representaciones se consolidan en la mente, se convierten en códigos que permiten a los individuos clasificar y entender de

alguna forma el mundo (Vergara Quintero, 2008). Así entonces, dicha función sirve de mediación entre los grupos y su contexto, como una teoría del sentido común que les facilita explicar los objetos sociales y acontecimientos diversos.

La función de orientación de los comportamientos y las relaciones sociales, como último elemento del proceso de anclaje, permite situar a los individuos y grupos de la sociedad en un escenario específico, y a su vez establece determinadas relaciones sociales a partir de la formación de representaciones sociales (Vergara Quintero, 2008). Se pueden poner como casos el discurso agresivo entre dos partidos políticos en campaña electoral, la relación social entre un grupo de cristianos y otro de católicos defendiendo cada uno sus creencias, o en la condición de discriminación que padecen algunos grupos por la representación negativa que otros grupos se hacen de ellos. Regresando al asunto de las elecciones: si se representa el proceso electoral como un acontecimiento útil, se tendrá la intención de participar mediante el voto.

No obstante, ante tal consideración teórica de los procesos de objetivación y anclaje, para González Rey (2008) resulta prioritario pensar el funcionamiento de las representaciones sociales como procesos dinámicos, debido a que en la interacción social los grupos asimilan y acomodan a su experiencia informaciones que se desprenden de sucesos que van propiciando el cambio de unas representaciones por otras, lo que a su vez, esta construcción social influye en la modificación de la realidad. Por lo que el modelo teórico para entender el comportamiento social desde la concepción anterior, es que las representaciones sociales determinan las prácticas; sin embargo, también se tendría que decir desde la postura de Abric (2001), que ambas variables se construyen dialécticamente.

### **Representaciones y prácticas sociales**

En muchas ocasiones se ha banalizado la teoría de las representaciones por entenderla como una teoría que busca lo que los grupos sociales piensan u opinan respecto a un objeto. La cuestión es que la construcción de las representaciones sociales no

se da únicamente por una actitud de intelección ante un objeto determinado, sino que la sociedad elabora representaciones para saber cómo comportarse y desplegar prácticas sociales en función de esa representación. Dicho modelo teórico de conceptualizar las representaciones, se originó con el trabajo de Jodelet, referente a la locura en la comunidad terapéutica de Ainay-le-Chateau, Francia. En ella la autora descubrió que las representaciones que esa sociedad construye sobre la locura funcionan como guías o esquemas para orientar la conductas hacia el loco, por ejemplo: si se piensa que los nervios son los que le dominan, no se deberá enojar con él por miedo a una posible reacción violenta; si se considera que el cerebro es el que tiene afectado, se le alzarla la voz, no se le reprimirá, mejor se le halagará y se le dará confianza (Jodelet, 2008).

A la par de esta concepción de las ciencias sociales, existe otro modelo para explicar las relaciones entre representaciones y prácticas, que hace insistencia en la determinación de las representaciones por las prácticas. Los que han impulsado este modelo son los teóricos marxistas, particularmente Karl Marx, quien señala que la conciencia social (representación) es el resultado de determinadas condiciones de producción (prácticas sociales): el trabajo asalariado, la sumisión ante el dueño de las máquinas o la enajenación. Sin duda alguna, las condiciones sociales y de producción influyen en las representaciones sociales que se forman los grupos sobre el mundo; sin embargo, en dicho modelo habrá que agregar la función que tienen los factores culturales, los sistemas de valores y la actividad creativa de los grupos, como componentes que ponen bajo sospecha la determinación conductual y rígida de los fenómenos representativos por las prácticas (Abric, 2001).

Aun y que es indudable la relación entre representaciones y prácticas, es difícil establecer definitivamente la primacía o influencia de una sobre la otra, por lo que es más pertinente teorizar que estas dos formas de lo social se encuentran en contante influencia recíproca (Abric, 2001).

## **Metodología para investigar representaciones sociales**

El estudio en representaciones sociales implica dos condiciones metodológicas importantes: la recolección de la información y el análisis de los datos. En la primera parte de su tesis doctoral, Moscovici (1979) utilizó un cuaderno-cuestionario (que combinaba tanto la entrevista abierta como las preguntas dirigidas) para saber el pensamiento de los diferentes sectores de la población francesa en torno al psicoanálisis. En la segunda parte, el método que ocupó fue menos convencional, pues se basó en el análisis de contenido de todos los artículos de periódicos y revistas publicados entre enero de 1952 y julio de 1956, que hacían referencia al psicoanálisis.

Los psicólogos sociales que retomaron la teoría de las representaciones de Moscovici, siguieron estudiando el fenómeno con las técnicas que propuso su fundador. Por ejemplo, en 1969 Claudine Herzlich investigó las representaciones de la salud y la enfermedad a partir de 80 entrevistas abiertas, y Chombart de Lauwe en 1971 fundó su estudio de las representaciones sociales de la infancia, la cual trabajó con el análisis de contenido de los medios de comunicación (Farr, 2008). Su propósito fue conocer cómo es representada la niñez en películas y programas de televisión. La diferencia de emplear la técnica del análisis de contenido sobre medios de comunicación y no en transcripciones de entrevistas, es que en la primera los documentos no cambian cuando están siendo analizados; en cambio, en la entrevista las personas modifican su conducta cuando se saben objeto de investigación, ya “que las técnicas de encuesta son también técnicas de sociabilidad” (Bourdieu et al, 2000, p. 62).

Aunque las técnicas propuestas por Moscovici continúan tratándose en la investigación de representaciones porque ofrecen buenos resultados, también se han empleado otras técnicas de recolección de información como la observación participante. Esto debido a que desde el campo de la antropología cultural, autores como Clifford Geertz (2000) han propuesto que la cultura se defina como una trama de símbolos que el hombre ha creado y a través de los cuales se encuentra inserto; lo que supone la inclusión de un

conjunto de técnicas de investigación como la entrevista abierta y la observación participante. Esta perspectiva interdisciplinaria de transferencia de técnicas de observación, es el resultado de una apertura metodológica de las ciencias sociales que es recomendable condicionar a una reflexión epistemológica de los supuestos de cada técnica, con el propósito de adecuarlas a las circunstancias de la realidad que se pretenda estudiar (Bourdieu *et al*, 2000).

De esta manera, después de recoger la información necesaria con el cuestionario, la entrevista abierta, la observación directa o participante, la siguiente condición metodológica es el análisis de datos. Como se describió inicialmente, el análisis de contenido es una técnica que se ha utilizado para el estudio de las representaciones cuando la información recolectada es cualitativa. Sin embargo, existen otras técnicas derivadas de la metodología estadística, que en este ensayo se proponen para el análisis de la información, particularmente de datos cuantitativos recopilados con cuestionario. De esta forma, a continuación se refieren algunas técnicas para el análisis de datos en la investigación en representaciones sociales, así como una serie de tablas estadísticas que se realizaron con el Statistical Package for the Social Science (SPSS).

La primera técnica propuesta es la de frecuencias, elemental para continuar procesamientos de datos más avanzados como el de medidas de tendencia central, el de factores o el de regresión. El análisis de frecuencias consiste en la exploración exhaustiva de cada una de las variables del cuestionario y las frecuencias o número de ocasiones en que fueron puntuadas por los encuestados (Cea D´Ancona, 2012). En los trabajos de investigación como tesis o artículos científicos, es recomendable que las frecuencias se presenten en tablas o gráficas, aunque por cuestiones de precisión de datos es mejor el empleo de las primeras. Un ejemplo donde se analiza la intención de voto,<sup>1</sup> es el siguiente:

---

<sup>1</sup> Las tablas estadísticas que en seguida se mostrarán, se obtuvieron de la tesis doctoral *Factores de la cultura política explicativos de la intención de voto en estudiantes de licenciatura de la Universidad Autónoma de Nuevo León en torno al proceso electoral presidencial de 2012*, defendida en la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la UANL en junio de 2013, por el autor del presente ensayo.

**Tabla 1. ¿Qué vas a hacer en las próximas elecciones presidenciales?**

	Frecuencia /	Porcentaje /	Porcentaje válido/	Porcentaje acumulado
Seguro que no votaré	37	8.1	8.1	8.1
Casi seguro que no votaré	14	3.1	3.1	11.2
Indeciso	52	11.5	11.5	22.7
Casi seguro que votaré	74	16.3	16.3	39.0
Seguro que votaré	277	61.0	61.0	100.0
<b>Total</b>	<b>454</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

**Fuente:** elaboración propia.

Posteriormente, si se pretende comprender de mejor manera el cúmulo de frecuencias de un conjunto de variables a través de un conciso valor cuantitativo, se puede realizar el análisis de medidas de tendencia central con las variables del estudio. Existen tres tipos de medidas de tendencia central: la media, la mediana y la moda, y en términos generales se les define como la “estimación de la puntuación típica, común o normal encontrada en una distribución de puntuaciones en bruto” (Ritchey, 2008, p. 107). A continuación se presenta una tabla de análisis de medidas de tendencia central (media) como ejemplo:

Tabla 2. Orientación actitudinal hacia agentes de socialización política.			
	N	Media	Desv. típ.
Importancia que concedes a los representantes de la iglesia sobre tu voto	454	2.6101	1.16421
Importancia que concedes a la opinión los de los partidos políticos sobre tu voto	454	2.8040	1.21575
Importancia que concedes a la opinión de tus vecinos (as) sobre tu voto	454	2.8458	1.02852
Importancia que concedes a los medios de comunicación sobre tu voto	454	2.9361	1.20626
Importancia que concedes a la opinión de tus compañeros (as) de trabajo sobre tu voto	454	3.1784	1.02996
Importancia que concedes a la opinión de tus maestros (as) sobre tu voto	454	3.3546	1.08156
Importancia que concedes a la opinión de tus compañeros (as) de escuela sobre tu voto	454	3.4273	.98678
Importancia que concedes a la opinión de tus amigos (as) sobre tu voto	454	3.5925	1.03963
Importancia que concedes a la opinión de tus familiares sobre tu voto	454	3.8150	1.10833
N válido (según lista)	454		

Escala: 1= Completamente ,ninguna. 2= Ninguna. 3= Indiferente. 4= Mucha. 5= Completamente, mucha

Las tablas precedentes manifiestan que con el análisis de frecuencias y con el de medidas de tendencia central, sólo es posible identificar el contenido sobresaliente de las representaciones mediante las variables más señaladas en el cuestionario, y el posicionamiento u orientación actitudinal de los sujetos ante el objeto de representación, más no es factible conocer la estructura de los componentes de la misma. En el caso de la primera tabla, se muestra que la actitud de los encuestados hacia las elecciones es positiva, pues la mayoría de ellos señaló tener buena disposición por el voto. Y en la tabla 2 se identifica que la tendencia actitudinal de los mismos es favorable hacia la familia y los amigos. Como se ha mencionado, estos resultados sólo proveen la actitud de la representación, pero no la estructura de los contenidos e información y el campo de la representación o imagen.

Para obtener lo anterior y lograr develar la representación social sobre algún objeto, es conveniente utilizar otra técnica estadística llamada análisis factorial, que descubre la estructura de los contenidos de la representación: el núcleo central y los elementos periféricos. El análisis factorial es un método mediante el cual se procura disminuir el conjunto de variables de un instrumento, con la finalidad de conseguir grupos más reducidos de variables a los que se les denomina factores; su objetivo es descubrir las dimensiones subyacentes de cada una de las variables del estudio (Doise, *et al.* 2005). Con el análisis factorial se trata de buscar los factores que presentan la relación de las variables, que mediante una observación común no se lograría, puesto que en ocasiones las variables parecen no tener una conexión (Vicente y Oliva & Manera Bassa, 2008). Asimismo, el método con el que se logra realizar el análisis factorial es el método de rotación varimax = máxima verosimilitud. El método varimax equivale a la rotación ortogonal (que resulten independientes entre sí) de los componentes o variables del instrumento para alcanzar la máxima verosimilitud entre éstos y con ello consumir la extracción de factores. Una vez realizado el análisis factorial, se les designa un nombre a cada uno de los factores que procure reflejar el sentido del conjunto de las variables que

muestra, o sea, la estructura subyacente de las mismas (Cea D´Ancona, 2012). A continuación se presentan dos tablas (3 y 4) de análisis factorial como ejemplos, la primera sobre agentes de socialización política:

**Tabla 3. Análisis factorial de las variables agentes de socialización política.**

	Factores	
	1	2
Importancia que concedes a la opinión de tus amigos (as) sobre tu voto	,910	
Importancia que concedes a la opinión de tus compañeros (as) de escuela sobre tu voto	,894	
Importancia que concedes a la opinión de tus familiares sobre tu voto	,814	
Importancia que concedes a la opinión de tus compañeros (as) de trabajo sobre tu voto	,755	,306
Importancia que concedes a la opinión de tus maestros (as) sobre tu voto	,632	,354
Importancia que concedes a la opinión de los partidos políticos sobre tu voto		,791
Importancia que concedes a la opinión de los representantes de la iglesia sobre tu voto		,779
Importancia que concedes a la opinión de los medios de comunicación sobre tu voto		,771
Importancia que concedes a la opinión de tus vecinos (as) sobre tu voto	,489	,601

**Fuente: Elaboración propia.**

Y la segunda referente a identidad partidista:

**Tabla 4. Análisis factorial sobre identidad partidista.**

	Factores	
	1	2
¿En qué medida te consideras del PT?	,898	
¿En qué medida te consideras del PRD?	,867	
¿En qué medida te consideras del PMC?	,759	
¿En qué medida te consideras de PVEM?		,810
¿En qué medida te consideras del PRI?		,788
¿En qué medida te consideras del PANAL?	,471	,573
¿En qué medida te consideras del PAN?		,514

**Fuente: elaboración propia.**

Los dos análisis expuestos presentan los factores en que se agruparon las variables de cada instrumento. El primer análisis destaca dos factores que a partir del contenido de sus componentes se les ha denominado: al primero agentes de socialización primarios y al segundo agentes de socialización secundarios. El segundo análisis también expone dos factores que por la constitución de sus elementos se les ha nombrado: al primero identidad partidista de derecha y al segundo identidad partidista de izquierda. Por su parte, si se observan los valores de cada factor, es posible detectar que los factores con el número 1 son los que contienen mayor carga estadística, por lo que éstos se consideran la estructura de los contenidos del núcleo figurativo y los factores con el número 2 se toman como los elementos periféricos o menos relevantes de la representación. Es decir, los elementos principales del núcleo figurativo son: los agentes de socialización política primarios formados por los amigos, la familia y los maestros, y la identidad partidista de izquierda favorecedora de los partidos políticos PT, PRD y PMC. Dichos elementos descubren la estructura de una representación que fluctúa entre mayoritariamente conservadora (núcleo central) y en menor medida liberal (elementos periféricos) acerca de algunos aspectos del sistema electoral.

Como se ha insistido, el análisis factorial es un recurso fundamental en el estudio de las representaciones, ya que ayuda a identificar la estructura de los elementos que organizan una representación, lo cual es imprescindible para destacar el núcleo figurativo del proceso de objetivación (Doise *et al.*, 2005). Pero también es relevante porque con los factores que se extraen de las variables del cuestionario, se pueden realizar análisis de regresión con el que se examina el proceso de anclaje o el funcionamiento de la representación en lo social. En la demostración básica del análisis de regresión, un conjunto de variables independientes (factores) están correlacionadas y explican el comportamiento de la variable dependiente (Cea D´Ancona, 2012). Por ejemplo, si se toman los cuatro factores obtenidos de los análisis factoriales anteriores para conocer cuáles de ellos influyeron sobre la intención de voto en la elección de 2012, los factores identificados podrían considerarse como los contenidos estructurados de la representación y la intención de

voto tomarse como el proceso de anclaje. Con esta consideración, los componentes mencionados se someten a un análisis de regresión para demostrar cuáles determinaron la intención de votar y con qué fuerza. En seguida se presenta el análisis mencionado:

El análisis de regresión revela que el factor que se correlaciona de manera significativa con la intención de voto es el de agentes de socialización primarios con una significancia de (.001) y con un coeficiente de correlación muy débil<sup>2</sup> (.152). Por su parte, el factor identidad partidista de izquierda se aproximó a una correlación significativa, más no alcanzó la significancia requerida en ciencias sociales que se recomienda sea menor que (.05). Todo esto expresa la necesidad de incluir otras variables de análisis (creencias, conocimientos, formas de participación política) para el estudio de las representaciones, ya que éstas se componen por un conjunto abundante de constructos teóricos que las hacen complejas. Y lo que se buscó con este trabajo fue analizar algunos de sus conceptos a través de la estadística, con el objetivo de presentar una metodología para su estudio.

**Tabla 5. Análisis de regresión**

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	T	Significancia
	B	Error tip.	Beta		
(Factores)	4.189	.058		72.549	.000
Agentes de socialización primarios	.189	.058	.152	3.256	.001
Agentes de socialización secundarios	-.026	.060	-.021	-4.28	.669
Identidad partidista de izquierda	.107	.058	.086	1.848	.065
Identidad partidista de derecha	.020	.060	.016	.330	.742

Variable dependiente: ¿Qué vas a hacer en las próximas elecciones?

<sup>2</sup> La forma en que se interpretan los coeficientes de correlación (Beta) son los siguientes: “-0.90= correlación negativa muy fuerte, -0.75= correlación negativa considerable, -0.50= correlación negativa media, -0.25= correlación positiva débil, -0.10= correlación negativa muy débil, 0.00= no existe correlación alguna entre las variables, +0.10= correlación positiva muy débil, +0.25= correlación positiva débil, +0.50= correlación positiva media, +0.75= correlación positiva considerable, +0.90= correlación positiva muy fuerte, +1.00= correlación positiva perfecta” (Hernández Sampieri *et al*, 2014, p. 305).

Finalmente, si se sintetizan los análisis de datos revisados, en conjunción con la idea de representación social propuesta, apuntamos que con los procedimientos estadísticos de frecuencias y con los de medidas de tendencia central, se llega a conocer la actitud o la orientación que sostiene un grupo determinado en relación a un objeto de representación. Con el análisis factorial se consigue saber la forma en que se encuentra organizada la información del núcleo figurativo, propia del proceso de objetivación; para después con los factores extraídos realizar el análisis de regresión, el cual permite analizar el proceso de anclaje o la influencia de la representación en lo social. Esto es una cuestión que en la actualidad interesa a las ciencias sociales.

## Referencias bibliográficas:

- Abric, J. C. (2001). *Prácticas sociales y representaciones*. México: Coyoacán.
- Banchs, M. A. (2000). Aproximaciones estructurales y procesuales al estudio de las representaciones sociales (Versión electrónica). *Papers on Social Representations*, 9, 3.1-3.15. Recuperado el 21 de diciembre de 2012, de [http://www.psr.jku.at/PSR2000/9\\_3Banch.pdf](http://www.psr.jku.at/PSR2000/9_3Banch.pdf)
- Bourdieu, P. (2000). *El oficio de sociólogo*. México: Siglo XXI.
- Cea D´ Ancona, Ma. Á. (2012). *Fundamentos y aplicaciones en metodología cuantitativa*. Madrid: Síntesis.
- Doise, W. et al. (2005). *Representaciones sociales y análisis de datos*. México: Instituto Mora.
- Farr, R. M. (2008). Las representaciones sociales. En S. Moscovici (coord.). *Psicología social II* (pp. 495-506). Barcelona: Paidós.
- Garrido, A. & Álvaro, J. L. (2007). *Psicología social. Perspectivas psicológicas y sociológicas*. Madrid: MacGrawHill.
- Geertz, C. (2000). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Girola, L. (2012). Representaciones e imaginarios sociales. En E. de la Garza Toledo & G. Leyva (eds.). *Tratado de metodología de las ciencias sociales: perspectivas actuales* (pp. 441-468). México: FCE.
- González Rey, F. (2008). Subjetividad social, sujeto y representaciones sociales (Versión electrónica). *Revista Diversitas-Perspectivas en Psicología*, 4 (2), 225-243. Recuperado el 21 de diciembre de 2012, de [http://www.usta.edu.co/otraspaginas/diversitas/doc\\_pdf/diversitas\\_8/vol.4no.2/articulo\\_1.pdf](http://www.usta.edu.co/otraspaginas/diversitas/doc_pdf/diversitas_8/vol.4no.2/articulo_1.pdf)
- Gutiérrez A., J. D. (1998). La teoría de las representaciones sociales y sus implicaciones metodológicas en el ámbito psicosocial. *Psiquiatría pública*, 10, 211-219.
- Halbwachs, M. (2004). *Los marcos sociales de la memoria*. Barcelona: Anthropos.
- Hernández Sampieri, R. et al, (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª edición). México: Mc Graw Hill.
- Jodelet, D. (2008). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En S. Moscovici (ed.). *Psicología social II* (pp. 469-494). Barcelona: Paidós.
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul.
- Ritchey, F. J. (2008). *Estadística para las ciencias sociales*. México: McGrawHill.
- Vergara Quintero, M del C. (2008). La naturaleza de las representaciones

- sociales (Versión electrónica). *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, (001), 55-80. Recuperado el 21 de diciembre de 2012, de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/773/77360103.pdf>
- Vicente y Oliva, M. A. de & Manera Bassa, J. (2008). El análisis factorial y por componentes principales. En J. P. Lévy Mangin (dirs.). *Análisis multivariable para las ciencias sociales* (pp. 327-360). Madrid: Pearson Educación.
- Villarroel, G. E. (2007). Las representaciones sociales: una nueva relación entre el individuo y la sociedad (Versión electrónica). *FERMENTUM. Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 17 (049), 434-454. Recuperado el 21 de diciembre de 2012 de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/705/70504911.pdf>
- Wagner, W. & Elejabarrieta, F. (1998). "Representaciones sociales". En F. Morales (ed.). *Psicología social* (pp. 816-841). Madrid, España: MacGrawHill.
- Wagner, W. & Flores Palacios, F. (2010). Apuntes sobre la epistemología de las representaciones sociales (Versión electrónica). *Educación Matemática*, 22 (2), 139-162. Recuperado el 21 de diciembre de 2012, de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/405/40516666007.pdf>