

LO INDIVIDUAL, LO POPULAR Y LO COLECTIVO EN LA PSICOLOGÍA POLÍTICA VENEZOLANA

Antonio Velasco Castro*

Resumen

En este trabajo se analiza una aparente paradoja en la psicología política venezolana de tiempos recientes y se propone una hipótesis para explicar tal fenómeno, desde el punto de vista de la Teoría de la cognición social. Se examina la cuestión como una en que intervienen diferentes procesos cognoscitivos relacionados con distintos niveles de la percepción social (política, en este caso), que guardan relación con ciertos tipos de mentalidad en los referidos niveles, el de lo individual, el de lo popular y el de lo colectivo. Se proponen dos procesos sociocognitivos al respecto, el de Anidación social del autoconcepto y el de Autoatribución categorial de membresía nivelar. Se concluye que la hipótesis parece teóricamente adecuada y amerita de adecuada comprobación empírica.

Palabras clave: *Teoría de la Cognición social, Niveles de percepción social, Psicología política venezolana.*

Recibido: 03-11-99 • Aceptado: 30-03-00

* Abogado. Magister en Ciencia Política. E-mail: avelcas@yahoo.com.

Individualism, Populism and Collectivism in Venezuelan Political Psychology

Abstract

In this paper we analyze an apparent individualism, populism and collectivism. Two paradox in Venezuelan political psychology in modern times, and a hypothesis is proposed to explain this phenomenon from the point of view of the theory of social cognition. The topic is examined as the intervention of different cognitive processes related to different levels of social perception (political perception in this case) which are related to certain types of mentalities on the levels previously referred to.

socio-cognitive processes are proposed in this regard, self-concept social nesting, and categorical self-attribution of membership level. The conclusion is that the hypothesis seems to be theoretically adequate and requires more empirical testing and proof.

Key words: *Social cognition theory, levels of social perception, Venezuelan political psychology.*

Introducción

Los sondeos de opinión pre-electoral y electoral en Venezuela tienen una prolongada tradición de generación de conflictividad y empleo como armas de la contienda candidatural. Independientemente de ello, resulta de interés preguntarse si las encuestas realizadas en Venezuela en los últimos años (con muy diferentes grados de adecuación metodológica y autenticidad de los resultados) permiten conocer realmente la psicología electoral de la población, más allá de la situación primaria del verbalizar preferencias y rechazos ante los diferentes candidatos presidenciales, el régimen, los partidos políticos o los problemas del país.

La respuesta parece en buena parte negativa, en cuanto que las encuestas electorales al uso por lo general no se encargan de intentar estudios explicativos, sino más bien descriptivos y correlacionales. Esto es, comúnmente no se trata de verificar (entendido esto por supuesto en un sentido lato) hipótesis que postulen relaciones causales no meramente lineales y directas, sino que se procura encontrar correlaciones estadísticas generadoras de juicios probabilísticos de relación

causal con diferentes grados de plausibilidad y que, no obstante, no suelen ir más allá de brindar *verosimilitud causal discursiva* a tales análisis descriptivos.

Por verosimilitud causal discursiva se entiende que la relación causal (o mejor dicho, correlacional) postulada *a posteriori* puede servir como explicación, mas sólo es una entre muchas posibles, dado el diseño de la encuesta, las variables analizadas y la clase de datos recogidos. El problema es determinar cuál de diferentes hipótesis es la que presenta mejor posibilidad, independientemente de su verosimilitud, pues una hipótesis no se puede preferir tan sólo por su plausibilidad, dado que ésta únicamente satisface al sentido común, que atañe a un muy elemental nivel explicativo. Pero tal selección de hipótesis solamente es posible si se aplican diferentes diseños exploratorios y en ello se va más allá del puro examen de las actitudes básicas.

Parece claro, entonces, que los sondeos de opinión ameritan abordar con mayor profundidad, cuidado y frecuencia el examen de hipótesis específicas que procuren explicar el comportamiento electoral venezolano, hipótesis éstas que no necesariamente implicarán las mismas variables y mecanismos (si se permite el empleo del término) que en contextos políticos y culturales diferentes (como en los USA o en Europa).

En este artículo, de naturaleza teórica, se señala uno de los fenómenos propios de la temática referida y se propone una explicación tentativa para su comprensión, algo que por supuesto queda pendiente de la adecuada validación (o rechazo) empírica. El fenómeno en cuestión es el que se presentó en las elecciones presidenciales de 1998 en Venezuela, en que hubo un apoyo social a tres cuestiones de muy diferentes implicaciones sociales, para lo cual aquí se propondrá una hipótesis explicativa en términos de la Teoría de la cognición social.

Ahora bien, debe anotarse que la explicación propuesta solamente se pretende válida para el período electoral de 1998, puesto que para el momento de elaboración de este trabajo la situación social y política del país ya se ha modificado en varios sentidos; no obstante, a título especulativo, se podría examinar en posteriores trabajos en qué medida la explicación pudiera ser valedera para otros momentos del pasado y presente político venezolano.

Una (¿aparente?) paradoja

Panorama actitudinal

Venezuela es un país que desde mediados de 1997 se encontraba en un proceso electoral informal (si bien la campaña se inició formalmente sólo en el mes de septiembre de 1998) y que a raíz de la convocatoria e instalación de una Asamblea Nacional Constituyente en julio de 1999 aún presenta elementos de intensa confrontación política, dado que el nuevo gobierno nacional está llevando a cabo un proceso de reestructuración de la institucionalidad. Y la fuerte polarización que se dió durante la campaña presidencial entre un candidato como el Comandante Hugo Chávez F. (militar retirado, jefe de un Golpe de Estado fallido en 1992) y los representantes políticos tradicionales continúa siendo muy marcada, ahora que aquél candidato se ha convertido en el Presidente de la República.

Ahora bien, en materia de psicología política en este país se ha venido presentando, al menos durante la época señalada, la paradoja (real o aparente) de que se dieron simultáneamente (a) un muy fuerte soporte (no necesariamente verbalizado) al *sistema clientelar* y, por ende, a los partidos políticos que son los medios por los cuales se lleva a cabo la labor clientelista (Hanes, 1984; Njaim, 1996), mismos que se supondrían como democráticos en teoría, sin serlo realmente en la práctica en el caso de Venezuela (Coppedge, 1995), junto a: (b) el apoyo, generalizado y sostenido en el tiempo, a *la Democracia como sistema* (Datanalysis 1993; Torres, 1985, 1990; Welsch y Carrasquero, 1995), la cual por esencia es un régimen contrario al fenómeno del clientelismo, y aunado ello a (c) un decidido afecto positivo generalizado por un personaje como *el entonces candidato* y actual Presidente, a quien ya para el momento de la campaña electoral se pudiera suponer (ya maliciosa, ya fundadamente) como representante de una tendencia hacia lo autoritario o proclive a lo autoritario en lo personal (por ser militar y antiguo golpista), y que actualmente goza del más amplio poder formal que haya manejado Presidente alguno en la historia democrática del país.

Recuérdese por cierto que el Presidente Chávez fue elegido por amplia mayoría en diciembre de 1998 como Presidente, luego, a mediados de 1999 los candidatos apoyados por él obtuvieron más del 90% de los escaños en la Asamblea Nacional Constituyente (en funcionamiento desde julio de 1999), y ya anteriormente le habían sido otorgados (empero, tras largas discusiones)

por el Congreso de la República poderes especiales para tomar medidas excepcionales en materia económica.

Actitudes contradictorias

Esto es: se trata de que en el país se presentó un triple apoyo (aparentemente contradictorio) a tres elementos que resultan de muy diferente naturaleza: (a) *En primer lugar, el apoyo al sistema político informal* (que en Venezuela es decididamente clientelar) es algo evidente, al punto que una de las principales críticas a los partidos y sus dirigentes es que se han convertido en agencias de colocación laboral a cambio del voto (y la complicidad ante la corrupción) por parte del cliente (Zapata, 1996: 174 y ss.), lo cual es una situación que se ha extendido a casi todos los intersticios sociales.

Así, en la medida en que el principal medio de acceso al mercado laboral en la empresa pública (y en buena parte de la empresa privada) se lleva a cabo por este método, existe un claro soporte, *no necesariamente verbalizado* y no necesariamente analizado (por no ser comúnmente abordado en las encuestas), a los métodos de generación de ingreso al mercado laboral por medio de los partidos. Acerca de la enorme influencia que los partidos políticos han tenido hasta época reciente en cuanto al acceso al mercado laboral, y para un examen empírico de sus métodos autoritarios y clientelistas, y de la penetración de todo el sistema social por los partidos en Venezuela, consúltese Coppedge (1995).

Vale notar que lo anterior se presenta a pesar de un fuerte y decidido rechazo general, sostenido también desde hace al menos quince años, a *los métodos de funcionamiento de los propios partidos* (que en cumplimiento de su papel clientelar ejercen presión sobre el cliente, especialmente mediante la amenaza de retiro de privilegios, del trabajo por éste ocupado, o incluso de delación de sus faltas o delitos), sobre todo debido quizás a la conciencia social de la extensión e intensidad de la corrupción administrativa (Datanalysis, 1993). Sobre el grave descrédito *general* de los partidos políticos en Venezuela abundan los testimonios, datos y estudios empíricos: por todos, consúltese Zapata (1996), donde se presenta un estudio de opinión pública sobre una muestra representativa de la población, llevado a cabo a fines de 1994. Allí se muestran datos opináticos acerca de las percepciones sociales sobre el funcionamiento de los partidos (calificado como “cerrado” y “no democrático”), acerca del descrédito de los políticos y la política, y sobre la calificación de los partidos en comparación con otras institucio-

nes: cabe señalar que a aquellos se les asocia la máxima desconfianza absoluta y el mínimo aporte social percibido.

En este sentido, si bien muchas encuestas muestran un decidido rechazo en general a los partidos políticos por parte de la mayoría de las personas (Zapata, 1996), hasta donde el autor conoce, no parece haberse abordado el examen de evaluar si tal rechazo se presenta también ante los partidos políticos *cuando son empleados por el sujeto para su beneficio personal*, esto es, como medio de acceso al mercado de trabajo y de ascenso social; así como ante los métodos clientelistas y de manejo de influencias para el logro de *objetivos personales* públicos o privados¹.

(b) Por otra parte, *el soporte opinático al régimen democrático* (a pesar del incremento sostenido en la abstención) también es ampliamente generalizado y ha sido mostrado en diversos sondeos y estudios de opinión a lo largo de por lo menos los últimos veinte años (Datanalysis, 1993; Torres, 1990; Welsch y Carrasquero, 1995; Zapata, 1996). Se puede decir que los venezolanos en líneas generales desean vivir en un régimen democrático y que lo aceptan como el más adecuado.

(c) Finalmente, *el apoyo al que para la época era candidato presidencial, Cdte. Chávez*, actual Presidente, también fué reiteradamente demostrado en diferentes encuestas de opinión electoral en Venezuela, incluso en la época reciente y durante casi todo el período pre-electoral se mantuvo como el candidato con la mayor preferencia de los electores. Y ello a pesar de, en aparente contradicción con lo antes anotado, tratarse de un elemento propicio a recibir la calificación de autoritario (sea ello cierto o no), apoyo aquél debido probablemente a su imagen personal de valentía y de firme crítica ante el estatus. Soporte social también reiterado en las elecciones a la Asamblea Constituyente, en que sus patrocinados ganaron por amplio margen, precisamente gracias a su apoyo, dado que la mayoría eran desconocidos a nivel nacional.

Ahora bien, lo expuesto (las tres clases de soporte a las tres diferentes cuestiones) *se presenta paradójico porque* el clientelismo y sus métodos son contradictorios con el régimen democrático en cuanto que éste se caracterizaría por el *universalismo* como valor y por la no discriminación como patrón de conducta, en tanto aquél se caracteriza por el *particularismo* como valor y la preferencia como

1 Esto último debe por supuesto ser examinado empíricamente, y se puede adelantar la hipótesis de que no se presentaría tal rechazo, por las razones expuestas en el texto.

pauta de comportamiento. Resultaba igualmente contradictorio el apoyo al clientelismo con el soporte al antiguo candidato y ahora Presidente Chávez porque éste ha ofrecido, con serios visos de veracidad, el combatir la corrupción y el sistema clientelar. Y es también aparentemente incompatible la simpatía por la democracia con el sostén al candidato Chávez precisamente porque éste pudiera ser considerado como autoritario y parecía orientado a minimizar en su gobierno la influencia de los partidos políticos, que son instrumentos aún necesarios en una democracia de masas contemporánea.

Problemas de interpretación

Sin pretender examinar acá *el por qué* de cada uno de estos tres fenómenos por separado, ni la validez científica de las mediciones llevadas a cabo (pues ello requiere de estudios independientes en que se analicen específicamente las causas de estas preferencias, y de análisis experimentales de la relación entre actitudes y conducta), lo que se desea estudiar aquí es *cómo es posible que tres propensiones tan aparentemente opuestas entre sí se hayan presentado sin embargo al mismo tiempo en un mismo país*.

Esta suerte de *contradicción múltiple* no parece haberse examinado con cuidado hasta ahora, y desde luego requiere de explicación, dado que permite sospechar de al menos dos problemas de interpretación, uno de carácter sociológico, y otro de carácter metodológico, a saber:

(a) Por una parte, está la que parece ser la interpretación más evidente, como es la que ante los datos disponibles postula que existe alguna clase de *conflicto de identidad* en el venezolano, si bien éste sería básicamente democrata (Bermúdez, 1998). Empero, debe señalarse brevemente que esta autora plantea, si bien muy brevemente, una explicación diferente a la que acá se presenta, sin tratar de abundar en sus implicaciones o su verosimilitud. Según ella, habría una *crisis de identidad* en los venezolanos, específicamente una de identidad *política*, manifiesta mediante problemas evidentes como el soporte y rechazo simultáneo a la Democracia, ello se explicaría porque al expresar apoyo por la democracia los venezolanos están refiriéndose a la democracia “deseada y pensada”, y al expresar insatisfacción, se refieren a “la vida democrática que [el sujeto] ha experimentado” durante los gobiernos democráticos en la historia reciente del país.

No obstante, si bien para plantear una interpretación como ésta, habría que contar con un soporte adecuado en los datos opináticos (algo que no se puede examinar dado que la autora no presenta los que empleó en su estudio, pues éste es de carácter teórico, como el presente trabajo), dadas las características fenoménicas que presenta esa “contradicción” como una verdadera serie de contradicciones estructurales y estructuradas en la Psicología política venezolana, la hipótesis que se presenta acá resulta más adecuada.

(b) Y por otra parte, una interpretación que no pareciera tan evidente, como es la de *no dar por segura la contradicción aparente de los sujetos*; ésta postura presenta a su vez al menos tres alternativas de interpretación:

(b.1) que *no hay verdadera contradicción* en los sujetos, por lo que habría que examinar hipótesis que expliquen cómo es posible la conciliación de los datos aparentemente contradictorios,

(b.2) que *haya o no contradicción subjetiva de los respondientes, el problema se encuentra en una insuficiencia de los instrumentos metodológicos* empleados (los de recolección de datos, los de interpretación de éstos, y los de diseño conceptual de ambos), y finalmente,

(b.3) que *se presentan las dos anteriores*.

Acá se desea mostrar cómo es que la explicación (b, b.3) es la más correcta. Así pues, en cuanto a la pura y simplista aceptación acrítica de la contradicción, no parece muy justo (para con los sujetos analizados) el resignarse ante la aparente contradicción, lo cual no es más que rendirse ante la (quizás errónea) evidencia. Tal es por ejemplo el caso de Piñango (1996), quien en base al estudio analizado en Zapata (1996) afirma que *el venezolano es inconsistente*, ante cuestiones como por ejemplo la creencia en la excelencia de la Democracia y el deseo simultáneo de un gobierno “fuerte”, no necesariamente democrático, algo que habría que aceptar (“aceptémoslo como rasgo que está ahí, con el cual tenemos que vivir”: (1996: 206).

Pero, en lugar de suponer *a priori* que el problema está en el objeto de estudio, hay que tener en cuenta que, como principio metodológico, la aceptación de la supuesta incongruencia no puede ser inmediata, dado que en casos como estos se trata de una cuestión que se infiere solamente en base al puro comportamiento verbal (fonético, para ser más exactos), y una validación de la contradicción encontrada mediante la encuesta requiere de estudios que, paralelamente al

análisis opinático, proporcionen insumos que permitan examinar el asunto en profundidad, algo de lo que si bien se tiene cuidado en muchos estudios de opinión, especialmente de opinión electoral, lamentablemente no es la norma.

Así, no parece correcto aceptar la contradicción reflejada en las encuestas, sin cuestionarse en qué medida tal inconsistencia puede ser más bien un *espejismo metodológico*, producto de problemas de método. Primero, del instrumental empleado en la observación e interpretación, o también, segundo, consecuencia de la pura recolección de datos por encuesta *sin la guía de un modelo teórico hipotético sobre los diferentes niveles del objeto social analizado y los distintos contextos de la interpretación social de los reactivos*. Pero esta es una problemática específicamente metodológica que por sí sola amerita de análisis específicos, diferentes e independientes a éste, de manera que el resto de este trabajo se concentrará en proponer una explicación para el asunto analizado.

Una hipótesis explicativa

Hipótesis propuesta

Una explicación plausible para la paradoja antes referida se podría encontrar en el terreno de la Psicología social, si se toma en cuenta que se debe tratar de un problema relativo a la *identidad social* de los sujetos analizados (Lorenzi-Cioldi y Doise, 1996). Así entonces, la explicación que acá se propone es la de que

(H) *Se trata de tres fenómenos diferentes, en tres niveles de percepción no convergentes aunque imbricados, que suponen cogniciones y emociones complementarias, no contradictorias, en diferentes niveles, estados o fases de agregación social* (acerca de la existencia de diferentes niveles en este terreno, véase Turner, 1987, espec. Ch. III).

Explicación de la hipótesis

El apoyo *personal* al sistema clientelar (como se dijo, algo comúnmente no contemplado en las encuestas) se explica porque al haber involucrado los políticos a casi todos con sus métodos, en un país en que la corrupción se encuentra tan ampliamente extendida como en Venezuela, la mayoría de los venezolanos *como individuos* tiene algo que defender o que temer ante un cambio político severo de la institucionalidad. Así, una beca, una sinicura, un cargo público, una relación de complicidad delictual o semi-delictual, etc., sea por parte del individuo, sea

por parte de sus más cercanos relacionados laboral, política o incluso parentalmente, ello no solamente porque el sujeto o sus relacionados se encuentren trabajando en el sector público, sino debido también a las fuertes relaciones de dependencia clientelar entre el sector público y el privado.

A su vez, sobre el apoyo *colectivo* a la Democracia parece acertado aseverar que no pasa de ser una pura verbalización de una simpatía difusa y de carácter *meramente impersonal*, posiblemente propiciada en parte por el propio método impersonal y anónimo de recolección de los datos de encuesta. No resulta muy difícil constatar que poquísimos venezolanos son realmente democráticos en su vida diaria, pública o privada, y pocos sujetos aceptarían formar parte de un sistema de reparto de cargos laborales y políticos en base a criterios de mérito antes que de acuerdo con criterios de relación clientelar, como es costumbre en el país, costumbre que, como ya se dijo, se ha extendido también a gran parte de la empresa privada², bajo la forma, más general, del particularismo.

Por su parte, el afecto *popular* por el Comandante Chávez tiene quizás raíces más profundas (atractivo del líder viril y exitoso, necesidad de un caudillo, etc.: Montero, 1994), pero se puede interpretar como una respuesta moralmente motivada y justificada, *mas sólo por parte del venezolano como miembro del pueblo*, ante la situación de grave crisis social y económica del país y ante quienes se les considera responsables de ella.

Lo paradójico se desvanece al advertirse que aquí no se trata de razones en conflicto, sino de cogniciones y emociones complementarias y en diferentes niveles o fases de agregación social. Se puede así considerar al colectivo, el popular y el individual como diferentes *niveles de la percepción política que resultan del proceso de asumir los correlativos puntos de vista* (individual, popular o colectivo) por parte del mismo sujeto según sea el caso. Aquí no se afirma en modo alguno que ésta categorización tenga validez universal, pero se cree que valdría la pena examinar tal cosa en diferentes culturas. Además, aunque parece evidente, es necesario recordar que los niveles referidos no existen en la realidad: se trata simplemente de modos de organización social que resultan de diferentes modos de percepción individual.

2 Recuérdese que Venezuela ha sido calificada durante los últimos años por *Transparency International* como uno de los países más corruptos del mundo: la percepción parece completamente correcta.

Parece entonces adecuado analizar el fenómeno electoral y la Psicología política en la época venezolana reciente mediante una hipótesis que maneje estos diferentes niveles, que si bien quizás anidados perceptualmente (DiPrete and Forristal, 1994), se presentan en relación aparentemente contradictoria. El de lo *individual*, que atañe al sujeto y sus intereses más cercanos; el de lo *popular*, que se refiere al sujeto como miembro del pueblo, y el de lo *colectivo*, que hace referencia a esa difusa y conectivamente laxa (en materia de vínculos sociales) entidad semi-metafórica que es la totalidad de la población del país. Esta clase de análisis, empero, sólo podría generar datos confiables en la medida en que se incorporase a los diseños de investigación electoral, y en cuanto tales diseños incluyesen los elementos señalados antes en cuanto al manejo metodológico de la complejidad del fenómeno³.

Mentalidades diferentes pero concurrentes

Aquí se postula que *en el caso venezolano* las mentalidades aplicables a cada nivel considerado son, respectivamente: una *mentalidad autoritaria* en el nivel *popular* (sobre autoritarismo venezolano, consúltese Montero, 1991), una *mentalidad clientelar* en el nivel *individual* (sobre clientelismo en Venezuela, véase Hanes, 1984; Njaim, 1995) y una *mentalidad democrática* en el nivel *colectivo* (sobre la democraticidad de los venezolanos, examínese Welsch y Carrasquero, 1995).

Pero esto debe ser examinado con atención, a fin de evitar interpretaciones ideológicas: lo que aquí se quiere decir *no es* que el pueblo venezolano sea autoritario, sino que cuando el sujeto (de cualquier condición social) *asume el punto de vista* de lo popular, la probabilidad de cogniciones, emociones y valoraciones tendientes a lo autoritario (y al resentimiento social, por demás moralmente justificado y justificable en un país como Venezuela) es mayor; que cuando se *asume un punto de vista* colectivo e impersonal, la tendencia es hacia lo democrático, y que *desde el punto de vista* individual y personal, la tendencia es hacia lo clientelar. Así, las tres mentalidades concurren en la realidad psicológico política, y no siempre predomina sólo una.

3 Briceño-León (1992) ha abordado el estudio de la estratificación social en Venezuela procurando un equilibrio metodológico entre el análisis de clases y el de la historia individual.

De allí el error de aseveraciones generalistas, ya comunes y, según parece, ampliamente aceptadas (por ejemplo, Welsch y Carrasquero, 1995) en materia de Psicología política venezolana, como la de que *los venezolanos* son demócratas, o que *los venezolanos* prefieren un sistema democrático: ambas preferencias no son absolutas y sólo son válidas desde *ciertos puntos de vista*, bajo *ciertas circunstancias* del respondiente y para ciertas *condiciones estimulares*⁴.

En el caso de Venezuela el sujeto no responde a los reactivos de una encuesta política, ni percibe siempre la realidad social, desde *un único* punto de vista -el personal- sino que asume diferentes perspectivas, al punto que ocurre que, por ejemplo, puesto a elaborar evaluaciones sobre la situación de diferentes grupos, puede expresar que en determinadas circunstancias se ve afectado su grupo de pertenencia, más no él o ella como individuo.

Ello a primera vista parecería irracional, pero se puede explicar como verdadero si se comprende que (a) el punto de vista desde el cual se efectúa la evaluación es diferente, y (b) la posibilidad de apelación simultánea a diferentes niveles de categorización no necesariamente conduce a situaciones intrapersonales antagónicas (Lorenzi-Cioldi y Doise, 1996: 80).

De acuerdo con la hipótesis referida, en cada votante venezolano coexistirían tres actitudes que resultarían contradictorias si funcionasen en el mismo plano o área cognoscitiva, pero que, al pertenecer a diferentes áreas, en la realidad se complementan. Una es la *actitud pro-democrática*, propia del sujeto en cuanto miembro de la colectividad. La segunda es la *actitud pro-autoritaria*, considerado el sujeto como miembro del pueblo. Y la tercera es una *actitud pro-clientelar*, considerado el votante como individuo. Parece claro que el examen de las actitudes ha de mostrar divergencia internivelar y convergencia intranivelar para diferentes sujetos ante los mismos estímulos, con un grado de intensidad variable para cada nivel, de acuerdo con las características de la personalidad que determinen la saliencia de cada nivel para diferentes sujetos.

Debe quedar claro que aquí no se pretende hacer encajar la hipótesis propuesta en un conjunto teórico aún en construcción, como es el de la Cognición social (Fiske, 1993; Levine et al., 1993) y la Categorización social (Citado por: Oa-

4 Acerca de la dependencia del contexto, examínense Lorenzi-Cioldi y Doise, 1996, pp. 79 ss., y Turner, 1987, Ch. III, supuestos 3, 6 y 7.4.

kes, en Turner, 1987): más bien se trata de mostrar la verosimilitud y fundamento de la hipótesis adelantada y de sugerir que puede ser elaborada y probada dentro del marco teórico referido. Además, debe tenerse en cuenta que en este trabajo se trata de percepción (especialmente, de autopercepción) política en particular (no social en general). Por otra parte, parece necesario hablar de *percepción, cognición y evaluación* sociales (políticas, en este caso) y no solamente de percepción o cognición.

No obstante, ésta es sólo una hipótesis de trabajo, y no existe aún una teoría que dé cuenta de los problemas de cognición, moralidad y emoción cuando un sujeto percibe niveles anidados desde la escala individual hasta la colectiva (Di-Prete and Forristal, 1994). Por cierto, además del problema específicamente psicológico perceptivo y de procesamiento de información, está el problema sociológico del examen *descriptivo* de las interacciones internivelares y del análisis *explicativo* de sus aspectos causales, lo que se presenta sumamente complejo en cuanto que la anidación de múltiples unidades sociales, individuales y grupales, genera en éstas cualidades agregativas que ocasionan efectos contradictorios que influyen en el juicio social.

La tarea requiere, pues, de fuerte trabajo interdisciplinario y, aunque la dificultad del mismo es patente, su necesidad también lo es: problemas como el examen de cómo la psicología individual afecta la psicología grupal en diferentes sectores, precisan de la colaboración de diversos enfoques disciplinares. Habría que plantear teóricamente y examinar empíricamente hasta qué punto los principios y teorías de la cognición social de carácter grupal (Cornille y Leyens, 1996) son aplicables a procesos que involucran niveles (y no grupos propiamente dichos) como referentes categoriales: parece plausible que los principios son aplicables, siempre que se los adapte a estos nuevos objetos y se plantee una ampliación de la inclusividad de las categorías, que en este caso atañen a los niveles sugeridos.

En este estudio, sin pretender llevar a cabo semejante labor, solamente se ha procurado examinar el asunto en el ámbito de la Psicología electoral, teniendo presente la explicación en cuestión. No se abordará aquí el serio problema epistemológico de si los que acá se denominan “niveles” pueden ser definidos en realidad como grupos: no parece ser así, pero, de serlo, se trataría de proto-grupos, o super-grupos, cercanos a lo que en la Teoría de la Acción Colectiva se ha llamado “grupos latentes”.

Fundamentos

Teorías sobre la cognición social

La Teoría de la cognición social, más que una teoría única, es un grupo de teorías de la Psicología social que tienen presente la relevancia del *vínculo social* y la importancia de los *fenómenos de base grupal* para el análisis de cuestiones como el estatus o la autoimagen, que guardan estrecha relación con problemas como, por ejemplo, el de la ideología dominante en un sistema y su relación con la autoimagen de los sujetos.

Mediante estas teorías se pretende explicar cómo es que la identidad social del sujeto, que es un aspecto de su autoconcepto, está principalmente relacionada con el grupo principal al que pertenece, su situación en el sistema social, etc., y así es como las teorías relacionadas con este campo, como la Teoría de la identidad social, la Teoría de justificación del sistema o la Teoría de la dominancia social, deben ser empleadas en el análisis de variados fenómenos de base eminentemente psico-sociológica (véase Levin, Sidanius, Rabinowitz and Federico, 1998).

Anidación del autoconcepto

Ahora bien, en cuanto toca a nuestro tema, se afirma aquí que, en general, la *identidad política* (que es un caso particular de la identidad social (Lorenzi-Cioldi y Doise, 1996) de un sujeto se construye mediante un proceso simbólico social que se propone denominar “anidación social del autoconcepto”. Esto se refiere a la ubicación subjetiva del individuo en los diferentes niveles percibidos de organización social del sistema político, de acuerdo con las características por él evaluadas en los niveles de agregación social (Turner, 1987)⁵.

Se propone también que este proceso implica al menos tres etapas, no necesariamente lineales en su aparición: una, perceptual y completamente inconsciente, en que el sujeto examina la complejidad nivelar o accesibilidad relativa (Turner, 1987), la cual da como resultado una *apreciación de la complejidad* de los niveles. Una segunda fase, no necesariamente inconsciente, en que el sujeto elabora un juicio sobre las características propias del nivel, de acuerdo con pará-

5 Ver especialmente Chaps, III, IV. En la investigación sobre el autoconcepto (Demo, 1992; Gecas, 1982) no parece haberse abordado esto en el terreno de lo político.

metros relativos al mismo, calculando intuitivamente la *cohesión social* (medida en que el perceptor estima la estrechez de la relación entre los miembros del nivel) y la identificabilidad de sus miembros. Y en tercer lugar, una fase no necesariamente consciente, en que el sujeto examina las características de los individuos que él supone son miembros del nivel, de acuerdo con *parámetros relativos a l yo*, en que se da una estimación intuitiva de su distancia ideológica y social con respecto a tales miembros.

Se asevera también, finalmente, que en cada uno de los niveles aplican diferentes características psicológicas, de las cuales la más relevante en materia de psicología política es la *mentalidad* del sujeto. Nótese asimismo que se presenta, en el decurso de la complejidad nivelar postulada, desde el nivel más abarcante (colectivo, C) hasta el menos inclusivo (individual, I), una disminución del número de vínculos sociales y un incremento proporcional de la intensidad de tales vínculos, y viceversa. Así, la complejidad intelectual requerida se encuentra en relación inversa con la complejidad nivelar, y en el nivel individual es donde se presentará la mayor complejidad de razonamiento del sujeto.

Puede observarse entonces que *la clase de preferencias* asociadas a cada uno de los tres niveles varía en un espectro que va de lo particularista a lo universalista, lo cual resulta comprensible si se tiene en cuenta que (a) la *despersonalización* se encuentra en relación inversa con la cantidad-calidad de los *vínculos sociales* para un sujeto, y que a su vez (b) la *publicidad* (desde lo plenamente público hasta lo plenamente privado) se encuentra en relación inversa con el grado de *compromiso personal* requerido para el logro de las preferencias formuladas en cada nivel.

Es así como en el nivel de máxima despersonalización (C) resulta fácil *expresar* (sean auténticas o no) preferencias de tipo universalista, pues implican un grado mínimo de responsabilidad para el respondiente, en tanto que en el nivel de mínima despersonalización (I) resulta importante *mantener* (sean expresadas o no) preferencias de tipo particularista (véase Turner, 1987).

Autoatribución de membresía nivelar

El proceso de ubicación del sujeto en los niveles es así un proceso de *autoatribución categorial de membresía nivelar* que se produce a lo largo de la vida del individuo e implica atribuciones y reatribuciones sobre la base de revisiones de los resultados obtenidos, en términos de eficiencia para la supervivencia

y desempeño en el medio político, esto es, se trata de un proceso adaptativo en el sentido evolucionista del término. Parece entonces que diferentes rasgos o regiones del yo se vinculan con diferentes niveles, sin que tal ubicación permanezca estable, salvo quizás en la medida en que esté relacionada con la estructura moral básica del sujeto.

En cada una de las áreas respectivas, diferentes aunque interrelacionadas, funcionan también diferentes mecanismos cognoscitivos sobre la base de reglas heurísticas que la persona aplica según se presenten las condiciones ambientales, como sería por ejemplo el estímulo conformado por una serie de preguntas de una encuesta y los diferentes aspectos (con diferentes grados de saliencia) de la vida del sujeto.

Así entonces, en cuanto mayor importancia tenga la membresía del sujeto perceptor, o pertenencia subjetiva a uno de los niveles, mayor será la importancia de la actitud correspondiente: así pues, la actitud si bien deriva del juego entre cognición, emoción y moralidad en las diferentes áreas de la personalidad, dependerá fundamentalmente de la membresía. A su vez, la conducta dependerá entonces en definitiva del grado de relevancia subjetiva de la membresía. De acuerdo con la *Teoría de la auto-categorización* (Turner, 1987), la concepción del yo varía según los niveles de abstracción o inclusividad; la saliencia del nivel de abstracción determina el contenido de la percepción del yo, y ésta a su vez determina la forma del comportamiento (en el estudio referido, “nivel” significa nivel de abstracción, no nivel de organización social, como acá).

El concepto de *identidad comparativa* (Huici y Ros, 1993, cit. por Morales y Páez, 1996) refleja bien lo que se quiere decir acá, sólo que tal concepto estaría limitado -en cuanto al objeto de comparación- a procesos grupales -endo y exogrupal-, en tanto que aquí se trata, no ya de grupos, sino de objetos de mayor complejidad, como son los “niveles” o “fases” de la organización social.

Aun más: parece metodológicamente adecuado entonces postular que para cada nivel perceptual de agregación social resultarán *metodológicamente* pertinentes diferentes modelos analíticos; si es correcta la hipótesis, entonces al nivel individual puede resultar adecuado un modelo como el de la elección racional (caso del votante individual y aislado), en tanto que a los niveles popular y colectivo aplicarán modelos analíticos diferentes (como los culturalistas, institucionales o de la acción colectiva). Como explican Capozza y Volpato (1996: 39), *la transposición al plano categorial de teorías válidas en otros planos es un error*,

porque *las unidades comportamentales pueden diferir* y porque *los fenómenos de un plano no necesariamente se adecúan a los modelos de otro plano*.

Está claro que los niveles de organización social son subjetivos en cuanto que no existen en la realidad aparente, mas son “objetivos” (se podría llamar a ésta “objetividad vicaria”) en cuanto que (a) no son percibidos sólo por individuos aislados, (b) su presencia es indirectamente verificable⁶, y (c) surgen del desarrollo simbólico de los sujetos en sociedad, y esa objetividad vicaria puede ser apreciada como una realidad no aparente, pero presente, detectable por medio de los efectos que su saliencia genera en la cognición social. Esto está bien expresado por Hilbert (1990) cuando habla de que los fenómenos empíricos identificados por el analista no son obvios para los involucrados, que inconscientemente los dan por supuestos, aunque no son empíricamente perceptibles, y son los mismos fenómenos.

Como han postulado Páez y cols. (1992, cit. por Morales y Páez, 1996), la identidad social en la actuación pública y privada está sometida a un proceso de regulación -algo patente en las encuestas políticas realizadas en Venezuela-: los autores referidos hablan de un yo público, un yo privado y un yo colectivo, con base en la Teoría de la identidad social, en tanto que acá se trata de un punto de vista individual, uno popular y uno colectivo. Así, parece necesario entonces hablar de una diferenciación de la identidad personal y la social (Montero, cit. por Morales y Páez, 1996).

La hipótesis y el proceso acá postulados guardan clara relación con los procesos estudiados en la *Cognición social* (Echeita, 1988; Levine et al., 1993), si bien habría que hablar en este caso también de *Percepción social* (Fiske, 1993): o sea, cómo se dan los procesos de cognición social en el contexto de las diferentes redes sociales para generar imágenes categoriales (Gartrell, 1987), así como de *Valoración social*, en cuanto que hay procesos de comparación no necesariamente conscientes.

Como se ha estudiado desde hace cierto tiempo (Tajfel, 1981), las categorías sociales forman parte integral de la identidad y las comparaciones sociales

6 Aunque esté de más recordarlo, cabe señalar que en toda ciencia hay elementos, ya sean componentes de la realidad, ya sean relaciones entre tales componentes, no percibibles por los sentidos humanos, pero reales, y cuya existencia está sujeta a verificación sólo indirecta.

parten de esa base. Resultaría más delicado afirmar que las categorías emergen sólo a través de las interacciones, como postularía el Interaccionismo simbólico (Ritzer, 1992), pues bien pueden estar determinadas filogenéticamente, o bien depender del desarrollo ontogenético, o ser resultado de los tres procesos, con una influencia variable pero fija para todos los humanos, o bien con una relevancia variable entre individuos o clases de individuos. No obstante, como ha señalado Gartrell (1987), el problema de la relación entre contactos sociales e imágenes sociales en base a categorías grupales no pareciera haber sido estudiado con suficiente atención, y es precisamente en ese sentido que se orienta la hipótesis aquí propuesta.

Conclusión

La realidad social no es unidimensional, mononivelar, ni de baja complejidad: todo lo contrario. La descripción de la estructura de la cognición social en el área de lo político, si es posible, requiere del análisis de elementos y relaciones en diferentes planos, áreas y niveles, con variaciones intrasujeto, entre sujetos, grupales, nivelares, e incluso entre diferentes zonas geográficas. La psicológico-política es una de aquellas áreas de la estructura de la cognición social, con seguridad más compleja de lo que varios de los instrumentos de observación comúnmente empleados hasta ahora permiten inferir.

De manera que si en los estudios de Politología y de Psicología política no se procura tomar en cuenta la fundamental *cualidad social* de la identidad y de los juicios de los sujetos estudiados (los venezolanos, en el caso analizado acá), fácilmente se puede llegar a considerar como contradictoria la estructura que, con variable grado de verdad, se hace manifiesta a través de los diferentes observaciones opináticas.

Dada *la complejidad de la trama simbólica* en que los sujetos representan la estructura social, y *el diferencial de relevancia subjetiva* entre sus diferentes áreas, ante una contradicción lógica flagrante en las respuestas, hay que preguntarse, por ejemplo, si las categorías de comparación presentadas al sujeto atañen o no a un mismo nivel, y dentro de éste, a una misma categoría: si no es así, no es correcto deducir la existencia de incoherencias.

Aquí se ha propuesto un modo de abordaje de un problema de psicología política venezolana que ha quedado patente especialmente durante el proceso elec-

toral de 1998, como es la coexistencia de mentalidades aparentemente opuestas en los mismos sujetos (clientelar, autoritaria y democrática): los diseños de encuestas normalmente empleados por lo general no se ocupan de abordar el problema de las relaciones entre los diferentes niveles de la percepción social, ni el de los efectos que ello tiene sobre el elector.

Se ha presentado una explicación tentativa desde el punto de vista de la Teoría de la Cognición social para explicar la paradoja, y se ha expuesto una fundamentación de la misma en base a conceptos referentes a la cognición y percepción social. Se considera que la explicación resulta examinable empíricamente, y parece adecuado concluir sugiriendo que los estudios de opinión pública examinen el tema con mayor atención, esto es, teniendo en cuenta en sus diseños los avances logrados en la Psicología social (como la Teoría de la Identidad social y sus modificaciones, y la Teoría de la Auto-categorización de Turner) y en base a estas teorías y modelos se propongan hipótesis alternativas (metodológicas y sustantivas) para el análisis del problema.

Bibliografía

- BERMÚDEZ, Emilia (1998). "Las identidades políticas". **Revista Comunicación**, 10, Primer trimestre, 61-69.
- BRICEÑO-LEÓN, Roberto (1992). **Venezuela: clases sociales e individuos**. Caracas: Fondo editorial Acta Científica Venezolana.
- CAPOZZA, Dora y Chiara Volpato (1996). "Relaciones intergrupales: perspectivas clásicas y contemporáneas" en BOURHIS, R. y LEYENS, J.P. (eds.) **Estereotipos, discriminación y relaciones entre grupos**. Madrid: McGraw-Hill.
- COPPEDGE, Michael (1995). "Partidocracia and Reform in Comparative Perspective" en MCCOY, J., SMITH, W., SERBIN, A. y STAMBOULI, A. (eds.) **Venezuelan Democracy Under Pressure**. New Brunswick: Transaction.
- CORNEILLE, Olivier y Jacques-P. Leyens (1996). "Categorías, categorización social y esencialismo psicológico" en BOURHIS, R. y LEYENS, J.P. (eds.) **Estereotipos, discriminación y relaciones entre grupos**. Madrid: McGraw-Hill.
- DATANALYSIS (1993). "La abstención electoral en 1989 (informe analítico)" en **Reformas para el cambio político**, ed. Comisión para la reforma del estado. Caracas: COPRE.

- DEMO, David (1993). "The Self-Concept Over Time: Research Issues and Directions". **Annual Review of Sociology**, 18, 303-26.
- DiPRETE, Thomas and Jerry Forristal (1993). "Multilevel Models: Methods and Substance". **Annual Review of Sociology**, 20, 331-357.
- ECHEITA, Gerardo (1988). "Interacción social y desarrollo de conceptos sociales" en MUGNY, G. y PÉREZ, J. eds., **Psicología social del desarrollo cognitivo**. Barcelona: Anthropos.
- FISKE, Susan (1993). "Social Cognition and Social Perception". **Annual Review of Psychology**, 44, 155-194.
- GARTRELL, C. David (1987). "Network Approaches to Social Evaluation". **Annual Review of Sociology**, 13, 49-66.
- GECAS, Viktor (1982). "The Self-Concept". **Annual Review of Sociology**, 8, 1-33.
- HANES, Rexene (1984). **El clientelismo político en América Latina**. Mérida: Universidad de los Andes-Cruz del Sur.
- HILBERT, R. (1990). "Ethnomethodology and the Micro-Macro Order", **American Sociological Review**, 55, 794-808.
- HUICI, C. y M. Ros (1993). "Identidad comparativa y diferenciación intergrupal", **Psicothema**, 5, Suplemento, 225-236.
- LEVIN, Shana, Jim Sidanius, Joshua L. Rabinowitz and Christopher Federico (1998). "Ethnic Identity, Legitimizing Ideologies, and Social Status: A Matter of Ideological Asymmetry". **Political Psychology**, 19, 2 (june), 373-404.
- LEVINE, John M., Lauen B. Resnick and E. Tory Higgins (1993). "Social Foundations of Cognition". **Annual Review of Psychology**, 44, 585-612.
- LORENZI-CIOLDI, Fabio y Willem Doise (1996). "Identidad social e identidad personal" en BOURHIS, R. y LEYENS, J.P. (eds.) **Estereotipos, discriminación y relaciones entre grupos**. Madrid: McGraw-Hill.
- MONTERO, Maritza (1991). "La justicia del mundo, el autoritarismo y la necesidad de torturar (análisis de una expresión ideológica)" en MONTERO, M. (ed.) **Acción y discurso. Problemas de Psicología política en América Latina**. Caracas: Eduven.
- MONTERO, Maritza (1994). "Génesis y desarrollo de un mito político". **Tribuna del investigador**, 1, 2, julio-diciembre, 90-100.
- MORALES, José F. y Darío Páez (1996). "Estereotipos, discriminación y relaciones intergrupos en España y Latinoamérica" en BOURHIS, R. y LEYENS, J.P. (eds.) **Estereotipos, discriminación y relaciones entre grupos**. Madrid: McGraw-Hill.

- NJAIM, Humberto (1995). "Clientelismo, mercado y liderazgo partidista en América Latina". **Nueva Sociedad**, 145, sept.-oct., 138-147.
- PÁEZ, Darío, Juan José Arróspide, Cristina Martínez-Taboada y Sabino Ayerterán (1992). "Identidad social, autoesquemmatización y autoconciencia colectiva: Investigaciones correlacionales en la perspectiva de la Teoría de la Identidad Social". **Revista de Psicología Social**, 3-19.
- PIÑANGO, Ramón (1996). "Para comprender al venezolano de los noventa". En Zapata, R. **Valores del venezolano**. Caracas: Conciencia 21.
- RITZER, George (1992). **Contemporary Sociological Theory**. New York: McGraw-Hill.
- TAJFEL, Henri (1981). **Human Groups and Social Categories**. Cambridge: Cambridge University Press.
- TORRES, Arístides (1985). "Fe y desencanto democrático en Venezuela". **Nueva Sociedad**, 77, (Mayo-Junio, 52-64.
- TORRES, Arístides (1990). "La evolución de las actitudes hacia el sistema democrático en Venezuela". Comisión para la Reforma del Estado (ed.) **Venezuela, Democracia y Futuro**. Caracas: COPRE.
- TURNER, John C. (1987). **Rediscovering the Social Group. A Self-Categorization Theory**. Oxford: Basil Blackwell.
- WELSCH, Friedrich and José V. Carrasquero (1995). "Democratic Deconsolidation in Venezuela? Performance and Normative Legitimacy", **International Social Science Journal**, 148, December, 615-626.
- ZAPATA, Reinaldo (1996). **Valores del venezolano**. Caracas: Conciencia 21.