

El reconocimiento como proceso de interacción comunicativa: elementos para una reflexión desde la salud pública

Recognition as a process of communicative interaction: elements for a reflection from a public health perspective

Roberto Fasanelli, Ida Galli y Maria F. Cañón-Rodríguez

Recibido 7 junio 2018 / Enviado para modificación 18 julio 2020 / Aceptado 18 octubre 2020

RESUMEN

La reflexión propuesta en las páginas siguientes tiene como objetivo retornar a las prácticas operacionales de reconocimiento en el campo de situaciones de comunicación complejas centradas en la reciprocidad. La perspectiva epistemológica propuesta es la de la psicología social socioconstructivista. El marco teórico-metodológico es el de las representaciones sociales. A partir del rol de los actores involucrados en el proceso, en el ensayo se describen las tres distintas clases de variables que, en opinión de los autores, influyen en el reconocimiento mutuo: las variables psicológicas, las variables cognitivas y las variables sociales. Las dimensiones subyacentes de cada una de las variables consideradas se analizan en detalle, subrayando los posibles efectos sobre las prácticas sociales relacionadas con los mismos. Estos muestran claramente que las influencias múltiples que entran en juego en la "situación comunicativa" de reconocimiento producen una realidad claramente compleja y ampliamente predeterminada por sistemas recíprocos de representación del otro, de la tarea y de la situación.

Palabras Clave: Reconocimiento; comunicación social; interaccionismo simbólico; planificación en salud (*fuentes: DeCS, BIREME*).

ABSTRACT

The aim of the reflection proposed in the following pages is to return operational recognition practices in the fold of complex communication situations centred on reciprocity. The proposed epistemological perspective is that of socioconstructivist social psychology. The theoretical-methodological framework is that of the Social Representations. Starting from the role of the actors involved in the process, the paper describes the three different kinds of variables that, in the opinion of the authors, influence mutual recognition: the psychological variables, the cognitive variables and the social variables. The dimensions underlying each of the variables considered are analysed in detail, underlining the possible effects on the social practices related to them. These clearly show that the multiple influences that come into play in the "communicative situation" of recognition, produce a clearly complex and largely predetermined reality by reciprocal systems of representation of the other, of the task and of the situation.

Key Words: Recognition; social communication; symbolic interactionism; health planning (source: *MeSH, NLM*).

En el capítulo IV de la *Fenomenología del espíritu*, Hegel (1) sostenía que reconocer es un proceso que exige reciprocidad. En su idea, en efecto, el reconocimiento es posible solamente como reconocimiento recíproco. Por este motivo, todos los procesos de reconocimiento presuponen la existencia de dos entidades distintas

RF: Sociólogo. M.Sc. Sociología. Profesor agregado. Ph.D. Psicología de la salud y prevención del Riesgo Individual y Social. Departamento de Ciencias Sociales, Universidad de Nápoles "Federico II". Nápoles, Italia.
roberto.fasanelli@unina.it
 IG: Psicóloga. M.Sc. Filosofía y Psicología. Profesora titular, Departamento de Ciencias Sociales, Universidad de Nápoles "Federico II". Nápoles, Italia.
idagalli@unina.it
 MC: MD. Esp. Pedagogía. M.Sc. Desarrollo Educativo y Social. Doctora en Salud Pública. Departamento de Pediatría. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, Colombia.
mfcanonr@unal.edu.co

donde “cada una hace la misma cosa que demanda la otra”. Por lo tanto, cada relación es siempre una relación entre necesidades recíprocas, mutuamente en juego por ambas entidades involucradas en la interacción.

Sin embargo, no solo los actores entran en juego, la relación misma requiere algo: demanda esa misma reciprocidad. En otros términos, la exigencia de la reciprocidad consiste justo en el concepto de reconocimiento o, más precisamente, en la relación entre dos sujetos que, en sí misma, es una relación de reconocimiento.

Por ser un proceso interactivo comunicacional, el reconocimiento depende de los siguientes factores: el rol de los actores, los factores que influyen el canal y el código y los factores ambientales y de contexto. A su vez, a partir de la función que desempeñan los actores del proceso de reconocimiento, podemos decir que están influenciados por tres clases distintas de las variables: las psicológicas, las cognitivas y las sociales.

Cualquiera está directamente implicado en el proceso, a través de su personalidad y su sistema de necesidades. En cada situación las necesidades determinan las motivaciones y estas pueden ser explícitas, implícitas o no conscientes. Todo esto nos lleva directamente a los principios del funcionamiento psicológico elaborados por Lewin (2).

Kurt Lewin puede ser definido como el padre de la psicología social contemporánea. Su trabajo teórico-metodológico y empírico ha proporcionado un tipo de plataforma a partir de la cual es posible analizar la articulación psicosocial. Formado en la escuela teórica de la Gestalt en Berlín, él absorbe una nueva visión de la ciencia que surge del debate entre las grandes corrientes epistemológicas europeas del neokantismo y del empirismo lógico, con particular atención a las enseñanzas de Cassirer. Por otro lado, del socialismo alemán llamó la atención constantemente por los problemas que él mismo definía como humano-sociales, así como las sugerencias marxistas sobre la conexión entre teoría y práctica.

El centro del pensamiento lewiniano reside en la idea de que el objeto de análisis (sea un evento social, una conducta personal o de grupo, un fenómeno psicológico) debe ser siempre interpretado sobre la base de sus relaciones con el contexto. De esta manera, el estudio lewiniano se concentra no sobre las variables individuales, sino en un campo de relaciones entre variables, dentro del cual los fenómenos, eventos y comportamientos son considerados expresiones de las “fuerzas que actúan en el campo”.

En la óptica tradicional, fundada sobre los mecanismos de la causalidad lineal, Lewin contrapone una óptica circular y dinámica. Lo que sucede en una situación dada debe ser estudiado a la luz del proceso de estructuración del campo. En su teoría del campo, se toman en consideración

tanto los factores propiamente psicológicos, dependientes de los procesos perceptivo-cognitivos, afectivos y motivacionales de la persona (espacio de vida), como los factores objetivo-sociales (ecológicos). Estos dos tipos de factores se conectan por una dinámica constante, en la que interviene procesos perceptivos y de acción, que transportan en ámbito psicológico lo que está fuera de él. La Persona (P) y el Ambiente (A) están conectadas en una dinámica circular en la cual la situación es modificada por la acción y tal modificación repercute sobre la persona a través del filtro de la percepción y del conocimiento.

Según el autor, todos los individuos funcionan como organismos influenciados por diferentes fuerzas, específicamente, las fuerzas externas identifican todas las presiones que vienen del ambiente, mientras las fuerzas internas obedecen a la historia personal y a la implicación subjetiva en la situación. El juego constante y continuo de estas fuerzas constituye la base del funcionamiento del campo lewiniano, que permite razonar sobre los fenómenos mas no sobre la base de las características de los cuerpos situados en el campo (por ejemplo, masa y volumen) ni de las fuerzas que un campo ejerce sobre otro (por ejemplo: atracción y rechazo). No obstante, sí permite razonar sobre la base de la configuración del sistema global en el que los cuerpos están incluidos y que ellos mismos contribuyen a formar, gracias a su sistema de relaciones, sobre la base de la energía poseída del campo, de la dirección y de la amplitud de las fuerzas en juego.

Para Lewin, el campo social y el espacio de vida son funciones directas de la contraposición de estas fuerzas, que crean en su interior una dinámica concadenada entre necesidad y necesidades que producen tensiones y comportamientos específicos. En esta configuración, las fuerzas positivas identifican la necesidad de obtener cualquier cosa, de perseguir objetivos. Este tipo de fuerzas, producen tensiones positivas y dan vida a los fenómenos de aproximación/atracción. Las fuerzas negativas, al contrario, identifican la necesidad de fuga de algo o alguien. Este tipo de fuerzas producen tensiones negativas y dan vida a fenómenos de evitación/repulsión.

En este sentido, para que las prácticas de reconocimiento sean eficaces, necesitan de un análisis que permita encontrar las motivaciones reales, que son la base del comportamiento y que derivan directamente de las fuerzas que interactúan en el campo. La misma comunicación entre los dos actores en juego estará constituida por mensajes, elaborados no solo a partir de la pertinencia del contenido transmitido sino también a partir del problema, de las exigencias y de las necesidades del emisor. Siempre será necesario preguntarse sobre qué desea conseguir y qué desea evitar cada actor.

Siendo asimilable a un acto comunicativo, el fenómeno del reconocimiento depende de los mismos procesos que lo influyen, específicamente los mecanismos proyectivos y de defensa. Entre los principales mecanismos proyectivos que entran en juego en un proceso comunicativo, encontramos el de atribuir a los otros actitudes capaces de justificar nuestros sentimientos/comportamientos en ellos. La agresividad, por ejemplo, es a menudo proyectada sobre el interlocutor cuando se justifica la propia actitud negativa o se elude la comunicación.

Asimilar el pensamiento de los otros al propio también cubre un rol fundamental, que consiste en “prestar” al otro los propios sentimientos, pensando que el otro “funciona” como nosotros. Esta es una de las razones esenciales de la no-comunicación, porque no tiene en cuenta la diferencia/especificidad del interlocutor.

Llevando la discusión sobre la implementación de las políticas de salud pública y las intervenciones derivadas de ellas, es posible afirmar que las condiciones de reciprocidad, disponibilidad y serenidad facilitan o dificultan la relación entre los actores que formulan y ejecutan la política. Es así como en esta dinámica de relaciones y fuerzas se identifica la necesidad de expresarse y ser atendido en sus solicitudes, al considerar que los actores decisores encargados de definir políticas públicas en salud entienden que estas deben estar ajustadas a las necesidades de los diferentes actores sociales (3).

Sin embargo, en dicha formulación existe desequilibrio de poder, en el cual las singularidades y especificidades de comunidades o de grupos minoritarios se ve afectada, sin lograrse un equilibrio entre el interés y el poder de dichos grupos, por tanto, existe el riesgo de que los problemas agendados en salud sean priorizados desde visiones hegemónicas que favorezcan intereses particulares o simplemente partan desde el desconocimiento del otro, lo que lleva a desconfianza de los receptores de la política, desdibujando tanto el agendamiento del tema como la definición del problema.

Todas las informaciones que no corresponden al sistema de valores, de normas y de relaciones que amenazan el sistema de actitudes y las visiones del mundo de los actores activan, casi automáticamente, los mecanismos de defensa derivados en la protección del sistema de funcionamiento personal/ideológico (4). Como lo recuerda Abric (5) son cuatro las formas más frecuentes: escotomización, memorización selectiva, interpretación defensiva y negación de la autoridad de la fuente.

La escotomización consiste en eliminar una información perturbante, no percibiéndola. Se trata de un filtro selectivo que deja pasar únicamente la información congruente, neutra, poco amenazante. Mediante la memorización selectiva se registra únicamente la información

que nos es “agradable”. Gracias a ella nosotros memorizamos eficazmente o no, en función de nuestro estado afectivo, de nuestra modalidad de funcionamiento cognitivo, de nuestro sistema de creencias y normas. Gracias a la interpretación defensiva comprendemos solo aquello que es “similar” a nuestro modo de pensar, atribuyéndole a una información un significado diferente de su significado real, conformándola a nuestras expectativas y a nuestro sistema de actitudes. Por último, la “negación de la autoridad de la fuente” entra en juego cuando la información nos crea problemas; en estos casos la devaluamos, problematizando la autoridad, la competencia y la buena fe de la fuente/emisente. Así cualquier dato devaluado pierde su estatus de información y puede ser olvidada o abolida.

Como se ha intentado resaltar hasta este punto, los actores del proceso comunicativo del reconocimiento están influenciados fuertemente por la estructura de su personalidad, es decir, que también lo son de su modo de funcionamiento cognitivo. Estamos todos determinados por nuestro sistema cognitivo específico, que precede los modos de reflexionar sobre las cosas y los nuestros modos de organizar y tratar la información.

El sistema cognitivo está, a su vez, determinado por el tipo de formación recibida. El funcionamiento es, al mismo tiempo, individual y social, depende del contexto de producción y reposa sobre reglas específicas (sesgo cognitivo, categorización, atribuciones). A este respecto, vale la pena mencionar que ya en 1984 Moscovici (6) rechazaba claramente las versiones individualistas de la cognición. Él argumenta en contra la reducción de las mentes como “cajas negras” y así mira, más bien, el contenido de los pensamientos y cómo estos están histórica y socialmente constituidos y comunicados. Por lo tanto, como algo que no se puede reducir simplemente al nivel de cognición individual (7), si no como el proceso socio-cultural y dinámico que está como fundamento teórico de las representaciones sociales.

De hecho, entre las variables cognitivas, los sistemas de representaciones desempeñan un papel fundamental. Dichos sistemas se refieren directamente al fenómeno de las representaciones sociales, que pueden definirse como un conjunto de organización de la información, creencias, actitudes, opiniones, que un individuo (o un grupo) elabora sobre el tema de un objeto nuevo. Al mismo tiempo, las representaciones sociales identifican un proceso y un producto de una actividad mental a través de la cual un individuo (o un grupo) reconstruye la realidad a la cual se enfrenta dándole un significado especial. No existe, por lo tanto, una realidad objetiva: toda la realidad es representada y reconstruida en el sistema cognitivo. Individuos y grupos no registran la realidad como esta se presenta, sino como se la representan.

La noción de representación social introducida por Moscovici (8) es una clave en el análisis de la interacción social y, por ende, en la comunicación misma. Jugando el rol de filtro interpretativo, les permite a los individuos decifrar y decodificar situaciones y comportamientos en función de su representación de la realidad. La representación de la situación, a su vez, determina un sistema de expectativas y de anticipaciones concernientes tanto al comportamiento del otro, como al contenido de lo que se dirá. La existencia de esta representación hace que ningún individuo se relacione con una situación comunicativa de una forma neutra, pero disponga a priori de una teoría sobre cómo debería ser la situación: a menudo, antes de que la interacción inicie, ya se encuentra terminada (predeterminada): las representaciones determinan comportamientos y prácticas y viceversa.

En la situación comunicativa, sobre todo decisional, aunque en todos los procesos de reconocimiento recíproco, tres elementos de la representación de la situación juegan un rol esencial: el sí mismo, el otro, la tarea/situación. Las representaciones de sí mismo hacen referencia, primero, al sí mismo “íntimo”, que se funda sobre la imagen de sí mismo, de la propia fuerza/debilidad, de la propia competencia real, de las propias características de personalidad. Esto es un proceso bastante privado, desconocido del otro y, obviamente, no expresado dentro de la situación comunicativa, sin embargo, es fundamental en la determinación del comportamiento.

A partir de la representación de nosotros mismos, adoptamos comportamientos y tejemos relaciones totalmente diferentes. Otra dimensión de la representación de sí mismo es el sí mismo “público”, el sí mismo declarado, es decir, la imagen de nosotros que damos a los otros, que puede ser totalmente diversa de aquella íntima. El comportamiento, en este caso, será determinado de la imagen de sí mismo que deseamos mostrar a los otros. En todas las situaciones de interacción, el individuo se comportará y reaccionará en función de aquello que él piensa sobre ser y lo que piensa mostrar de sí mismo. En la comunicación, en general, y en los procesos de reconocimiento recíproco, en particular, esta imagen interviene en la escogencia del comportamiento a adoptar, del tipo de lenguaje a utilizar y de la finalidad atribuida a la situación.

El segundo elemento de la representación de la situación que afecta tanto a los procesos de comunicación como a los de reconocimiento está constituido por la representación del otro, que consiste en la imagen del interlocutor construida con el concurso de la imagen de sus características psicológicas (personalidad), cognitivas (competencia) y sociales (estatus). Esta representación interviene en la naturaleza de las relaciones, en la escogencia de la modalidad comunicativa y en la finalidad atribuida a la situación.

El tercer y último elemento se refiere a la representación de la tarea o contexto. Se da en función de la idea que construimos a partir de la tarea a realizar, la cual adopta un cierto tipo de camino cognitivo, un cierto modo de razonar y si evalúan códigos y canales más apropiados para la comunicación. Si se quiere comprender la esencia de las razones de los intercambios entre los actores de una situación dada, necesitará interrogarse sobre el significado que se atribuye al contexto en el cual se comunican. El conocimiento de la representación de los actores del proceso es, por tanto, un elemento indispensable para la comprensión y el mejoramiento de la comunicación y del reconocimiento recíproco. La existencia de representaciones sociales compartidas es uno de los factores fundamentales para establecer una comunicación social eficaz y, por ende, posible el reconocimiento recíproco.

Las políticas públicas no son relaciones unidireccionales. Requieren de la interacción entre los diferentes actores; por tanto, exigen identificar sus discursos, intenciones, definiciones y conceptos y, al mismo tiempo, considerar qué elementos han permitido la construcción de la realidad social en la que están inmersos. Solo a través de ello se puede considerar una práctica democrática en su construcción, camino que permite acercarse un poco más a la garantía del derecho a la salud como derecho fundamental propio de individuos y comunidades. El poder de los actores decisores debe estar mediado por el poder del resto de los actores sociales, los cuales deben pasar por un fenómeno de reconocimiento, asimilable a un acto comunicativo, que depende de los mismos procesos que lo influyen, específicamente los mecanismos psicológicos descritos hasta ahora.

Para así llegar a la gobernanza participativa, la cual hace énfasis en el compromiso democrático, en particular, a través de prácticas deliberativas, basada en la distribución igualitaria del poder político, así como en la distribución más justa de los recursos, descentralización de los procesos de toma de decisiones, desarrollo de un sistema de intercambio de información amplia y transparente, énfasis en diálogo interinstitucional y mayor responsabilidad (9).

En los procesos de reconocimiento, además de las variables psicológicas y cognitivas, el estatus social también juega un papel decisivo, lo que significa que es un actor en un sistema social determinado, en un momento determinado, la posición social objetivamente identificable. El estatus puede variar de un momento a otro, desde una situación social/contextual a la otra y es ciertamente un componente esencial de la identidad social y de la imagen de sí mismo. El individuo, en función de su estatus, desarrolla un cierto número de roles sociales dependientes de las actitudes y comportamientos que los otros esperan de él en función de su estatus. El estatus

de los interlocutores también determina la reciprocidad de las expectativas ligadas al rol.

En la interacción simbólico-comunicativa aparecen frecuentemente dos tipos de perturbaciones: el conflicto de rol (que ocurre en el momento en que se adopta un comportamiento diferente de aquel que se espera en relación con el estatus) y la rigidez del rol (que se verifica cuando se mantiene en una situación social específica, un rol correspondiente a una situación diferente).

Además de las distorsiones debidas al estatus social, en los procesos de reconocimiento mutuo se usan a menudo un número claro de prejuicios y estereotipos sociales, conscientemente o no, que, relacionados con la historia del grupo, o también a otros factores, facilitan o perturban la comunicación.

Lo anterior muestra que el mundo real de la política no puede ser comprendido desde criterios científicos externos a los contextos sociales. Es así como el enfoque argumentativo planteado por Fischer (citado por 10) parte del reconocimiento de los diferentes discursos, definiciones y conceptos que tienen los actores que intervienen en el proceso de la política pública y cómo estas concepciones se hayan implícitas en la posición que asumen los actores sobre cómo debe ser la política.

Si a todo esto le sumamos el hecho de que junto con las desigualdades tradicionales hay nuevas desigualdades que aún no están codificadas, la imagen se vuelve aún más compleja. Los derechos, a menudo, se basan únicamente en el reconocimiento unilateral de un estado, como los discapacitados, los enfermos mentales o los pobres, en general. La rutina de la oferta de servicio, sin embargo, presenta situaciones en las que el reconocimiento de los estados no es tan simple. De hecho, requiere interlocutores activos, capaces de comunicar sus necesidades; por el contrario, muchas personas en condiciones de extrema necesidad no solicitan servicios, al igual que otras personas que viven en condiciones culturales y sociales menos problemáticas. Sin embargo, no son conscientes de que tienen, en general, derecho a exigir una mejor calidad de vida y, en particular, un mejor estado de salud. Por lo tanto, necesitamos programas que apunten a superar áreas de intervención rígidas y preestablecidas, dirigidas a ampliar las competencias de los organismos responsables de

promover la igualdad social y ampliar el radio de acción hacia sectores más vastos que la lucha contra un aspecto específico de la discriminación social.

En conclusión, en las políticas públicas de salud es fundamental reconocer a los individuos, las colectividades, las necesidades, los derechos, los discursos, las posiciones, ser conscientes de su existencia y su divergencia. Se debe considerar que las influencias múltiples-psicológicas, cognitivas o sociales, manifiestas o latentes que entran en juego en la “situación comunicativa” del reconocimiento producen una realidad claramente compleja y ampliamente predeterminada. Para trabajar de manera eficiente y eficaz, necesitamos conocer dicha situación comunicativa, en paralelo con la acción “socio-sanitaria” y planes de análisis psicosociológicos específicos del contexto simbólico-comunicativo dentro del cual se inscriben estas acciones ♦

Conflictos de intereses: Ninguno.

REFERENCIAS

1. Hegel GWF. *Phänomenologie des Geistes*. Hamburg: Felix Meiner; 1952.
2. Lewin K. Group decision and social change. In: Maccoby EE., Newcomb TM, Hartley EL (eds.). *Readings in social psychology*. London: Methuen; 1959. p. 197-211.
3. López L. El rol de los actores decisores, corporativos y académicos en la formulación de políticas públicas de salud en Colombia. In: Molina G, Cabrera G, (eds.). *Políticas públicas en salud: aproximación a un análisis*. Medellín: Universidad de Antioquia; 2008. p. 75-88.
4. Fasanelli R, Galli I, Piscitelli A. Social Representations of Covid-19 in the Framework of Risk Psychology. *Papers on social representations*. 2020 [cited 2020 Enero 4]; 29(2), 8.1-8.36. <https://bitly.co/9BHC>.
5. Abric J-C. *Psychologie de la communication: Théories et méthodes*. Paris: Armand Colin; 2004.
6. Moscovici S. The phenomenon of social representations. En Farr RM, Moscovici S (eds.). *Social representations*. Cambridge: Cambridge University Press; 1984. p. 3-70.
7. Marková I. Amédée or how to get rid of it: Social representations from a dialogical perspective. *Cult. Psychol*. 2000; 6(4):419-60. DOI:10.1177/1354067X0064002.
8. Moscovici S. *La psychanalyse son image et son public*. Paris: Presses Universitaires de France; 1961.
9. Fischer F. Participatory Governance: from theory to practice. In: Levi-Faur D. (ed.). *The Oxford Handbook of Governance*. London: Oxford University Press; 2012. p. 457-471.
10. Pirazán J, Rios S. El enfoque argumentativo para el análisis de políticas públicas desde la perspectiva de Frank Fischer. *FORUM Revista Departamento de Ciencia Política*. 2014, 2(6):51-62.