

3. La representación social de Andrés Manuel López Obrador en estudiantes de la Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa: un estudio longitudinal



MARÍA TERESA ACOSTA ÁVILA*

KARINA GUADALUPE GONZÁLEZ ARROYO**

JORGE OCTAVIO HERNÁNDEZ ROSALES***

DOI: <https://doi.org/10.52501/cc.350.03>

Resumen

La llegada de un nuevo régimen político en México a partir de las elecciones federales de 2018 y la fuerte base de asociación de dicho cambio vinculado con la figura y el liderazgo político del entonces presidente Andrés Manuel López Obrador, es el motivo central del presente artículo, preguntándose de manera específica cómo dicho fenómeno impactó y estuvo respaldado dentro de los sectores juveniles y con niveles educativos universitarios. Para ello, se analizan los datos obtenidos a partir de un ejercicio de encuesta aplicado entre estudiantes de la Universidad Autónoma Metropolitana, a efecto de establecer cuáles son los elementos de representación social y valorativa que se mantienen alrededor de dicho personaje de la vida pública y cuán fuerte es el vínculo creado con este.

Palabras clave: *representación social, identidades políticas, Andrés Manuel López Obrador, estudiantes universitarios, México.*

* Maestra en Ciencias Sociales por la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales, Francia. Profesora-investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa. Correo electrónico: avilacosta@yahoo.com.mx

** Maestra en Tecnología Educativa. Profesora curricular en la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa. Áreas de investigación: movimientos sociales, protestas y representaciones sociales.

*** Licenciado en Psicología Social por la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.

Introducción

La figura de Andrés Manuel López Obrador (AMLO), como presidente de la República Mexicana, ha estado sujeta a un conjunto de debates en la esfera pública —con la participación de eruditos y legos— por su forma de gobernar. Estos debates han develado que cada grupo e individuo interpreta el ejercicio gubernamental de López Obrador y la dinámica de la vida social de formas distintas. A medida que la sociedad interviene y se apropia de los asuntos políticos, se crean nuevos lugares de deliberación y de expresión, como los clubes, los cafés o los lugares de trabajo, lugares en donde se comparten o dividen las opiniones, y ambas posiciones se defienden generando verdaderos debates en donde se construyen o se devastan, se componen y recomponen los temas de interés general, sean eventos, personajes, partidos o asociaciones.

En ese sentido, podemos observar que se mezclan los conocimientos expertos y las filosofías espontáneas dispersando las informaciones que posee cada cual para dar paso a la construcción de un pensamiento socialmente compartido, un pensamiento que permite al individuo interactuar eficazmente con su entorno, un pensamiento que es práctico, que juega comúnmente el papel de sistema de referencia, que reagrupa los *saberes* sobre normas, valores, creencias y asociaciones simbólicas ampliamente compartidas por los miembros de un grupo social dado. Lo cierto es que, cuando las personas son interrogadas sobre algún objeto socialmente relevante —tal y como lo es AMLO—, las ideas y opiniones no siempre muestran coherencia, organización y consenso. El estudio de las representaciones que se comparte socialmente da cuenta de la importancia que estas tienen para la formación de grupos que se cohesionan a partir de compartir la representación de un determinado objeto. Este saber compartido y dinámico hace de la sociedad una sociedad pensante.

De ahí que la presente investigación se enmarque en la teoría de las representaciones sociales, particularmente en el enfoque estructural, teniendo como objetivos de investigación (a) identificar a los elementos, socialmente compartidos que conforman, en su conjunto, la representación social de Andrés Manuel López Obrador; (b) observar el grado de proxi-

midad o disparidad en torno a dichos elementos, para finalmente (c) comprobar si tanto los elementos como el grado de proximidad o disparidad se han transformado en función del tiempo. Metodológicamente se trabajó a partir de un cuestionario de asociación libre y un cuestionario de caracterización que, aplicado a 360 estudiantes (180 hombres y 180 mujeres) de la Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa (UAM-I), permitió la construcción de los grafos que muestran tanto las asociaciones como su intensidad.

En este estudio nos hemos interesado en la representación social de un hombre político, y el análisis de su representación social revela una imagen compleja y matizada de su figura, una imagen que se ve influenciada por múltiples factores y dinámicas sociales y que cuenta con elementos estables, como lo es su asociación con el partido Morena y la percepción de su honestidad, así como de elementos que visibilizan la polaridad en torno a la percepción que de él se tiene, lo que refleja la diversidad de opiniones y experiencias en los grupos estudiados.

Las representaciones sociales

En el origen de la teoría de las representaciones sociales se encuentra el nombre de Serge Moscovici, quien reconstruyera para la psicología social la noción de representación colectiva inventada por el sociólogo E. Durkheim, a finales del siglo XIX. Su muy amplia investigación *El psicoanálisis: su imagen y su público* (1961) no fue acogida calurosamente en el momento de su aparición. La consistencia y sistematización del trabajo de Moscovici dieron su fruto y despertaron el interés por las representaciones sociales, a saber, por una forma de conocimiento particular, el conocimiento del sentido común. La teoría de las representaciones sociales goza actualmente de un lugar distinguido en la psicología social.

El estudio de Moscovici sobre la representación social del psicoanálisis mostró cómo una teoría científica se modifica a medida que penetra en la sociedad y se la apropian los diferentes grupos sociales que son definidos por su posición social, por sus creencias religiosas o políticas. Esta transformación, sostiene Moscovici, implica (de inicio) la transformación de un

saber, que viene del pensamiento científico, a otro saber mucho más práctico y familiar, es decir, a un saber del sentido común.

Y es que la producción científica es extraña, para hombres y mujeres comunes no es un conocimiento que les sea familiar, pero al mismo tiempo es un conocimiento del que no pueden huir porque este atraviesa a las sociedades contemporáneas (Moscovici y Hewstone, 1984) y circula en los intercambios de la vida cotidiana, de ahí la *necesidad* de adaptar el conocimiento científico a la sociedad, de transformarlo en un conocimiento comprensible, práctico, un conocimiento de *sentido común* que pasa por un «universo de opiniones» a través de las comunicaciones sociales y que comprende tres dimensiones: (a) la actitud, que es una orientación global favorable o desfavorable con respecto al objeto en cuestión; (b) la información, que permite la organización de los conocimientos que tiene un grupo en relación con el objeto, y (c) el campo de representación, donde se *jerarquizan* los elementos que componen la representación, a saber, el contenido concreto y limitado de las posiciones que se refieren a un aspecto específico del objeto de representación (Moscovici, 1961).

Siguiendo a Moscovici (1973), las representaciones sociales deben entenderse en el marco de

sistemas de valores, ideas y prácticas con una doble función: en primer lugar, establecer un orden que permita a los individuos orientarse en su mundo material y social y dominarlo; y, en segundo lugar, permitir que la comunicación tenga lugar entre los miembros de una comunidad proporcionándoles un código para el intercambio social y un código para nombrar y clasificar sin ambigüedades los diversos aspectos de su mundo y de su historia individual y grupal. [p. 13]

Si bien una definición tiene como finalidad clarificar, explicar, determinar los límites o el conjunto de características que circunscriben un objeto, la definición de representación social no puede construirse desde un solo enfoque, porque son varios los elementos que las componen. Jodelet (1989) ofrece una de las definiciones más claras al afirmar que las representaciones sociales son “una forma de conocimiento socialmente elaborada y compartida, teniendo un alcance práctico y concurrente a la construcción de una realidad común a un grupo social” (p. 36).

Algunos años más tarde, en 1991, la autora propone caracterizar a las representaciones sociales a partir de que estas tienen la propiedad de ser una forma de conocimiento socialmente elaborado y compartido con un objetivo práctico que concurre a la construcción de una realidad común; que apuntan a un fin práctico de organización de la información, de dominio del ambiente (material, social o ideal) y de orientación de los comportamientos y las comunicaciones, y que se dirige a establecer una visión de la realidad común a un conjunto social o cultural dado.

Por su parte, Doise (1985) es preciso al señalar que las representaciones sociales son “principios generadores de tomas de posición ligadas a las inserciones específicas en un conjunto de relaciones sociales y organizan los procesos simbólicos que intervienen en estas relaciones” (p. 246). En esa misma lógica, Fisher (1996) sumó algunos elementos al sostener que

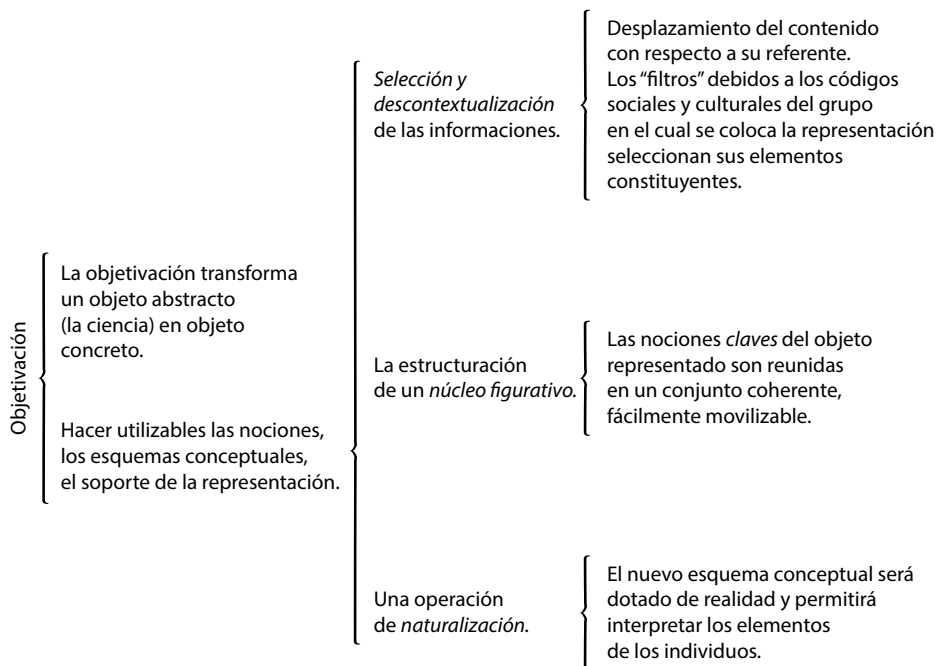
la representación social es un proceso de elaboración perceptiva y mental de la realidad que transforma los objetos sociales (personas, contextos situaciones) en categorías simbólicas (valores, creencias, ideologías) y les confiere un estatus cognitivo permitiendo integrar los aspectos de la vida ordinaria replanteando nuestras propias conductas al interior de las interacciones sociales. [p. 118]

En estos elementos de definición del concepto de representación social encontramos que el sujeto y el objeto no son distintos, que son una forma de conocimiento socialmente elaborado, compartido y útil. Que las representaciones sociales tienen un carácter dinámico y se refieren a un conjunto organizado y estructurado de elementos cognitivos. Finalmente, y siguiendo a Duveen (2012), en la obra de Moscovici, la teoría de las representaciones sociales siempre ha estado orientada al análisis del cambio social o cultural. Al enfatizar el aspecto dinámico de los grupos sociales y, por tanto, también orientar la discusión de las representaciones a la dimensión del tiempo, y a través del concepto de *polifacia* cognitiva, la teoría puede ayudar a dilucidar aspectos centrales de los procesos de cambio cultural. Y es que quien se apodera de un objeto (social) puede modificarlo, transformarlo y hacerlo apto para entrar en el dominio común.

Para Moscovici (1961), la génesis de una representación social se desarrolla en etapas ordenadas durante las cuales se clasifica, descontextualiza y reorganiza la información, dando lugar a un núcleo formado de imágenes (núcleo *imageant*),¹ la *base estable* en torno a la cual la representación se va a construir. De ahí que una representación en proceso de estructuración se desarrolla gradualmente generando un *núcleo figurativo*, un esquema simplificado del objeto. Para llegar a ello, se inicia con los procesos de *objetivación* y *anclaje*, estos son los procesos que presiden a la génesis de toda representación social.

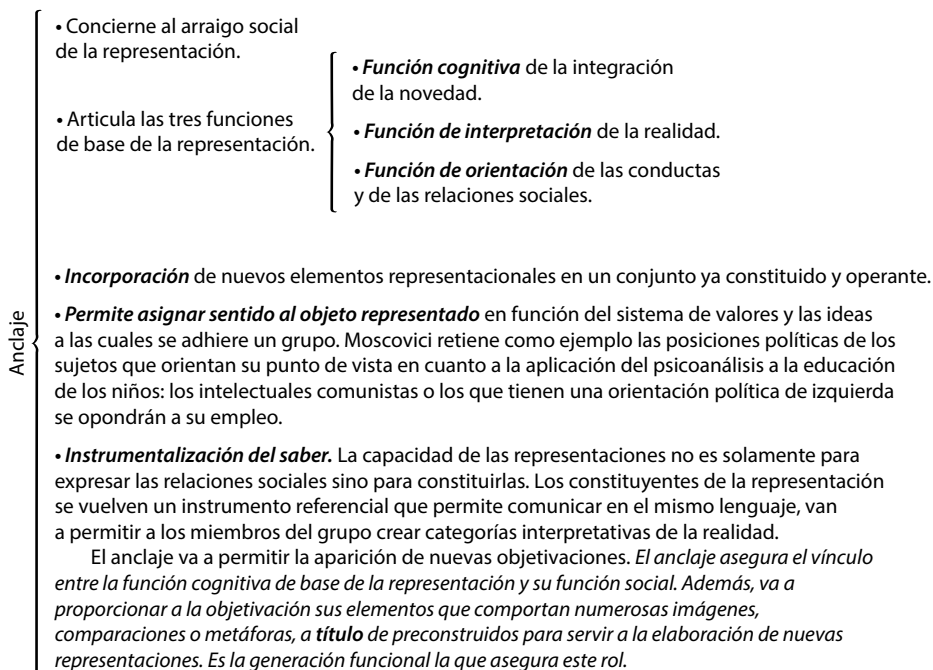
La objetivación y el anclaje son dos procesos fundamentales para la construcción de un *campo* representacional. La objetivación puede definirse como una operación estructurante cuya función es hacer concreto lo abstracto. Objetivar es reabsorber un exceso de significaciones para materializarlas a partir de tres procesos (figura 3.1). El modelo de objetivación, en su triple carácter de construcción selectiva, esquematización estructurante y naturalización, es de un amplio alcance. Por un lado, parece que puede generalizarse a toda representación. Por otro, devela la tendencia del pensamiento social a través de la construcción estilizada, gráfica y significativa. A través de la objetivación, las ideas o nociones abstractas, que son objeto de la representación, se materializan, ganando cuerpo, significado maleable y textura material.

¹ Nota del traductor Nicolás Garrera: “imageant” se trata, evidentemente, de un neologismo también en francés. Hemos preferido el neologismo “imageante” (para marcar el carácter activo que con “imageant” se persigue: *i.e.*: que conforma o forma imágenes, que “pone en imagen”) a “imaginante”, palabra que, por cierto, tampoco existe en castellano, pero morfológicamente más cercana a “imaginativo”, lo cual hubiera inducido un contrasentido, sencillamente porque lo importante en el neologismo filosófico francés “imageant/e” estriba en esa función originaria de formación y no tanto en el matiz que “imaginante” introduciría, a saber, el de una suerte de reproducción de un doble de la realidad en algo así como una realidad paralela que le diera la espalda a la realidad efectiva. Del mismo modo (y para que quede enteramente claro lo que tratamos de transmitir), en el resumen en inglés se ha preferido traducir “la faculté imageante” por “the imaging faculty” y no por “the imagining faculty”. La facultad “imageante” del hombre, en su actividad originaria, no reproduce nada ya hecho y ya configurado. Es, antes bien, ontológicamente decisiva en la configuración de la realidad efectiva. Lo que en fenomenología (o incluso en psicología) se entiende por “imaginación” o, si se quiere, por facultad “imaginante”, ya supone y trabaja sobre lo que la facultad “imageante”, en la originaria configuración de la realidad, ha rendido espesor en el tiempo, en donde hay un conjunto de contenidos, un conjunto de valoraciones.

Figura 3.1. *Procesos de la objetivación*

Fuente: elaboración propia con base en Moscovici (1961).

Por su parte, el anclaje es ese proceso que asegura la objetivación, que asegura el vínculo entre la función cognitiva de base que tiene toda representación y su función social. A partir del anclaje se pueden dar nuevas objetivaciones. Además, el anclaje va a proporcionar a la objetivación numerosas imágenes, comparaciones o metáforas, a partir de títulos preconstruidos para servir en la formación de nuevas representaciones. El proceso de objetivación (figura 3.2) es social porque reposa en la intersubjetividad (el juicio por los pares) que está en la base de la comunidad. Este proceso aclara cómo se estructura el conocimiento del objeto. Mediante la objetivación se puede definir una operación estructurante de la imagen.

Figura 3.2. *Procesos del anclaje*

Fuente: elaboración propia con base en Moscovici (1961).

A propósito del anclaje, Moscovici (1961) es categórico al sostener que

el proceso de anclaje es proteiforme. De una parte, ayuda a comprender la existencia de una jerarquía y de una red de significaciones alrededor del núcleo figurativo de la representación social. Por otra parte, hace ver cómo —por la generalización funcional— este núcleo o modelo figurativo se vuelve un sistema de interpretación, mediador entre el individuo y su universo. [pp. 335-336]

Ahora bien, es importante tener presente que si bien la representación social es siempre la de un objeto, no todo objeto es necesariamente un objeto de representación social, siguiendo la explicación de Wagner y Elejabarrieta (1997):

Imaginemos por un momento que nos planteamos una pregunta perversa: ¿hay una representación social de las espinacas? Por supuesto no ponemos una pregunta ontológica, sino saber si podemos hablar de un conocimiento socialmente elaborado acerca de las espinacas. Aunque inicialmente la pregunta parezca una tontería, podemos sugerir algunos elementos para responderla que probablemente la harían más complicada. En general, las personas tienen actitudes hacia las espinacas, o lo que es lo mismo, realizan evaluaciones que muestran su disposición activa. De este modo, podríamos distribuir a la gente en un continuo que fuera desde la pasión por las espinacas hasta el aborrecimiento absoluto. Además, esas actitudes implican prácticas, es decir, orientan el comportamiento. Probablemente, a quienes les gustan las espinacas las pedirán en los restaurantes y quienes las detestan no las pedirán. Seguramente la actitud hacia las espinacas se acompañará de creencias y justificaciones que funcionan como un sistema de explicación: “son nutritivas”, “tienen vitaminas”, etc. —creencias cuasicientíficas podríamos decir—; o, por el contrario, tienen un sabor horrible”, “me obligaron a comerlas cuando era niño”, etc. Si preguntamos a grupos diferentes, probablemente encontraremos universos de opiniones diferentes (por ejemplo, un grupo de agricultores y otro de habitantes de una gran ciudad). Finalmente podemos argumentar que su imagen se divulga a través de los medios de comunicación con la figura de Popeye. Sin embargo, nada de todo esto nos permite sugerir que exista una representación social de las espinacas. Ninguna elaboración y construcción social se organiza sobre ellas, porque no constituyen algo extraño que es necesario hacer comprensible. No constituyen un objeto socialmente más discutible de lo que pueden serlo las piedras o los árboles. Ningún grupo reflexivo se puede asociar a un conocimiento acerca de las espinacas que sea socialmente relevante para el grupo. Y, por último, la figura que se divulga en los dibujos animados no transforma las espinacas en un objeto significativamente diferente del alimento que son. Probablemente podremos hablar de actitudes hacia las espinacas, de esquemas categorías u otras estructuras cognitivas que representan disposición o conocimiento sobre las espinacas, pero no de representaciones sociales. [p. 829]

Flament y Rouquette (2003), por su parte, señalan que un objeto debe cumplir con tres condiciones mínimas para ser considerado un objeto de

representación social: (1) el objeto debe actuar como un concepto en el que se puede encontrar toda una serie de objetos, es decir, el objeto debe ser polimorfo; (2) el objeto debe ocupar un espacio recurrente en las comunicaciones, porque una representación social es el resultado de un proceso colectivo; (3) deben existir prácticas comunes relativas al objeto dentro de la población.

Las condiciones propuestas por Flament y Rouquette (2003) se articulan con las variables propuestas por Moliner (1993 y 1996) y Moliner et al. (2002), quienes ponen especial énfasis en el vínculo que el objeto de representación tiene con la identidad (ya sea en su mantenimiento o en su defensa), así como en el vínculo que un objeto de representación tiene con la cohesión social, pensando a esta última en dos dimensiones:

- *Dinámica social*: si este objeto tiene un valor para un grupo, este valor está inevitablemente en relación con otros grupos, en confrontación u oposición.
- *La ausencia de ortodoxia*: el conocimiento debe desarrollarse colectivamente y no ser el resultado de la imposición y el control por parte de organismos reguladores (Deconchy, 2003), como en los grupos sectarios o dogmáticos.

Una representación es siempre lo que tiene un significado para alguien. Este vínculo con el objeto es intrínseco al nexo social y debe ser leído e interpretado dentro de este marco, ya que la representación es siempre de carácter social y comprende los procesos simbólicos de las conductas y comportamientos humanos. Una función cardinal de la representación social es hacer más accesible la comprensión del mundo, lo que requiere la implementación de procesos cognitivos simplificadores. A partir de esta teoría de las representaciones sociales se han propuesto varios enfoques, algunos de los cuales constituyen avances teóricos que hoy son imprescindibles. Entre estos últimos, la teoría del núcleo central como enfoque estructural de las representaciones sociales (Abric, 1994) concierne particularmente al trabajo que nos proponemos presentar.

El enfoque estructural en la teoría de las representaciones sociales

La idea de que las cogniciones no tienen el mismo peso en los juicios no es nueva, hay elementos que gozan de mayor consenso en importancia que otros. Esta idea la tenía ya Heider (1958) con su expresión de “núcleos unitarios”. Y es que los individuos tienden a atribuir los acontecimientos que ocurren en su entorno a núcleos unitarios, que son internamente condicionados y que constituyen para ellos “los centros de la textura causal del mundo” (cf. Deutsch y Krauss, 1972, p. 33) o el “núcleo causal del entorno” (cf. Heider, 1927, citado por Abric, 1987, p. 68).

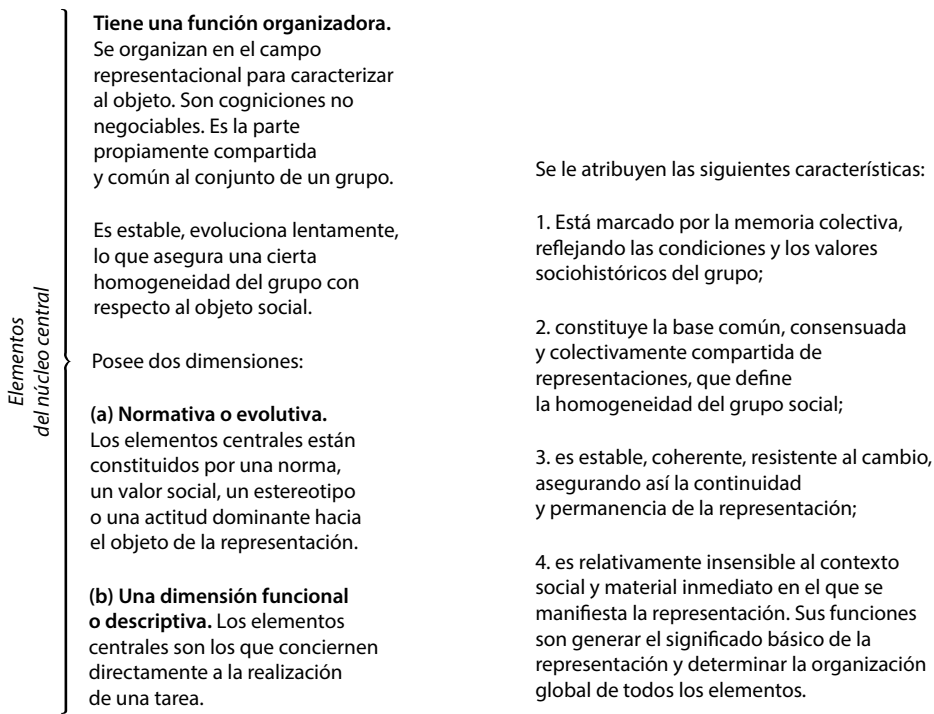
También los trabajos clásicos de Asch (1946) sobre la formación de impresiones señalaban ya rasgos “centrales” y suponía que el resto de los rasgos quedaban supeditados a estos. Al resto de los rasgos los denomino “periféricos”. Asch se inclina a pensar que los diversos elementos se organizan como un todo, esto es, en una configuración donde cada rasgo se influye recíprocamente suscitando una impresión dinámica. En esta perspectiva, no todos los rasgos influyen de igual manera. Los rasgos calificados como *centrales* son los que organizan la información, ejerciendo mayor influencia en la formación de la impresión. Por su parte, los rasgos periféricos no tienen una influencia esencial y pueden variar su significado si llegan a ser afectados por los rasgos centrales.

En el marco de la teoría de las representaciones sociales, Moscovici (1971) reconoce la existencia de núcleo figurativo (o *imageant*) que concibe como un núcleo estable alrededor del cual se organiza el campo representacional. Estas ideas servirían de fundamento para elaborar la teoría del núcleo central que habrá de ser ampliamente estudiada en el marco del enfoque estructural de las representaciones sociales desarrollado por Jean Claude Abric. En la lógica de Abric (2003), la representación social no es un elemento conceptual singular, sino una estructura constituida de una multiplicidad de elementos conceptuales singulares. Así, define a las representaciones sociales como “conjuntos organizados de informaciones, opiniones, actitudes y creencias sobre un objeto determinado” (p. 59).

Esta aproximación al estudio de las representaciones sociales se interesa esencialmente por la forma en que se organizan los elementos cognitivos de un campo representacional. En otras palabras, el enfoque estructural está dirigido a estudiar la estructura que tiene un campo representacional y su premisa fundamental es que, independientemente del objeto, toda *representación social* se estructura a partir de un *núcleo central* que contiene a los pocos elementos que gozan de mayor consenso entre los miembros de un determinado grupo, y de *elementos periféricos*.

El núcleo central de una representación social (figura 3.3) es el que permite que la representación social tenga sentido y estabilidad. Además, constituye el punto de resistencia al cambio debido a la coherencia que se establece a partir de este entre todos los componentes.

Figura 3.3. *Elementos del núcleo central*



Fuente: elaboración propia con base en Abric (2003).

Por su parte, los elementos o sistemas periféricos hacen posible la adaptación de la representación social a los ideales de la vida cotidiana, así como a las diferentes experiencias de los grupos sociales. Esta capacidad de absorber las variaciones individuales les permite funcionar como protectores del núcleo central, y dentro de sus características destaca su capacidad para permitir la integración de experiencias e historias individuales, el apoyo a la heterogeneidad y a las contradicciones del grupo, así como a su capacidad de evolucionar en función del contexto inmediato.

Si bien las ideas del núcleo central y el sistema periférico dan cuenta de la organización que siguen los elementos cognitivos de un campo representacional, es el estudio del índice de similitud, y particularmente del índice de distancia, lo que permitirá reconocer el nivel de conexidad o disparidad entre los elementos de un campo representacional. Inspirado en la teoría de grafos, el análisis de similitud (Flament, Degenne y Vergès, 1971) es un método que no solo permite estudiar la estructura de las representaciones sociales, sino también proporcionar una descripción gráfica del campo representacional en forma de árbol máximo. En esta representación gráfica, los elementos que tienen más vínculos y relaciones más altas con otros elementos tienen muchas posibilidades de formar parte del núcleo central de la representación.

Metodología

La figura de Andrés Manuel López Obrador (AMLO), como oposición, como candidato audaz y perseverante, y ahora como presidente México, se ha mantenido sujeta a múltiples debates en la esfera pública. Ya sea en ámbitos noveles para el estudio del comportamiento político o en prestigiosos espacios con eruditos experimentados, la praxis y el pensamiento de AMLO han hecho de unos sus simpatizantes y de otros sus detractores. A lo largo de su ejercicio gubernamental las discusiones han sido tan incesantes, avasallantes y dicotómicas que resulta difícil mantener una actitud imparcial.

A lo largo de su sexenio, las opiniones de ambos grupos —simpatizantes y detractores— han sido la base para la construcción social de su imagen. De ahí que la presente investigación tenga por objetivos identificar los ele-

mentos cognitivos que conforman a la representación social de Andrés Manuel López Obrador, identificar el grado de proximidad o disparidad en torno a los elementos, y evidenciar si tanto los elementos como el grado de proximidad o disparidad se han transformado en función del tiempo. Para ello se trabajó —siguiendo el enfoque estructural para el estudio de las representaciones sociales— a partir de la técnica de asociación libre y la construcción de dos cuestionarios de caracterización que hicieron posible determinar el índice de distancia con el fin de evidenciar las relaciones de proximidad y disparidad entre los elementos del campo representacional.

La técnica de asociación libre se fundamenta en un principio psicoanalítico que establece que identificar a los pensamientos que se crean a nivel del inconsciente permite acceder a contenidos reprimidos y muy valiosos para estudiar el comportamiento respecto a un objeto determinado (Tkach, 2021). En el marco de la teoría de las representaciones sociales, la técnica de asociación libre facilita el acceso al contenido de una representación porque nos permite observar qué atributos se le asignan a un objeto de representación, estos atributos se evocan desde la experiencia personal de cada sujeto, pero no dejan de ser sociales porque estos se construyen, se reafirman y se reproducen a nivel de los grupos sociales.

Así, los sujetos que participaron en esta investigación comenzaron por evocar las primeras cinco palabras o frases que venían a su mente cuando leían la palabra inductora, en este caso *Andrés Manuel López Obrador*, para posteriormente justificar el porqué de sus asociaciones. La técnica asociativa permitió identificar a los elementos cognitivos que conforman, en su conjunto, la representación social de AMLO.

En todo estudio de representaciones sociales se debe trabajar con al menos dos grupos cuyas opiniones puedan ser contrastantes. En ese sentido, la selección de los grupos puede basarse en diversos aspectos, por ejemplo, en la posición social que ocupen dentro de un sistema social, en su nivel de participación, en la naturaleza de sus actividades o en el tipo de ocupación al que se dediquen. Así, se reconoce que el criterio de selección puede ser posicional, ideológico o práctico. Para los fines de esta investigación, el criterio de selección utilizado fue de tipo posicional, porque se tomó como parámetro distintivo y variable independiente al género. La variable se trabajó de forma dicotómica a partir de las categorías: “hombre”

y “mujer”, con la condición común de que todos los participantes fueran estudiantes de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Izta-palapa (UAM-I).

La selección de los grupos de estudio atendió a dos premisas de trabajo. La primera giró en torno a la relación de AMLO con los estudiantes universitarios. Y es que, al igual que la mayor parte de sus acciones y decisiones, la relación de AMLO con los estudiantes ha sido objeto de discusiones polémicas. Algunos —sus seguidores— elogian sus esfuerzos por incluir a los jóvenes en la toma de decisiones y destacan su capacidad para atender a las necesidades de ese sector de forma integral, mientras que otros —sus detractores— sostienen que las políticas gubernamentales podrían no estar satisfaciendo completamente a las demandas estudiantiles, sobre todo aquellas relacionadas con el financiamiento a la educación.

Lo innegable es que AMLO se ha mantenido en relación con el sector estudiantil, de ahí que uno de sus programas más importantes, como Jóvenes Construyendo el Futuro, tenga por objetivo proporcionar oportunidades de empleo y capacitación a jóvenes, incluyendo a estudiantes universitarios. Una encuesta realizada por Consulta Mitofsky (2018) a 19 340 personas dio cuenta de que el 46.5% de los jóvenes (entre 18 y 29 años) que participaron en los comicios de 2018 votaron por Morena, y que el 56% de ellos eran estudiantes universitarios.

La segunda premisa de trabajo giró en torno a la brecha de género. En otras palabras, considerar al género como una variable de estudio responde a la necesidad de visibilizar que, aun en el siglo XXI, ambos grupos se enfrentan a condiciones sociales, históricas, económicas y políticas que son diferentes, lo que hace que su forma de relacionarse con los objetos sociales —AMLO en este caso— también lo sea. Además, como investigadores, reconocemos que un estudio que versa sobre el prefijo de que hombres y mujeres nos representamos al mundo a partir de las diferencias sociales que el género conlleva es crucial, porque a partir de la visibilización se puede defender la necesidad de construir sociedades más justas, equitativas e inclusivas.

Atendiendo al objetivo de construir un estudio longitudinal que nos permitiera observar cómo es que los elementos cognitivos del campo representacional cambian, el levantamiento y procesamiento de los datos se rea-

lizó en dos momentos: el primero se dio en octubre de 2018 —dos meses antes de que AMLO asumiera el cargo como presidente de la República, y el segundo se dio en noviembre del 2023, a un año de llevarse a cabo el cambio de banda presidencial.

Nuestro interés giró en torno a estudiar si su imagen se transformaba hacia el final de su sexenio, en atención a que una característica de toda representación social es que estas son dinámicas. Si bien es cierto que el sexenio concluye en 2024, se tomó en consideración que las campañas electorales para la elección de un nuevo presidente habrían de arrancar en marzo de 2024, y con el fin de recopilar información que aún no estuviera permeada por la propaganda propia de este periodo, se optó por hacer el levantamiento de final de sexenio en noviembre de 2023, un par de semanas antes de que iniciara la fase de precampañas electorales.

En la primera fase, en octubre de 2018, se trabajó con 30 hombres y 30 mujeres que respondieron a la prueba de asociación libre. A partir de las respuestas se identificaron los elementos cognitivos que fueron evocados por ambos grupos con una frecuencia alta (que se evocara más de cinco veces), en total se localizaron 20 asociaciones que posteriormente se convirtieron en 20 afirmaciones cortas para ser empleadas en el cuestionario de caracterización. El cuestionario de caracterización se inspira en metodologías de clasificación cualitativa porque se construye a partir de los significados, de las perspectivas y de las propias relaciones que hacen los participantes, sin que su objetivo sea la medición. Así, este cuestionario pide a los participantes que realicen elecciones por bloque a partir de un conjunto de afirmaciones en torno a la figura de AMLO.

En este segundo levantamiento contamos con las respuestas de 60 hombres y 60 mujeres. En la segunda fase, en noviembre de 2023, se trabajó con el mismo número de sujetos para cada levantamiento, 60 en asociación libre y 120 para cuestionario de caracterización. Todas las muestras utilizadas fueron intencionales y no probabilísticas. El análisis de datos de 2023 arrojó 15 asociaciones compartidas entre los grupos estudiados.

Para procesar los datos obtenidos a través de la técnica de asociación libre se agruparon las evocaciones a partir de un principio de sinonimia. Los datos recopilados a través del cuestionario de caracterización fueron la base para calcular el índice de distancia, el cual, según Guimelli (1989), nos

permite “evaluar a la vez las relaciones de similitud (A va con B) y las relaciones de antagonismo o de disimilaridad (C no va con D)” (p. 32). El propósito del índice de distancia es medir la intensidad de la asociación o disociación entre dos elementos de un campo representacional.

En otras palabras, el cuestionario de asociación libre nos permite conocer los elementos de un campo representacional, mientras que el índice de distancia —calculado a partir de un cuestionario de caracterización— nos permite identificar el tipo de relación que hay entre dichos elementos, la cual puede ser de similitud o de antagonismo. En situaciones donde el antagonismo es inexistente, la similitud alcanza su máxima expresión. En este contexto, se observarán elementos cognitivos que están vinculados a otros a una distancia de 1. Por el contrario, cuando el antagonismo es máximo, se evidencia una relación de exclusión total, manifestándose en elementos cuya distancia es de -1 . Así, todas las relaciones derivadas del índice de distancia se situarán en el rango de entre $+1$ y -1 .

A partir del índice de distancia se construyeron *árboles máximos*, estos son grafos conexos y sin ciclos que nos permitieron observar, de forma gráfica, las relaciones entre los elementos del campo representacional para cada grupo estudiado. Con el objetivo de conocer el valor total de cada árbol se sumaron los valores de cada relación. Así, los árboles cuyo valor total es más alto dan cuenta de relaciones de conexidad muy fuertes entre los elementos del campo representación. Por el contrario, los valores totales bajos nos colocan frente a una presencia mayoritaria de relaciones antagónicas. En total se construyeron cuatro árboles máximos, uno para cada grupo de estudio en cada fase de la investigación.

A partir del diseño del árbol máximo, se recurrió a la construcción de *cliques máximos*, esto con el objetivo de aproximarnos a una interpretación más detallada sobre la forma en que se están dando las relaciones al interior de un campo representacional. Los cliques máximos son grandes subconjuntos de cimas que tienen la propiedad de estar todas relacionadas, los cliques funcionan a modo de filtro para identificar el conjunto de relaciones que son altamente similares dentro de un campo representacional. Se trata de un filtro que nos permite reagrupar, a partir de las relaciones elaboradas por el sujeto, los elementos cognitivos del campo para buscar y evidenciar los lugares de mayor densidad.

Análisis y presentación de resultados

Para comenzar a analizar los datos se comparó la producción de ítems obtenidos en 2018 y en 2023 (tabla 3.1) con la intención de localizar a los elementos que se tienen en común en ambos años. Este ejercicio permitió reconocer a aquellos elementos que resistieron la evolución del contexto inmediato y que lograron mantenerse como elementos de la representación social. Entre los elementos en común se encuentra su ejercicio como presidente de México, sus programas sociales, la fuerte asociación que hay con Morena como su partido político, así como el reconocimiento de que es una persona honesta. Siguiendo la hipótesis fundamental, del enfoque estructural, esos elementos tendrían altas probabilidades de formar parte del núcleo central de la representación. Además, como característica compartida, los elementos evocados en cada periodo dan cuenta de la coexistencia de elementos aparentemente contrarios dentro de un mismo campo de representación, un fenómeno que corresponde con la diversidad de debates que, en su conjunto, han construido la imagen polémica de Andrés Manuel. Así, podemos observar que en un mismo campo representacional hay elementos como “Esperanza de un mejor gobierno” y “Dudas sobre el logro de sus promesas de campaña”, fenómeno que habrá de mantenerse para 2023, en donde los elementos “Es honesto” y “Es deshonesto” son el reflejo de la polarización que hay entre las percepciones de López Obrador.

Una característica de los objetos de representación es que estos se construyen en el marco de un contexto social, político, económico e histórico específico. De manera que la ocurrencia de acontecimientos que —desde la percepción del grupo— sean importantes impactará sobre el contenido y la organización de toda representación social, de ahí que los elementos periféricos cumplan con la función de absorber todo aquello que se va presentando en el contexto social inmediato, generando así un cambio en la configuración del campo representacional. Siguiendo esa línea, y a partir de observar aquellos ítems que no fueron evocados en ambos periodos, podemos vislumbrar la evolución que el campo ha tenido en función, particularmente, de las prácticas de López Obrador, mismas que lo han posicionado, hacia el final de su sexenio, como una persona “berrinchuda” que se

ha caracterizado por invalidar las opiniones que, desde su perspectiva, vayan en contra de sus políticas de gobierno.

Tabla 3.1. *Ítems trabajados en los cuestionarios de caracterización*

2018	2023
Ayuda a los adultos mayores.	Ayuda con programas sociales.
Construcción de puentes y carreteras.	Es corrupto.
Dudas sobre el logro de sus promesas de campaña.	Es deshonesto.
Es el PRI disfrazado de izquierda.	Es el presidente.
Es populista porque manipula al pueblo.	Es honesto.
Es una persona honesta.	Es inepto.
Es una persona mayor.	Es un abusador porque invalida las opiniones de los demás.
Esperanza de un mejor gobierno.	Es un fraude por incumplido.
Lucha contra la corrupción.	Es un mal gobernante.
Partido político para el cambio, porque tiene la posibilidad de hacerlo.	Es una persona berrinchuda.
Perseverancia por la presidencia.	Ha dejado un país inseguro.
Pertenece al partido político de Morena.	Ha dejado un país muy seguro.
Presidente electo.	La 4T es su propuesta para gobernar.
Promete frenar la reforma educativa y energética.	Morena es su partido político.
Representa las propuestas de la izquierda.	Sus adversarios con la mafia del poder.
Terminar con la mafia del poder.	
Únicamente le interesa el poder.	
Va a apoyar a la juventud.	
Va a luchar contra la pobreza.	
Va a traer pobreza al país.	

Fuente: elaboración propia.

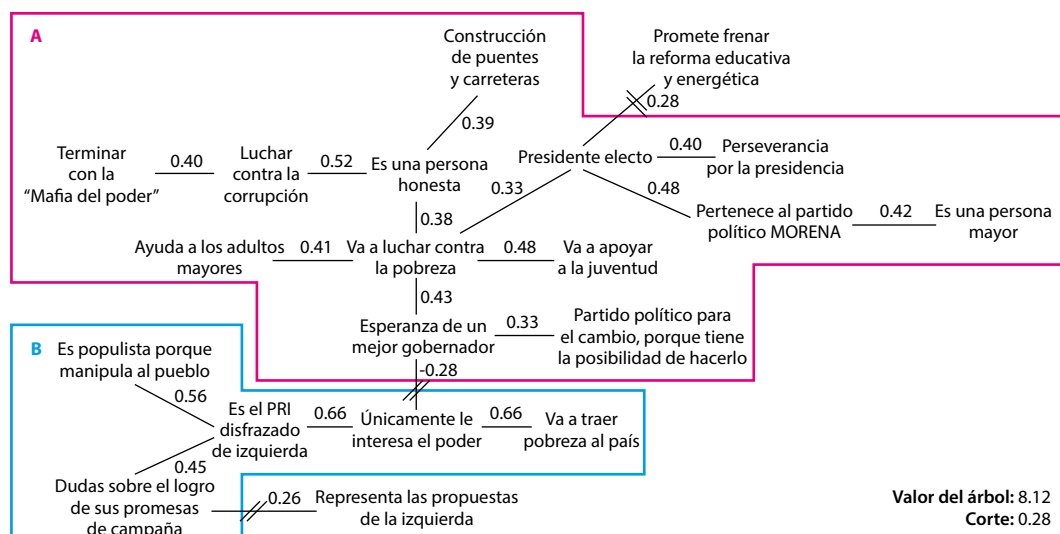
Ahora bien, para trabajar con un árbol máximo de hombres de 2018 (figura 3.4), se comenzó por suprimir aquellas aristas cuyo valor de relación es lo suficientemente bajo como para evidenciar una relación de antagonismo y no de similitud, tal es el caso de la relación entre los elementos “Esperanza de un mejor gobierno” y “Únicamente le interesa el poder”, que se encuentran relacionados a un índice de distancia de -0.28 , lo que da evidencia de una clara relación de antagonismo entre esos elementos.

A partir de esa separación es posible analizar los contenidos del árbol máximo a partir de dos bloques de conocimiento. En el bloque A, los ítems “Va a luchar contra la pobreza”, seguido de “Ayuda a los adultos mayores”, “Es una persona honesta”, “Presidente electo”, “Esperanza de un mejor go-

bierno” y “Va a apoyar a la juventud”, son los elementos que organizan el contenido del bloque, que calificaríamos como percepción altruista, salvo la parte normativa que destaca con “Es el presidente electo”.

Por su parte, el bloque B contiene menos ítems y estos se organizan alrededor de “Es el PRI disfrazado de izquierda”, mismo que se articula con un comportamiento populista que pone en duda sus promesas de campaña, destacando que es una persona a la cual únicamente le interesa el poder y va a dejar al país en la pobreza.

Figura 3.4. Árbol máximo de hombres, 2018

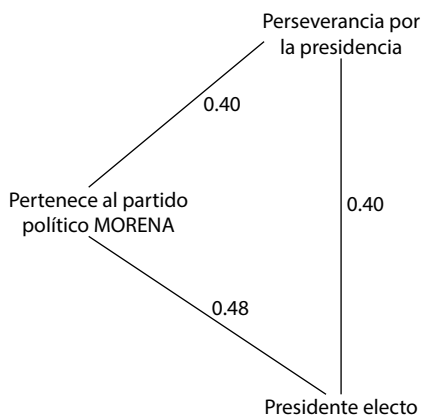


Fuente: elaboración propia.

Cuando se observan los cliques máximos (figuras 3.5 y 3.6) del mismo grupo, hombres de 2018, es posible identificar que, así como hay dos bloques de conocimiento en el árbol, hay dos cliques. En el primero (figura 3.5) se observa claramente que, de todos los elementos que hay en Bloque A, los elementos —de acuerdo con el índice de distancia— “Pertenece al partido político Morena”, “Perseverancia por la presidencia” y “Presidente electo”, mantienen las relaciones más fuertes. Particularmente la relación (a .48) que hay entre “Es el presidente electo” y “Pertenece al partido político Morena”,

y que pone en evidencia la fuerte asociación que en hay entre Morena y Andrés Manuel López Obrador.

Figura 3.5. Primer clique máximo para hombres, 2018

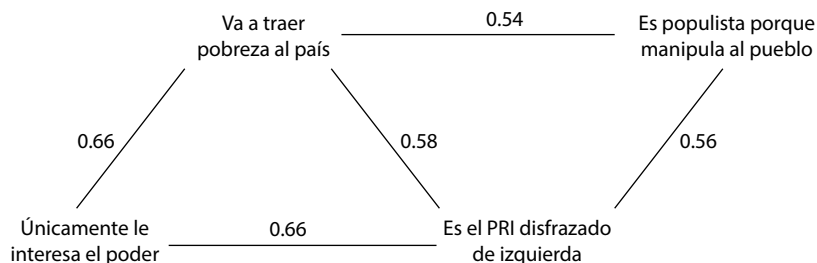


Fuente: elaboración propia.

El segundo clique máximo (figura 3.6) está organizado, fundamentalmente, por el elemento “Es el PRI disfrazado de izquierda”, que da sentido a una dimensión populista, una dimensión económica y al ejercicio del poder. Además, los valores en cada relación nos permiten afirmar que hay un mayor consenso entre las asociaciones del segundo clique (figura 3.4) que en las del primero (figura 3.3). Porque, mientras la relación más alta en el primer clique (figura 3.3) se da a 0.48, en el segundo clique (figura 3.4) podemos encontrar dos relaciones a 0.66 y las tres restantes superiores al 0.50, lo que muestra un nivel de consenso más alto en las relaciones que se están dando, si se observa el árbol máximo, al interior del bloque B.

En otras palabras, una buena parte de los hombres en 2018 asoció la idea de que Andrés Manuel López Obrador “Va a traer pobreza al país” a razón de “Únicamente le interesa el poder”, siguiendo la lógica de que su gobierno no es más que una continuación de los viejos partidos políticos que se disfrazan con el nombre de nuevos partidos de izquierda. Estos dos cliques máximos nos han permitido observar las relaciones más fuertes al interior del árbol.

Figura 3.6. Segundo clique máximo para hombres, 2018



Fuente: elaboración propia.

Para el caso de las mujeres, en 2018 (figura 3.7), el elemento “Únicamente le interesa el poder” es uno de los más importantes en el campo de representación, cuenta de ello dan las cuatro aristas, todas con índices de distancia elevados, a partir de las cuales se articulan los elementos “Va a traer pobreza al país”, “Es el PRI disfrazado de izquierda”, “Dudas sobre el logro de sus promesas de campaña” y “Presidente electo”. El fuerte grado de conexidad con “Únicamente le interesa el poder” sugiere que se trata de un elemento que potencialmente pertenece al núcleo central. En segundo lugar, tenemos el elemento “Es el PRI disfrazado de izquierda” con tres aristas e índices de distancia elevados.

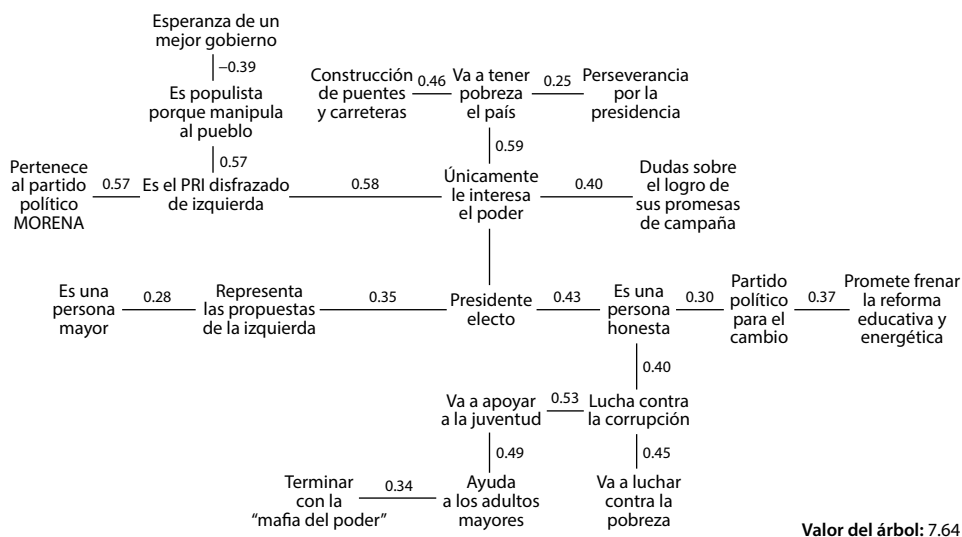
A diferencia del grupo de hombres, que asociaron su pertenencia a Morena con concepciones como su lucha perseverante por la presidencia, las mujeres asociaron su pertenencia Morena con la concepción de que “Es el PRI disfrazado de izquierda” y la idea de que “Únicamente le interesa el poder”, siendo estas las relaciones más fuertes con índices de distancia a 0.52 y 0.58, respectivamente. Finalmente, el elemento “Es una persona honesta” tiene relaciones fuertes con “Presidente electo” y “Partido político para el cambio”. Esta última relación es particularmente interesante, porque da cuenta de la asociación que las mujeres hacen entre el ejercicio presidencial de López Obrador y el lugar desde donde lo hace.

Siguiendo las relaciones del árbol, las mujeres asociaron la idea de que es el “Presidente electo” con la idea de que es “Una persona honesta” porque viene de un “Partido político para el cambio”, pero cuando se busca el lugar Morena (que es su partido de pertenencia) en el campo representacional, se observa que este se encuentra asociado no con la noción de un

partido político para el cambio, sino con la idea de que “Es el PRI disfrazado de izquierda”. En ese sentido, los datos nos invitan a pensar que no solo la imagen de Andrés Manuel es polémica, sino también la de su partido y que es un fenómeno digno de estudiarse de cara a que, aunque el ejercicio presidencial de AMLO llega a su fin, la candidata por Morena queda como una unas contendientes más fuertes.

Finalmente, si se observa a ambos árboles es posible reconocer, de entrada, que el valor del árbol de hombres es más alto (8.12) que el valor del árbol de mujeres (7.54), lo que refleja un nivel de consenso más alto para los hombres en cuanto a las relaciones de similitud que realizan. Es decir, los miembros de este último grupo están consensuados en torno a relaciones de similitud, mientras que los datos de las mujeres muestran consenso a partir de relaciones antagónicas, de ahí que los valores sean más bajos. Para esa razón, los elementos del árbol de mujeres no fueron estudiados en función de bloques de conocimiento. En su lugar se estudiaron como un grafo conjunto al que no fue posible hacer supresión de aristas que aportaran en el análisis de este.

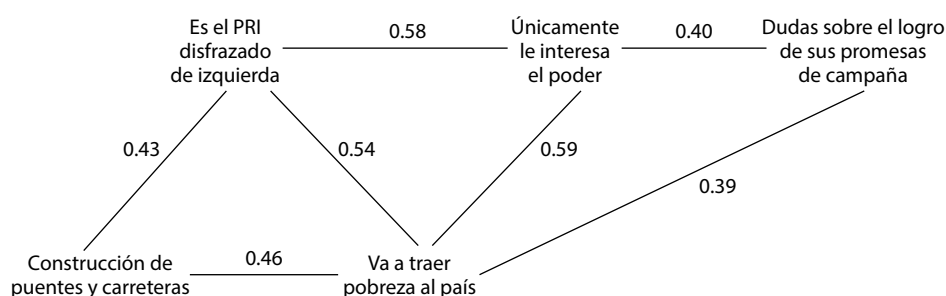
Figura 3.7. Árbol máximo de mujeres, 2018



Fuente: elaboración propia.

Con respecto al clique máximo de mujeres en 2018 (figura 3.8), este articula su organización a partir del elemento “Va a traer pobreza al país”, siguiendo la idea de que “Es el PRI disfrazado de izquierda” y al que “Únicamente le interesa el poder”. A partir de ello se pone en duda su competencia para el cumplimiento de sus promesas, en tanto que está enfocado en la “Construcción de puentes y carreteras” y no en lo que verdaderamente se percibe como un problema.

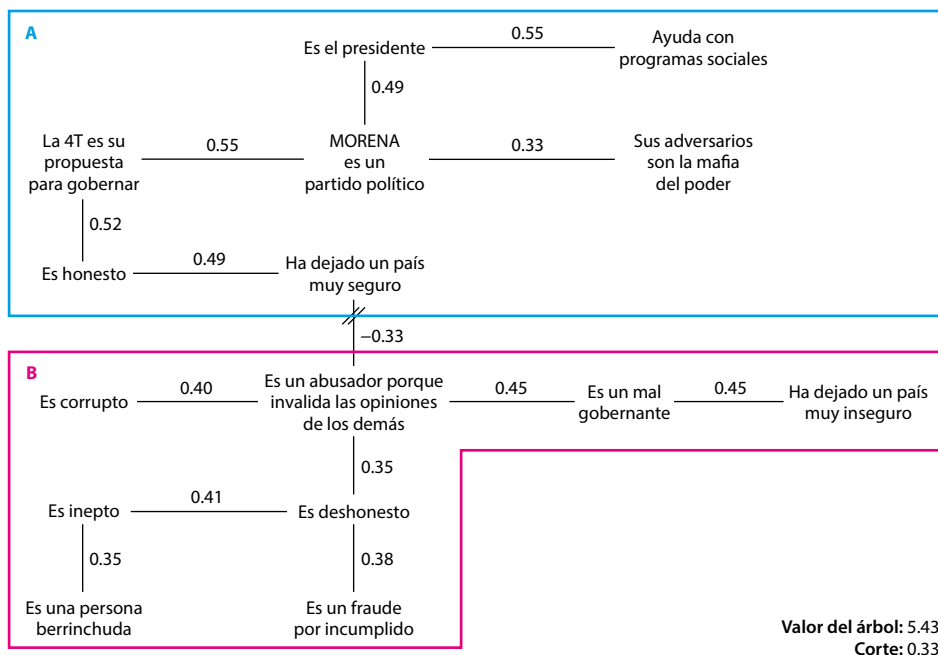
Figura 3.8. *Clique máximo para mujeres, 2018*



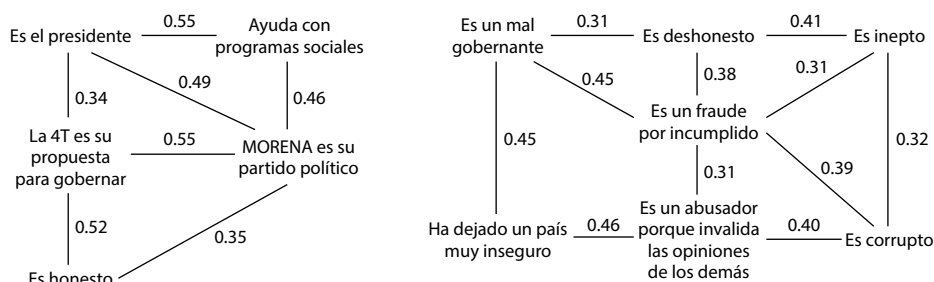
Fuente: elaboración propia.

El árbol máximo de mujeres en 2023 fue trabajado a partir de dos bloques de conocimiento que lograron identificarse al interior del árbol gracias a una relación claramente antagónica (a -0.33) que se presenta entre los elementos “Ha dejado un país muy seguro” y “Es un abusador que invalida las opiniones de los demás. Así, el bloque A se organiza de forma lineal en torno a la idea de que “Morena es su partido político”.

A diferencia de lo obtenido en 2018, las mujeres en 2023 presentan un mayor consenso en torno a relaciones de similitud, lo que permite identificar dos bloques de conocimiento perfectamente claros. Así mismo, para 2023 podemos observar que aquella idea de que Morena “Es el PRI disfrazado de izquierda” se disipó y, en su lugar, se estableció una relación con la idea de que es el presidente lo que refirma la importancia del partido de cara a las próximas elecciones, separándose de un segundo bloque (bloque B) que se articula en torno a “Es un abusador porque invalida las opiniones de los demás”, lo que conlleva a que sea percibido como un mal gobernante, corrupto, deshonesto, berrinchudo, fraudulento y que deja un país muy inseguro.

Figura 3.9. *Árbol máximo de mujeres, 2023*

Fuente: elaboración propia.

Figura 3.10. *Cliques máximos para mujeres, 2023*

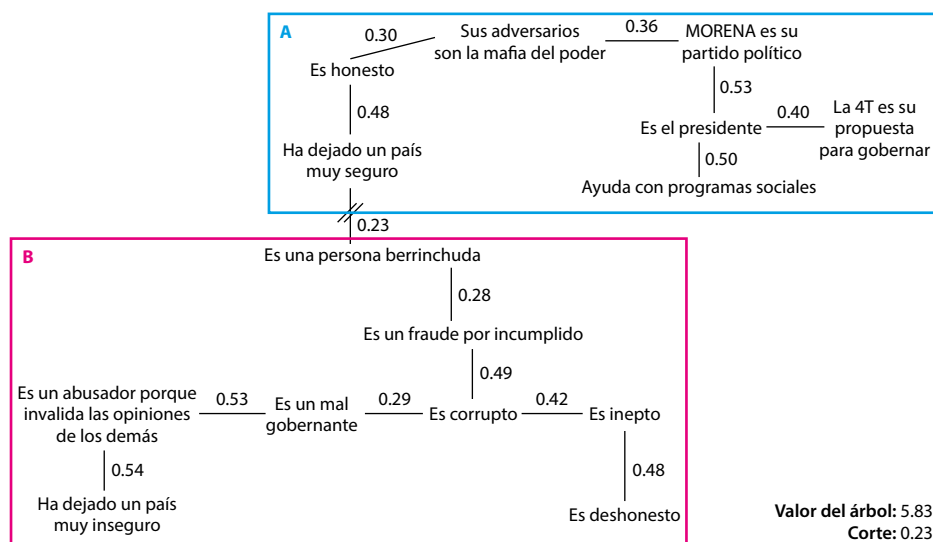
Fuente: elaboración propia.

Los cliques máximos (figura 3.10), uno por cada bloque, dan cuenta y siguen abonando a la idea de la importancia que tiene Morena como partido político de Andrés Manuel López Obrador, porque —si se observa el bloque A del árbol máximo (figura 3.10)— es el elemento “Morena es su

partido político” el que está articulando el contenido del bloque en conjunto con su política de programas sociales y su honestidad al gobernar. Mientras que un segundo, el de la derecha, pone en evidencia que la falta de cumplimiento en cuanto a sus promesas de gobierno es lo que verdaderamente impactó sobre la representación que de él se tiene, de ahí que el elemento “Es un fraude por incumplido” sea el nodo central del clique.

Para el caso de los hombres, en 2023 tenemos un árbol máximo que también fue posible analizar a partir de dos bloques, el bloque A se organiza en torno a la idea de que “Es el presidente”, misma que se encuentra fuertemente asociada a “Morena es su partido político”, “la 4T es su propuesta para gobernar” a través de su política de programas sociales. En similitud a los datos recopilados en 2018, la idea de que es el presidente de México se mantuvo como un elemento fundamental para la organización del campo representacional, lo que da cuenta de una representación que se organiza, prioritariamente, en torno a un elemento normativo, lo que implica que ahora que la norma se modifique, y Andrés Manuel deje de ser el presidente de México, el campo representacional sufrirá cambios importantes en cuanto a su contenido y estructura.

Figura 3.11. Árbol máximo de hombres, 2023

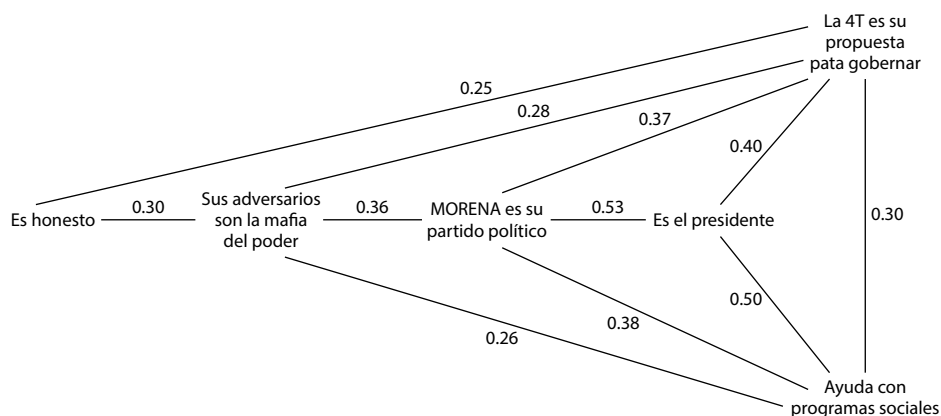


Fuente: elaboración propia.

Una contraparte se encuentra en el bloque B, el cual concentra las relaciones entre las ideas de que es “Una persona berrinchuda”, fraudulenta, abusadora, corrupta, inepta, deshonesta y un mal gobernante que dejará un país muy inseguro. La idea central de este bloque es que “Es corrupto”, lo cual también representa un cambio de cara a la organización del árbol en 2018 (figura 3.4), porque en ese momento el elemento “Es una persona honesta” era un punto de articulación para el bloque de conocimiento en el que se presentó.

Por su parte, el clique máximo para hombres en 2023 nos permite observar que los elementos que organizan la percepción de López Obrador son principalmente cuatro, a saber, “Es el presidente”, “Morena es su partido político”, “La 4T es su propuesta para gobernar” y “Ayuda con programas sociales”. Lo que confirma la importancia que esos elementos tienen en la representación social de Andrés Manuel López Obrador, en tanto que la mayoría se ha mantenido como elementos estables de la representación y, posiblemente, como parte del núcleo central de la misma.

Figura 3.12. *Clique máximo para hombres, 2023*



Fuente: elaboración propia.

Conclusiones

La teoría del núcleo central nos ha permitido abordar los aspectos socio-cognitivos de la relación entre un grupo de estudiantes universitarios y el presidente de la República, Andrés Manuel López Obrador, así como las acciones de su gobierno. La comparación de las asociaciones hechas, entre el año 2018 y el 2023, muestran que “presidente” y “honesto” son elementos esenciales y de mayor consenso para la representación social de AMLO. “Honesto” es un rasgo particular que ha presentado una fuerte resistencia a cambiar esta creencia, lo que invita a pensar que posiblemente puede ser central.

El discurso público gubernamental es un pivote en la construcción de la representación social de la figura presidencial debido a la producción de un discurso sobre sí y su proximidad con el ciudadano a través de una política hacia la colectividad. Su realidad política está en relación con una multiplicidad de intereses y de fuerzas antagonistas, pero estas no sacudieron el consenso de que AMLO es un presidente honesto, creencia extendida en varios grupos de la sociedad.

Los datos aquí presentados dan cuenta de una representación social multifacética y dinámica que evidentemente está influenciada por el contexto político, social y económico en el que se construye y se desarrolla. Uno de los hallazgos más significativos fue la identificación de elementos centrales que se mantienen estables en la representación social de AMLO a través del tiempo. Estos elementos incluyen su ejercicio como presidente de México, su asociación con Morena como partido político, la implementación de programas sociales y la percepción de honestidad. Estos, hipotéticamente, constituirían el núcleo central de la representación social, lo que sugiere una base sólida en la percepción pública de AMLO a pesar de los cambios en el entorno.

Por otro lado, una constante fue la observación de elementos contradictorios al interior de los árboles máximos analizados. Así, pudimos observar que en un mismo campo representacional pueden coexistir ideas en torno a la esperanza en un mejor gobierno e ideas sobre las dudas en torno al logro de sus promesas de campaña. Esta polarización se intensifica y es aún

más evidente con la presencia de elementos que aluden a una percepción de honestidad frente a la percepción de deshonestidad dentro del mismo campo representacional, lo que refleja la complejidad y controversia en la percepción pública de AMLO.

Es importante destacar que la representación social de AMLO no es estática, sino que está sujeta a cambios y evoluciones en función de los acontecimientos y las prácticas políticas del momento. Por ejemplo, se observa cómo la percepción de AMLO como una persona “berrinchuda” y que invalida las opiniones contrarias a sus políticas surge hacia el final de su sexenio, lo que indica una adaptación de la representación social en respuesta a su desempeño político.

El análisis de los árboles y cliques máximos permitió identificar las relaciones más fuertes y significativas dentro de la representación social de AMLO, destacando una particular asociación entre AMLO y Morena, así como con las percepciones de su honestidad y su capacidad para gobernar. No obstante, también se puso en evidencia la presencia de percepciones negativas, como la idea de que AMLO es un “fraude por incumplido” y un “mal gobernante”, lo que sugiere una evaluación crítica de su gestión por parte de ciertos sectores de la sociedad. Así mismo, resultó interesante haber enmarcado en análisis en torno a la variable género, porque se confirmó nuestra hipótesis de que ambos grupos organizan los elementos de forma diferente. Así, mientras que los hombres mostraron un mayor consenso en cuanto a relaciones de similitud —siendo los valores totales de ambos árboles máximos los que sustentan esta afirmación—, las mujeres exhiben relaciones más antagónicas, lo que refleja la diversidad de opiniones y experiencias dentro de este grupo, que ha sido de los menos beneficiados en el sexenio de López Obrador.

En conclusión, el análisis de la representación social de Andrés Manuel López Obrador revela una imagen compleja y matizada de su figura, influenciada por múltiples factores y dinámicas sociales. A pesar de que su representación cuenta con elementos estables, como su asociación con Morena y la percepción de su honestidad, también existen percepciones polarizadas y cambiantes que reflejan la diversidad de opiniones y experiencias en la sociedad mexicana. Este estudio ofrece una visión detallada de cómo

se construye y se transforma la imagen de un líder político en el contexto social contemporáneo.

Referencias

- Abric, J. (2003). *Méthodes d'études des représentations sociales*. Saint-Agne: Érès.
- (Ed.). (1994). *Pratiques sociales et représentations*. Paris, France: Presses Universitaires de France.
- (1987). *Coopération, compétition et représentations sociales*. Cousset, Suiza: Delval.
- (1976). *Jeux, conflits et représentations sociales*, tesis de doctorado. Université de Provence: Aix Marseille.
- Asch, S. E. (1946). Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41(3), 258–290.
- Buschini, F., y Lorenzi-Cioldi, F. (2013). Représentations sociales. En L. Bègue y O. Desrichard (eds.). *Traité de psychologie sociale. La science des interactions humaines* (pp. 393-415), De Boeck Supérieur.
- Consulta Mitofsky. (2 de julio de 2018). *México: Análisis del votante 2000-2018* [Postelectoral analysis report]. Ciudad de México, México: Autor. <https://www.mitofsky.mx/post/analisis-votante>
- Deconchy, J. P., y Bauduin, B. (2003). Expliquer tout de même l'inexplicable. Appel aux "croyances", mise en veille et activation d'un schéma cognitif de type "sectaire". En M.-L. Rouquette (Ed.), *Logique sociale des phénomènes sectaires (Psychologie et société*, núm. 6) (pp. 15-32). Toulouse, France: Érès.
- Deutsch, M., y Krauss, R. M. (1972). *Teorías en psicología social*. México D. F., México: Paidós.
- Doise, W. (1990). Les représentations sociales. En R. Ghiglione, C. Bonnet y J.-F. Richard, *Traité de psychologie cognitive 3. Cognition, representation, communication*. París: Dunod.
- (1985). Les représentations sociales: Définition d'un concept. *Connexions*, 45, 243-253.
- Duveen, G. (2022). Culture and social representations. En J. Valsiner y A. Rosa (eds.). *The Cambridge Handbook of Social and Cultural Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Farr, R. M. (1992). Les représentations sociales: la théorie et ses critiques. *Bulletin de Psychologie*, XLV, 405, 183-188.
- Flament, C., Degenne, A., y Vergès, P. (1971). *Similarity analysis*. París, Francia: Maison des Sciences de l'Homme.
- Flament, C., y Rouquette, M. L. (2003). *L'anatomie des idées ordinaires. Comment étudier les représentations sociales*. París: Armand Collins.
- Fischer, G. N. (1996). *Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale*. París: Dunod.

- Gilbert, P., y Vayre, E. (2024). *Les grands auteurs en psychologie et le management*. France, EMS Éditions.
- Guimelli, C. (1989). Structure et dynamique des représentations sociales. En D. Jodelet (Ed.), *Les représentations sociales* (pp. 204-219). Paris, France: Presses Universitaires de France.
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Jodelet, D. (1991). Representación social: un área en expansión. En D. Páez, *Sida: imagen y prevención*. Barcelona: Fundamentos.
- (1989). Représentations sociales: un domaine en expansion. En D. Jodelet (ed.), *Les représentations sociales*, París: Presses Universitaires de France (7^a. ed., 2003).
- Markova, I. (2007). *Dialogicité et représentations sociales*. París: Presses Universitaires de France.
- Moliner, P., y Guimelli, Ch. (2015). *Les représentations sociales*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Moliner, P., Rateau, P., y Cohen-Scali, V. (2002). *Les représentations sociales: Pratique des études de terrain*. Rennes, France: Presses universitaires de Rennes.
- Moliner, P. (1996). *Images et représentations sociales*. Grenoble, France: Presses universitaires de Grenoble (PUG)
- (1993). Cinq questions à propos des représentations sociales. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 20(2), 5–52.
- Moscovici, S. (1973). Prólogo. En C. Herzlich, *Health and Illness* (pp. 13-26). Londres: Academia Press.
- (1961). *La psychanalyse, son image et son public*. París: Presses Universitaires de France.
- Moscovici, S., y Faucheux, C. (Eds.). (1971). *Social psychology: Theories and experiments*. París, Francia: Mouton.
- Moscovici, S., y Hewstone, M. (1984). De la ciencia al sentido común. En S. Moscovici, *Psicología social II, Pensamiento y vida social. Psicología y problemas sociales* (pp. 679-710), Barcelona: Paidós.
- Moscovici, S., Jovchelovitch, S., y Wagoner, B. (Eds.). (2012). *Development as a social process: Contributions of Gerard Duveen*. New York, NY: Routledge.
- Tkach, C. E. (2021). Revisitando la regla de la asociación libre. Puntualizaciones en Freud. En busca de variaciones del método psicoanalítico con niños y adolescentes. Primera parte. *Controversias en Psicoanálisis de Niños y Adolescentes*, (29), 83-96.
- Wagner W., y Elejabarrieta, F. (1994). Representaciones sociales. En J. Francisco Morales (ed.), *Psicología social*. Madrid: UNED-McGraw-Hill.