

Apuntes para una epistemología de los estereotipos

Por: **Claudio G. Rossell Arce**¹¹

RESUMEN

Se propone aquí un ejercicio de epistemología experimental a partir de la revisión del concepto de estereotipo en el libro “La opinión pública”, de W. Lippmann (2003 [Original: 1922]), con el propósito de sentar las bases para la construcción de un programa de investigación que ayude a dar cuenta del modo en que se forman los estereotipos, el modo en que se convierten en sentido común, y el efecto que producen en los juicios y comportamientos de los individuos. Se presenta un conjunto más o menos vasto de proposiciones idealizantes extraídas del citado libro, ordenadas según criterios de 1) definición, 2) formación, 3) relación con la realidad, 4) función y 5) efectos. Se concluye afirmando que al conocer y reconocer los estereotipos es posible predecir comportamientos individuales y grupales inspirados por estos.

Palabras clave:

estereotipo, pseudoentorno, construcción social de la realidad, programas de investigación

ABSTRACT

An exercise in experimental epistemology is proposed here based on the review of the concept of stereotype in the book “Public opinion” by W. Lippmann (2003 [Original: 1922]), with the purpose of laying the foundations for the construction of a research program that helps to account for the way in which stereotypes are formed, the way in which they become common sense, and the effect they produce on the judgments and behaviors of individuals. A more or less vast set of idealizing propositions extracted from the aforementioned book is presented, ordered according to criteria of 1) definition, 2) formation, 3) relationship with reality, 4) function and 5) effects. It concludes by stating that by knowing and recognizing stereotypes it is possible to predict individual and group behaviors inspired by them.

Key words:

stereotype, pseudoenvironment, social construction of reality, research programs

11 Claudio Rossell Arce es candidato al Doctorado Multidisciplinario en Política Sociedad y Cultura, del CIDES-UMSA; docente tiempo completo y coordinador de la Maestría de Comunicación Inteligente del departamento de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”. <https://orcid.org/0000-0002-7382-7282>.

I. Introducción

¿Y si las imágenes del mundo que cada individuo porta en su cabeza no fueran más reales que las ideas de asuntos abstractos que no tienen representación en la realidad? ¿Y si estas representaciones o “ficciones” de la realidad fuesen tan poderosas que determinan el comportamiento de esos individuos? Los estereotipos tienen estas características y efectos: reducen la complejidad de los objetos e ideas del mundo real a un conjunto de palabras e imágenes mentales que emplean la metáfora, la metonimia y la sinécdoque para representar la complejidad inherente a la realidad.

El propósito de este ensayo basado en el libro *Opinión Pública*, de Walter Lippmann (2003) es proponer un ejercicio de epistemología experimental (Tapia, 2014) a fin de identificar cómo se forman los estereotipos en las mentes de las personas, cómo se convierten en opinión pública cuando son compartidas y, sobre todo, el efecto que tienen en dicha realidad a través de los juicios y comportamientos de los individuos dictados por esta concepción imaginaria del mundo.

Para el efecto, el procedimiento analítico desarrollado consiste en reducir a proposiciones idealizantes¹² todas las afirmaciones del autor respecto de los estereotipos (todas las referencias de página sin autor corresponden a Lippmann, 2003) y luego ordenarlas según se refieren a: 1) la definición de estereotipo; 2) cómo se forman; 3) cómo se establece la relación con la realidad; 4) la función que cumplen; y 5) el efecto que producen en la realidad.

El término “estereotipo” fue introducido en las ciencias sociales por el periodista y pensador estadounidense Walter Lippmann (1889-1974) en su libro *Public Opinion* (1922). Según el autor, los estereotipos cumplen la doble función de simplificar la realidad, es decir reducir los contornos de sus objetos y hechos, y convertirlos en ideas que pueden ser racionalizadas sin mayor esfuerzo; por el otro lado, esta reducción de la realidad a estereotipos permite actuar en el mundo a partir de una relación triangular en la que se tiene una imagen del mundo, se juzga y actúa a partir de dicha imagen, pero los efectos de esta actuación tienen lugar en la realidad.

Importa en este ejercicio más el modo en que el autor ha concebido el objeto “estereotipo” que el análisis de la opinión pública a partir de este concepto

12 Los procesos de idealización buscan establecer la esencia de lo específico por la vía de la abstracción, separando analíticamente los núcleos explicativos, es decir, suspendiendo la determinación de conjuntos de relaciones sociales (Tapia, 2014. p. 54).

que desarrolla en el citado Opinión Pública (Lippmann, 2003), debido a que en última instancia se desea encontrar elementos que permitan construir un programa de investigación (Lakatos, 1978) que ayude a comprender, por una parte, la actualidad de un concepto relativamente poco empleado en las ciencias sociales del mismo modo en que lo planteó su autor original y, por otra, cómo los estereotipos influyen en la *construcción social de la realidad* (Berger y Luckmann, 1968), posibilitando un modo común de sentir, juzgar y actuar de los individuos en el contexto de sus respectivos grupos sociales.

Señala Ronald Steel, en el estudio introductorio al libro que nos ocupa, que W. Lippmann escribió su "Opinión pública" después de haber servido al Estado estadounidense en calidad de asesor y propagandista en Europa durante la Primera Guerra Mundial. Entonces el periodista y pensador descubrió que los métodos propagandísticos, amén de manipular las imágenes mentales de las personas respecto de los asuntos relacionados con la "gran guerra" habían producido una imagen simplificada del mundo que sin embargo tenía un efecto poderoso en la forma en que individuos reaccionaban ante su entorno mediato e inmediato depauperando la posibilidades de actuar en el mundo real y por tanto dejando el pensamiento crítico en manos "de unos pocos" (entre ellos los académicos y científicos), capaces, también de dictar los códigos morales, perpetuando *sistemas de estereotipos* inhibidores del pensamiento complejo y capaces de producir dominación.

II. Contexto: el pseudoentorno

En primer lugar conviene identificar qué definición ofrece Lippmann de *estereotipo*: una proposición que carece de valor de verdad o que carece de lógica (p. 94), y sin embargo es dada por cierta.

Los estereotipos preceden a la razón en la medida en que son formas de percepción que determinan el cariz de la información cuando todavía está en el nivel de los sentidos y antes de que llegue a la inteligencia (p. 95), es decir que la realidad se percibe *a través* de los estereotipos y no al revés.

Los estereotipos no son *ideales* (p. 101), pues estos pertenecen al dominio de la ética y tienen que ver con lo que se considera deseable o bueno, mientras que los estereotipos no son más que representaciones de la realidad "tal como es" y no como se quisiera que sea.

Finalmente, los estereotipos no son permanentes ni eternos. En la medida en que son transformados (como se verá más adelante) por la acumulación y

combinación de nuevas imágenes y evidencias, pueden incluso desaparecer. Cuando un estereotipo desaparece, desaparecen también “los pocos hechos relevantes” que sí contenían elementos de verdad (p. 106).

Afirma Lippmann que el mundo, el entorno en el que se desenvuelven los individuos es demasiado vasto, abstracto y complejo para poder ser aprehendido. Además, se conoce el entorno solo de modo indirecto (p. 26), es decir a través de narraciones y relatos de testigos de primera o segunda mano, a menudo transmitidos por los medios de comunicación (que en el mundo contemporáneo incluyen las *redes sociales virtuales*). En ese sentido, sin importar si la imagen que se tiene del mundo es cierta, se actúa como si correspondiera al entorno verdadero (p. 26).

Este conjunto de imágenes estereotipadas del mundo es llamado por el autor “pseudoentorno”, es decir una versión *ficticia* de la realidad que permite aprehenderlo en términos (imágenes mentales, palabras) reducidos y por tanto manejables. En ese sentido, el pseudoentorno está formado por “naturaleza humana” y “condiciones” (p. 39), lo cual significa que por una parte actúa la necesidad de los individuos de conocer el mundo de modo que se pueda actuar en él y, por otra, que es la sociedad la que brinda los elementos para conocer el mundo a través de la socialización y la imitación de ideas y comportamientos dictados por terceros.

Así, los individuos se adaptan al entorno por medio de ficciones (p. 31) que contienen elementos de realidad, pero al mismo tiempo omiten elementos que pudiesen crear ruidos en la percepción, produciendo confusión que solo puede ser superada mediante el pensamiento crítico que, ya se dijo, es ejercido por minorías.

Cuando Lippmann habla de *ficciones* no dice que estas sean mentiras: ficciones no son mentiras, sino representaciones del entorno hechas por los individuos. Además, estas representaciones pueden ser desde “alucinación pura” hasta esquemas científicos (p. 33), considerando, sobre todo, que estos últimos también son reducciones de la complejidad empleadas para comprender y explicar por medio de operaciones lógicas la actividad humana (en el caso de las ciencias sociales) y de los objetos del mundo (en el caso de las ciencias exactas), convertidos en *modelos de regularidad* (Tapia, 2014. pp. 105-120).

Por último, el *mundo estereotipado* es aquel que se “cree que es” y no aquel que se quisiera (p. 101), lo cual impide comportamientos delirantes o neuróticos

propios de un desajuste entre las ideas y las percepciones individuales. Así, cuando los acontecimientos encajan con esa idea estereotipada de la realidad se experimenta familiaridad (p. 101).

III. Formación de estereotipos

Como ya se ha dicho, los estereotipos se forman ante la necesidad de conocer y comprender el mundo más allá de la evidencia inmediata de los sentidos, por ello, en sociedades grandes y complejas, los individuos se forman imágenes de aquello que no pueden conocer directamente (p. 31), dichas imágenes coinciden con la realidad apenas de manera parcial, pero suficiente para formar una idea consistente del mundo. Es decir que para actuar en el mundo, los individuos lo reconstruyen en modelos asequibles o, dicho de otro modo, esos modelos funcionan como mapas para moverse por el mundo (p. 33).

Afirma el autor que una civilización vasta demanda que se tenga imágenes y prejuicios sobre ella y en ese sentido, para crear imágenes del mundo, hace falta “investigarlo, narrarlo e imaginarlo” (pp. 41-42), es decir, representarlo; y es posible afirmar que ninguna representación pueda dar cuenta de su complejidad inherente. Ese es el origen de los estereotipos.

La representación estereotipada del mundo se produce, asimismo, porque el acceso directo a los hechos es limitado, esta limitación en la percepción se debe, principalmente a: la censura artificial; el poco tiempo para atender a asuntos públicos; tergiversaciones por resumen de los hechos; limitaciones de lenguaje para expresar la complejidad; y miedo a los hechos que alteren la rutina (p. 42). Así, los estereotipos ayudan a los individuos a comprender su lugar en el mundo y tener (o no) la seguridad de estar en el lugar correcto.

Debido a que los estereotipos, por una parte con una visión reducida de la realidad u, por otra, anteceden a la racionalización de los hechos, se acuñan a sí mismos a partir de las pruebas de la percepción inmediata y, en esa medida, son impermeables a la educación o la crítica (p. 95), pues, como se verá más adelante, los individuos optarán por desdeñar o ignorar aquellas pruebas que pudieran cuestionarlos poniendo en riesgo esa *seguridad* antes señalada. En ese sentido, los estereotipos se refuerzan cuando lo que se percibe coincide con lo que se espera (p. 96), y al mismo tiempo, es la percepción filtrada por los estereotipos la que permite encontrar esa coincidencia.

Cuando tal coincidencia no se produce, dice Lippmann, pueden ocurrir dos cosas: que se desdeñe la evidencia contradictoria o que se incorpore la novedad a la

imagen y la modifique (p. 96), el segundo caso suele ser el menos frecuente por las razones anotadas anteriormente. Esto, además significa que los estereotipos no son permanentes (p. 105), pues los hechos y los estereotipos se desligan cuando, aquellos, más vastos y más complejos que las imágenes que se tiene, ya no pueden ser soslayados o ignorados.

Una característica central de los estereotipos es que congelan la perspectiva, antecedentes y dimensiones y omiten tiempo, espacio, conexiones y ponderaciones reales (p. 138), es decir eliminan de su contenido todos los detalles que pudieran relativizar su potencia explicativa de la realidad. Otra característica fundamental está en el hecho que los asuntos del mundo se representan en forma de alegorías (p. 143) y estas son empleadas para economizar esfuerzo. Hay alegoría cuando ideas abstractas se tratan como si fuesen personas y algunas personas como si fuesen instituciones y en esa medida, el estereotipo más profundo es “el que confiere naturaleza humana a cosas inanimadas o colectivas” (p. 143).

Al mismo tiempo, debe tenerse en cuenta que las alegorías portan tantas ideas que no pueden retenerse de forma gráfica, es decir, imágenes visuales. Por ello se recurre a *nombres comunes*; el problema es que los nombres son insuficientes y sus significados se transforman en el tiempo, lo cual los hace insuficientes. El proceso que ayuda a fijarlos y darles condición de estereotipo es aquel en el que los nombres son vistos a través de estereotipos personales (pp. 143-144), es decir que son asimilados cuando pasan por el filtro de la percepción y son incorporados al sistema de los individuos.

En síntesis puede decirse que las imágenes son la forma más clara de transmitir ideas, seguidas de las palabras. Dichas imágenes o ideas visuales adquieren sentido cuando se vinculan con algún aspecto de la propia personalidad y por tanto, las ideas son apropiadas por los individuos cuando existe identificación con alguna de las imágenes que las conforman (pp. 145-146).

IV. Función de los estereotipos

En la medida en que los estereotipos operan como “mapas” para moverse y actuar en el mundo, un modelo de estereotipos determina qué y cómo se percibe (p. 116); así, cumplen la función de crear una *realidad ordenada* para comprender la “gran confusión bulliciosa” del mundo. Asimismo, en el nivel individual, son la base del amor propio y la proyección del sentido de valía personal, por eso es que Lippmann afirma que “arrastran la carga de los sentimientos” y son el

abrigo de las tradiciones. Son, pues, la base y fundamento de toda filosofía personal (p. 94).

Explica el autor que la filosofía personal es una serie de imágenes empleadas para describir un mundo desconocido. En ese sentido, se tiende a visualizar aquello que es más familiar con ayuda de las imágenes archivadas en la mente, pero además, los estereotipos consolidados hacen que se perciba solo aquello que los confirma y se ignore lo que los contradice (pp. 11-112). En otras palabras, sirven del mismo modo que el lente de una cámara, que pone el foco en uno o unos pocos objetos dejando por fuera muchos otros elementos.

De esa manera, y siguiendo los postulados propios del psicoanálisis muy en boga en la época del autor, los *sistemas de estereotipos* producen un “ciego automatismo” cuando se alcanza un punto en que el esfuerzo de percibir se interrumpe y los hechos se parecen a los deseos propios (106-107). De ahí que los estereotipos cargan con los sentimientos de quien los emplea y con estos se juzga la realidad (p. 112) y que para explicar hechos se inserta una relectura de las cualidades contenidas en los estereotipos (p. 110). Son, pues, la heurística (Tversky & Kahneman, 1974) que emplean los individuos para valorar y juzgar los hechos de la realidad.

Si todo esto ocurre en el plano individual, la función de los estereotipos en el contexto social se percibe en la creación de códigos morales. Los códigos morales generalizan visiones particulares de la ética (p. 113) y sus autores seleccionan situaciones típicas y mediante operaciones de deducción o inducción dictan el comportamiento adecuado. Asimismo, todo código se construye desde una imagen particular de la naturaleza humana, del universo imaginado y de la historia (p. 114), por ello es que, así como tienen autores, los códigos también tienen intérpretes.

V. Efecto en la realidad

Se ha señalado al inicio que existe una relación triangular en la cual 1) entre los individuos y su entorno real existe un pseudoentorno formado por las imágenes de aquellos, 2) el pseudoentorno estimula el comportamiento de los individuos y 3) el comportamiento de los individuos tiene efecto en el entorno real (p. 34). En otras palabras, se percibe el mundo desde el conjunto de imágenes que de él se posee, las mismas que dictan el modo de actuar y comportarse, y que este comportamiento tiene efecto en el mundo real antes que en el mundo imaginado.

El proceso en el cual se produce esta relación triangular parte del hecho que en el momento de ser aprehendidos los mensajes procedentes del exterior son afectados y transformados por imágenes ya almacenadas en la mente, las ideas y los prejuicios (p. 42). Por otra parte, esas imágenes determinan los sentimientos que se tienen respecto de los asuntos que no se conocen de modo directo, y los sentimientos dan paso a los juicios y comportamientos. Debido a este proceso, los individuos reaccionan con la misma intensidad ante ficciones que ante realidades (p. 32), pero además, muy a menudo dichas ficciones son producidas por los mismos individuos en el proceso de percibir y comprender.

Si bien se acepta que los actos de los individuos son motivados por las imágenes que se posee del mundo, sea propias o de terceros, eso no significa que las actuaciones en el mundo motivadas por imágenes determinen los resultados que se obtengan (pp. 39-40). Es aquí donde se percibe con mayor claridad que los estereotipos determinan la percepción del mundo, pero no tienen efecto sobre la realidad, sino sobre el modo de actuar en ella y por tanto no permiten predecir resultados. Es decir que el comportamiento de los individuos es afectado por la influencia recíproca de “sistemas idealizados y sus diferentes versiones” (p. 102).

En ese contexto, toda percepción de los datos sociales “es subjetiva y de segunda mano”, lo cual explica por qué se cree en el *falso absolutismo* de la propia visión y se rechaza opiniones contrarias (p. 116-117); es posible identificar este absolutismo cuando no es posible observar el razonamiento que se empleó y cuando se evidencia que no se tomaron en cuenta otros elementos de juicio o de verdad (p. 123). El remedio, según Lippmann, está en la educación crítica, que permite a los individuos comprender la limitación de su propia visión del mundo.

Finalmente, es posible señalar que la historia avanza por el impulso producido por “imitaciones en constante evolución, réplicas, falsificaciones, analogías y tergiversaciones” producidas en cada mente individual (p. 102). Así, Lippmann concluye que Opinión Pública (con mayúsculas) es el conjunto de imágenes del mundo que provocan reacciones en los grupos o los individuos que actúan en nombre de estos (p. 42).

VI. Conclusiones

Los estereotipos son imágenes prefabricadas del mundo y los hechos y objetos que existen en él. Sin ellos, los individuos y las sociedades estarían enfrentados a

la permanente confusión por la multitud de estímulos que ofrecen la percepción directa y los relatos de todo aquello que está fuera de su alcance.

El conjunto de estereotipos vigentes en una sociedad configuran lo que Lippmann llama *pseudoentorno*, es decir una imagen idealizada del mundo que deja por fuera muchos elementos que podrían o incrementar la complejidad o poner en cuestión dicho conjunto de estereotipos.

Los individuos usan los estereotipos para encontrar y habitar su lugar en el mundo. Sin ellos pierden su noción de identidad y de seguridad. Los estereotipos individuales no son inmutables, se renuevan y actualizan en un permanente proceso de *autopóiesis*.

La importancia del estudio de los estereotipos radica en que al conocerlos es posible predecir los comportamientos individuales y grupales, aunque no sea posible predecir los efectos que tales comportamientos tendrán en la realidad.

Referencias

- Berger, P. L. y Luckmann, T. (2015). *La construcción social de la realidad* (S. Zuleta, trad.). Amorrortu.
- Lakatos, I. (1978). *La Metodología de los Programas de Investigación*. Alianza Editorial.
- Lippmann, W. (2003 [Original: 1922]). *La Opinión Pública* (B. Guinea, trad.). S.L. Cuadernos de Langre.
- Tapia, L. (2014). *Epistemología experimental*. La Paz: CIDES/UMSA – Autodeterminación.
- Tversky, A. y Kahneman, D. (1974). Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases: Biases in judgments reveal some heuristics of thinking under uncertainty. *Science*, 185(4157), 1124-1131.