

## **SOCIABILIDAD Y SENTIDO DE LA POLÍTICA EN JÓVENES UNIVERSITARIOS**

**Luis Gregorio Iglesias Sahagún**

[greg@uaq.mx](mailto:greg@uaq.mx)

**Universidad Autónoma de Querétaro, Mexico**

Es con palabras con lo que se construye el mundo, más conscientemente el de los tiempos modernos, que asumen la capacidad humana para esa tarea. También con palabras, o por medio de ellas se destruye el orden establecido, se excluyen partes de la realidad, se ladean cuestiones o se condena a algunos de sus miembros individuales o colectivos. (François Godicheau y Pablo Sánchez 2015)

Por el hecho de que la realidad es construida colectiva y socialmente y de que en esa construcción un ingrediente esencial es el conocimiento, así como el vehículo por antonomasia para realizar la tarea es la comunicación. Por todo esto nos parece que las disciplinas sociales, entre ellas la psicología social, incrementan su potencial y aun su caudal performativo en la medida en que pliegan sus esfuerzos a las directrices de la investigación cualitativa y de talante crítico. Pensamos que esta condición se ha puesto de manifiesto, sobre todo, con posterioridad a la llamada crisis de la disciplina, que en realidad no fue sólo una crisis de la psicología social sino de diferentes ‘ciencias’ sociales y más aún de las instituciones sociales. Fueron los efervescentes años sesenta y la primera mitad del decenio de los setenta.

Me parece que como afortunado efecto y oportuna consecuencia de esas movidas, en 1990 Ian Parker y Erica Burman iniciaron una andadura que hoy nos reúne aquí y que durante estos 27 años nos ha permitido continuar la discusión, y sobre todo la construcción, con un mayor y mejor conocimiento de causa, de nuestras realidades. La Discourse Unit se ha significado en estos años de trabajo como un dispositivo horizontal y un nodo de trabajo crítico que elabora pensamiento, condensa conocimientos y propulsa prácticas alternativas a la mainstream de los sistemas y las inercias instituidas de los estados y los mercados. También ha sido un punto de encuentro y cruce de miradas y trayectorias, y de múltiples y diversas colaboraciones entre trabajadores del lenguaje y el discurso, el feminismo, el psicoanálisis y la psicología crítica. Por todo eso salud y vigorosa y alegre vida a la Discourse Unit! Y a sus iniciadores y animadores permanentes. Gracias Ian y Erica.

Esta participación consiste en la argumentación de un proyecto de investigación en curso con jóvenes universitarios en la ciudad de Querétaro, México. El planteamiento general apunta a explorar la relación de las formas de sociabilidad de jóvenes universitarios y las experiencias y procesos con los cuáles, si es el caso, hacen sentido para ellos los significantes “ciudadanía” y “política.”

### **Introducción**

Partimos de ver la re-estructuración del capitalismo, manifestada desde los años ochenta. Este lapso de tiempo ha coincidido con el

establecimiento de una circunstancia mundial de globalización financiera-mercantil, a la par del establecimiento de una plataforma tecnológica para el procesamiento y traslado de información y la comunicación.<sup>1</sup> En buena medida, por cierto, han sido estos factores los que imprimen a la época de la Modernidad tardía, para decirlo con Giddens (1995), una fisonomía peculiar. En efecto, el régimen de economía capitalista en su versión de neo-liberalismo económico parece haber traído consigo, junto a los procesos de globalización, la disolución de unos determinados regímenes del mercado de trabajo y de la ciudadanía. Esos regímenes se habrían establecido al final de la Segunda Guerra Mundial y organizaban las cosas alrededor de un código fundamentalmente inclusivo; a este respecto, precisamente, es donde se genera el alto contraste con la situación que se presenta ahora. La emergencia y diversificación de una gama variable y ¿acaso creciente? de síntomas de lo que parece quedar recuperado con el término de “exclusión social” en múltiples sociedades. Sin embargo, queremos plantear el supuesto de que esa pretendida exclusión social es en realidad un subproducto de una condición o estado de las cosas más grave aún, más calamitoso: lo enunciamos como la sumisión de la sociedad a los intereses del mercado; ya en un magnífico trabajo de profundidad histórica y lucidez analítica, *La gran transformación*, Karl Polanyi dejó expuesta la tesis de que con el liberalismo económico se produce la autonomización de la economía frente al resto de instituciones sociales, “el desempotramiento de la economía y su consiguiente colonización del resto de la sociedad” (Rendueles, 2009). Efecto que fue posible por la aparición de instituciones políticas centrales (entiéndase los gobiernos de los estados nacionales).

Hemos planteado en otro lugar (Iglesias 2011), que se trata del código, no genético, sino significativo, de un mercado librecambista centralizado que orbita en torno al valor monetarizado y a la producción y circulación de mercancías. Código que ha infiltrado e impregna a la sociedad en su acontecer mismo, confundiéndola y lesionando de gravedad su potencia creativa y recreativa. Retomando a Jappe (2011), podemos decir que la mercancía es el tótem en torno al cual los habitantes de la sociedad moderna han organizado su vida. El profesor de la LSE, Don Slater lo plantea así, “La noción de ‘consumer culture’(que es la cultura de una sociedad de mercado) implica que en el mundo moderno las prácticas sociales fundamentales, los valores, las ideas, aspiraciones e identidades se definen y orientan en relación al consumo en vez de hacia otras dimensiones sociales tales como el trabajo o la ciudadanía (civismo), la cosmología religiosa o el estatus militar.” (Slater, 2008: 24).

Con la autonomización del valor y de la razón económica, la producción de bienes y servicios es meramente un medio para transformar una suma de dinero en una suma de dinero mayor. Pero entonces el valor no está limitado a una esfera particular de la vida social, “en una sociedad mercantil, todo lo que existe no es percibido más que como cantidad de valor y, en consecuencia, como dinero.” (Jappe, 2011: 150). Hemos señalado en otro lugar que incluso se alienta para que lo que aún no es, sea, así se trate no de objetos inermes, bienes de capital o de comunicación, sino de personas o relaciones, como en las campaña que desplegó un despacho de abogados en Estados Unidos y cuyo eslogan resume e ilustra

---

<sup>1</sup> La plena puesta en funcionamiento de las *tecnologías de alto nivel de saturación social* que ha descrito el Psicólogo social Kenneth Gergen (1992).

muy bien el argumento que venimos formulando: “Life is short, get divorce”. Para Slater, “La *consumer culture* es distintiva de un sistema en el que el consumo es dominado por el consumo de mercancías” (Slater 2008: 9). A partir de la década de los 90’s del pasado siglo se desataron los estudios sobre el consumo y la *consumer culture* (Miller, Slater, Ritzer, ) desde diferentes frentes disciplinarios. La psicología se ha mostrado algo renuente a abordar el punto, con la llamativa excepción de los estudios de la Psicóloga social Helga Dittmar (Dittmar 1992, 1994, 2008).

Ahora bien, los trabajos de Dittmar, a los que hemos ubicado como en la corriente psico-cultural de estudios sobre el consumo (ver Iglesias 2014), representan una instructiva como elocuente ilustración precisamente del otro factor de circunstancia que queremos caracterizar para la formulación de nuestro planteamiento de investigación. Este otro factor es la psicologización.

Con Jan de Vos (2012) pensamos la psicologización, en una caracterización preliminar, como el recurso cada vez más común a emplear vocabulario y esquemas de explicación psicológica para asuntos y áreas que no pertenecen a los terrenos teórico y práctico tradicionales de la psicología. Exhibe De Vos en su libro cómo los psicólogos “han penetrado profundamente en nuestra sociedad y además los discursos PSY han invadido de manera sin precedentes las empresas, la publicidad, la cultura, la política y hasta nuestra vida social y familiar. Ni nuestros dormitorios están libres de psicología, basta una mirada a las pilas de libros, revistas, cuadernos, empaques en fin papelería que puede haber en nuestras mesas de noche”. Y “Hoy más que nunca la comprensión de nosotros mismos, de los otros y del mundo llega en términos psicológicos” (De Vos 2012: 1-2). La cuestión se antoja más grave aún si acordamos, con Parker (2010) en que la psicologización es al mismo tiempo el nombre de un proceso desde el cual la psicología, el background de conocimientos psicológicos y psicotécnicos entran en juego en la comprensión y legitimación de ámbitos y dinámicas de la vida política, o sea, se psicologiza la política. Es decir, la psicologización es el nombre de un modo concreto en el que se organiza y trabaja la ideología en nuestras sociedades.

### **Problematización**

El volumen de las investigaciones y estudios sobre los cambios, procesos, fenómenos emergentes, etc. a partir del advenimiento de la llamada sociedad del conocimiento, sociedad de la información, sociedad ‘red’, etc., es decir, desde la implantación de las denominadas tecnologías de la información y comunicación es, lisa y llanamente sobrecogedor. Estamos refiriéndonos a lo que se viene produciendo desde las disciplinas que estudian la sociedad y la cultura, no se trata de volumen de investigación, sino de un ‘torrente’. Tanto en la escena mediática como en los ámbitos académicos se ha venido escuchando o leyendo con frecuencia sobre el impacto de las tecnologías digitales. Por supuesto estas tecnologías han modificado las estrategias y equipamiento de la producción así como el procesamiento de la información de la plataforma mediática. Pero se ha señalado también que han provocado un profundo cambio en los parámetros del conocimiento, de las relaciones y movimientos sociales, de las manifestaciones de la cultura, de la organización y dinámica de la política, e inclusive, o quizá sería más acertado decir ‘por todo ello’, de las identidades personales y colectivas.

Partimos de que los jóvenes, por el hecho de su condición existencial, es decir, que por probabilidad vital han de llegar más lejos en 'el futuro', son los más concernidos tanto con los materiales, las condiciones y los recursos con que van a adentrarse en ello, como con la inteligencia para la gestión de los riesgos en esa aventura. De modo que nos parece pertinente indagar en cómo hacen y qué hacen, qué formas asume su estar juntos, su trato social, sus modos de convivencia. Como estudiosos de los procesos de significación e interacción social e interesados en conocer, así sea de modo diagnóstico, lo que de modo genérico llamamos ahora las disposiciones efectivas de la población juvenil en el ejercicio cotidiano de ser y hacer ciudadanía, vemos necesario aproximarnos a la exploración y estudio de ese sector de la población. Precisamente en sus actividades y prácticas dilectas, en sus pautas de convivencia que no se hallan sobredeterminadas por codificaciones institucionales ni motivadas por intereses escolares, profesionales, partidistas, pecuniarios ni por obligación legal. Es decir, en las pautas de la sociabilidad.

### **Descripción del problema**

Sabemos que tratándose de las ciencias sociales y las de la cultura, el abanico de las indagatorias y los afanes analíticos es amplio. Por ejemplo, en el año 2001 el Encuentro de teoría sociológica de la Federación Española de Sociología versó sobre el tema: Premisas y repercusiones sociales de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Pues bien, el volumen editado a partir de las contribuciones y coloquios del encuentro alcanza arriba de las seiscientas páginas, con veintidós capítulos distribuidos bajo los siguientes encabezados: I) Información y comunicación, II) Nuevas formas de conocimiento, acción y relación social en internet, III) Las transformaciones de la identidad, IV) Los cambios en las estructuras e instituciones, y V) Conjeturas y refutaciones acerca del advenimiento de una nueva sociedad. (García y Navarro, eds. 2002). En el medio de la academia anglosajona Leah Lievrouw y Sonia Livingstone editaron también en 2002 un *Handbook of New Media. Social shaping and consequences of ICTs*. El libro se compone de treinta y un capítulos distribuidos en seis partes: I) Cambios en el paisaje social, II) Tecnología, diseño y desarrollo, III) Los nuevos medios y la organización, IV) Sistemas, industrias y mercados, V) Políticas y regulación, y VI) Cultura y nuevos medios.

Toda vez que en las sociedades más tecnológizadas y de mayor renta per cápita del mundo se fue consiguiendo una plataforma de capacidad instalada en cuanto a tecnologías de la información y la comunicación, con la cual se han venido transformando los procesos (con sus instrumentos, pautas y agentes) de producción y reproducción de la vida, se ha venido revelando (explicitando) desde trazos más nítidos un nuevo imaginario. Un modo de describir a éste es el de entornos y condiciones de comunicación permanente, el *Éxtasis de la comunicación o Pantalla total* para decirlo con los títulos de dos libros de Jean Baudrillard. También se han dejado oír los discursos que proclaman que son las condiciones de una democratización global de la cultura, o de procesos de democratización más efectivos. Algo hay también en esas imagerías de que con la realidad virtual, los artefactos y edificios inteligentes, y el diseño y perfeccionamiento de máquinas llamadas autómatas, hemos arribado al futuro.

No obstante en el mundo de todos los días, en el que hemos de saludar al vecino si lo topamos al salir de casa, en el que aun tratando de evitarlo nos mojamos los zapatos al ir a la universidad en un Querétaro encharcado por las lluvias, en el que han dicho en las noticias que hay en México 8 millones de jóvenes que no estudian y no trabajan (y les han puesto el apócope compuesto de ‘nini’s’); un México en el que se van a cumplir dos años de la ‘desaparición’ de 43 estudiantes de la normal de Ayotzinapa sin que las autoridades digan algo sensato y mucho menos confiable, en el que el 31 de julio pasado, hace 22 días, fue violada y golpeada y murió a consecuencia de ello una niña de 12 años en Amealco; en el que organizaciones de la sociedad llevan dos años pidiendo a las autoridades de Querétaro que declaren una ‘alerta de género’ y las autoridades no lo hacen, y en el que la Encuesta Nacional en Valores de Juventud reporta que casi el 90% de los encuestados en 2012 se manifestaron poco o nada interesados en la política. También se ha señalado que la agresión violenta se encuentra entre las primeras causas de muerte en hombres jóvenes en México, a partir de 2007. En este mundo de todos los días, pues, no se dejan sentir las bellezas imaginarias a propósito de las proclamas y publicaciones sobre ‘la sociedad red’ o ‘la sociedad del conocimiento’.

Una sociedad desmantelada y abúlica yace a merced de los vaivenes del preponderante mercado. Siempre a la zaga del dictado de la economía y las finanzas, teniendo que abrir vías para desahogar las reiteradas crisis, deudora ante los planes de rescate macroeconómico y rehén de promesas de activación y crecimiento. Y ¿de quién o de qué, por cierto, serán esa activación y crecimiento?, del mercado, por supuesto, a costa de más fragmentación: guerras y reconstrucciones (interestatales o intraestatales, como las guerras contra las drogas), o en escenarios “de paz”, por ejemplo, con la proliferación de líneas de exclusión (Iglesias, Díez-Martínez y Ochoa, 2013).

Es innegable que algunos de esos rasgos de la fisonomía de época tienen una presencia mundial, que imprimen su sello en la superficie de las cosas de cualquier parte del globo, o casi. Pero también es cierto que ‘el terreno en el que esa huella es inscrita’ constituye el factor fundamental (la circunstancia) en la determinación del impacto específico y las consecuencias lógicas que un vector global de época tiene en lo local. La inteligibilidad de los modos particulares y las experiencias concretas de la exclusión social (condición que deja vacía de contenido a la idea de ciudadanía), es directamente proporcional a la disposición y calidad del conocimiento situado que de las mismas experiencias se tenga.

### **Planteamiento teórico (hipótesis, supuestos y pregunta)**

Estamos conscientes de la mayor complejidad del fenómeno/proceso sociocultural frente a los sistemas físicos y biológicos, digamos sintéticamente, por la recursividad y performatividad de la agencia, y por la ausencia de constantes como principios o leyes universales, por tanto, de un intrincado complejo de variables en las que el peso relativo de éstas cambia con el tiempo. Considerando esto, lo que pretendemos es asomarnos a un dominio acotado de la realidad social de Querétaro al que describimos como el de las prácticas, escenarios, instrumentos y pautas de socialización de jóvenes universitarios. Pero esto sólo para enfocarnos

en lo que vamos a definir, inspirándonos en el sociólogo Georg Simmel, como sociabilidad, o bien ‘sociación pura’.

Desde la última década del siglo XX los avances en la producción tecnológica relativa a la comunicación y la información, con fines de consumo doméstico (faxes, teléfonos inalámbricos y celulares, antenas parabólicas para señal de televisión, videocaseteras) no ha dejado de manifestarse en una carrera por la mejora (aumento en la calidad del funcionamiento, ampliación de la gama de funciones, en suma versatilización de los productos). De modo inexorable en el siglo XXI, desde sus primeros años, hemos asistido a la multiplicación y sofisticación de instrumentos y dispositivos de información y comunicación. La proliferación de gadgets para consumo masivo (PDA’s, teléfonos móviles inteligentes (*smartphones*), memorias portátiles (usb), reproductores portátiles de audio digital, tabletas, etc.) Esto viene ocurriendo así dada la respuesta entusiasta de los sectores sociales con la capacidad de consumo que mantienen en movimiento el circuito de la oferta y la demanda. Pero en lo que nos interesa detenernos es en el aspecto de las consecuencias o efectos concomitantes a este consumo masivo en una parte de la sociedad del mundo. Y esto es, los modos en que las interacciones comunicativas y los procesos informativos entre personas se realizan. Es decir, la intervención, el uso vigente en nuestras sociedades urbanas de todos estos dispositivos y las condiciones que exigen/imponen para desplegar su funcionalidad, conlleva una transformación de los modos de trato social, de convivencia, de diálogo y conversación, del estar juntos, del hacer juntos.

Tomamos a la mercantilización y la psicologización como factores de circunstancia, de la circunstancia moderna, desde finales del s. XIX (ver Polanyi [1957] 2006, y Álvarez-Uría 2006). Pero que desde entonces y en la medida en que nos acercamos al presente, han venido alcanzando un mayor potencial de penetración, impregnación y a la vez dispersión en la sociedad. Un verdadero catalizador en este sentido ha sido la implantación de la plataforma tecnológica de la información y la comunicación, con sus consecuentes y concomitantes efectos de la multiplicación de canales de comunicación, las redes sociales, etc. y de los montos sobrecogedores de información de variedad miscelánea. Nuestro planteamiento se sostiene en dos supuestos: el primero, que la mercantilización erosiona, deshilacha el tejido social; y el segundo, que la psicologización en tanto que huida a lo íntimo de la *identidad*, del *yo*, del *self*, produce un bloqueo o retirada del espacio político, entendido éste con la lectura que Hannah Arendt hace de Aristóteles.

Entonces nos preguntamos, si hemos llegado a una situación en la que las personas buscan ordenar su conducta de acuerdo a las líneas de tutoría psicológica, a los esquemas normativos y los discursos *psi*, y además se conducen de manera estratégica como electores racionales en función de sus intereses en un paisaje social poblado de mercancías, ¿en qué márgenes sostener, de qué salientes apoyar una acción para reconstruir el ajironado tejido social?, ¿cómo hacer o seguir haciendo sociedad? Si hay un descreimiento y una retirada de la política ¿cómo apelar a la ciudadanía?, ¿cómo repararla o cómo hacer ciudadanía?

## Objetivos

Hacer un inventario de las actividades, prácticas, intereses, aficiones, en las que se despliega la sociabilidad en jóvenes universitarios en Querétaro. Analizar los modos en que los jóvenes incorporan en sus narrativas biográficas sus disposiciones ante el espacio político y la ciudadanía. Mostrar los repertorios interpretativos mediante los cuales se sostienen algunas formas de dar sentido a la inscripción de los jóvenes en la ciudadanía, y al papel de los jóvenes en el espacio político.

## Diseño Empírico

La presente investigación se plantea con tres fases, la primera supone un acercamiento con perspectiva distributiva (Ibáñez, 1996). Para ello estamos diseñando un instrumento (cuestionario) con el objetivo de conocer proporciones de usos, prácticas, instrumentos y escenarios de sociabilidad en jóvenes universitarios de diez facultades: 1) Psicología, 2) Bellas artes, 3) Contaduría y administración, 4) Química, 5) Derecho, 6) Ingeniería, 7) Ciencias naturales, 8) Ciencias políticas y sociología, 9) Lenguas y letras y 10) Filosofía.

La segunda fase consiste en una indagación ideográfica mediante entrevistas semiestructuradas. El talante de investigación ideográfica busca, de acuerdo con Maffesoli (1998) (véase también Ferraroti, 1983), hacer una descripción elocuente, clara e ilustrativa de los fenómenos. No pretendemos establecer la ley que los provoca y entonces develar la lógica de su regularidad de aparición, sino ilustrar detalladamente las condiciones de su acaecimiento. Acordamos con Alonso (1995) en que la entrevista es un *proceso comunicativo*, a través de él un investigador extrae una información de una persona: “el informante” (tomando el término de la antropología cultural). Información que tiene su condición de posibilidad en la biografía de ese interlocutor.

De tal manera lo peculiar, la subjetividad, se manifiesta en la orientación e interpretación significativa de la experiencia del entrevistado. No es infrecuente que dicha orientación subjetiva resulte más interesante, informativamente, que la mera exposición cronológica y la descripción de acontecimientos factuales.

El *yo* de la comunicación en la entrevista es, más que un *yo lingüístico*, un *yo* especular, o directamente *social*, un proceso en el que el individuo se experimenta a sí mismo como tal indirectamente en función del *otro generalizado*.

De modo que la entrevista, al hilo de lo que se viene planteando, se presenta como un lugar en el que se expresa no tanto un *yo*-realidad objetiva (entidad fáctica), sino un *yo narrativo*, un *yo* que cuenta historias en las que se incluye un bosquejo del *yo* como parte de la historia (Bruner, 1991: 110).

La entrevista de investigación es refractaria a embonar en hormas científicas que definen al instrumento metodológico, pues:

Toda entrevista es producto de un proceso de interlocución que no se puede reducir a una contrastación de hipótesis y al criterio de falsación.

Los resultados de la entrevista por sí mismos no tienen posibilidad de generalización indiscriminada.

La tercera fase, finalmente, permite incorporar la perspectiva estructural. La llevaremos a cabo mediante el dispositivo del *grupo de discusión*, de acuerdo a los lineamientos técnicos prescritos por Ibañez.

### **La estrategia discursiva**

Como Íñiguez (2003), pensamos que el análisis de discurso no es una técnica sino un método y aún una perspectiva teórica-metodológica, de donde se facilita entender la emergencia de una variedad de tradiciones que sustentan la práctica del análisis de discurso. En este trabajo seguimos los lineamientos de la corriente inaugurada por Ibañez, precisamente el sociólogo que conceptualizó la técnica del “grupo de discusión” y que desarrolla la práctica del mismo en España, considerándolo dispositivo paradigmático de la que concibió como perspectiva de investigación estructural. Esta vertiente de análisis de discurso enfatiza, como lo consigna Íñiguez (2003), en el componente semántico del mismo; lo que va a contrastar con la emergencia de una diversidad de enfoques discursivos en disciplinas sociales, que parecen enfatizar en el componente pragmático del discurso: ‘la psicología discursiva’ (Edwards 1997; Edwards y Potter 1992) ‘el análisis crítico del discurso’ (Fairclough 1989, 1992; Martín 1997) el ‘análisis de la conversación’ (Antaki 1994; Tusón 1995; Íñiguez y Antaki 1994) ‘análisis retórico-discursivo’ (Billig 1987, 1991). En efecto, frente a estas líneas de trabajo metodológico, pues, la propuesta de Ibañez, a fuerza de trabajar el aspecto semántico y semiótico del discurso, da la pauta a una aproximación interesada por la fabricación del sentido en y a través de los discursos y otras prácticas sociales situadas, pero al hacerlo así revela una variedad de situaciones, procesos, objetos, etc. analizadores, no sólo semánticos sino existenciales y concretos del orden social. Esta aproximación produce una remembranza con la socio-semiótica del Barthes posestructuralista y una semblanza con el ‘análisis de la dinámica del discurso’ (Parker 1992; Burman y Parker 1993).

#### *Técnica de grupo de discusión*

Por razones de prescripción técnica del funcionamiento del dispositivo Grupo de discusión, es preciso trabajar con grupos de pares etarios, en el entendido que de ese modo se consigue una panorámica amplia del discurso social evitando en lo posible caer en sesgos existenciales por edad. Nuestros cuatro grupos quedaron conformados por participantes con edades entre 22 y 27 años, estudiantes de diez diferentes facultades e inscritos en 5 semestre o superiores. En todas las sesiones la conversación grupal tuvo una duración en torno a 1 hr. 10 min. Los cuatro grupos de discusión fueron convocados y trabajados por uno de nosotros (entre diciembre de 2016 y enero 2017) como dispositivo técnico de producción primaria de discurso a propósito de los modos de socializar los jóvenes en la sociedad actual en Querétaro.

El grupo de discusión como técnica de investigación tiene su fundamento más general en el postulado de que lo social, mediado por lo simbólico, sólo puede existir en unos sujetos que lo producen y lo portan (lo crean y lo creen). La técnica trabaja con el habla. En toda habla se articula el orden social y la subjetividad. "El orden social es del orden de decir" (J. Ibañez), está hecho de dictados (que prescriben caminos) y de



interdicciones (que proscriben caminos). Voloshinov (1992), plantea que la psicología social se presenta, en términos reales, materiales, como la *interacción discursiva*.

La psicología social no se origina en alguna región interior, sino que se manifiesta globalmente *en el exterior*: en la palabra, en el gesto, en la acción. En ella no hay nada que fuese interior y no expreso: todo está en el exterior, en el intercambio, en el material y ante todo en el material verbal (Voloshinov, 1929 [1992])

Considerando pues que el discurso social se encuentra disperso en lo social mismo, el grupo de discusión, se inscribe en un campo de producción de discursos y la situación de grupo equivale a situación discursiva; "en ella, las hablas individuales trataran de acoplarse entre sí al sentido (social)" (Canales y Peinado 1996). Para Ibáñez, lo que el investigador puede recuperar de esta técnica no es tanto un dato, algo que viene dado, sino algo que hay que (re)producir, un capta, en su terminología. La técnica ofrece la ventaja de multiplicar la interlocución y, por tanto, los canales del habla, así como de diversificar los modos de transferencia, generándose así condiciones propicias a la variabilidad discursiva. Pone todo el acento en el proceso de la conversación y, a diferencia de los grupos naturales, los interlocutores desaparecen detrás de las interlocuciones. La conversación, que es el eje articulador de todas las hablas en el grupo, hace que estas se subsuman, o mejor se "normalicen" en atención a los aspectos comunes entre ellas. Con ello se consigue que las hablas individuales se despojen de las adherencias de lo singular y aún de la sintomatología de cada individuo.

Así queda planteado, de un modo sumario, que la del grupo de discusión busca ser una técnica viable para la exploración y estudio de los lugares comunes (tópicos), los *sensus communis* que señala Shotter (1986); en fin, los lugares de identificación colectiva. Precisamente una de las funciones que desempeñan tan bien las ideologías. Y como plantea Jesús Ibáñez "Los estudios emprendidos desde esta perspectiva técnica se insertan en el proceso de producción de ideologías. La interpretación y el análisis son, respectivamente, lectura y descodificación de esas ideologías." (1979: 318)

Con esta perspectiva apuntamos a conocer los lugares comunes en el habla de una sociedad a propósito del compromiso o imbricación, o la ausencia de ello, entre los jóvenes, el espacio político y la ciudadanía. Es decir, rastrear y explorar los discursos que tienen vigencia y circulan en un momento dado en una sociedad particular (Querétaro, hoy) a propósito de las categorías propiciatorias mencionadas: ciudadanía y política.

### **Referencias bibliográficas**

- Alonso, Luis Enrique. (1995). Sujeto y discurso, el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de investigación cualitativa. En J. M. Delgado y J. Gutiérrez (Eds.) (1995). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Síntesis
- Antaki, Charles. (1994). *Explaining and Arguing*. London: Sage.
- Bauman, Z. (2001). *La sociedad individualizada*. Madrid: Cátedra.
- Bauman, Z. (2001). *La posmodernidad y sus descontentos*. Madrid: Akal.
- Berardi, F. (2003). *La fábrica de la infelicidad*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Boltanski, L. y Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.
- Billig, Michael. (1987). *Arguing and Thinking*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Billig, Michael. (1991). *Ideology and Opinions*. London: Sage.
- Burman, E. & Parker, I. (eds.) (1993). *Discourse Analytic Research: Repertoires and Readings of Texts in Action*. London: Routledge.
- Canales, M. & Peinado, A. (1995). Grupos de discusión. En J. Delgado & J. Gutiérrez. *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. (pp. 288-316). Madrid: Síntesis.
- Carballeda, Alfredo. (2002). *La intervención en lo social. Exclusión e integración en los nuevos escenarios sociales*. Buenos Aires: Paidós.
- De Vos, Jan. (2012). *Psychologisation in times of globalisation*. Hove, East Sussex: Routledge.
- Dittmar, Helga. (2008). *Consumer Culture, Identity and Well-Being*. Hove: Psychology Press.
- Dittmar, Helga. (1992). *The Social Psychology of Material Possessions: To Have is To Be*. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf.
- Edwards, D. & Potter, J. (1992). *Discursive Psychology*. London: Sage.
- Fairclough, Norman. (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Fernández Christlieb, P. (1987). Consideraciones teórico metodológicas sobre la psicología política. En M. Montero (coord.), *Psicología política latinoamericana*. Caracas: Panapo.
- García, J-M., y Navarro, P. (Eds.) (2002). *¿Más allá de la modernidad? Las dimensiones de la información, la comunicación y sus nuevas tecnologías*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Gergen, Kenneth. (1992). *El yo saturado. Dilemas de la identidad en el mundo contemporáneo*. Barcelona: Paidós.
- Giddens, Anthony. (1995). *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Península.
- Gurvitch, Georges. (1953). *La vocación actual de la sociología. Hacia una sociología diferencial*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Henriques, Julian. (1984). *Changing the Subject. Psychology, social regulation and subjectivity*. London: Routledge.
- Ibáñez, Jesús. (1979). *Más allá de la Sociología. El grupo de discusión: técnica y crítica*. Madrid: Siglo veintiuno de España.
- Ibáñez, Jesús. (1985). *Del algoritmo al sujeto. Perspectivas de la investigación social*. Madrid: Siglo veintiuno de España.
- Ibáñez, Jesús. (2000). Perspectivas de la investigación social: el diseño en la perspectiva estructural. En M. García Ferrando, J. Ibáñez y F. Alvira (2000). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. (3ª ed.). Madrid: Alianza Editorial.
- Iglesias, L G. (2014). Consumerism. En Thomas Teo (editor). (2014). *Encyclopedia of Critical Psychology*. Online acces on SpringerLink. Y version impresa New York: Springer-Verlag.
- Iglesias, L Gregorio, Diez-Martinez Evelyn y Ochoa Azucena. (2013). Proliferación de líneas de exclusión y crisis de ciudadanía. En Esperanza Vargas Esteban Agulló, Remberto Castro y Raúl Medina (coordinadores). (2013). *Repensando la inclusión social: aportes y estrategias frente a la exclusión social*. Oviedo: Eikasía.
- Iglesias, L Gregorio. (2011). The Empowerment of the Market is the Weakness of Society. A Psycho-social Approach. Ponencia en la *Seventh Annual Conference of the Research Institute for Health and Social Change*, Manchester Metropolitan University. Reino Unido.
- Íñiguez, Lupicinio (Ed.) (2003). *Análisis del discurso. Manual para las ciencias sociales*. Barcelona: Editorial UOC.
- Íñiguez, L. y Antaki, C. (1994). El análisis del discurso en psicología social. *Boletín de Psicología* 44: 57-75.
- Jameson, Frederick. (2002). El imaginario de la globalización, cosas que nunca te dije. *Archipiélago*, 52, 27-34.
- Knorr-Cetina, Karin. (1997). Sociality with objects. Social relations in postsocial knowledge societies. *Theory, culture and society* 14 (4): 1-30.
- Lievrouw, L y Livingstone, S (eds.) (2002). *The Handbook of New Media. Social shaping and consequences of ICTs*. London: Sage publications.
- Parker, Ian. (1993). *Discourse Dynamics. Critical Analysis for Social and Individual Psychology*. London: Routledge.
- Parker, Ian. (2007). *Revolution in Psychology*. London: Pluto Press.
- Parker, Ian. (2007). Analfabetismo emocional. Márgenes de la resistencia, en Ian Parker y otrxs, *La fragilización de las relaciones sociales* (159 a 187). Madrid: Círculo de Bellas Artes.
- Potter, J. y Wetherell, M. (1987). *Discourse and social psychology: Beyond attitudes and Behaviour*. London: Sage publications.

- Rendueles, César. (2013). *Sociofobia. El cambio político en la era de la utopía digital*. Madrid: Capitán Swing (2ª edición).
- Rodríguez, J. y Agulló, E. (1999). Estilos de vida, cultura, ocio y tiempo libre entre estudiantes universitarios. *Psicothema*, 11, 247-59.
- Rodríguez, J. y Agulló, E. (2002). Psicología social y ocio, una articulación necesaria. *Psicothema*, 14, 124-33.
- Shotter, John. (1986). A sense of place: Vico and the production of social identities. En *British Journal of Social Psychology*, 25, 199-211.
- Simmel, Georg. (1950) *The Sociology of Georg Simmel*. Translated, edited and introduced by Kurt H. Wolff. London: The Free Press.