

Juárez, Néstor Javier

[nestorg@unsl.edu.ar](mailto:nestorg@unsl.edu.ar)

Universidad Nacional de San Luis

Área: Estrategias de intervención social desde la comunicación

Palabras claves: Interacción-Representación-Voluntariado

## REPRESENTACIÓN SOCIAL E INTERACCIÓN EN UNA ONG

### Resumen

Este trabajo pretende dar cuenta de la representación social que construyen en la interacción comunicativa los integrantes de una ONG. Para el abordaje se utilizó una metodología cualitativa, contextualista.

Para el análisis se tomo como muestra un grupo de voluntarios de la Asociación Civil Psicólogos Sin Fronteras, con sede en la ciudad de San Luis.

### Introducción

El presente trabajo responde a la inquietud de conocer, indagar y comprender el fenómeno social del voluntariado desde las significaciones simbólicas que construyen, en la interacción, los voluntarios. En tanto actores sociales, participan según su inserción social y la particular relación que tengan con asociaciones en las que se desarrolla esta práctica.

Desde esta aspiración y conciente de que es una temática amplia que involucra a grupos de diferente procedencia y con objetivos diversos, se realizó un recorte que permitiera problematizar el tema con relación a un grupo de voluntarios que desarrolla su actividad en la Asociación Civil Psicólogos sin Fronteras (PSF), con sede en la ciudad de San Luis.

El propósito fue analizar los contenidos y los procesos comunicacionales que intervienen en la representación social del voluntariado que construyen los integrantes de PSF.

Psicólogos Sin Fronteras es una organización sin fines de lucro que realiza actividades de intervención psicosocial sobre sujetos o grupos en situaciones de riesgo.

Es necesario tener presente la labor que llevan adelante los sujetos voluntarios dentro de esta organización, que es ejemplo de las actividades que el voluntariado realiza en la sociedad actual. Su tarea, llena espacios importantes para la vida de amplios sectores de la población que son desatendidos por las instituciones estatales y privadas.

La tarea que llevan adelante las organizaciones de voluntarios en el mundo occidental, resulta significativa desde las últimas décadas. Ya que si bien sus integrantes están inmersos en las contradicciones del sistema capitalista globalizado, -donde los intereses económicos determinan en gran medida el curso de los acontecimientos- optan por convertirse en actores sociales, que participan a través del voluntariado en una asociación civil sin fines de lucro. Desde ese lugar, articulan sus tareas como una forma de lucha, contra los problemas desatendidos por los Estados-Naciones o frente a políticas que profundizan desigualdades, injusticias y sufrimiento en vastos sectores de la población.

Desde una perspectiva local, es de interés conocer, la concepción que sobre el voluntariado, configuran quienes pueden referenciarlo desde su propia experiencia y pueden dar cuenta de los procesos que han intervenido e intervienen en la configuración y orientación de su práctica dentro de una Organización de voluntarios.

Se trabajó en conocer los procesos comunicacionales que intervinieron en el pasado y en el presente como fuentes indispensables para la configuración de estas versiones.

Desde un enfoque metodológico cualitativo y una investigación de tipo interpretativa y contextual, se realizaron entrevistas a los integrantes de esta asociación, como estrategia para acceder a la fuente primaria de informaciones.

Se realizó un desarrollo de las principales miradas acerca de la comunicación, en tanto aportan tópicos conceptuales vinculados a los procesos comunicacionales que sirven de base a la construcción de las representaciones sociales.

También una presentación del constructo teórico de la representación social y fundamentamos su utilización para interpretar la construcción del objeto social "voluntariado" que realizan los integrantes de PSF.

En otro apartado se incorporaron algunos desarrollos acerca del voluntariado según diferentes miradas teóricas, cuyos autores han sistematizado características que definen el nivel práctico, ideológico-político, personal-subjetivo, de un fenómeno, que se ha ido instalando en la vida social de nuestro País.

#### Comunicación y representaciones sociales

Las representaciones sociales son producto de la comunicación y la hacen posible, así lo considera Moscovici (1961) en aquella obra que titula *"El psicoanálisis, su imagen y su público"* y en la que da cuenta de la lógica del pensamiento social cuando las personas crean una visión de los acontecimientos que forman parte de su mundo.

Este concepto de representación social incorpora a la comprensión de los fenómenos sociales, la dinámica propia de la construcción de la realidad mediante procesos de comunicación en los que las personas crean y recrean los objetos relevantes en su vida cotidiana.

Los procesos comunicacionales en los que se origina principalmente la construcción de representaciones sociales se vinculan a diversas modalidades de la comunicación social.

En las sociedades contemporáneas, se destaca la relevancia de los medios de comunicación de masas en la transmisión de valores, conocimientos, prejuicios y creencias en general, así como modelos de comportamiento.

Los medios de comunicación social, como la televisión que tiene un alcance general, o aquellos que se dirigen a públicos específicos, por ejemplo revistas, periódicos y cada vez más, internet, desempeñan un papel fundamental en la conformación del pensamiento social y la construcción de versiones acerca de la realidad.

Otra modalidad de comunicación, que tiene una gran influencia en la construcción de las representaciones sociales, es la comunicación interpersonal. Aquélla comunicación que se genera en las interacciones que devienen en innumerables conversaciones, de las que participa toda persona a lo largo de un día cualquiera de su vida.

Estas conversaciones se producen de manera directa en una comunicación cara a cara, o a través de una comunicación casi mediática (ver 1.3) por *estar inmersos en un permanente trasfondo conversacional que constituye una dimensión más de nuestro marco ambiental*. (Ibáñez, 1988, p.41)

En ese marco la representación social es una forma de conceptualizar el producto y el proceso de comunicación sobre un hecho, fenómeno, idea o práctica particular que involucra la participación de las personas en un tiempo y un espacio social determinado.

Al abordar el estudio de la representación social del voluntariado, se tuvo presente las conversaciones pretéritas y actuales de los integrantes de PSF, así como la posible incidencia de los medios y de otras voces -otras personas-, como fuentes importante de formación de sus representaciones.

#### Comunicación e interacción

El abordaje sistémico de la comunicación, que desarrolla la escuela de Palo Alto tiene como axioma principal la "imposibilidad de no comunicar". Desde esa perspectiva para Watzlawick (1997) hablar de comunicación representa hablar tanto de aspectos referidos al contenido, como al sentido relacional.

Toda comunicación interpersonal involucra una dimensión subjetiva que pone en juego lo "meta-comunicacional" que contribuye a interpretar el contenido de la comunicación en el contexto en el que se recrea la relación entre los comunicantes. Por ello resulta esencial tomar en consideración la experiencia subjetiva de atribución de significados.

Siempre hay un contexto que da sentido a la relación y en el que los actores sociales construyen la dimensión digital y analógica de lo que comunican. La Asociación Civil Psicólogos Sin Fronteras –PSF- es el contexto en el que interactúan los sujetos que entrevistamos para nuestra indagación acerca del voluntariado y en el que construyen representaciones vinculadas a su quehacer en la institución. Pero además, sus integrantes, son portadores de experiencias sociales previas en otros contextos de interacción, desde los que han podido configurar ideas e imágenes acerca del significado de la participación como voluntarios.

La comunicación, es un proceso social que implica interacciones; aún cuando las personas no busquen comunicarse con otras, lo hacen, están comunicando algo y como señala Raiter (2003) el contexto no lingüístico aporta significado a los signos emitidos.

Este punto de vista, aplicado a la comunicación entre los integrantes de PSF, permitiría pensar cómo una misma idea puede interpretarse asignando diferentes significados si es dicha en una reunión ordinaria en el contexto de la asociación, o si en cambio, es parte de la comunicación interpersonal con un compañero con quien se comparten experiencias como voluntarios en un área específica de intervención.

En tal sentido, también el tipo de actividad en el que tiene lugar la comunicación, según Raiter (op.cit.), determina lo que necesita saber el sujeto para intervenir en el “evento comunicativo”, en tanto los significados podrían cambiar según las diversas actividades en que se participa.

Hablar de un evento comunicativo, dice el autor es hablar de:

*“un tipo de interacción social, propio de una comunidad, en el que dos o más participantes intercambian algún tipo de información, sentimiento, sensación, etc., con distintos grados de ritualización, mediante algún tipo de señales. Saber que se establece alguna forma de comunicación no es suficiente para caracterizar el evento, por que son las formas que el evento adquiere las que establecerán el valor de los componentes en la determinación del evento” (p.47)*

El significado y sentido de lo que se comunica es producto de una construcción social, a través de convenciones culturales previas que favorecen el entendimiento entre sujetos, como en este caso que aceptan participar como voluntarios dentro de esta asociación. El sentimiento de lo relacional esta determinado por las puntuaciones que dan los comunicantes a sus interacciones en un contexto. La puntuación es entendida como una secuencia de intercambios regidos por ciertos patrones. La falta de acuerdo a la hora de puntuar es causa de conflictos, como plantea Wastzlawick:

*“la puntuación “organiza” los hechos de la conducta, resulta vital para las interacciones en marcha. Desde el punto de vista cultural compartimos muchas convenciones de puntuación, que si bien no son ni mas ni menos precisas que*

*otras versiones de los mismos hechos sirven para reconocer secuencias de interacción comunes e importantes". ( op.cit., p. 57)*

La comunicación se realiza por medio del lenguaje (digital) pero también a través de los movimientos corporales, gestos, etc. (comunicación analógica). De modo que, desde esta perspectiva toda conducta es sinónimo de comunicación, por lo que el proceso de comunicación interpersonal se complejiza.

Como sugiere Winkin (op.cit.) los miembros de la universidad invisible, a la que pertenecen los investigadores de Palo Alto, adhieren al postulado de que la existencia de "códigos" o sea cierto cuerpo de reglas, intervendrían en el comportamiento personal e interpersonal, para regular su significación en un contexto.

Referido a esto el autor señala:

*"como ocurre con los enunciados del lenguaje verbal, los mensajes procedentes de otros modos de comunicación carecen de significación intrínseca: solo en el contexto del conjunto de los modos de comunicación, relacionado a su vez con el contexto de interacción, puede adquirir sentido la significación" (op.cit., p. 23)*

La comunicación debe entenderse como un proceso social complejo, donde la interacción resulta el nexo fundamental para que este se lleve adelante. Por esta razón, indagar acerca de la interacción y los procesos comunicacionales que intervienen a la formación de representaciones sociales acerca del voluntariado, entre los integrantes de PSF, permite una aproximación a la génesis de esta construcción social.

La comunicación personal directa

Es útil a nuestros propósitos distinguir diferentes formas de interacción. Erving Goffman (1981), distingue dentro de las posibilidades de interacción, aquella que él define como interacción "cara a cara", que se lleva adelante cuando se encuentran los sujetos "co-presentes" en el mismo tiempo y lugar. En la Asociación Civil Psicólogos Sin Fronteras, la mayor parte de las interacciones ocurren de esta forma, ya sea en reuniones formales o informales, por esta razón la inclusión de esta teoría permite percibir el valor de este tipo de interacción en el seno de la organización, a la hora de construir significados.

Goffman (op.cit.) señala algunas características que se dan en los encuentros personales, "cara a cara".

*"La información acerca del individuo ayuda a definir la situación, permitiendo a los otros saber de antemano lo que él espera de ellos y lo que ellos pueden esperar de él. Si no están familiarizados con el individuo, los observadores pueden recoger indicios de su conducta y aspecto que les permitirán aplicar su experiencia previa con individuos aproximadamente similares al que tienen delante o, lo que es más importante aplicarle estereotipos que aún no han sido probados"* (p. 13).

El autor utiliza el concepto de "actuación" para referirse a *"las actividades de un sujeto que se dan durante un período de tiempo señalado por su presencia ante un grupo particular de observadores"* y reserva el término de "fachada" para designar a la parte de esa actuación que funciona de un modo prefijado, con el fin de definir una situación determinada con respecto a aquellos que observan dicha actuación. La "fachada" según Goffman *"es la dotación expresiva de tipo corriente, utilizada por el individuo durante su actuación"* (p.34).

Existe la fachada personal, que define el comportamiento o actuación que realiza un individuo ante determinados observadores, pero también existe una fachada social que representa el comportamiento de algunos grupos ante determinados observadores.

El concepto de "fachada social" es una herramienta útil para entender cómo distintos grupos, establecen criterios acerca del comportamiento esperable en un actor social, por ejemplo un voluntario.

Goffman (op.cit., p. 36) distingue como elementos propios de la fachada:

**Apariencia:** Es el estímulo que actúa cuando se informa sobre el estatus social del actuante, también del estado ritual temporario. En el caso de los integrantes de PSF este estímulo puede actuar ante la presencia de un coordinador, la de un integrante de la comisión directiva o la de otro voluntario, pero también ante el investigador que indaga su condición de voluntario.

**Modales:** Estímulo que funcionan para indicar el rol de interacción que el actuante espera desempeñar. Un ejemplo puede ser la interacción que llevan

adelante algunos de los integrantes de PSF ya sea con otros integrantes de un mismo equipo de trabajo o con los sujetos hacia quienes va dirigido su trabajo.

Medio: todos los elementos propios del trasfondo escénico, que configuran *el escenario y la utilería para el flujo de acción humana que se desarrolla ante, dentro o sobre él*. En el caso de PSF las interacciones entre sus integrantes se desarrollan en ambientes de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis y en los distintos lugares donde los miembros de la Asociación cumplen su función de voluntarios.

Es de esperar que haya cierta coherencia entre apariencia, modales y medio, lo que lleva como dice Goffman a proporcionarnos un tipo ideal.

Para comprender mejor las relaciones entre las distintas partes de la fachada social, es importante considerar además su carácter “abstracto” y “general”. Ya que si bien estas normas abstractas tienen significaciones diferentes en actuaciones diferentes, *“se estimula en el observador la costumbre de acentuar las similitudes abstractas” (p. 38)* lo que permite *“colocar la situación en una amplia categoría, hacia la que resultará fácil movilizar su experiencia pasada y su pensamiento estereotípico”*

Las fachadas sociales, por lo general estereotipadas, facilitan al observador poder orientarse en diferentes situaciones como puede ser saber responder y manejar un determinado vocabulario propio de una fachada definida.

*La fachada se convierte en una “representación colectiva” y en una realidad empírica por derecho propio (p. 39)* cuando tiende a institucionalizarse en función de las expectativas estereotipadas abstractas que origina, y a adoptar una significación y una estabilidad al margen de la labor concreta que se realice en su nombre en ese momento.

También el cambio de medio altera la fachada, ya que el comportamiento de los grupos será diferente si se trata de una reunión donde se pretende dar cuenta de la labor realizada en la organización hasta el momento o si se está en una reunión de tipo informal.

La comunicación como “casi interacción mediática”

Otro tipo de interacción es la definida por J. B. Thomsom, (1998) como *“casi interacción mediática”*, para referirse al tipo de relaciones sociales que son establecidas por

los medios de comunicación de masas (libros, periódicos, radio, televisión). Esta forma de interacción implica la disponibilidad extendida de informaciones y contenido simbólico en el espacio y/o en el tiempo.

Dice el autor "*La comunicación es un tipo diferenciado de actividad social que implica la producción, transmisión y recepción de formas simbólicas y que compromete la materialización de recursos de varios tipos*".

En ese marco distingue a la "*casi interacción mediática*", de otros tipos de interacciones, en primer lugar de la "*interacción cara a cara*" (Goffman, op. cit.) -que es presencial- y en segundo lugar, de la "*interacción mediática*" -donde interviene el uso de medios técnicos como pueden ser papel o cables eléctricos-. En esta segunda forma de interacción, los participantes se ubican en contextos espacial y/ o temporalmente distintos, lo que limita el conjunto de señales simbólicas, llevando a que los individuos tengan "*que recurrir más y más a recursos propios para interpretar los mensajes transmitidos*" (Thompson, op. cit., p.118) además de exigirle a los participantes tener más en cuenta las referencias del contexto.

En la comparación, entre estos modos de comunicación con la "*casi interacción mediática*", el autor menciona dos cuestiones que las diferencian. Uno es que en esta última "*las formas simbólicas son producidas para un abanico de receptores potenciales*" (op.cit., p.119) y la otra es que posee un carácter monológico, a diferencia del dialógico que se da en las otras formas de interacción.

Son las dos características antes mencionadas las que llevan a Thompson a considerar a la "*casi interacción mediática*" como "*casi- interacción*". Sin embargo es interacción por que "*crea cierto tipo de situación social en la que los individuos se conectan unos con otros en un proceso de comunicación e intercambio simbólico.*" (p.119)

Lo que implica que son situaciones estructuradas donde algunos individuos producen formas simbólicas, mientras que aquéllos que no están físicamente presente, reciben las formas simbólicas producidas por otros a los que no pueden responder, pero con quienes pueden establecer lazos de afecto o lealtad (Thomsom, op. cit.,p.119).

La relevancia de la "*casi interacción mediática*" se puede observar en la difusión de los problemas sociales a través de las imágenes que emite la televisión, que genera

sensibilidad social por parte de distintos sectores de la comunidad y es una fuente fundamental en la formación de representaciones sociales en la sociedad contemporánea.

En los últimos años en Argentina esta “sensibilidad” se instaló en los medios con mayor intensidad a partir de la crisis del año 2001, que generó la caída del Gobierno de Fernando De la Rúa. Crisis que si bien fue reflejada en imágenes acerca del deterioro que presentaba el país en diversas áreas, también permitió hacer visible alternativas de participación social y de trabajos comunitarios, actitudes de solidaridad.

En síntesis, a efectos del propósito del presente trabajo, interesa retener estas ideas aportadas por los autores mencionados, a los efectos de fundamentar, las diferentes formas de significar el sentido de situaciones y comportamientos, según el contexto comunicacional en el que se realice y según la modalidad de la comunicación. No hay un solo sentido definido sino que es un proceso que se articula en la interacción dentro de un determinado contexto pautado socialmente.

Los procesos comunicativos son fuentes generadoras de representaciones y contribuyen a la manutención o modificación de una práctica como es la del voluntariado.

#### La Representación Social como producto y proceso

En tanto proceso de construcción simbólica de los objetos sociales, las representaciones sociales se construyen y reconstruyen en las interacciones y acciones comunicativas que generan los grupos cuando organizan ideas, creencias, imágenes, experiencias previas, sentimientos, para dar sentido y orientar sus prácticas cotidianas. No son los atributos o fenómenos inherentes a un objeto lo que lo convierten en social sino la relación que la gente mantiene con el objeto.

En tal sentido conocer la representación social acerca del voluntariado entre los integrantes de PSF, permite interpretar los supuestos prácticos y teóricos con que fueron construyendo el objeto social "voluntariado" y conocer los procesos mediante los cuales configuraron la estructura representacional.

Esta estructura está integrada por las informaciones que los integrantes de PSF seleccionaron respecto al voluntariado, por las actitudes que desarrollaron y por el campo representacional en tanto organización de todos los componentes ideacionales, emocionales

y prácticos asociados al objeto. Estos componentes surgen de la comunicación que los integrantes del grupo mantienen de manera directa o indirecta entre ellos, de la información que circula en el entorno socio-cultural y de las marcas que provienen de experiencias anteriores.

Berger y Luckman (1968) plantean la manera como la realidad se constituye socialmente. Sus desarrollos con relación al conocimiento de sentido común, fueron un importante aporte al estudio de las representaciones en tanto destacan el carácter generativo y constructivo que tiene el conocimiento de la vida cotidiana.

La naturaleza de esa generación y construcción es social, esto es, que pasa por la comunicación y la interacción entre individuos, grupos e instituciones. En dicha generación y construcción social, destacan la importancia del lenguaje y la comunicación como mecanismo en los que se transmiten y se crea la realidad y como un marco en el que la realidad adquiere sentido.

Jodelet (en Moscovici, 1986), dirá que las representaciones sociales son: *“una forma de conocimiento socialmente elaborado y compartido, con una orientación práctica y concurriendo a la construcción de una realidad común a un conjunto social”*, que trasladado a nuestros propósitos lo referimos a ese conocimiento elaborado y compartido que orienta el accionar como voluntarios de los integrantes de PSF cuando participan en los equipos de trabajo que tiene la organización y que les permite construir significados y sentidos acerca de lo que es ser voluntario.

*“En tanto que fenómeno, las representaciones sociales se presentan bajo formas variadas, mas o menos complejas. Imágenes que condensan un conjunto de significados; sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede, e incluso, dar un sentido a lo inesperado; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con quienes tenemos algo que ver; teorías que permiten establecer hechos sobre ellos. Y a menudo, cuando se les comprende dentro de la realidad concreta de nuestra vida social, las representaciones son todo ello junto”* (Jodelet, op. cit.)

Las representaciones operan como *“sistemas de significados a través de los que nos representamos el mundo, ante nosotros mismos y ante los demás”* (Curran, J; Morley, D y Wakerdine, V., 1998) Si bien se desprende, que esta realidad “construida” permite

consensuar los parámetros a partir de los cuales debe desarrollarse la vida en cada comunidad, dentro de la sociedad los grupos elaboran representaciones según su inserción social, cultural, edad, sexo, experiencias e informaciones, relaciones personales, intereses, ámbito de circulación, fuentes de información y algunos otros factores que surgen como desagregación de los anteriores.

Ibañez (1988) considera que existe un fondo cultural común que circula a través de toda la sociedad . Afirma que las fuentes de las representaciones sociales se encuentran en el conjunto de condiciones económicas, sociales e históricas que caracterizan a una sociedad determinada, en este caso la Argentina, así como al sistema de creencias y de valores que circulan en su seno.

Al respecto Thompson (1998) al referirse al desarrollo de la comunicación casi mediática dice que *"es una reelaboración del carácter simbólico de la vida social, la reorganización de las formas del contenido y la información simbólica se producen e intercambian en la esfera social y una reestructuración de las maneras en que los individuos se relacionan unos con otros y consigo mismos"*. Con ello está poniendo en evidencia el proceso base de formación de representaciones a partir de las transformaciones que introducen los mass medias en la producción simbólica y en el intercambio comunicacional en la sociedad actual.

En tal sentido es posible identificar como hacedores de representaciones, a los medios de comunicación de masas en la medida que seleccionan y difunden información - temas que emergen y se convierten en fenómenos de los cuales se habla, se discute y se intercambia información. Además cumplen un papel fundamental al inducir en el proceso de objetivación el contenido que será seleccionado por un público heterogéneo.

Desde la perspectiva de la función que cumplen los medios, Vasilachis (1997), destaca el papel de la prensa en la creación y reproducción de significados. En tal sentido conceptualiza a las representaciones sociales como *"construcciones simbólicas individuales y/o colectivas a las que los sujetos apelan o las que crean para interpretar el mundo, para reflexionar sobre su propia situación y la de los demás y para determinar el alcance y la posibilidad de su acción histórica"*.

Diferentes grupos de personas, a pesar de vivir dentro de un sistema capitalista, cuya meta es la obtención de ganancias y bienes materiales, optan por participar y comprometerse con el voluntariado, actividad sin fines de lucro. Ello deviene en una configuración cognitivo afectiva y simbólica particular acerca de lo que transmiten los medios acerca de lo que acontece en la sociedad. Esta configuración difiere entre los grupos, en calidad e intensidad y por lo tanto el producto, que es la representación, es diferente, desde el momento en que los contenidos se seleccionan intersubjetivamente.

El estudio de estas representaciones intenta comprender cómo “teorizan o hablan” las personas sobre sus experiencias y cómo esas teorías permiten la construcción de esa realidad e inciden en la práctica que desarrollan las personas. Estos conocimientos prácticos median la comunicación de las personas y sirven para captar, interpretar y reconstruir la realidad.

Las representaciones dan sentido a un hacer o no hacer, participar o no participar como voluntario, significar y evaluar de manera diferente esta actividad, sobre la base de una construcción permanente que genera la comunicación. Sin comunicación no hay representaciones sociales y ellas se modifican a partir de nuevas condiciones de comunicación, de las que están formando parte las representaciones.

### El Tercer Sector

Las Organizaciones y Asociaciones del Tercer Sector- OATS - son asociaciones que llevan adelante diferentes actividades dentro de la sociedad, en su mayoría sin fines de lucro, cuyo objetivo es un fin social. Psicólogos Sin Fronteras se encuentra dentro de estas entidades, su eje está en valor de la acción solidaria y el compromiso como miembros activos de la dinámica social.

En los últimos tiempos, estas organizaciones se han desarrollado orientadas a intervenir en la crisis coyuntural que avanza sobre distintos aspectos problemáticos de la realidad actual de nuestro país, que cercena las posibilidades de cubrir las necesidades básicas de gran parte de los habitantes de estas tierras.

Ante una realidad con dificultades para la mayor parte de la población, que se manifiesta desde la esfera de lo económico y el malestar social, las entidades del tercer

sector han tomado un papel activo en la cobertura de las necesidades que emergen del tejido social.

El auge de las Asociaciones Civiles y ONGs coincide con la supuesta "crisis del Estado de bienestar" proclamada por el nuevo discurso neoliberal transnacional y con la paulatina retirada de agencias gubernamentales de determinados ámbitos sobre todo de la política social (Anderson, 1997).

La labor que desarrollan estas OATS, se denomina voluntariado.

El voluntariado

Algunas de las características que se asocian a la tarea del voluntariado son la participación en organizaciones sin fines de lucro, que esta tarea se lleve adelante por elección propia, y que la obra implique una acción solidaria, sin recompensa material.

Es característico asimismo del voluntariado un conjunto plural de objetivos concretos y estrategias que permiten asumir, "un voluntariado crítico y comprometido, que se plantee las causas, que se guíe por el *"piensa globalmente y actúa localmente"* (Fouce y otros, op. cit., p.18), dotándose para ello de significados y prácticas particulares, potencialmente capaces de converger en un mismo proyecto común de solidaridad y opción por las personas en situación de exclusión o desigualdad social como sería el caso del voluntariado que realizan los integrantes de PSF.

En América Latina, las acciones solidarias pueden definirse como pro-sociales. Estas han creado el terreno propicio para que miembros de estas organizaciones busquen transformarse en actores sociales comprometidos con la trama social.

Como ya se ha planteado en párrafos anteriores, la retirada por parte del gobierno de espacios sociales que antes le eran propios, genera baches en la sociedad, y desencadena contingencias con un alto costo social, como son los niveles altos de desocupación, el aumento de la pobreza en el país, y también el crecimiento de los índices de desnutrición. Esto motiva a diversos sujetos a unirse para intentar paliar algunos emergentes, como ocurre en los múltiples comedores distribuidos en la geografía nacional, que tuvieron un incremento del 533% entre 1995 y el 2002 según el Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad – CENOC- (2002), donde asisten muchos niños mal alimentados, provenientes de familias de bajos

recursos económicos. Es en esta realidad, de la que no esta exenta la provincia de San Luis, donde los voluntarios de PSF intervienen, ejemplo de esto son las tareas que realizan en comedores comunitarios.

En este contexto de exclusión y mercantilización de la existencia, y de extrema injusticia social, los discursos y experiencias concretas de gratuidad se vuelven contradictorios. Sin embargo el sistema media y amortiza esta oposición, *“la lógica individualista –fruto de un orden económico, político y social establecido desde hace mucho tiempo- impregna las relaciones sociales llevando a ver como llamativo y aplaudible –pero no modelo a seguir- la preocupación y la ocupación por la responsabilidad social”* (Fouce y otros, op. cit., p. 13).

La tarea del voluntariado ha sido cuestionada por ser funcional al sistema, ya que permite el adelgazamiento de la función pública y permite desligar al estado de su responsabilidad hacia las políticas sociales. Sin embargo, si bien su tarea debe evitar que el estado se saque la responsabilidad de encima, es su aparición como la ciudadanía a encontrado su lugar de manifestarse, *“el surgimiento de las ONG en general, es un llamamiento a la indignación ética y a la movilización activa para tratar de transformar esta injusta situación desde un reparto más equitativo de la riqueza.”* (Fouce y otros, op.cit., p.12)

Merece mención a parte los estudios realizados acerca de las causas que mueven a diferentes sujetos a integrarse al voluntariado. Parece demostrarse que no existen motivaciones *“puras”* que lleven a participar en una asociación, sino que existe una mezcla de diferentes factores.

En un estudio sobre el voluntariado en España (Equipo De Investigación Sociológica –EDIS-, 1983), se analizaron las motivaciones de los voluntarios, considerándose que las motivaciones básicas son:

Orientación al otro: con fuerte carga de humanismo.

Orientación al yo: con fuerte carga de egoísmo.

Comprensión de la realidad colectiva: con fuerte carga de politización

Por lo tanto, en el voluntariado se produce un intercambio, no una donación. Los voluntarios dan algo a cambio de algo (Federación Internacional de sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja –FICRMLR-, 2000).

En todos los voluntariados estos factores de motivación actúan, aunque en diferente grado, lo que genera distintos tipos de sentido, en su práctica.

Actualmente, en este modelo globalizado, se puede considerar que nuestras democracias, encuentran un aumento de la participación ciudadana en las distintas esferas de la vida social, en las organizaciones del tercer sector. Como consecuencia de esto, en los últimos años vemos un incremento del protagonismo de estos actores que -por un lado- pugnan por la esfera pública a aquellos otros actores que hasta ahora habían gozado de ella prácticamente con exclusividad, y -por otro lado- también disputan la esfera privada a aquellos actores que la monopolizaban -las sociedades capitalistas, donde el valor esta en la mercantilización de las necesidades sociales, y cuyo resultado se impone a través de aquello que deciden las compañías transnacionales como ocurrió durante años con las recetas dictadas por el FMI (Rodríguez Kauth, 2005)-.

El voluntariado se concentra en la esfera sociocultural de nuestras sociedades, dentro de la llamada sociedad civil. Es, junto a otras prácticas de participación social, una estrategia de autorregulación colectiva orientada a devolver capacidad de intervención pública a la ciudadanía, respondiendo así a la creciente burocratización y mercantilización de la existencia y de las relaciones sociales.

### Participación Ciudadana

Podemos interpretar al voluntariado como una práctica dentro de la participación ciudadana. La participación es indispensable para integrar la representación de las sociedades democráticas a través de los votos, pero una vez constituido los órganos de gobierno, la participación se convierte en el medio privilegiado de la sociedad civil que se hace presente en la toma de decisiones políticas.

Ser ciudadano significa poseer una serie de derechos y de obligaciones sociales. Ser ciudadano en una sociedad democrática significa haber ganado la prerrogativa de participar en la selección de los gobernantes y de influir en sus decisiones.

Como señala.(Subirats, op. cit.) "*Somos y seremos ciudadanos por nuestras relaciones, no por mera pertenencia o concesión. Reforzar nuestros vínculos sociales de confianza, reforzar nuestra comunicación-participación, nuestra articulación social y*

*nuestra autonomía, nos hará más fuertes en esas nuevas formas de democracia y participación que se apuntan"*

Partiendo de esta premisa se reconocen cuatro formas de participación política por parte de los ciudadanos:

La que supone el ejercicio del voto

Las actividades que realizan los ciudadanos en las campañas políticas emprendidas por los partidos o a favor de algún candidato en particular

Práctica de actividades comunitarias o de acciones colectivas, dirigidas a alcanzar algún fin específico

La que se derivan de algún conflicto particular

Se observa que estas participaciones se dan en doble dirección, pero el rasgo común es el ejercicio de una previa condición ciudadana asentada en el estado de derecho. Sin ese rasgo la participación ciudadana deja de serlo para convertirse en una forma de rebeldía desde abajo o de movilización desde arriba. Supone la combinación de un ambiente político democrático y una voluntad individual de participar. Exige la aceptación previa de las reglas del juego democrático.

Es preciso distinguir este tipo de acción política (Montero, 1995) de las revoluciones, ya que estas no son un ejemplo de participación ciudadana, sino de transformación de las leyes, de las instituciones y de las organizaciones que le dan forma a un estado. Pero tampoco son las movilizaciones ajenas a la voluntad de los individuos, el punto de encuentro es la inconformidad. La participación ciudadana exige al mismo tiempo la aceptación previa del sistema democrático y sus características: el estado de derecho y la libertad de los individuos.

Tomar parte en cualquier acción política requiere tomar decisiones individuales: uno debe decidirse a actuar o no hacerlo, debe decidir también la dirección de sus actos. La tercera decisión no menos relevante es la intensidad la duración y los alcances de la acción. En dichas decisiones interviene el entorno familiar, los grupos cercanos al individuo y las motivaciones que se producen en el sistema político en su conjunto. De ahí la compleja relación entre razones individuales, el medio político y los muy variados cauces que pueden cobrar la participación ciudadana.

## Asociación Civil Psicólogos Sin Fronteras

La asociación Psicólogos Sin Fronteras posee diversos grupos de trabajo que desempeñan actividades con personas en situación de exclusión o desigualdad social (Fouce, 2005, p.9).

Los ámbitos fundamentales de intervención son las personas que son afectadas por emergencias y/ o catástrofes; y aquellas personas que se encuentran en situaciones de exclusión o riesgo social.

Los objetivos de esta asociación son asistir a poblaciones afectadas por cataclismo, accidentes colectivos, o situaciones beligerantes, grupos que sufran marginación social económica o cultural y aquellos grupos que requieran una intervención especializada en el ámbito de la psicología.

En relación a los integrantes de PSF, es importante tener en cuenta el hecho de que prácticamente la totalidad de los miembros son psicólogos o estudiantes de este campo disciplinar –con preponderancia de estos últimos–, aunque la asociación admite el ingreso de profesionales y estudiantes de otras disciplinas a efectos de enriquecer su mirada acerca de los problemas.

Otra referencia, remite a la formación que brinda a los voluntarios, esta asociación. previó ingreso a la misma se han estipulado tres cursos obligatorios: voluntariado, DDHH, y participación política. Además la organización ofrece cursos de capacitación tanto internos como orientados a la comunidad en general, relacionados con su área de intervención.

## Integración y Conclusión

Este trabajo se planteo como objetivos: conocer la representación social acerca del voluntariado que construyen los integrantes de la Asociación Civil Psicólogos Sin Fronteras (PSF), sede San Luis y los procesos de comunicación que intervienen en la constitución de las mismas.

El voluntariado ha sido definido desde diversas ópticas. La que resulta más relevante a nuestros propósitos, es la formulada en un estudio sobre el voluntariado en

España realizado por el Equipo de Investigación Sociológica –EDIS- (1983), quien incorpora en su conceptualización las motivaciones básicas, que intervienen en la configuración cognitivo-evaluativa que realizan nuestros sujetos de su práctica con relación al contexto en que la desarrollan:

Orientación al otro: con fuerte carga de humanismo.

Orientación al yo: con fuerte carga de egoísmo.

Comprensión de la realidad colectiva: con fuerte carga de politización

En PSF el voluntariado, se lo refiere a la participación en la organización Psicólogos Sin Fronteras. Esto lleva a pensar que el eje estructurante de su representación, es el voluntariado identificado con la práctica en la asociación.

En la estructuración del conocimiento social que producen del objeto voluntariado, prevalecen algunos ejes que, van a orientar la concepción acerca de esta praxis. Del mismo modo, incide sobre la relación-interacción de los voluntarios con los sujetos sociales, así como sobre la posición del grupo ante sus prácticas desde PSF.

El primero de estos ejes tiene que ver con la práctica. La creencia de que esta práctica permite a los voluntarios la oportunidad de crecer y enriquecerse, tanto a nivel personal como profesional, funciona como un importante estímulo para la participación de los integrantes.

La práctica, se presenta además como vinculada a la adquisición de conocimientos en el trabajo de campo, los que sirven de aprendizaje personal para el voluntario.

El interés personal puesto en la práctica refiere a una preparación de estos actores sociales para una futura inserción en el campo social como profesionales. Esta búsqueda de conocimiento y aprendizajes, esta en relación con la particularidad del grupo de voluntarios, que integra PSF. En tanto que la asociación está compuesta principalmente por profesionales de la psicología o estudiantes de esta disciplina, lo que visto a la luz de los discurso da cuenta del interés por conseguir incluirse en el campo social a través de una intervención vinculada a la profesión.

En tal sentido, cobran relevancia los conocimientos que la asociación les brinda, los que se articulan con los saberes que el grupo construye desde la propia práctica.

Este entramado de conocimientos, cuyos elementos conceptuales fundamentales, provienen de la propia experiencia en la organización, da a los integrantes de la Asociación una importante fuente desde donde configuran su Representación Social del voluntariado.

A la par de sus intereses personales, los voluntarios asocian a su práctica, la posibilidad de ayudar a otros. Este elemento constitutivo de la práctica, permite al voluntario comprometerse a nivel social y lograr una interacción comunicativa con quienes se encuentran más desprotegidos. Como es el ejemplo de un grupo de voluntarios que logró realizar y producir una publicación gráfica en la penitenciaria provincial

Al mismo tiempo que los miembros colaboran en actividades pro-sociales, como ayudar a los más carenciados, a los privados de libertad, a los enfermos terminales, por nombrar sólo algunas de sus intervenciones; estos voluntarios obtienen como beneficio el aprendizaje referente a aspectos de su profesión y el conocimiento acerca de una realidad social a veces muy diferente a la propia. Además el voluntario en la práctica incorpora una serie de códigos referenciales simbólicos y culturales que le son imprescindibles para la interacción y el contexto social en el que se desarrolla.

Como sostiene Tomás Ibáñez (1988) *las reacciones emocionales orientan la conducta hacia el objeto*, en los voluntarios de PSF, esta disposición les permite significar de una manera particular la tarea que desarrollan, al vincularse con el compromiso social y la responsabilidad frente a los sujetos con la que trabajan y desde esta intervención orientan su compromiso con la realidad, en la que participan.

Es en el contexto social donde los voluntarios ven la posibilidad de intervenir y “*buscar soluciones*”. Estas soluciones provienen de las ideas grupales, talleres y otras prácticas trabajadas en las interacciones comunicacionales que tienen los voluntarios respecto de su labor. Por ello, la práctica es considerada por estos actores, como dirigida a generar un cambio social.

Este propósito es consistente con la visión ideológico política con que se asume el voluntariado, signada por la oposición a las metas y prioridades, que el sistema social ofrece. Los voluntarios toman una posición crítica frente a las “injusticias” sociales, como por ejemplo, la desocupación, la marginalidad y la pobreza que provoca en nuestra sociedad el sistema reinante.

El voluntariado toma parte de la acción política, por ejemplo a través de la construcción de redes sociales. De este modo alcanza, un proceso de interacción en un plano nacional e internacional. En tanto que, la acción política es una acción de confrontación con la distribución del poder y su ejercicio, el voluntariado, busca una participación estratégica dentro del tejido social para generar transformaciones político-sociales.

La concepción acerca de una participación activa en la transformación de la realidad, permite a los voluntarios configurarse como actores políticos.

En tal sentido, la formación como voluntarios involucra reflexiones acerca de las fuerzas de poder que operan en los contextos en que intervienen.

Una configuración simbólica importante, en relación a la visión ideológico política del voluntariado, es la auto imagen de los voluntarios como ocupantes de espacios que dejan vacíos las políticas de gobierno. El compromiso social del voluntario se liga a sustituir el papel del Estado en la satisfacción de necesidades, ante su abandono de las políticas sociales. De modo que la labor que cumple el voluntariado, está en relación a las fallas que emergen del tejido social.

Esta misión que se asume desde la acción, tendría un alcance limitado, por lo que la intervención del voluntariado serviría a estos emergentes sólo de paliativo, atenuando la creencia acerca de que los voluntarios son agentes de cambio, que intervienen activamente en la transformación de la realidad.

El voluntario imprime a su intervención un fuerte compromiso emocional, que a veces dificulta la posibilidad de mantener una distancia emocional óptima que facilite el trabajo social que desarrollan. En el mismo sentido, los componentes emocionales intervienen en la construcción del sujeto social a quien va dirigida las acciones de los voluntarios. Las carencias materiales, las dificultades socio-culturales y la situación desventajosa que ocupan en la sociedad, son factores fundamentales en la configuración de la imagen de las personas con que trabaja el voluntario. Estas condiciones de vulnerabilidad legitiman el accionar del voluntario que aporta conocimiento, tiempo y compromiso en la búsqueda de mejores condiciones de vida para estas personas.

El voluntariado se construye como un espacio de contención, de ayuda a los olvidados y desprotegidos de la sociedad, visión que encuentran reflejada en los objetivos de PSF y que dio contenido a la construcción de la propia concepción.

Esta Asociación brinda características identitarias particulares a los intereses personales, pero también les permite reconocerse como actores sociales comprometidos con ayudar a quienes se encuentran limitados o excluidos de las políticas sociales.

Psicólogos sin Fronteras es el contexto particular en que el grupo construye su representación social acerca del voluntariado, donde articulan a través de la interacción comunicacional sus características personales, con intereses egoístas y altruistas en el sentido que lo presenta el EDIS, con una fuerte carga de humanismo, una fuerte carga de egoísmo y una comprensión de la realidad colectiva, desde una mirada ideológico política.

La particular configuración del voluntariado que realizan los integrantes de PSF es producto de los procesos comunicacionales que acompañan el desarrollo y mantenimiento de la condición de voluntarios en el seno de la Asociación, y con otros actores sociales. Estos procesos actúan en el momento de objetivación de las informaciones que circulan en el grupo y que permite articular las informaciones, conocimientos, ideas y estrategias que provienen de experiencias previas y se acomodan a la novedad que aporta la situación actual.

Al respecto, el tipo de interacción dominante, es la definida por Goffman (1981) como "cara a cara". Los integrantes de esta asociación interactúan al interior de la asociación, a través de reuniones mensuales, reuniones de equipo de trabajo y conversaciones tanto dentro como fuera del ámbito de la organización. Dicha comunicación configura un contexto de referencia y contención acerca del desempeño que la organización espera de sus integrantes.

Las interacciones entre los integrantes de la Asociación generan la formación de lo que Goffman llama "fachada", ese conjunto de conocimientos, posturas, comportamientos que los hace ser y actuar como voluntarios y favorece su presentación en la comunidad. *"Es un lugar de trabajo. Son diferentes roles o diferentes mascararas que nos ponemos y que actuamos en la vida cotidiana"*.

Esta conjunción de saberes, los que PSF brinda a sus integrantes y la experiencia que ellos van teniendo en las diversas situaciones en las que intervienen, configura la Representación Social del voluntariado que ponen en juego en su praxis social.

Otro tipo de comunicación que interviene como proceso básico en la configuración de la representación del voluntariado es la definida por Thompson como "*casi-interacción mediática*", que participa a través de los diferentes medios de comunicación brindando informaciones, y aportando referencias de los temas de actualidad, incidiendo en la vida pública, y generando temas de interés.

Dada la particular configuración ideológico política de su participación como voluntarios, cobra relevancia como fuente formadora de su representación, la exposición a las problemáticas sociales que presentan los medios.

La participación en actividades pro-sociales irrumpe en los medios fuertemente a partir de la crisis del año 2001. Donde los medios reflejaron una Argentina sumergida en el caos, la desocupación, la pobreza, pero también mostraron como distintos actores sociales participaban desde el ámbito social, en busca de resolver esta situación del país. Fue así como distintas ONG, Asociaciones Civiles, Asambleas barriales, tomaron la escena pública, convirtiéndose en referentes para miles de personas, que se interesaron en estas acciones.

En síntesis, esta configuración simbólica, que tiene una posición ideológico política en conflicto con el sistema socio político del país, encuentra su fundamento en gobiernos que implementaron políticas que descuidaron aspectos sociales fundamentales como el trabajo, la salud y la educación. Es en este marco desde donde los voluntarios, buscan a través de la interacción social convertirse en agentes de cambio, de transformación social por medio de la acción política que realizan en la práctica del voluntariado.

PSF, significa el lugar donde se articulan las características que determinan el perfil del voluntario. También es desde dónde se da sentido a la práctica del voluntariado, la que consiente la realización de sus intereses y voluntades, mientras concretan una labor orientada a sujetos sociales desprotegidos y carenciados; tarea que está marcada fuertemente por la posición ideológico política con que asumen su misión.

## Bibliografía

- ALEF MILLWARD BROWN. *Estudio sobre el voluntariado de la Cruz Roja*. Madrid: Cruz Roja Española, 1991.
- ANDERSON, P. *Neoliberalismo, un balance provisorio*. En Anderson y Col.: *La trama del neoliberalismo*. Buenos Aires: Oficina de Publicaciones del CBS, 1997.
- CENTRO NACIONAL DE ORGANIZACIONES DE LA COMUNIDAD–CENOC- (2002) en *Revista 3 Puntos*, N° 273, 2002.
- CURRAN, J.; MORLEY, D Y WAKERDINE, V. *Poder Político y clases sociales en el Estado capitalista*. Barcelona: Paidós. 1998
- EQUIPO DE INVESTIGACIÓN SOCIOLÓGICA –EDIS- *El voluntariado en el campo de la marginación social: una aproximación psicosociológica*. Madrid. <http://www.edis-sa.com/> - 1983.
- FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE SOCIEDADES DE LA CRUZ ROJA Y DE LA MEDIA LUNA ROJA –FICRMLR: *Informe 2000 sobre el voluntariado Estudio prospectivo*, Ginebra. 2000
- FOUCE, G. *Las viejas y las nuevas formas y estilos de participación sociopolítica*. *Revista Electrónica de Psicología Política*. Año 2 Número 2, UNSL, San Luis. 2001. Disponible en: <http://www.psicopol.unsl.edu.ar>
- FOUCE, G “*Psicología y compromiso. La experiencia de psicólogos sin fronteras*”. En Parísí (coord.) *Otra Psicología es Posible*. Buenos Aires: Ediciones Cooperativas. 2005.
- GOFFMAN, E. *La representación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrouto (Ed.). 1981.
- JODELET, D. “*La representación social: fenómenos, concepto teoría*”. En Moscovici (Ed.): *Psicología Social II*. Barcelona: Paidós. 1986
- IBAÑEZ, G. *Ideologías de la vida cotidiana*. Barcelona: Sendai. 1988
- LIPOVETSKY, G. *La era del vacío*. Anagrama, Barcelona.1986
- MARTÍN-BARBERO, J. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A. 1987
- MONTERO, M. *Psicología de la acción política*. Buenos Aires: Paidós. 1995.

- MOSCOVICI, S. *Psicología Social II*. Barcelona: Editorial Paidós S.A. 1986.
- MOSCOVICI, S: *El Psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemuel. 1979.
- RAITER, A *Lenguaje y sentido común -1º ed.-* Buenos Aires: Biblos. 2003
- RODRÍGUEZ KAUTH, A. " *Psicólogos Sin Fronteras, Derechos Humanos y Psicología Política*" En Parisí (coord.) *Otra Psicología es Posible*. Buenos Aires: Ediciones Cooperativas. 2005.
- SUBIRATS, Joan, *Las políticas contra la exclusión social como palanca de transformación del Estado*. Ponencia redactada con la colaboración de Quim Brugué y Ricard Gomá, miembros del Instituto de Gobierno y Políticas Públicas de la Universidad Autónoma de Barcelona - VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Lisboa. 2002. Disponible en <http://www.clad.org.ve/fulltext/0044535.pdf>
- THOMPSON, J. B. *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós. 1998
- VASILACHIS DE GIALDINO, I. *La construcción de representaciones sociales. – Discurso político y prensa escrita – Un análisis sociológico, jurídico y lingüístico*. Barcelona: Editorial Gedisa S.A. 1997
- WATZLAWICK, P. *Teoría de la comunicación humana*. Biblioteca de Psicología. Textos Universitarios. Barcelona: Ed. Herder. 1997
- WINKIN, Y . *La nueva comunicación*. En Batenson y otros. Barcelona: Kairos. 1982
- ZURDO ALAGUERO, A. *Voluntariado y estructura social: fundones sociales y límites en Las entidades voluntarias de acción social en España: Informe General*. Madrid: Fundación Foessa. 2003.