

La representación social del tiempo.

Azzollini, Susana, Bail Pupko, Vera, Gómez, María Emilia y Rappallo, Gisela E.

Cita:

Azzollini, Susana, Bail Pupko, Vera, Gómez, María Emilia y Rappallo, Gisela E. (2005). *La representación social del tiempo*. XII Jornadas de Investigación y Primer Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-051/273>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/ewYf/Xbc>

LA REPRESENTACIÓN SOCIAL DEL TIEMPO

Azzollini, Susana; Bail Pupko, Vera; Gómez, María Emilia y Rappallo, Gisela
Conicet - Universidad de Buenos Aires - Facultad de Psicología, Instituto de Investigaciones

Resumen

Se realizó un estudio exploratorio con el objetivo de conocer la representación social del tiempo y analizar las diferencias de la representación social, según grupo etáreo y nivel de instrucción. Se tomó una muestra por cuotas según nivel de instrucción de 60 personas adultas de edades comprendidas entre 20 y 50 años. Se les solicitó que mencionaran las palabras que asociaban con la palabra "tiempo". Los datos fueron analizados a través de análisis descriptivos y pruebas de chi cuadrado. En términos globales, el núcleo de la representación estaría conformado por las siguientes asociaciones: vida, vacaciones, familia, trabajo, futuro, crecimiento y descanso. Existe una importante presencia de asociaciones relativas a diferentes actividades (vinculadas al ocio, al ámbito laboral/estudiantil y al aprovechamiento económico) lo cual evidencia que la representación social del tiempo se genera en el despliegue de las acciones de los individuos. Se encontró una asociación estadísticamente significativa entre las categorías de la representación social y el grupo etáreo y entre dichas categorías y el nivel de instrucción de las personas lo cual evidencia que se trata de representaciones colectivas que se dan en un momento histórico particular, en un determinado sector de la sociedad (Jodelet, 1988).

Palabras Clave

representación social tiempo edad

Abstract

THE SOCIAL REPRESENTATION OF TIME

The aim of this exploratory study is to know the social representation of time and to analyse the social representations among different groups taking age and educational level as criteria. We selected a sample by quota of educational levels. It was formed by 60 adults from 20 to 50 years old. People were asked to said what come to their mind when they heard the word "time". Data were analysed by descriptive analysis and chi square tests to determine the connection between time representation categories, age and educational level. The nucleus of the social representation of time was built by the following words: life, vacations, family, work, future, growing and rest. There are a great number of words associated with activities (related to leisure, work or academic areas and to economical profits), which evidence that the social representation of time is supported by individual actions. There is a significant association between categories of social representation of time and age, and also between them and the educational level. It means that collective representations depend on a particular historic moment and on specific cultural groups (Jodelet, 1988).

Key words

social representation time age

Introducción:

El estudio de las representaciones sociales en tanto formas de conocimiento del sentido común ha sido ampliamente desarrollado tomando en consideración diversos lugares de anclaje, y diversos órdenes de dinámica que contribuyeron a su formación, su estructura, su funcionamiento y sus efectos. Entre ellos, la atención se ha fijado principalmente sobre la contribución sea de las transformaciones de los saberes científicos en saberes del sentido común por los canales de las comunicaciones como de las pertenencias culturales y sociales (Moscovici, 1961).

Se trata de *"una manera de interpretar y de pensar nuestra realidad cotidiana, una forma de conocimiento social"* (Jodelet, 1988). La noción de representación social está en la intersección entre lo psicológico y lo social. Se trata de la manera en que los sujetos sociales aprehendemos los acontecimientos de la vida diaria, las características de nuestro medio ambiente, las informaciones que en él circulan, a las personas de nuestro entorno próximo y lejano. Este conocimiento participa de la construcción social de la realidad de la que hablan Berger y Luckmann (1986), ya que es un conocimiento práctico que forja las evidencias de nuestra realidad consensual. Para Haas y Jodelet (1999) cuando se habla de conocimiento nos referimos a dos aspectos complementarios del pensamiento: el conjunto de contenidos o aseveraciones concernientes a cierto estado del mundo (el pensamiento constituido), y la actividad mental que produce esos contenidos (el pensamiento constituyente). Estos dos aspectos son distinguidos generalmente como los productos y los procesos de la cognición.

Existen algunos resultados empíricos del tratamiento del tiempo como variable pertinente en el comportamiento social y como proceso mediador en el comportamiento social analizando su papel en tanto significado compartido (McGrath y Kelly, 1986). Fraisse (1984) habla de noción de tiempo con dos conceptos diferentes: la sucesión, es decir, el hecho de que dos o más experiencias se perciban como diferentes y organizadas secuencialmente (vg. nuestra experiencia del cambio) y la duración, en tanto intervalo entre esos dos elementos. (Fraisse, 1963).

El problema radica en la diferencia entre el tiempo y "las otras cosas" que podemos percibir. En efecto, en opinión de algunos autores, como Chiba, Kesner y Gibson (1997), el tiempo no es directamente perceptible, sino que lo son los eventos y su ordenación. Esto marca dos tendencias muy definidas (Macar, 1996): los defensores de una hipótesis sensorial y los de una hipótesis cognitiva. Para los primeros, el tiempo tiene entidad propia, pero para los segundos existe cuando ponemos en relación dos acontecimientos. Esto supone, o bien admitir que percibimos la duración en base a informaciones no temporales, o bien que existen informaciones de naturaleza temporal del mismo rango que las informaciones no temporales. Es éste el "postulado de equivalencia" de Michon (1993), que equipara las unas con las otras y hace que la información temporal implique el mismo tipo de procesos que la información no temporal. Sea cual sea la opción elegida, lo que se constata es la gran cantidad de datos, entre sí contradictorios, de estos estudios (Fraisse, 1984), lo cual ha implicado tener que recurrir a una clasificación puntillosa de los tipos de intervalos valorados, o bien a postular que son los materiales y tareas a realizar

durante los experimentos los que provocan estas diferencias (Block & Reed, 1978). Sin embargo, Íñiguez Rueda (2003) considera que las razones pueden buscarse en otro lugar, pues sostiene que lo más interesante es el progresivo reconocimiento de la importancia del contenido, bien sea bajo un aspecto positivo (complejidad de los estímulos), bien sea bajo un aspecto activo (duración de una actividad) (Fraisie, 1984), y de la importancia del contexto (Bobko et al., 1987) que es lo que permite establecer un puente entre los trabajos entre la “psicología del tiempo” y la “psicología social” del tiempo. Son pocos los planteamientos experimentales interesados específicamente en las características de las situaciones sociales por lo que respecta a sus efectos en la evaluación temporal (Íñiguez Rueda, 2003). El tiempo, para el saber común, está lleno de acontecimientos que nos estamos representando en el tiempo porque además de percibirlo, lo “experimentamos” cargándolo de significados (Íñiguez Rueda, 2003). En este sentido, es importante la forma en que -en tanto miembros de una sociedad- construimos nuestro tiempo. Íñiguez Rueda (2003) realizó una investigación con estudiantes de diferentes Institutos de Bachillerato públicos de la ciudad de Barcelona, para la cual solicitaba, entre otros datos, 15 asociaciones de sustantivos y 15 de adjetivos para la palabra “tiempo”. Sus hallazgos muestran que si bien el “tiempo atmosférico” (con asociaciones como otoño, primavera, lluvia, frío y sol) forma parte de la representación, la mayor diferencia relativa se encuentra entre las asociaciones de tipo “métrica del tiempo” (como hora, minuto, segundo) y todas las demás, tales como el factor correspondiente a “actividades, principalmente las relacionadas con el ocio” (también denominado “futuro inmediato”) frente a un tercer factor que lo denominan “horizonte temporal” (con asociaciones como vida, futuro, pasado, muerte, presente). Es decir que se observó una discriminación clara entre el denominado “horizonte temporal” y lo que podría ser entendido como “tiempo inmediato”. El autor concluye que no parece que estar justificada la separación entre sustantivos y adjetivos en la recogida de datos, ni por los resultados ni por el problema suplementario de que algunos de los encuestados presentaron dificultades para distinguir lo que gramaticalmente son considerados adjetivos.

Objetivos:

- Identificar la representación social del tiempo en adultos.
- Analizar las diferencias de la representación social, según grupo etéreo y nivel de instrucción.
- Conocer la relación entre la representación social del tiempo y las actividades (o prácticas) asociadas.

Material y métodos:

Tipo de estudio: Exploratorio.

Sujetos y muestra: se seleccionó una muestra por cuotas según nivel de escolaridad (primario, secundario o universitario completo) de 60 personas adultas de Capital Federal de edades comprendidas entre 20 y 50 años de edad (con una media de 34,07 años).

Procedimiento: Se solicitaba a las personas mencionaran palabras que asociaban con la palabra “tiempo”. No se estableció número ni tipo de palabras que debían asociar.

Análisis de los datos: Las palabras fueron analizadas como respuestas múltiples y categorizadas según su significación. Se realizaron análisis descriptivos y pruebas de chi cuadrado.

Resultados:

El total de asociaciones de todos los participantes fue de 356, con un promedio de asociaciones por persona fue de 5,9 palabras (con un mínimo de 3 y un máximo de 14).

El mayor porcentaje relativo (23,3%) correspondió a la categoría “actividades vinculadas al ocio” que incluía asociaciones tales como: diversión, viajar, descanso, veraneo, salir, vacaciones, etc. La siguiente categoría, con 18,7% fue “perspectiva del

tiempo vital” con asociaciones como: vida, vivir, crecimiento, niñez, proyectos, futuro, pasado, vejez, madurez, etc. Con un porcentaje de 16,9% bajo la categoría “personas de la red social” se agruparon asociaciones como: familia, amigos, hijo/a, padre, madre, novio y nombres propios correspondientes a personas del entorno inmediato. La categoría “instrumentos y medidas de tiempo” recogió solamente un 8% de las asociaciones, entre las cuales se incluían: horas, minutos, segundos, reloj, día, noche, año, etc. Un 7,6% de las asociaciones fueron categorizadas como “actividades vinculadas al ámbito laboral o estudiantil” que podrían ser conceptualizadas como “obligaciones”, las cuales correspondían a palabras como: trabajo, estudios, facultad, exámenes, etc. Con idéntico porcentaje se agruparon las sensaciones o sentimientos positivos: placer, felicidad, tranquilidad, satisfacción, bienestar, comodidad, seguridad, esperanza y con un 6,7% las sensaciones o sentimientos negativos: tristeza, preocupación, nostalgia, estrés, nerviosismo, agitado, entre otros.

Además, un 5,8% de las asociaciones correspondió a la categoría “actividades vinculadas al aprovechamiento económico” tales como: dinero, inversión, rentabilidad, ocupación, ventajas, ascenso, entre otras; un 4% a lugares de vacaciones o descanso: Luján, Mar del Plata, México, playa, etc. y un 1,3% a adverbios de cantidad: mucho, poco.

El núcleo de la representación, en función de los porcentajes, está dado por las siguientes palabras: vida (3,6%), vacaciones (3,3%), familia (2,9%), trabajo (2,6%), futuro (2,6%), crecimiento (2,3%) y descanso (2%). La periferia de la representación estaría conformada por las palabras con un porcentaje menor (entre 1% y 1,6%): disfrutar, correr, hijos, amigos, horas, experiencia, proyectos, amigos, viajar, dinero, días, reloj.

Con el objetivo de determinar la influencia del grupo etéreo sobre las categorías de las asociaciones se realizó una prueba de Chi cuadrado y se evidenció que los resultados eran estadísticamente significativos ($\chi^2 = 43,261$ y $p < 0.05$). En el grupo etéreo de 40-50 años los mayores porcentajes corresponden a las categorías “actividades vinculadas al ocio” (36,7%), a las “personas de la red social” (21,7%), a los “instrumentos y medidas de tiempo” (10%) y “sensaciones o sentimientos negativos” (10%); las asociaciones restantes correspondieron a “perspectiva del tiempo vital” (8,3%), “actividades vinculadas al ámbito laboral/estudiantil” (5%), “sensaciones o sentimientos positivos” (5%), “actividades vinculadas al aprovechamiento económico” (1,7%) y “lugares de vacaciones o descanso” (1,7%).

En cambio, en el grupo etéreo de 30-39 años, se observó un mayor porcentaje de asociaciones relativas a la “perspectiva de tiempo vital” (33,3%); en segundo lugar personas de la red social (14,5%) y recién en tercer lugar, las “sensaciones o sentimientos positivos” (13%) y las “actividades vinculadas al ocio” (13%). Las demás asociaciones correspondieron a las categorías: “actividades vinculadas al ámbito laboral/estudiantil” (7,2%), “actividades vinculadas al aprovechamiento económico” (7,2%), “instrumentos y medidas de tiempo” (2,9%), “sensaciones o sentimientos negativos” (4,3%) y “lugares de vacaciones o descanso” (4,3%).

Por otra parte, el grupo etéreo de 20-29 años presentó un mayor porcentaje de asociaciones relativas a las “actividades vinculadas al ocio” (22,2%), a la “perspectiva de tiempo vital” (17,5%), a los “instrumentos y medidas de tiempo” (15,9%), a las “actividades vinculadas al ámbito laboral/estudiantil” (11,1%), a las “actividades vinculadas al aprovechamiento económico” (9,5%), y el resto de las asociaciones correspondieron a las categorías: “personas de la red social” (7,9%), “sensaciones o sentimientos negativos” (6,3%), “sensaciones o sentimientos positivos” (4,8%), adverbios de cantidad (3,2%) y “lugares de vacaciones o descanso” (1,6%).

Con el fin de determinar la influencia del nivel de instrucción, se realizó otra prueba de Chi cuadrado que evidenció que también la relación entre estas variables resulta significativa desde un

punto de vista estadístico ($\chi^2 = 56,31$ y $p < 0,001$).

Efectivamente, se observó que las asociaciones de las personas con estudios primarios se centraron mayoritariamente en los "instrumentos y medidas de tiempo" (32,4%), en la "perspectiva de tiempo vital" (26,5%), en "actividades vinculadas al ocio" (17,6%) y en "sensaciones o sentimientos positivos" (14,7%). Minoritariamente, también presentaron asociaciones relativas a las categorías: "personas de la red social" (5,9%) y "sensaciones o sentimientos negativos" (2,9%).

En cambio, las asociaciones de las personas con estudios secundarios, se centraron mayoritariamente en "actividades vinculadas al tiempo libre" (23%), en la "perspectiva de tiempo vital" (19,7%), en "actividades vinculadas al ámbito laboral/estudiantil" (16,4%) y en "sensaciones o sentimientos negativos" (11,5%). En menor proporción presentaron asociaciones relativas a las categorías: "personas de la red social" (9,8%), "sensaciones o sentimientos positivos" (8,2%), "instrumentos y medidas de tiempo" (6,6%) y "actividades vinculadas al aprovechamiento económico" (4,9%).

Por otra parte, las asociaciones de las personas con estudios universitarios, se centraron mayoritariamente en "actividades vinculadas al tiempo libre" (25,8%), "personas de la red social" (20,6%), en la "perspectiva de tiempo vital" (18,6%) y en "actividades vinculadas al aprovechamiento económico" (9,8%). En menores proporciones también aparecieron asociaciones relativas a las siguientes categorías: "actividades vinculadas al ámbito laboral/estudiantil" (5,2%), "sensaciones o sentimientos negativos" (5,2%), "sensaciones o sentimientos positivos" (5,2%), "lugares de vacaciones o descanso" (5,2%), "instrumentos y medidas de tiempo" (3,1%) y "adverbios de cantidad" (2%).

Conclusiones:

La elevada proporción de asociaciones relativas a actividades (vinculadas al ocio, al ámbito laboral o estudiantil y al aprovechamiento económico) evidencia que la representación social del tiempo se genera en el despliegue de las acciones de los individuos, es decir, la representación social es directamente dependiente de la acción.

Las diferencias observadas entre los distintos grupos etáreos evidencian que en el grupo etáreo de 40-50 años resultan prioritarias las asociaciones relativas a las "actividades vinculadas al ocio", a las "personas de la red social", a los "instrumentos y medidas de tiempo" y a las "sensaciones o sentimientos negativos"; mientras que en el grupo etáreo de 30-39 años, se observó un mayor porcentaje de asociaciones relativas a la "perspectiva de tiempo vital", a las "personas de la red social", a las "sensaciones o sentimientos positivos" y a las "actividades vinculadas al ocio"; finalmente, en el grupo etáreo de 20-29 años los mayores porcentajes de asociaciones aparecieron relacionados con las "actividades vinculadas al ocio", la "perspectiva de tiempo vital", los "instrumentos y medidas de tiempo", las "actividades vinculadas al ámbito laboral/estudiantil" y a las "actividades vinculadas al aprovechamiento económico". Lo cual implicaría que en los grupos de menor y mayor edad se asocia al tiempo con el "tiempo libre", relacionado con actividades vinculadas al ocio; los mayores de 30 años parecen relacionarlo con la posibilidad de compartir actividades con las personas de la red social, mientras que los menores de 40 años presentan una fuerte vinculación con la perspectiva de tiempo vital (crecimiento, futuro, madurez, etc.). En cambio, en los menores de 29 años se observan fuertes asociaciones vinculadas a los proyectos de vida socialmente impuestos tales como las relativas al ámbito laboral/estudiantil y las de aprovechamiento económico.

En cuanto a las diferencias según el nivel educacional, se observó que las asociaciones de las personas con estudios primarios se centraron mayoritariamente en los "instrumentos y medidas de tiempo", en la "perspectiva de tiempo vital", en "actividades vinculadas al ocio" y en "sensaciones o sentimientos positivos", mientras que las asociaciones de las personas con

estudios secundarios, se centraron mayoritariamente en "actividades vinculadas al tiempo libre", en la "perspectiva de tiempo vital", en "actividades vinculadas al ámbito laboral/estudiantil" y en "sensaciones o sentimientos negativos"; finalmente, las asociaciones de las personas con estudios universitarios, se centraron fundamentalmente en "actividades vinculadas al tiempo libre", "personas de la red social", en la "perspectiva de tiempo vital" y en "actividades vinculadas al aprovechamiento económico". Las diferencias más notorias resultan la asociación con los instrumentos y medidas de tiempo y con sensaciones y sentimientos positivos de las personas con estudios primarios que prácticamente no aparecen en las personas con estudios secundarios y universitarios. Asimismo, las sensaciones o sentimientos negativos son prioritarios en personas con estudios secundarios al igual que las actividades vinculadas al ámbito laboral/estudiantil a diferencia de las personas con estudios universitarios que priorizan actividades vinculadas al aprovechamiento económico.

Estos resultados resultan congruentes con las ideas de Haas y Jodelet (1999) respecto a que la representación social es compartida por un grupo de personas que pertenecen a un mismo grupo o a una misma condición. Este compartir, afecta sobre todo los contenidos del pensamiento en la medida en que la adhesión a un mismo cuerpo de ideas, permite afirmar una pertenencia y experimentar una identidad social. En síntesis, la representación social no es un mero cúmulo de significados sino un conjunto estructurado de significados y posicionamientos afectivos ligados a las acciones específicas de los individuos. Así, las representaciones sociales, son representaciones colectivas que se dan en un momento histórico particular, en una determinada sociedad o en un sector de ella. "*Es una forma de conocimiento socialmente elaborado y compartido, con una orientación práctica y orientado a la construcción de una realidad común en un conjunto social*" (Jodelet, 1988).

Bibliografía

- Berger, P. y Luckmann, T. (1986): *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Block, R.A. y Reed, M.A. (1978): "Remembered duration: evidence for a contextual change hypothesis". *Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory*. 4(6): 655-665.
- Bobko, D.J. et al. (1987): "Contextual effects in duration experience". *Annual Journal of Psychology*. 90(4): 577-586.
- Chiba, A.; Kesner, R.; Gibson, C. (1997). "Memory for temporal order of new and familiar spatial location sequences: Role of the medial prefrontal cortex". *Learning and Memory*. 4(4): 311-317.
- Fraisse, P. (1963). *The psychology of time*. New York: Harper & Row.
- Fraisse, P. (1984): "Perception and estimation of time". *Annual Review of Psychology*. 35: 1-36.
- Haas, V. y Jodelet, D. (1999) : "Pensé et mémoire sociale", en *Manuel de Psychologie Sociale*, Paris-Breal : J.P. Petard.
- Íñiguez Rueda, L. (1988): "La representación social del tiempo". En Ibáñez, T.: *Ideologías de la vida cotidiana*. Barcelona, Sendai: 247-285.
- Jodelet, D. (1988) : Pensés et mémoire sociales. *Actes du I Congrès International : Théorie de la mémoire*. Rio de Janeiro.
- Macar, F. (1996). "Temporal judgments on intervals containing stimuli of varying quantity, complexity, and periodicity". *Acta Psychologica*. 92(3): 297-308.
- McGrath, J.E. y Kelly, J.R. (1986): *Time & Human Interaction. Toward a Social Psychology of Time*. New York: The Guilford Press.
- Michon, J. (1993). "Concerning the time sense: The seven pillars of time psychology". *Psychologica Belgica*. 33(2): 329-345.
- Moscovici, S. (1961) : *La psychanalyse, son image et son public*, 2 ed. Paris: PUF.