

RELACIONES ENTRE EL CLIMA SOCIO-EMOCIONAL Y LA IDENTIDAD NACIONAL PERUANA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS LIMEÑOS

*RELATIONSHIPS BETWEEN SOCIO-EMOTIONAL CLIMATE AND NATIONAL IDENTITY
IN UNIVERSITY STUDENTS FROM LIMA-PERU*

Agustín Espinosa^{*}, Manuel Pacheco^{}, Erika János^{***}, Darío Páez^{****}**

Grupo de Psicología Política y Social (GPPS-PUCP),
Departamento de Psicología,
Pontificia Universidad Católica del Perú.
Universidad del País Vasco UPV/EHU.

*Recibido julio de 2016/Received July, 2016
Aceptado septiembre de 2016/Accepted September, 2016*

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo analizar la evolución de las relaciones entre el Clima Socio-Emocional (CSE) y los componentes de la Identidad Nacional Peruana (Identificación con el país, Autoestima colectiva y Auto-estereotipos nacionales). Para tal fin, se realizaron dos estudios: uno en el año 2006, en el que participaron 276 estudiantes universitarios (17 y 28 años), y otro en el año 2009, que contó con la presencia de 200 estudiantes (16 y 30 años). Los resultados muestran que el CSE positivo se asoció directamente, y de manera más intensa, con las dimensiones positivas del auto-estereotipo nacional (confiables, capaces y alegres, y patriotas), que con las variables de Identificación con el país y la autoestima colectiva. Asimismo, se encontró que en el primer estudio (2006), el CSE era percibido como neutro o ambivalente; sin embargo, esta percepción cambia en el segundo estudio (2009), donde el CSE era percibido como predominantemente negativo. Este último hallazgo podría indicar que el CSE es menos estable que la identidad.

Palabras Clave: Autoestereotipos, Autoestima Colectiva, Clima Socio-Emocional, Identidad Nacional.

ABSTRACT

The present study had as aim analyze the evolution of the relations between the Social Emotional Climate (SEC) and the components of the National Peruvian Identity (Identification with the country, Collective Self-esteem and National self-stereotypes). To accomplish this, two studies were realized: one in the year 2006, in which 276 university students took part (17 to 28 years), and other one in the year 2009, in which 200 university students took part (16 to 30 years). The results show that the positive SEC its associated directly, and in a more intense way, with the positive dimensions of the Self-stereotype (reliable, capable and happy, and patriots), that with the variables of Identification with the country and the Collective self-esteem. In the first study (2006), the SEC was perceived as neutral or ambivalent, but this perception changes in the second study (2009), where the SEC was perceived as predominantly negative. This last finding might indicate that the SEC is less stable than identity.

Key Words: Auto-stereotypes, Collective Self-Esteem, Social Emotional Climate, National Identity.

* Doctor en Psicología Social, Universidad del País Vasco (UPV/EHU). Profesor Asociado del Departamento de Psicología de la PUCP y miembro del Grupo de Psicología Política y Social de la PUCP. agustin.espinosa@pucp.pe

** Licenciado en Psicología Social, PUCP. Asistente de Docencia en el Departamento de Psicología de la PUCP y miembro del Grupo de Psicología Política y Social de la PUCP. manuel.pacheco@pucp.pe

*** Licenciada en Psicología Social, PUCP. Asistente de Docencia en el Departamento de Psicología de la PUCP y miembro del Grupo de Psicología Política y Social de la PUCP. ejanos@pucp.pe

**** PhD, Faculté de Psychologie et Sciences de l'Education, Université de Lovaina. Catedrático Psicología social, Dpto. de Psicología Social y Metodología de las Ciencias del Comportamiento, Universidad del País Vasco UPV/EHU. dario.paez@ehu.es

Introducción

La identidad social puede ser entendida como aquella parte del autoconcepto de una persona que deriva del reconocimiento de pertenencia a una categoría social, junto a la valoración otorgada a dicha categoría (Tajfel, 1984). En relación a ello, se encuentran dos procesos de base en la construcción y mantenimiento de la identidad social: la categorización social y la comparación social (Abrams & Hogg, 2006; Leonardelli, Pickett, & Brewer, 2010).

Por un lado, la categorización social es entendida como aquel proceso por el cual las personas organizan y sistematizan la información que proviene del contexto social, con la finalidad de hacerla comprensible (Abrams & Hogg, 1990). Esta información suele ser estructurada en términos de grupos, y es a partir de este proceso que se genera una distinción entre quienes son del propio grupo (endogrupo) y quienes no lo son (exogrupo) (Jenkins, 2007; Smith & Mackie, 2007; Tajfel, 1984).

Por su parte, la comparación social puede ser entendida como aquella evaluación realizada sobre el endogrupo con relación a otros grupos, utilizando distintas dimensiones que caracterizan al endogrupo en cuestión (Hogg, 2012; Trepte, 2006). Se espera que al comparar dichas dimensiones, un resultado favorable sea producido, beneficiando al propio grupo y logrando así una representación endogrupal positiva (Hogg, 2012; García, Tor, & Schiff, 2013).

La identidad nacional es considerada un tipo específico de identificación social o colectiva (Nigbur & Cinnirella, 2007). Una característica de este constructo es la usual exclusión de otras nacionalidades, permitiendo así una distinción social entre grupos nacionales (Salgado, 1999). La identificación con un grupo nacional, suele relacionarse con un conjunto de emociones socialmente compartidas (Páez, Espinosa, & Bobowik, 2013).

Emociones socialmente compartidas: el clima socio-emocional (CSE)

El clima socio-emocional se refiere a las emociones colectivas predominantes en un contexto social, las cuales son generadas a través de la interacción social de los miembros de un grupo en un entorno particular y se basan en el predominio de patrones de conducta social –por ejemplo evitación e inhibición del contacto social en un clima de miedo (de Rivera & Páez, 2007). El CSE es influenciado por eventos políticos, económicos, sociales, religiosos y educativos, así como por políticas o acciones

gubernamentales de diversa índole, que producen experiencias afectivas compartidas en una población (de Rivera, 1992; de Rivera, Kurrien, & Olsen, 2007), y que pueden cambiar en el curso de una sola generación (de Rivera, 1992). En ese sentido, el CSE es una forma de opinión pública, que involucra emociones, normas y creencias acerca de las relaciones emocionales que existen entre individuos y grupos en un contexto social determinado (de Rivera & Yutserver, 2010; de Rivera, 1992).

Datos de Noruega, España, Estados Unidos, Costa Rica, Argentina, Turquía, Bosnia, Albania, Colombia y el Líbano muestran que una mejor valoración del país, en el sentido en el que las personas no quieren abandonar el mismo, se relaciona con puntuaciones altas en las creencias sobre seguridad y puntuaciones bajas en enojo percibido. Asimismo, la percepción de ausencia de violencia en una sociedad incrementa la percepción de un clima de confianza en la misma (de Rivera & Yurtserver, 2010). En el caso peruano, Espinosa, Herschkowicz y Genna (2011) encuentran resultados similares a los previamente expuestos. En ese sentido, un mayor clima de esperanza, presentaba una correlación inversa con la disposición a emigrar. Mientras que el predominio de un clima de enojo, basado en las percepciones de conflicto social, y de miedo, se asociaban directamente a una mayor intención de abandonar el país.

Asimismo, la percepción de un menor clima de miedo se asocia con una mayor valoración de la libertad, lo que lleva a suponer que la democracia se ve fortalecida en aquellos escenarios donde predominan políticas que refuerzan el diálogo entre distintos grupos sociales, incluso en aquellos casos de grupos que representan opiniones políticas diferenciadas (de Rivera & Yurtserver, 2010). Sobre este punto, la percepción sobre la democracia en el Perú es negativa, pues en una encuesta representativa a nivel nacional se estima que un 70.1% de la población se encuentra insatisfecha con el funcionamiento de la democracia del país (Latinobarómetro, 2015). Lo anterior, lleva a la exacerbación de un clima de desconfianza generalizado donde un 92.2% de los peruanos no confía en los miembros del colectivo nacional, siendo uno de los países de Latinoamérica, junto con Brasil, con menores niveles de confianza interpersonal entre sus miembros (Baudassé & Hinojosa, 2008).

Entonces, la ausencia de confianza entre personas y hacia las instituciones, aunada a un clima

de miedo o ira en América Latina, y en el Perú, “ha impedido, la consolidación de una sociedad civil fuerte y la organización de sociedades económica y socialmente desarrolladas. Todo lo cual se manifiesta en las recurrentes inestabilidades que muestra el sistema político en América Latina” (Baudassé & Hinojosa, 2008, p.94). En consecuencia, se tiene como resultado, “sociedades que no confían en ellas; o más precisamente, individuos y grupos sociales que desconfían entre ellos mismos, cuya manifestación son las formas de comportamiento auto defensivos, o más bien ofensivos (violentos), que luego se traducen en arbitrariedades de tipo personal primero, y después en autoritarismos de carácter institucional” (Baudassé & Hinojosa, 2008, p.95), lo que puede, una vez más, derivar en percepciones generalizadas de enojo y miedo.

Identidad nacional y clima socio-emocional

Las percepciones y relaciones entre auto-estereotipo y autoestima colectiva, como expresión de la identidad social, están asociados con la imagen que se tiene acerca de la coyuntura y el contexto en que la identidad se desarrolla (Beramendi, 2014; Beramendi & Zubieta, 2013). En ese sentido, la identificación con el país dependerá en parte, de las condiciones sociales en las que estén inmersos los integrantes de un grupo (Páez, Marques, Valencia, & Vincze, 2006), siendo una de estas condiciones el CSE (de Rivera, 1992). Sobre el particular se considera que la percepción de más emociones y estados de ánimo positivos que negativos en un contexto grupal se asociará probablemente a una identidad colectiva más fuerte y satisfactoria (Basabe & Ros, 2005). En esa línea, en el proceso de identificación con un grupo nacional, que se valora favorablemente y sobre el que se comparten estereotipos mayoritariamente positivos, es evidente un correlato de CSE positivo (de Rivera & Páez, 2007). Entonces el CSE podría ser consecuencia de la identificación nacional saludable, debido a que es menos estable que la cultura nacional, sobre la cual se sitúa la fortaleza de la identidad colectiva (de Rivera & Páez, 2007; de Rivera, 1992).

Por otro lado, la identificación, autoestima y auto-estereotipos positivos nacionales, pueden ser facilitados por la percepción de emociones y estados de ánimo de confianza, solidaridad, seguridad, alegría y orgullo colectivo. En ese sentido, el CSE puede ser también un antecedente o causa de la identidad colectiva (Páez et al., 2013). Así, un

ejemplo del atmósfera afectiva positiva se relaciona al éxito del grupo nacional durante una contienda deportiva, como en los casos de los triunfos de la selección nacional de fútbol de Francia en el mundial de 1998 o de la selección sudafricana de rugby en 1995, situaciones que pueden provocar, si tienen un efecto a medio plazo, un cambio en el clima emocional, y por ende, ayudar a mejorar la autoestima del colectivo y ayudar a construir una imagen más positiva de la nación. En ambos casos citados, las situaciones de triunfo generaron un clima positivo que revalorizó y unificó a los distintos grupos de la sociedad francesa y la sudafricana, respectivamente. (Rimé, 2007; Carlin, 2009).

En este escenario, los objetivos de los estudios que se presentan a continuación son:

1. Describir y analizar las dimensiones estereotípicas que conforman el auto-estereotipo colectivo peruano y sus relaciones con la autoestima y la identificación nacional; como base para analizar su relación con el CSE.

2. Describir el CSE en el Perú, tanto en sus dimensiones positivas y negativas (Estudio 1 y Estudio 2), como en relación a los cinco tipos de estado de ánimo colectivo propuestos por de Rivera (1992) y que son: seguridad, confianza, temor, enojo y desesperanza (Estudio 2).

3. Describir y analizar la relación entre identidad y el CSE positivo, negativo (Estudio 1 Estudios 2) y los cinco tipos de clima antes mencionados (Estudio 2).

Estudio 1

Método

Participantes

Los participantes fueron 276 estudiantes universitarios de una universidad privada de Lima Metropolitana. El 57.6% eran mujeres y las edades de los participantes estaban comprendidas entre los 17 y los 28 años ($M= 21.91$ años, $DE=2.38$).

Medición

Nivel de Identificación con el Perú. Esta medida se realizó a través de un ítem que planteaba la siguiente pregunta: “¿Cuál es su grado de identificación con el Perú?”. Los participantes respondieron a una escala del 1 al 5 donde 1 era “Nada” y 5 era “Total”.

Escala de Autoestima colectiva peruana. Se adaptaron los ítems de la traducción española de la subescala de autoestima colectiva privada de Luhtanen y Crocker (1992) a la categoría social

peruano. La escala consta de 4 ítems que evalúan la relación afectiva de los participantes en el estudio, con su identificación con el Perú a partir de ítems como “En general, me siento afortunado por ser peruano” o “Generalmente, siento que ser peruano no merece la pena”. Los valores de respuesta de esta escala van del 1 al 5, donde 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 es “Totalmente de acuerdo”. Los ítems que reflejan una valoración negativa del ser peruano son invertidos para obtener una puntuación general en la que a mayor puntuación se considera una mayor autoestima colectiva. El instrumento cuenta con un confiabilidad alta ($\alpha=.86$).

Escala de Auto-estereotipos Colectivos (Espinosa, 2003). Fue utilizada para medir el auto-estereotipo peruano, la escala se construye en base a los resultados obtenidos por Espinosa (2003), quien elabora una lista de 24 adjetivos que responden a cómo somos los peruanos. Cada adjetivo es valorado por los participantes en una escala del 1 al 5, donde 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 es “Totalmente de acuerdo”. La escala consta de 4 dimensiones: La primera, “Peruanos confiables” ($\alpha=.73$) compuesta por los adjetivos honestos, honrados, exitosos, de confianza, cumplidos, trabajadores, desarrollados y solidarios. La segunda, “Peruanos desconfiables” ($\alpha=.78$), la cual incluye los adjetivos ociosos, mentirosos, conformistas, atrasados, corruptos, incumplidos y no confiables. Una tercera dimensión denominada “Peruanos capaces y alegres” ($\alpha=.70$), la cual incluye los adjetivos capaces, incapaces, alegres, tristes, y fracasado. Y por último la dimensión “Peruanos patriotas” descrita por los adjetivos patriotas, no patriotas y valientes ($\alpha=.60$).

Escala de Clima Emocional (De Rivera, 1992) *versión 2004*. La escala de Clima Emocional consta de 24 preguntas. Los rangos de respuesta para las preguntas van de 1 a 5, donde 1 representa la negación de una característica y 5 el acuerdo completo con la presencia de determinada característica en el país. Se utilizó una versión genérica de la que se obtuvieron un puntaje de CSE positivo, eliminando un ítem ($\alpha=.51$) y otro de CSE negativo ($\alpha=.71$).

Procedimiento

Los participantes en esta investigación fueron contactados por estudiantes de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Luego de dar su consentimiento para participar del estudio, los encuestados recibieron durante seis sesiones diversos cuestionarios para ser autoaplicados. En el acápite

previo se han descrito las medidas relevantes para el presente estudio. El tiempo de respuesta estimado para cada cuestionario oscilaba entre los 10 y los 30 minutos. El levantamiento de información se realizó entre los meses de abril y junio de 2006.

Resultados

Descriptivos de identificación, autoestima y auto-estereotipos

En relación a los componentes de la identidad nacional, se observa que tanto la identificación con el país ($M=3.64$, $DE=.81$) y la autoestima colectiva ($M=4.04$, $DE=.80$) obtienen puntajes relativamente altos debido a que poseen una puntuación por encima del punto medio de la escala de respuesta (3). Además, se presentan las puntuaciones del auto-estereotipo del peruano basándose en las medias de las cuatro dimensiones que posee, en orden de mayor a menor: Peruanos capaces y alegres ($M=3.97$, $DE=.57$), Peruanos desconfiables ($M=3.20$, $DE=.56$), Peruanos patriotas ($M=3.15$, $DE=.76$), y por último, Peruanos confiables ($M=3.05$, $DE=.65$). De igual forma, en todos los casos, los puntajes se encuentran por arriba del punto medio de la escala de respuesta (3).

Relaciones entre el grado de identificación con el Perú, la autoestima colectiva peruana y los auto-estereotipos colectivos

Para contrastar la congruencia entre las dimensiones de la identidad colectiva peruana, se realizaron correlaciones bivariadas de una cola entre estos indicadores. Como era de esperarse, la identificación nacional se asoció fuertemente con la autoestima colectiva, $r(226)=.58$, $p<.001$; y con las dimensiones positivas del auto-estereotipo colectivo peruano, con confiables $r(220)=.24$, $p<.01$; con patriotas, $r(225)=.13$, $p<.03$; y con la percepción de los peruanos como capaces, $r(223)=.33$, $p<.001$. Asimismo, el grado de identificación con el Perú se asoció negativamente al auto-estereotipo negativo del peruano (peruano desconfiable), $r(219)=-.23$, $p<.001$.

Por su parte, la autoestima colectiva peruana se asoció significativamente a los estereotipos positivos del peruano, con confiables $r(260)=.43$, $p<.001$; con patriotas, $r(266)=.31$, $p<.001$; y con la percepción de estos como capaces, $r(262)=.36$, $p<.001$; Además se asoció negativamente al auto-estereotipo negativo del peruano, $r(261)=-.31$, $p<.001$.

Relación entre los componentes de la identidad peruana y el CSE

En términos generales, se constató un CSE percibido como neutro o ambivalente, debido a que los puntajes de CSE positivo ($M=2.92$, $DE=.59$) y de CSE negativo ($M=2.95$, $DE=.43$) fueron bastante similares. La prueba t para muestras relacionadas indicó que las medias de ambos tipos de clima no eran significativamente diferentes.

Para observar la relación entre el grado identificación, la autoestima colectiva y los atributos del auto-estereotipo colectivo peruano con las dimensiones emocionales positivas y negativas del CSE, se correlacionaron las puntuaciones de CSE positivo y negativo, con la puntuación de las escalas de identificación nacional, de autoestima colectiva, y con las dimensiones del auto-estereotipo colectivo peruano.

El CSE positivo se asoció con la identificación nacional peruana, $r(218)=.19$, $p<.005$; con la autoestima colectiva, $r(262)=.23$, $p<.001$; y con las dimensiones positivas del auto-estereotipo colectivo peruano, especialmente con la percepción de los peruanos como patriotas y solidarios, $r(260)=.17$, $p<.006$; confiables, $r(252)=.27$, $p<.001$; capaces y alegres, $r(254)=.13$, $p<.03$. Asimismo, se asoció inversamente a la dimensión negativa del auto-estereotipo peruano (no confiable), aunque con menor intensidad, $r(253)=-.10$, $p<.06$.

Por su parte, el CSE negativo se asoció a una menor identificación nacional con el Perú, $r(219)=-.15$, $p<.02$; con una menor puntuación en autoestima colectiva, $r(261)=-.20$, $p<.001$; y en relación con las dimensiones del auto-estereotipo colectivo peruano, se asoció únicamente con la dimensión negativa del mismo $r(253)=.13$, $p<.04$.

Estudio 2

Método

Participantes

Los participantes de la investigación fueron 200 estudiantes de una universidad privada de Lima Metropolitana. El 57.6% fueron mujeres. Las edades de los participantes estaban comprendidas entre los 16 y los 30 años ($M= 20.04$ años, $DE=2.38$).

Medición

Nivel de Identificación con el Perú. Las propiedades de esta escala son las mismas a las que se hizo referencia en el estudio 1.

Escala de Autoestima Colectiva Peruana. Las propiedades de esta escala fueron descritas en el estudio 1. El Alpha de Cronbach para esta escala fue de $\alpha=.79$ en la presente investigación.

Escala de Auto-estereotipos Colectivos (Espinosa, 2003). Las características de este instrumento fueron mencionadas en el estudio anterior. Los niveles de fiabilidad de las dimensiones de esta escala fueron aceptables: “Peruanos confiables” ($\alpha=.73$), “Peruanos desconfiables” ($\alpha=.78$), “Peruanos capaces y alegres” ($\alpha=.70$), y “Peruanos patriotas” ($\alpha=.60$).

Escala de Clima emocional (de Rivera, 1992) versión 2008. Se utilizó la versión final del CD-24, compuesto de 24 preguntas consistentes en enunciados sobre la situación política, social o económica del país que permiten construir indicadores de cinco emociones colectivas, a saber, seguridad, confianza, miedo o temor, enfado y desesperanza. Los rangos de respuesta para las preguntas van de 1 a 7, donde 1 representa la negación de una característica y 7 el acuerdo completo con la presencia de determinada característica en el país.

La fiabilidad por dimensiones es la siguiente: Confianza ($\alpha=.65$) y Enfado ($\alpha=.70$), siendo ambas satisfactorias; mientras que los coeficientes de confiabilidad de Seguridad ($\alpha=.49$), Temor ($\alpha=.50$) y Desesperanza ($\alpha=.43$) son bajos. Las fiabilidades de las dimensiones generales de CSE positivo ($\alpha=.66$) y negativo ($\alpha=.67$) son más bien aceptables.

Procedimiento

Los participantes en esta investigación fueron contactados por un encuestador contratado, debidamente capacitado para la recolección de información. Luego de dar su consentimiento para participar del estudio, los encuestados recibieron un cuestionario para ser autoaplicado. Una vez que culminaban el llenado del mismo, el encuestador corroboraba en el lugar de la aplicación que no hubieran omisiones en las respuestas. El tiempo de respuesta estimado para cada cuestionario oscilaba entre los 10 y los 30 minutos. El levantamiento de información se realizó entre los meses de abril y junio de 2009.

Resultados

Auto-estereotipo colectivo peruano

Los resultados sobre el auto-estereotipo colectivo peruano refieren un sesgo positivo en esta dimensión. Es decir que, al menos a nivel descriptivo, el acuerdo con los atributos auto-estereotípicos positivos en la percepción de los peruanos como

Confiables ($M=3.16$, $DE=.46$), Alegres y Capaces ($M=4.0$, $DE=.58$) y Patriotas y Solidarios ($M=3.25$, $DE=.67$) es mayor que con el acuerdo sobre el atributo auto-estereotípico negativo de los peruanos vistos como No confiables ($M=3.05$, $DE=.61$). En síntesis, los participantes del estudio consideran que el peruano es alegre, creen ligeramente que es de confianza y patriota, mientras están en el punto neutro sobre los atributos negativos.

Relaciones entre el nivel de identificación, la autoestima colectiva y auto-estereotipo colectivo peruano

Para contrastar la congruencia entre las dimensiones de la identidad colectiva peruana, se realizaron correlaciones entre las medidas que conceptualmente constituyen la identidad y que son el nivel o grado de identificación con el Perú ($M=3.67$, $DE=.789$), la autoestima colectiva ($M=4.15$, $DE=.667$) y las dimensiones estereotípicas del auto-estereotipo colectivo peruano. La identificación con el Perú se asoció fuertemente con la autoestima colectiva, $r(200)=.51$, $p<.001$, y con los atributos auto-estereotípicos positivos del peruano confiable, $r(200)=.34$, $p<.001$; patriota y solidario, $r(200)=.28$, $p<.001$; y capaz y alegre, $r(200)=.36$, $p<.001$. Asimismo, se asoció negativamente a la dimensión negativa del auto-estereotipo peruano, $r(200)=-.39$, $p<.001$.

Por su parte, la autoestima colectiva se asoció significativamente a las dimensiones positivas del auto-estereotipo peruano, con confiables $r(200)=.41$, $p<.001$; con patriotas y solidarios, $r(200)=.30$, $p<.001$, y con la percepción de estos como capaces y alegres, $r(200)=.44$, $p<.001$. También se asoció negativamente a contenido negativo del auto-estereotipo colectivo del peruano $r(200)=-.39$, $p<.001$.

Descriptivos de Clima Socio-Emocional

Los resultados demuestran que la media de CSE positivo ($M=2.97$, $DE=.60$) es inferior a la de CSE negativo ($M=4.46$, $DE=.78$), existiendo una diferencia de -1.49 . La prueba t para muestras relacionadas indicó que las medias de ambos tipos de clima sí eran significativamente diferentes, $t(199)=-18.20$, $p<.001$. En ese sentido, se puede decir que la percepción del CSE es predominantemente negativa, por lo menos en comparación con lo encontrado en el estudio 1.

Además, se presentan los puntajes de los tipos de CSE. Los que obtuvieron las puntuaciones

más elevadas fueron, Enfado ($M=5.44$, $DE=1.07$), Desesperanza ($M=4.51$, $DE=1.01$) y Temor ($M=3.43$, $DE=1.15$); y los dos más bajos fueron, Seguridad ($M=3.08$, $DE=.70$) y Confianza ($M=2.87$, $DE=.73$). Es interesante mencionar que los dos puntajes más bajos fueron los correspondientes a las dimensiones del CSE positivo.

Relaciones entre clima emocional y los componentes de la identidad peruana

Se realizaron diversos análisis de correlación de Pearson para observar la relación entre los componentes de la identidad nacional y el CSE.

El CSE positivo no se asoció significativamente con la identificación nacional peruana, ni con la con autoestima colectiva, aunque sí con las dimensiones positivas del auto-estereotipo colectivo peruano, en particular con la percepción de éstos como patriotas y solidarios, $r(200)=.14$, $p<.03$; confiables, $r(200)=.17$, $p<.009$. Asimismo, se asoció inversamente a la imagen de los peruanos como desconfiables, aunque con menor intensidad, $r(200)=-.11$, $p<.06$. Adicionalmente, como era de esperarse, el clima positivo se asoció a una mejor evaluación general del Perú, percibiéndose menos problemas sociales en el país, $r(200)=.27$, $p<.001$.

Por otro lado, el CSE negativo no se asoció ni con la identificación nacional peruana, ni con la autoestima colectiva. Sin embargo, se relacionó tendencial e inversamente con la dimensión positiva del auto-estereotipo peruano como confiable $r(200)=-.09$, $p<.10$. Asimismo, se asoció al auto-estereotipo negativo del peruano como desconfiable, $r(200)=.17$, $p<.008$. Finalmente, el clima negativo se asoció inversamente a una mejor evaluación general del Perú, percibiéndose más problemas sociales en la nación, $r(200)=-.22$, $p<.001$.

Relación entre Identidad Colectiva y Tipos de CSE

La autoestima colectiva peruana se ve asociaba significativamente al clima de enojo, $r(200)=.15$, $p<.002$ y tendencialmente con la percepción de un clima de seguridad, $r(200)=-.09$, $p<.10$. Mientras que el auto-estereotipo colectivo negativo del peruano como desconfiable se asociaba ligeramente a un clima percibido de menor confianza, $r(200)=-.14$, $p<.03$; y a un mayor clima de desesperanza, $r(200)=.26$, $p<.001$.

El auto-estereotipo colectivo positivo de confiabilidad se asociaba a un clima percibido de

mayor confianza, $r(200)=.16$, $p<.02$; a un mayor clima de seguridad, $r(200)=.12$, $p<.05$ y a una menor desesperanza percibida, $r(200)=-.19$, $p<.004$. El auto-estereotipo positivo del peruano como patriota y solidario se asociaba ligeramente a un clima de mayor seguridad, $r(200)=.11$, $p<.06$; a un mayor clima de confianza, $r(200)=.12$, $p<.05$ y tendencialmente a una menor desesperanza percibida en el entorno, $r(200)=-.10$, $p<.09$. Finalmente, el auto-estereotipo del peruano como capaz y alegre se asociaba a una menor desesperanza, $r(200)=-.18$, $p<.07$; ligeramente a menor temor, $r(200)=-.12$, $p<.05$, y significativamente a una mayor percepción de enfado en el entorno, $r(200)=.15$, $p<.02$.

Discusión

Rasgos y dimensiones del autoestereotipo colectivo peruano

De manera general, se manifiesta un sesgo positivo en el auto-estereotipo colectivo debido al acuerdo con los factores y atributos estereotípicos positivos (confiables, capaces y alegres, patriotas y solidarios) en contraposición con el auto-estereotipo negativo (no confiables). Es decir, el acuerdo con las dimensiones positivas de las imágenes o auto-estereotipos, es mayor que con las negativas, en particular en los atributos de las dimensiones de sociabilidad (alegres) e instrumentalismo (capaces), que constituyen el núcleo central de la imagen positiva del peruano.

En ese sentido, es posible pensar que los participantes de ambos estudios tienden a creer que los peruanos son capaces y alegres, creen ligeramente que son de confianza, patriotas y, con la misma intensidad, que son de poca confianza. En general el acuerdo con el atributo negativo se sitúa en el punto neutro de la escala de valoración.

Un objetivo de los estudios era examinar la relación entre la identificación nacional, el auto-estereotipo y la autoestima colectivos, ya que esto permite reflexionar sobre cómo contribuye el auto-estereotipo colectivo a la construcción y expresión de la identidad nacional peruana.

De manera coherente con los resultados sobre el auto-estereotipo; la identificación con la nación y la autoestima colectiva eran altas. Las relaciones entre el grado de identificación nacional, la autoestima colectiva, y los auto-estereotipos sobre el endogrupo nacional fueron significativas y positivas en ambos estudios. De manera específica, la asociación entre identificación y autoestima colectiva es la más

fuerte de todas las relaciones. Esto muestra que no se puede hablar de una identidad colectiva peruana predominantemente negativa, sino más bien de una identidad “fragilizada”, potencialmente transformable en negativa (Tajfel, 1984; Montero, 1996).

Clima Socio-Emocional e Identidad Nacional

Los resultados confirman la validez estructural de las medidas de clima emocional. El CSE en el Perú, en consonancia con sus indicadores socio-estructurales, es menos positivo que en Europa y similar a otros países de América Latina con problemas sociales similares a los peruanos (de Rivera & Yurtserver, 2010). En ese sentido, igual que Argentina y Brasil, Perú muestra un perfil de CSE más negativo que positivo, especialmente en el segundo estudio, es decir, de puntuaciones más altas en desesperanza, enfado y en menor medida temor, que en seguridad y confianza (de Rivera & Páez, 2007).

Además, en relación a los puntajes generales de clima positivo y negativo, en el estudio 1 se percibe una balanza afectiva colectiva, neutral, donde no hay un predominio claro ni del clima negativo, ni del clima positivo, ya que ambas medias se encuentran por debajo del punto medio de la escala de respuesta. Esto es distinto en el estudio 2, donde el clima positivo se encuentra por debajo del punto medio de la escala, y el clima negativo por encima de este puntaje, apreciándose además, una diferencia significativa entre ambas dimensiones.

En base a este último resultado, hay que destacar que, a diferencia de Europa y Chile, la balanza de clima es negativa en el estudio 2, es decir que se perciben más emociones colectivas negativas que positivas, característica que es poco frecuente (de Rivera & Páez, 2007).

Los resultados de ambos estudios confirman que una definición positiva del auto-estereotipo colectivo (imagen del peruano como confiable, patriota y solidario) se asocia con el CSE positivo, aunque la relación con el clima negativo es menos intensa. De manera específica, las personas que creen que el peruano es de confianza (r media ponderada = .16, $p<.001$) y patriota (r media ponderada = .23, $p<.001$), perciben un CSE más positivo en ambos estudios. Por su parte, el clima negativo se asocia con el auto-estereotipo negativo del peruano como no confiable (r media ponderada = .15, $p<.001$). Asimismo, los resultados del primer estudio, aunque no del segundo, confirman que el grado de identificación

con el endogrupo nacional y la autoestima colectiva positiva son también un correlato de un CSE positivo. Es decir, los resultados confirman que la percepción de más emociones colectivas positivas ayuda a la identificación con la categoría nacional peruana, siendo esta asociación más intensa con la dimensión cognitiva (auto-estereotipo) que con la autoestima o con la intensidad de la identificación colectiva. Esto sugiere que el CSE influencia más aspectos de significado de la identidad colectiva, mientras que su asociación con procesos más afectivos, como la valoración y la identificación con el endogrupo nacional, son menores. Además, los resultados muestran un efecto de congruencia: las emociones negativas colectivas refuerzan el auto-concepto negativo mientras que las positivas la dimensión moral y de cohesión nacional positiva.

Así, podemos deducir que los procesos socioemocionales de superación de procesos sociopolíticos conflictivos; implican, por un lado un cambio en las emociones colectivas e intergrupales positivas para restablecer una visión positiva del colectivo, como la confianza y la esperanza (Nadler, Malloy, & Fischer, 2008), y por otro lado, un cambio en las emociones colectivas negativas, como el miedo y el enojo, para disminuir la visión negativa del colectivo. Ambos procesos por vías diferentes ayudarían a reconstruir el tejido social de una nación y deberían ayudar a desarrollar estrategias de inclusión de los distintos grupos que conforman la misma.

En ambos estudios se ha querido indagar sobre los correlatos del CSE en un conjunto de variables psicosociales. Como se ha visto, un clima positivo o al menos una menor expresión del clima negativo, se asociaba al autoestereotipo positivo del peruano, y con menor consistencia a la identidad y autoestima colectiva. Es decir, que un aspecto estable de la cultura, como la auto-estereotipia, valoración e identificación de la categoría nacional, se asocia a un fenómeno socio-afectivo periódico como el CSE.

De manera específica, las personas más identificadas y que más valoran el ser peruanas tendrían a percibir mayor clima de enfado o conflicto y interrupción social. Dado que el acuerdo con el peruano como capaz y alegre también se asociaba al enfado, podemos pensar que una implicación fuerte en la identidad colectiva, unida a una visión de sociabilidad, se asociará al descontento con la evolución del país y por ende a un clima más conflictivo.

Diferencias temporales en la percepción negativa del CSE

Los resultados mostraron que en el año 2006, la diferencia entre CSE positivo y negativo fue de $-.03$ (no fue estadísticamente significativa –ver estudio 1–). No obstante, en el año 2009, esta discrepancia fue de -1.49 a favor del CSE negativo (estadísticamente significativa –ver estudio 2–). En base a este balance, se podría decir que se incrementó la percepción negativa en relación al CSE del 2006 al 2009.

Estas diferencias temporales podrían corresponder con las circunstancias políticas de los períodos en que se recogieron los datos del primer y segundo estudio. Este hallazgo es congruente con los estadísticos reportados por el Latinobarómetro sobre la confianza en el gobierno en Perú; mientras en el 2006 un 41.7% reportaba tener poca confianza y un 19.9% ninguna confianza en el gobierno, en el 2009 estos porcentajes ascendieron a 43.2% y 33.6% respectivamente (Latinobarómetro, 2006; Latinobarómetro, 2009).

Como ya se mencionó en líneas anteriores, la ausencia de confianza entre las personas y hacia las instituciones, propicia un clima de miedo o ira en América Latina. Específicamente en el Perú, esta ausencia de confianza ha impedido la consolidación de una sociedad civil fuerte, organizada y socialmente desarrollada, lo que se manifiesta en sistemas políticos débiles e inestables (Baudassé & Hinojosa, 2008).

Coincidentemente con lo anterior, la insatisfacción con el gobierno peruano durante el 2009 podría haber tenido también un impacto en la percepción negativa del CSE ya que éste es sensible y se ve influenciado por eventos políticos, económicos, sociales, religiosos y educativos, así como por políticas o acciones gubernamentales de diversa índole, que producen experiencias afectivas compartidas en una población (de Rivera, 1992; de Rivera, Kurrien, & Olsen, 2007).

Por último, teniendo en cuenta que la percepción de violencia en una sociedad disminuye la percepción de un clima de confianza en la misma, es posible asumir que el incremento de conflictos sociales en el 2009 pudo haber afectado el CSE; y es que, entre los meses de abril y junio del 2006, el número de conflictos sociales registrados por la defensoría del pueblo fue de 78 en promedio (Defensoría del Pueblo, 2006a, 2006b, 2006c), siendo dicha cifra considerablemente menor a la del año 2009, en que,

entre esos mismos meses, se reportaron un promedio de 263 conflictos sociales por mes (Defensoría del Pueblo, 2009a, 2009b, 2009c).

En ese sentido, el CSE podría estar esencialmente determinado por la situación social actual del país, siendo los componentes de la identidad

colectiva determinantes distales, probablemente más estables y vinculados a la cultura y estructura social. De tal forma, ello podría corroborar la idea de que la identidad se muestra como un constructo de mayor estabilidad frente al CSE.

Referencias

- Abrams, D. & Hogg, M. A. (1990). An introduction to the social identity approach. En Abrams D., y Hogg, M. A. (Eds.), *Social identity theory: Constructive and critical advances* (pp. 1-9). NY: Harvester Wheatsheaf.
- Abrams, D. & Hogg, M. A. (2006). *Social identifications: A social psychology of intergroup relations and group processes*. London: Routledge.
- Basabe, N. & Ros, M. (2005). Cultural dimensions and social behavior correlates: Individualism-Collectivism and Power Distance. *International Review of Social Psychology*, 18, 189-225.
- Baudassé, T. & Hinojosa, A. (2008). *El Capital Social: Teoría y sus Implicancias en América Latina*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad San Martín de Porres.
- Beramendi, M. (2014). *Percepción del sistema normativo, transgresión y sus correlatos psicosociales en Argentina*. Tesis doctoral no publicada. Facultad de Psicología. Universidad de Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Beramendi, M., & Zubieta, E. (2013). Identidad nacional y relaciones interpersonales en una cultura donde la norma es la transgresión. *Psicología Política*, 26, 165-177.
- Carlin, J. (2009). *El factor humano*. Barcelona: Seix Barral.
- Defensoría del Pueblo (2006a). *Reporte Mensual N° 26 Conflictos Sociales - Abril 2006*. Recuperado de http://www.defensoria.gob.pe/modules/Downloads/conflictos/conflictos_sociales26.pdf
- Defensoría del Pueblo (2006b). *Reporte Mensual N° 27 Conflictos Sociales - Mayo 2006*. Recuperado de http://www.defensoria.gob.pe/modules/Downloads/conflictos/conflictos_sociales27.pdf
- Defensoría del Pueblo (2006c). *Reporte Mensual N° 28 Conflictos Sociales - Mayo 2006*. Recuperado de http://www.defensoria.gob.pe/modules/Downloads/conflictos/conflictos_sociales28.pdf
- Defensoría del Pueblo (2009a). *Reporte Mensual N° 62 Conflictos Sociales - Abril 2009*. Recuperado de <http://www.defensoria.gob.pe/modules/Downloads/conflictos/2009/conflictos-62.pdf>
- Defensoría del Pueblo (2009b). *Reporte Mensual N° 63 Conflictos Sociales - Mayo 2009*. Recuperado de <http://www.defensoria.gob.pe/modules/Downloads/conflictos/2009/Reporte-63.pdf>
- Defensoría del Pueblo (2009c). *Reporte Mensual N° 64 Conflictos Sociales - Junio 2009*. Recuperado de <http://www.defensoria.gob.pe/modules/Downloads/conflictos/2009/report-64.pdf>
- de Rivera, J. (1992). Emotional Climate: Social Structure and Emotional Dynamics. En K.T. Strongman (Ed.), *International Review of Studies on Emotion* (Vol 2, pp. 197-218). New York: John Wiley and Sons.
- de Rivera, J., Kurrien, R., & Olsen, N. (2007). The emotional climate of nations and their culture of peace. *Journal of Social Issues*, 62, 255-272.
- de Rivera, J. & Páez, D. (2007). Introduction: Emotional Climate, Human Security, and Cultures of Peace. *Journal of Social Issues*, 62, 233-253.
- de Rivera, J. & Yurtsever, G. (2010). National emotional climate and the value of freedom. *Beliefs and Values*, 2, 57-65.
- Espinosa, A. (2003). *Identidad social e identidad nacional en una muestra de triciclistas en Juliaca*. Tesis de Licenciatura no publicada, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Espinosa, A., Herschkowicz, S., & Genna, K. (2011). Correlatos psicológicos de las intenciones y comportamientos migratorios de jóvenes peruanos de clase media y alta. *Psicoperspectivas*, 10 (1), 99-124.
- García, S. M., Tor, A., & Schiff, T. M. (2013). The psychology of competition a social comparison perspective. *Perspectives on Psychological Science*, 8(6), 634-650.
- Hogg, M. (2012). Social identity and the psychology of groups. En M. Leary & J. Price (Eds.), *Handbook of self and identity* (2nd ed.) (pp. 502-519). New York: The Guilford Press.
- Jenkins, R. (2007) *Social Identity* (3rd ed). London: Routledge.
- Latinobarómetro. (2009). *Análisis online 2009 Perú*. Recuperado de <http://www.latinobarometro.org/latOnline.jsp>
- Latinobarómetro. (2006). *Análisis online 2006 Perú*. Recuperado de <http://www.latinobarometro.org/latOnline.jsp>
- Latinobarómetro. (2015). *Apoyo a la democracia en el Perú*. Recuperado de <http://www.latinobarometro.org/latOnline.jsp>
- Leonardelli, G., Pickett, C., & Brewer, M. (2010). Optimal distinctiveness theory: A framework for social identity, social cognition, and intergroup relations. *Advances in experimental social psychology*, 43, 63-113.
- Luhtanen, R. & Crocker, J. (1992). A collective self-esteem scale: Self evaluation of one's identity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18, 302-318.
- Montero, M. (1996). Identidad social negativa y crisis socioeconómica: Un estudio psicosocial. *Revista Interamericana de Psicología*, 30, 43-58.
- Nadler, A., Malloy, T.E., & Fisher, J.D. (2008). *The Social Psychology of Intergroup Reconciliation*. Oxford: Oxford University Press.
- Nigbur, D. & Cinnirella, M. (2007). National identification, type and specificity of comparison and their effects on descriptions of national character. *European Journal of Social Psychology*, 37, 672-691.
- Páez, D., Espinosa, A., & Bobowik, M. (2013). Emotional climate: how is it shaped, fostered, and changed? En D. Hermans, B. Rimé, & B. Mesquita (Coords.), *Changing Emotions* (pp. 113-119). London: Psychology Press.
- Páez, D., Marques, J., Valencia, J., & Vincze, O. (2006). Dealing with collective shame and guilt. *Psicología Política*, 32, 59-78.
- Rimé, B. (2007). The social sharing of emotions as an interface between individual and collective processes in the construction of emotional climates. *Journal of Social Issues*, 63, 307-322.
- Salgado, C. (1999). *¿Quiénes somos los peruanos? Una perspectiva psicológica de la identidad nacional*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Smith, E. & Mackie, D. (2007). *Social psychology* (3rd ed.). Hove England: Psychology Press/Taylor y Francis (UK).
- Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales: Estudios de psicología social*. Barcelona: Herder.
- Trepte, S. (2006). Social Identity Theory. En J. Bryant & P. Vorderer (Eds.), *Psychology of entertainment* (pp. 255-271). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.