



PONTIFICIA **UNIVERSIDAD CATÓLICA** DEL PERÚ

Esta obra ha sido publicada bajo la licencia Creative Commons
Reconocimiento-No comercial-Compartir bajo la misma licencia 2.5 Perú.

Para ver una copia de dicha licencia, visite
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>





FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS

PROCESOS DE COMPARACIÓN SOCIAL ENTRE PERÚ Y CHILE Y SU INFLUENCIA EN LA IDENTIDAD SOCIAL PERUANA

Tesis para optar el título de Licenciada en Psicología Social que presente la
Bachiller

KAREN SAORI GENNA MIYAHIRA

ASESOR: AGUSTÍN ESPINOSA PEZZIA

SAN MIGUEL, 20 DE MAYO DE 2010

RESUMEN

Este estudio analiza la influencia de los procesos de comparación social en la identidad social en una muestra de estudiantes universitarios de Lima. Para este caso, se eligió como variable de análisis a la identidad nacional en sus tres componentes: el grado de identificación con el Perú, la autoestima colectiva nacional y el autoconcepto colectivo peruano. Un primer estudio exploratorio (n=35) encontró contenidos positivos del autoconcepto nacional asociados a la cultura gastronómica, creatividad y habilidades interpersonales de los peruanos. Por otro lado, se hallaron contenidos negativos del autoconcepto nacional como el subdesarrollo económico y social del país. Luego, un segundo estudio de tipo experimental (n=105) reveló que los participantes estaban menos de acuerdo con el autoconcepto nacional del “Peruano idealizado” en el grupo de comparación hacia arriba, en el que se hacía saliente la superioridad del exogrupo nacional chileno; que en el grupo control, así como en el grupo de comparación hacia abajo, en el que se hacían salientes atributos positivos del Perú sobre Chile. Los participantes con baja identificación con el Perú estaban más de acuerdo con el autoconcepto colectivo negativo del peruano subdesarrollado en general.

Palabras clave: Comparación social hacia arriba, Comparación social hacia abajo, Identificación con el Perú, Autoestima nacional y Autoconcepto colectivo.

ABSTRACT

This study analyzes how Social Comparison Processes could influence Social Identity in a sample of university students from Lima city. In this case, Peruvian National Identity is chosen like a variant of social identity. It includes three components: Identification to Peru, Peruvian self-esteem and Collective self concept. Exploratory analysis (n=35) found positive collective self concept's traits like gastronomic culture, creativity and good interpersonal skills. On the other hand, there were negative collective self concept's traits like economic and social underdevelopment. Finally, experimental study (n=105) revealed that participants agree less with the Collective self-concept's factor “Idealized Peruvian” in the upward comparison condition that made salient the superiority of a national exogroup like Chile by respect to the control group, and the downward comparison, that made salient national positive attributes by respect to Chile. Low identified participant agree more with negative peruvian stereotype in the comparison with a superior national exogroup or upward condition.

Key words: Upward Comparison, Downward Comparison, Identification to Peru, National Self-Esteem, Collective Self-Concept.

Tabla de Contenidos

Introducción	3
Capítulo 1: Marco de referencia.....	5
▪ Identidad social	5
▪ Componentes y motivos de la identidad social	5
▪ Procesos de base de la identidad social	7
▪ Categorización social	8
▪ Comparación social	8
▪ Influencia de los procesos de comparación social en la identidad social.....	10
▪ Carácter positivo de la identidad social	10
▪ Identidad social negativa	11
▪ Identidad nacional.....	12
▪ Planteamiento del problema.....	16
▪ Objetivos de la investigación	17
▪ Hipótesis de la investigación	17
Capítulo 2: Metodología.....	18
▪ Participantes.....	18
▪ Medición e instrumentos.....	20
▪ Guía de entrevista semi-estructurada.....	20
▪ Cuestionario de comparación social.....	21
▪ Textos de comparación social entre Perú y Chile.....	22
▪ Cuestionario de identidad nacional.....	24
▪ Procedimiento.....	25
▪ Procedimiento de la fase de exploratoria.....	25
▪ Procedimiento de la fase experimental.....	25
Capítulo 3: Resultados y discusión de la fase exploratoria.....	27
Capítulo 4: Resultados de la fase experimental.....	36
Capítulo 5: Discusión general y conclusiones.....	40
Referencias.....	49

ANEXOS	54
Anexo A: Árbol lógico.....	54
Anexo B: Protocolo de entrevista.....	55
Anexo C: Cuestionario de comparación social e identidad nacional.....	56
Anexo D: Texto de comparación hacia arriba: “Chile es un mejor país para vivir que Perú”.....	64
Anexo E: Texto de comparación hacia abajo: “Perú es un mejor país para vivir que Chile”	65
Anexo F: Categorización de los datos cualitativos.....	66
Anexo G: Cuadros y gráficos estadísticos de los resultados de la fase experimental.....	74



Introducción

Los individuos pueden categorizarse y ser categorizados en distintos niveles de abstracción que son: el nivel superordinado de humanidad, que define la identidad humana de un sujeto, el nivel intermedio de la relación endogrupo-exogrupo, que define la identidad social del mismo, y el nivel subordinado del sí mismo, que define la identidad como única en comparación con la de otros miembros del endogrupo, estableciéndose la identidad personal (Abrams & Hogg, 1990; Tajfel, 1984).

Específicamente, la presente tesis se circunscribe al estudio del segundo nivel de auto-presentación relacionado con la identidad social, la cual se define como la “parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo o grupos sociales, junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia” (Tajfel, 1984, p.292).

Considerando lo anterior, se asume que los individuos se evalúan a sí mismos en términos de los atributos que describen a las categorías a las que pertenecen (Hogg & Ridgeway, 2003). Así, una de las funciones de la identidad social es permitir a las personas conocerse a través de la comparación que establecen con los demás al interior del propio grupo y fuera del mismo (Abrams & Hogg, 1990).

La comparación que los individuos efectúan corresponde a un proceso cognitivo y motivacional (Buunk & Van der Laan, 2002) denominado comparación social mediante el cual se evalúan las características de los miembros del endogrupo tomando como referentes a los individuos de los exogrupos relevantes (Park & Salmon, 2005; Hogg & Williams, 2000; Tajfel, 1984).

En la medida en que la identificación con el endogrupo resulta relevante para un individuo, se esperaría que el resultado de la comparación intergrupala que perjudique o favorezca a este grupo, también lastimará o favorecerá al individuo en cuestión en determinados contextos sociales (Mackie, Devos & Smith, 2000; en: Espinosa, Calderón, Burga & Guimac, 2007). Debido a que la comparación social se da en múltiples dimensiones tales como el estatus, poder y valor social (Tajfel, 1984), resultaría esperable que en algunas de ellas la evaluación favorezca al propio grupo fomentando una identidad social positiva en el individuo (Hinkle & Brown, 1990; en: Abrams & Hogg, 1990). Por el contrario, si el grupo no logra percibir la existencia de una dimensión de comparación favorable, entonces los sentimientos de desvalorización podrían incrementarse afectando la autoestima y el autoconcepto de sus miembros (Tajfel & Turner, 1986; en: Espinosa, 2003), lo que a su vez podría derivar en una identidad social negativa (Espinosa, 2003).

Esta investigación se dirige a analizar la influencia de los procesos de comparación social en la identidad social en una muestra de estudiantes universitarios de Lima. Como

variante de la identidad social, se utilizará una de las categorías más salientes de la percepción social: la identidad nacional (Páez, Fernández, Ubillos & Zubieta, 2004), la cual se define como el “reconocimiento de pertenencia a la categoría social peruano y los contenidos asociados a dicha pertenencia” (Espinosa, 2003, p.40). Asimismo, dicho constructo está compuesto por tres elementos: el grado de identificación con la nación, la autoestima nacional o valoración de la pertenencia a un grupo nacional, y finalmente, el autoconcepto nacional o atribución de características positivas o negativas al grupo nacional de pertenencia (Espinosa & Calderón, 2007).

En ese sentido, este trabajo se orienta a identificar y describir los contenidos del autoconcepto nacional y las dimensiones de comparación social relevantes para los estudiantes universitarios peruanos cuando se les enfrenta a un exogrupo como Chile, país que ha sido considerado el enemigo histórico de los peruanos (Rottenbacher, 2008; Rodríguez, 2004). A partir de ello, se intenta analizar la influencia de los procesos de comparación social en la identidad social asociada a la categoría social “peruano”.

Mediante este diagnóstico inicial, se desea lograr una mayor comprensión del fenómeno de estudio que sirva de herramienta para futuras investigaciones dirigidas a esbozar intervenciones que fortalezcan la construcción de una identidad social positiva asociada a la categoría “peruano” mediante la influencia de los procesos de comparación social, que, en lugar de ser una fuente de estrés para los individuos, se conviertan en un instrumento de realce del sí mismo nacional (Cornejo, 2005).

De esa manera, en el primer capítulo, se realiza una revisión bibliográfica de las variables de estudio: la identidad social propuesta por Tajfel (1984) y la comparación social (Buunk & Van der Laan, 2002), así como la relación establecida entre ambas.

Posteriormente, en el segundo capítulo, se describe la metodología de enfoque mixto utilizada para responder a las preguntas de investigación, desde la fase exploratoria hasta la fase experimental.

El tercer capítulo se enfoca en la descripción de los resultados de la fase exploratoria, así como la discusión de los mismos. El cuarto capítulo se avoca a la descripción de los resultados obtenidos en la fase experimental.

Finalmente, en la discusión general, se entrelazan los resultados de ambas fases con la revisión teórica. Ésta se presenta en el quinto capítulo junto con las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Capítulo 1

Marco de referencia

Identidad social

La identidad social se define como “aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo o grupos sociales, junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia” (Tajfel, 1984, p.292).

En ese sentido, el individuo se evalúa a sí mismo en términos de los atributos que describen a la categoría a la que pertenece (Hogg & Ridgeway, 2003).

De esa manera, la identidad social constituye el proceso que actúa como mediador entre el individuo y el grupo (Espinosa, 2003) vinculando los fenómenos colectivos, la cognición social y el comportamiento individual (Hogg & Ridgeway, 2003).

Componentes y motivos de la identidad social

Para lograr una mayor comprensión de la variable, resulta pertinente revisar dos aproximaciones distintas que abordan la identidad social: desde sus componentes y desde los motivos que se encuentran a la base de su construcción.

La primera aproximación señala que la identidad social se basa en dos componentes: el cognitivo y el evaluativo. El primer elemento constituye el autoconcepto del individuo, el cual incluye un conjunto de creencias asumidas por este y percibidas como válidas para sí mismo y su grupo (Yamamoto, 2000; en: Espinosa, 2003).

Según Markus y Kitayama (1991; en: Cheng & Lam, 2007), el autoconcepto puede presentar dos tendencias: la independiente y la interdependiente. El autoconcepto independiente surge cuando prevalece la identidad personal, actuando como individuo único. Dicha tendencia prioriza la autosuficiencia, éxito, competición y ambición individual (Mendoza, Fernández & Páez, 2005). Por el contrario, el autoconcepto interdependiente surge cuando la identidad social se pone en relieve al actuar como miembro de un grupo (Smith, Giannini, Helkana, Maczynski & Stumpf, 2005; Hogg & Williams, 2000), prevaleciendo el mantenimiento de las relaciones armoniosas y la cooperación con los demás miembros del grupo (Mendoza et al., 2005).

Ambas tendencias coexisten en las personas, siendo el contexto y la cultura los que determinarán el predominio de alguna de éstas (Abrams & Hogg, 1990).

El segundo elemento de la identidad social está constituido por la autoestima, la cual impulsa al individuo a mantener y aumentar la concepción positiva de uno mismo (Baumeister, 1998; Luhtanen & Crocker, 1990), mediante la consecución de logros sistemáticos (Baumeister, 1998).

Desde una perspectiva evolucionista, la autoestima constituye un conjunto de mecanismos adaptativos utilizado para monitorear los niveles de éxito con los que un individuo resuelve ciertos retos evolutivos como la aceptación o rechazo de los grupos sociales que lo rodean (Kirkpatrick & Ellis, 2005; en Espinosa, 2010).

Asimismo, ésta es entendida como el correlato afectivo del autoconcepto (Yamamoto, 2000; en: Espinosa, 2003) que resulta de la evaluación del sí mismo (Kunda, 2001; Baumeister & Twenge, 2003) y de la membresía a un grupo social (Luhtanen & Crocker, 1990). En ese sentido, existe una consistencia cognitivo-afectiva en la relación establecida entre el autoconcepto y autoestima, ya que aquellos individuos con alta autoestima colectiva, también presentarían una imagen más favorable de sus grupos (Páez et al., 2004; Baumeister & Twenge, 2003).

La segunda aproximación se basa en el trabajo de Vignoles, Regalia, Golledge y Scabini (2006), el cual consiste en un meta-análisis sobre las teorías del sí mismo, que incluye la teoría de la identidad social. Así, los autores plantean seis motivos que se encuentran a la base de la identidad que son: eficacia, pertenencia, distinción, continuidad, significado y autoestima, el cual ya fue descrito líneas arriba.

En cuanto a la eficacia, ésta impulsa a mantener y aumentar los sentimientos de competencia y control sobre el entorno (Vignoles et al., 2006). Los logros obtenidos constituyen una fuente de información para medir la propia eficacia. De esa manera, las expectativas de dominio aumentan con el éxito y se reducen con los fracasos que los individuos puedan enfrentar (Bandura, 1997).

En segundo lugar, se encuentra una de las funciones más importantes de la identidad: la pertenencia (Baumeister & Twenge, 2003), la cual orienta a los individuos a mantener o aumentar los sentimientos de cercanía y aceptación de los grupos que contribuyen positivamente en alguno de estos aspectos de su identidad (Vignoles et al., 2006; Baumeister & Twenge, 2003) dentro de un contexto de constante competición por el poder, estatus o recursos (Tajfel, 1984).

Según Baumeister y Twenge (2003), la exclusión de un individuo por parte de un grupo se asociaría a la expresión de emociones negativas, sensación de pérdida de poder y control, y manifestaciones de comportamiento agresivo y antisocial. Por otro lado, cuando el propio endogrupo es discriminado por el resto de la sociedad, sus miembros suelen aliviar la sensación de rechazo identificándose con su grupo de pertenencia o con sujetos con quienes comparten características similares (Branscombe, Schmitt & Harvey, 1999; Fable, Platt & Hoey, 1998). De ese modo, al mantener una identidad grupal saliente, los miembros del grupo de bajo estatus culparían a la sociedad, en lugar de a sí mismos, por su situación social (Crocker & Major, 1989).

En contraposición a la pertenencia, surge el motivo de distinción (Brewer, 2007) el cual hace referencia a la diferenciación de su grupo con respecto de los otros grupos a los que no se encuentra afiliado (Vignoles et al., 2006; Tajfel, 1984), siendo necesario pertenecer a un colectivo con límites claramente establecidos (Brewer, 2007; Brewer & Brown, 1998).

Si bien los cuatro primeros motivos de la identidad se asocian visiblemente a la identidad social, para la presente investigación, se considera pertinente la inclusión de los dos últimos motivos propuestos por Vignoles y sus colaboradores (2006): la continuidad y el significado.

Específicamente, la continuidad alude a la motivación de mantener cierta coherencia y estabilidad en las cogniciones que el individuo tiene sobre sí mismo (Baumeister, 1998). En ese sentido, la continuidad juega un rol importante en la identidad social, ya que ésta necesita del pasado para autenticar el presente (Herranz & Basabe, 1999a) a través de una historia que mantenga el sentido de continuidad a través del tiempo y de diferentes situaciones (Vignoles et al., 2006). Así, la historia transmitida en el grupo constituye una de las fuentes de la identidad social que cumple funciones de defensa al mantener una visión nostálgica del pasado siendo un aspecto positivo al cual referirse y que a su vez sirva para diferenciarse de los otros grupos fomentando la cohesión social (Páez, Valencia, Pennebaker, Rimé & Jodelet, 1998; en: Herranz & Basabe, 1999a).

En cuanto al sexto motivo -significado- Lehman, Chiu y Schaller (2004) señalan que el ser un miembro valioso de un grupo cultural evoca un sentimiento de inmortalidad simbólica que mitigaría el miedo de la finitud. En ese sentido, la identidad social presenta un carácter mediador entre el individuo y el grupo que le permite al sujeto ser parte de una realidad que lo trasciende como individuo y lo introduce en grupos o categorías sociales, que le darán sentido como tal (Espinosa, 2003).

Todos estos motivos de la identidad contribuyen al aumento de la cohesión y concepción positiva del endogrupo (Vignoles et al., 2006; Baumeister & Twenge, 2003), así como a la diferenciación de los exogrupos en un contexto de competencia por el poder y los recursos (Vignoles et al., 2006; Tajfel, 1984).

Procesos de base de la identidad social

Con respecto a la construcción de la identidad social, resulta relevante mencionar los procesos implicados en la conformación de dicha variable. En ese sentido, la identidad social necesita de un sistema de orientación como la categorización social que contribuye a crear y definir el puesto del individuo en la sociedad (Tajfel, 1984), así como de la comparación social que guía la evaluación del propio grupo contrastándolo con los demás exogrupos (Park & Salmon, 2005; Hogg & Williams, 2000).

Categorización social

De ese modo, el primer proceso fundamental que se encuentra a la base de la identificación social es la categorización social (Tajfel, 1984), la cual constituye el medio a través del cual se organiza y sistematiza la información del ambiente, segmentando el medio social del sujeto en su propio grupo o endogrupo y en otros grupos o exogrupos. En ese sentido, se produce una acentuación psicológica de las diferencias entre grupos y la atenuación de éstas al interior de una misma categoría (Tajfel & Fraser, 1978; Abrams & Hogg, 1990; Jenkins, 1996).

La categorización social puede darse en diferentes niveles: el nivel superordenado de la humanidad o identidad humana; el nivel intermedio de endogrupo-exogrupo o identidad social; y finalmente, el nivel subordinado del sí mismo como ser único o identidad personal (Abrams & Hogg, 1990; Tajfel, 1984).

Específicamente, es en el nivel intermedio en donde se introduce la identidad social (Abrams & Hogg, 1990), en la cual resaltan dos procesos diferenciados ya mencionados por Vignoles y sus colaboradores (2006): la identificación endogrupal o necesidad de sentirse miembro de un grupo determinado y, por otro lado, la diferenciación exogrupal que implica la distinción de los grupos a los que no se pertenece (Brewer, 1991; en: Rocca & Brewer, 2002).

El eje que une la categorización social con la identidad social es la comparación social (Hogg & Williams, 2000), pues el valor de la pertenencia a un grupo social podría determinarse por el nivel de comparación entre el endogrupo y los exogrupos relevantes (Tajfel, 1984).

Comparación social

La comparación social es definida como un proceso cognitivo y motivacional (Buunk & Van der Laan, 2002) mediante el cual los individuos evalúan su propio grupo tomando como referencia a los otros grupos (Park & Salmon, 2005; Hogg & Williams, 2000).

La teoría de la comparación social fue propuesta por Festinger (1954) quien señala que los individuos poseen un impulso fundamental para compararse con otros. Dicha comparación no solo evalúa los resultados pasados y presentes sino que también predice (Suls, Martin & Wheeler, 2002) y brinda información para guiar el comportamiento futuro (Mussweiler, Gabriel & Bodenhausen, 2000).

Cabe resaltar que las personas difieren en la tendencia a compararse con los otros (Buunk, Van der Zee & VanYperen, 2001). Por ello, Buunk y Gibbons (1999) proponen el concepto de Orientación a la Comparación Social (OCS), el cual hace referencia a la disposición de quienes están fuertemente orientados a evaluar sus habilidades, creencias y actitudes con respecto a las de los otros en circunstancias similares.

Por otro lado, existen tres factores que, en interacción, influyen los efectos de la comparación social que son: la relevancia de la dimensión de comparación, el grado de cercanía con el exogrupo y el desempeño del otro grupo (Tesser, 1988; en: Schmitt, Branscombe, Silvia, Garcia & Spear, 2006).

Con respecto al primer elemento, mientras más relevante resulte la dimensión de comparación para el individuo, más se incrementará el significado de la comparación y sus implicancias para la auto-evaluación (Mussweiler et al., 2000).

En cuanto al grado de cercanía con el exogrupo, Festinger (1954) plantea que, para que la comparación social resulte relevante para la auto-evaluación, se deben compartir atributos similares con el estándar de comparación. Basándose en ésta premisa, Mussweiler y colaboradores (2000) proponen que una de las estrategias utilizadas para menguar los efectos negativos de la comparación social con grupos superiores al propio es distanciarse de las categorías sociales que se comparten con el estándar, ya que el compartir una misma categoría social crea una cercanía psicológica que incrementa el significado de la comparación y sus implicancias para la auto-evaluación.

Finalmente, según el desempeño que presenta el exogrupo, la comparación social puede darse en dos direcciones: comparación hacia arriba y comparación hacia abajo. En la primera, se compara el desempeño del endogrupo con los exogrupos más exitosos. Contrariamente, en la segunda, se compara la propia situación con aquellos grupos que tienen una posición inferior (Van der Zee, Buunk, Sanderman, Botke & Van Den Bergh, 1999; 2000; Reis-Bergan, Gibbons, Gerrad & Ybema, 2000).

Ambas direcciones pueden causar efectos tanto positivos como negativos en los individuos o grupos a los que pertenecen (Buunk & Ybema, 2001; Van der Zee et al., 2000; Reis-Bergan et al., 2000) en diversos aspectos como la motivación del sujeto, el nivel de aspiración (Suls et al., 2002; Reis-Bergan et al., 2000), bienestar subjetivo, autoconcepto y autoestima (Buunk, Ybema, Gibbons & Ipenburg, 2001; Gardner, Gabriel & Hochschild, 2002; Park & Salmon, 2005).

En ese sentido, el compararse con un grupo más exitoso que el propio podría resultar amenazante al relacionarse con sentimientos de envidia ante los logros del exogrupo (Salovey & Rodin, 1984; en: Reis-Bergan et al., 2000) y una baja autoestima al percibir las desventajas del endogrupo (Morse & Gergen, 1970; en: Reis-Bergan et al., 2000). No obstante, la comparación hacia arriba también se asociaría con afectos positivos cuando se considera al exogrupo exitoso como una fuente de inspiración y esperanza para mejorar la situación del propio grupo (Suls et al., 2002; Van der Zee, Bakker & Buunk, 2001; Reis-Bergan et al., 2000; Van der Zee, Buunk & Sanderman, 1998).

Por otro lado, la comparación hacia abajo, es decir, el compararse con grupos inferiores al propio, surgiría como respuesta ante una situación amenazante (Wills, 1980;

en: Suls et al., 2002) con el fin de generar afectos positivos en el individuo tales como el realce del propio grupo (Taylor, Moghaddam & Bellerose, 2001), aumento del bienestar subjetivo (Word, Taylor & Lichtman, 1985; en: Reis-Bergan et al., 2000) y de la autoestima (Park & Salmon, 2005). Sin embargo, ésta también produciría afectos negativos como la sensación de amenaza y ansiedad ante la posibilidad de que el endogrupo pueda empeorar y llegar al estado no deseado en el que se encuentra el exogrupo (Suls et al., 2002; Reis-Bergan et al., 2000; Van der Zee et al., 2000).

De esa manera, los resultados producidos por la comparación social pueden variar según la interpretación que el sujeto realice de la situación de comparación (Buunk & Van der Lann, 2002; Reis-Bergan et al., 2000; Van der Zee et al., 1999; Van der Zee et al., 2000).

La comparación social puede ser interpretada de dos maneras: identificándose o contrastándose con el otro grupo. El primer caso se enfoca en los aspectos similares o comunes que comparten con el exogrupo. En cambio, en el segundo caso, se contrasta con el otro grupo focalizándose en las diferencias entre ellos (Buunk & Van der Lann, 2002; Reis-Bergan et al., 2000; Van der Zee et al., 1999; Van der Zee et al., 2000).

Tanto la identificación como el contraste pueden ocurrir en ambas direcciones de la comparación social –hacia arriba y hacia abajo- dando lugar a cuatro procesos distintos: la identificación hacia arriba, la identificación hacia abajo, el contraste hacia arriba y el contraste hacia abajo (Cornejo, 2005; Van der Zee et al., 2000) asociándose a resultados favorables o desfavorables (Buunk & Ybema, 1997; Van der Zee et al., 2000) que repercutirían en la identidad social.

Influencia de los procesos de comparación social en la identidad social

En la medida en que la identificación con el endogrupo se vuelve relevante para un individuo, se esperaría que el resultado de la comparación intergrupala que perjudique o favorezca a este grupo, también lastimará o favorecerá al individuo en cuestión en determinados contextos sociales (Mackie et al., 2000; en: Espinosa et al., 2007).

Carácter positivo de la identidad social

Las competencias intergrupales tendrían la finalidad de alcanzar un carácter distintivo y positivo del propio grupo con la finalidad de obtener una identidad social positiva (Hogg & Williams, 2000; Abrams & Hogg, 1990; Tajfel, 1982). Para que ello suceda, la comparación social debería darse en alguna dimensión de particular importancia para el endogrupo y en la cual éste sea estereotipadamente positivo (Abrams & Hogg, 1990).

Un resultado favorable contribuiría al fortalecimiento de los aspectos positivos de la identidad de sus miembros (Tajfel, 1984) al impactar positivamente en la autoestima asociada a la pertenencia a dicha categoría social (Espinosa, 2003).

No obstante, si existiesen pocas o ninguna dimensión de comparación que favorezca al endogrupo, entonces los sentimientos de desvalorización podrían incrementarse, afectando la autoestima y el autoconcepto (Tajfel & Turner, 1979; en: Espinosa, 2003), lo que a su vez podría derivar en una identidad social negativa (Espinosa, 2003).

Identidad social negativa

La identidad social negativa consiste en la descalificación o desvalorización del endogrupo (Montero, 1996), que podría asociarse a aquellas circunstancias en las que el grupo de pertenencia no posee el poder, los recursos, el prestigio o el estatus deseado (Tajfel, 1984).

Es importante resaltar que la percepción de desventaja resulta una condición necesaria pero no suficiente para la aparición de esta auto-percepción negativa. En ese sentido, constituye un riesgo potencial, pues la aparición de una identidad social negativa depende también de otros factores como la adaptación al medio; los recursos cognitivos y emotivos; y los comportamientos asociados a los sentimientos del grupo afectado (Espinosa, 2003).

Cuando la afirmación positiva del exogrupo refuerza la imagen deteriorada del propio grupo (Banchs, Cadenas, Domínguez & Montero, 1993) se podrían generar sensaciones de frustración y una visión pesimista del futuro con pocas expectativas de lograr un cambio (Montero, 1996).

Frente a la identidad social negativa, los individuos buscan numerosas estrategias del manejo de la identidad para minimizar la amenaza, producto de una comparación social desfavorable (Tajfel, 1982). Entre ellas, se encuentran la movilidad social del individuo, la creatividad social y la competición social.

La movilidad social implica el abandono del propio grupo para pertenecer a otro de mayor estatus. Esta estrategia, como sistema de creencias, señala que existen límites permeables entre grupos, por tanto los individuos se trasladan por elección o esfuerzo propio de un grupo a otro (Abrams & Hogg, 1990).

En relación a la identidad nacional, la movilidad social constituye una posibilidad que involucra cierto grado de complejidad debido a las limitaciones financieras y emocionales que existen para la emigración y adopción de una nueva nacionalidad (Tajfel, 1982). Sin embargo, para Tajfel (1982), existe la posibilidad de incluirse como miembro de una subcultura regional o de una entidad supranacional.

Por ejemplo, Salazar (1996; en: Smith et al., 2005) encontró que individuos de Chile, Colombia, México, República Dominicana y Perú se identificaban más como latinoamericanos (categoría supranacional) que como miembros de sus países de origen. No obstante, una fuerte identificación nacional no excluye una fuerte identificación regional o supranacional, al ser categorías que no se encuentran en competencia (Smith et al., 2005).

En segundo lugar, la creatividad social altera la situación comparativa en desventaja mediante dos métodos: al encontrar un grupo de menor estatus con el cual compararse o al transformar las cualidades negativas del propio grupo en aspectos positivos (Huici, 1999; en Espinosa, 2003).

En tercer lugar, se encuentra la competición social que consiste en superar al otro grupo en los aspectos en los que anteriormente tenía ventaja mediante el esfuerzo colectivo (Espinosa, 2003) o el origen de una situación antagónica y conflictiva entre el grupo favorecido y el subyugado que contribuya a cambiar la situación desfavorable (Tajfel & Turner, 1979; en: Espinosa, 2003).

Una estrategia adicional del manejo de la identidad estaría conformada por los estereotipos y prejuicios que provienen de las amenazas percibidas de otros grupos. Éstos pueden ser interpretados como una estrategia que desvaloriza los atributos de otros grupos para resaltar y mantener las características positivas del propio grupo (Abrams & Hogg, 1990) o para ocultar las características negativas del mismo (Ruggiero & Marx, 1999). Así, ambos se encuentran estrechamente ligados a la identidad y comparación social debido a la motivación de obtener una evaluación favorable del endogrupo en comparación con el exogrupo (Espinosa, 2003).

Identidad nacional

Una de las múltiples categorías sociales construidas y compartidas por los individuos (Rocca & Brewer, 2002; Tajfel & Fraser, 1978) son las naciones (Tajfel, 1984) y, desde la Psicología Social, solo se puede hablar de nación en términos de la existencia de una identidad nacional (Rottenbacher, 2008).

La identidad nacional puede ser definida como un espacio socio-psicológico de pertenencia (De la Torre, 1997) e identificación con un conjunto de significaciones y representaciones relativamente permanentes a través del tiempo que permiten a los miembros de un grupo social reconocerse como relacionados los unos a los otros (Montero, 1996) al compartir elementos de carácter subjetivo y objetivo (De la Torre, 1997).

Por un lado, los componentes subjetivos incluyen el sentimiento personal de pertenencia al grupo nacional (Matera, Giannini, Blanco & Smith, 2005). Por otro lado, los

componentes objetivos están conformados por elementos socio-culturales compartidos tales como el territorio, lenguaje, religión, costumbres, instituciones sociales y, finalmente, las memorias históricas que corresponden a un pasado común (Matera et al., 2005; Herranz & Basabe, 1999b; Montero, 1996).

La transmisión de estas memorias y la adquisición de creencias, actitudes y valores socialmente compartidos por el grupo (Matera et al., 2005) hacen posible que la identidad nacional presente una naturaleza adquirida y de origen socio-cultural (Pérez, 1999).

En ese sentido, los individuos toman conciencia de las características atribuidas a su nación a lo largo de su vida que incluyen elementos auto-atribuidos por las personas pertenecientes a esa misma nación o por miembros de otros países. Así, la auto-estereotipia positiva se asociaría con una mayor identificación hacia la nación, mientras que la auto-estereotipia negativa se dirige a la construcción del sí mismo en términos de identidades alternativas no ligadas a la nacionalidad (Smith et al., 2005).

Para el caso peruano, la identidad nacional se define como el “reconocimiento de pertenencia a la categoría social peruano y los contenidos asociados a dicha pertenencia” (Espinosa, 2003, p.40). Basándose en la teoría de Tajfel (1984), Espinosa y Calderón (2007) proponen un modelo en el que se analizan sus tres principales componentes: la identificación con la nación o grado de intensidad con el cual un individuo se identifica con su nación, la autoestima nacional o valoración de la pertenencia a un grupo nacional y, finalmente, el autoconcepto nacional o atribución de características positivas o negativas al grupo nacional de pertenencia.

Investigaciones previas (Rottenbacher, 2008; Espinosa et al., 2007) sostienen que tanto el grado de identificación con el Perú como la autoestima nacional presentan puntuaciones entre 4 a 5 puntos en una escala Likert de 5 puntos, lo que sugiere niveles de identificación medios y altos.

En cuanto a los contenidos del autoconcepto nacional, el estudio realizado por Espinosa (2003) muestra que los aspectos positivos hacen referencia al establecimiento de relaciones sociales armoniosas y su espíritu progresista. Por el contrario, los contenidos negativos señalan aspectos como la marginalidad, delincuencia, incapacidad, subdesarrollo, fracaso y conformismo.

Cabe destacar que la identidad nacional de los peruanos se basa sus componentes objetivos tales como el ubicarse dentro de un territorio común, hablar un mismo idioma y obedecer a las mismas instituciones sociales (Yamamoto, 2000; en: Espinosa, 2003). Por el contrario, los componentes subjetivos de la identidad nacional como el compromiso de cohesión y valoración del ser peruano no se encuentran tan claramente definidos en el discurso de sus habitantes (Espinosa, 2003).

Ello podría relacionarse con el establecimiento de las relaciones intergrupales dentro de un país que presenta una condición claramente pluriétnica y multicultural como lo es el Perú (Comas-Díaz, Brinton & Alarcón, 1998) y en donde se transmiten culturalmente estereotipos, prejuicios y conductas discriminatorias hacia determinados grupos étnicos percibidos como categorías sociales de bajo estatus con los cuales los peruanos no se identifican ni valoran (Espinosa et al., 2007). Dentro de ese marco, resultaría difícil consolidar un conjunto de significaciones y representaciones que permitan a los miembros de este grupo social –nación- reconocerse como relacionados los unos a los otros (Montero, 1996).

Sin embargo, la dificultad de aprehender una identidad nacional unificada no es un aspecto que atañe exclusivamente al Perú. Esta situación también es descrita en otros países como Venezuela, fruto de la unión de europeos, indígenas y negros (Montero, 1996; Banchs, et., 1993). Por otro lado, Brasil presenta también una división cultural entre los habitantes blancos del sur y los negros y mulatos del norte (Mendoza et al., 2005). Fuera de América, se encuentra el caso de Indonesia, en donde existen trescientos grupos étnicos distintos (Tajfel, 1982). Finalmente, la realidad pluricultural de España (Matera et al., 2005) también se encuentra marcada por una historia de conflictos y guerras civiles entre los diferentes subgrupos nacionales (Herranz & Basabe, 1999a).

Según Matera y sus colaboradores (2005), la propia nación –endogrupo- puede ser juzgada comparándola con otras naciones -exogrupos- en referencia a diversos prototipos socio-políticos del ideal de la sociedad. En ese sentido, aquellos países con mayor poder impondrían una serie de dimensiones comparativas que perjudicarían a los grupos de menor poder y estatus, atentando contra la identidad social de sus miembros (Rodríguez & Cruz, 2006).

La presencia de un exogrupo relevantemente superior en diversos aspectos como el económico, político, cultural o tecnológico es nombrada por Montero (1996) como el “altercentrismo”. Dicho fenómeno consiste en la presencia y predominio de un otro social, en este caso, un país que se contrapone al propio y al que se establece como modelo a seguir categorizándolo de manera positiva, mientras que la propia nación obtiene un resultado menos favorable.

En el contexto nacional, según los resultados de Espinosa (2003), los peruanos consideran que los modelos con los que deberían compararse son países como Japón, China, Estados Unidos, Brasil y Chile, es decir, naciones que presentan un mayor grado de desarrollo, respeto a la legalidad y el orden.

Específicamente, el caso de Chile representaría un modelo de comparación para los peruanos, cuya relevancia se asocia a la construcción y valoración de la historia nacional, la cual permite evaluar la pertenencia a un grupo social de manera parcial (Espinosa &

Calderón, 2007). En ese sentido, uno de los eventos históricos más significativos en la memoria colectiva de los peruanos es la Guerra con Chile que, a pesar del paso del tiempo, continúa vigente en el recuerdo de las diferentes generaciones al constituir la mayor derrota nacional de la época de la República (Rottenbacher, 2008).

De ese modo, el vencimiento del Perú presenta una valoración negativa para los peruanos (Rottenbacher, 2008), constituyendo un trauma emocional en el imaginario colectivo que se refuerza a través de una formación anti-chilenista, colocando a Chile como un país depredador que busca la hegemonía en Sudamérica (Rodríguez, 2004). Esta enemistad se transmite mediante un “nacionalismo banal” que perpetúa eventos de la historia nacional a través de diversos ambientes u objetos de la vida cotidiana (Billig, 1995; en: Matera et al., 2005) tales como los parques, calles y plazas que llevan el nombre de los mártires combatientes de la Guerra con Chile (Rottenbacher, 2008).

Así, Chile asumiría el rol de “el enemigo de siempre”, convirtiéndose en el exogrupo del cual diferenciarse (Tajfel, 1984) y frente al cual los peruanos debían defender su identidad nacional (Rottenbacher, 2008).



Planteamiento del problema

Como se mencionó anteriormente, los individuos se evalúan a sí mismos en términos de los atributos que describen a las categorías a las que pertenecen (Hogg & Ridgeway, 2003). En ese sentido y para efectos de la presente investigación, se eligió como categoría social el ser peruano, debido a que ésta constituye una de las dimensiones más salientes en la percepción social para el individuo (Páez et al., 2004). Así, se toma como variante de la identidad social a la identidad nacional y sus tres componentes que son: identificación con el Perú, autoestima nacional y autoconcepto colectivo (Espinosa & Calderón, 2007).

Por otro lado, una de las funciones de la identidad social es permitir a las personas conocerse a través de la comparación social que establecen con los demás al interior del propio grupo y fuera del mismo (Abrams & Hogg, 1990). El significado de la comparación y sus implicancias para la auto-evaluación se incrementarán cuando el otro grupo destaque en una dimensión de comparación relevante para el individuo y mientras más cercanía psicológica exista con el exogrupo (Mussweiler et al., 2000).

De esa manera, se estableció como exgrupo de comparación a Chile al asumir que éste cuenta con la suficiente cercanía psicológica para los estudiantes peruanos por ser un modelo de comparación relevante en la historia del Perú (Rottenbacher, 2008; Rodríguez, 2004) y en la formación de la identidad nacional (Espinosa et al., 2007) al ser percibido como un país enemigo (Rodríguez, 2004) frente al cual los peruanos debían defender su identidad nacional (Rottenbacher, 2008).

De ese modo, se busca analizar la influencia de la comparación social en los tres componentes de la identidad nacional para lo cual resultaría necesario explorar los contenidos positivos y negativos del autoconcepto nacional relevantes para los estudiantes universitarios, así como las dimensiones de comparación hacia arriba y hacia abajo que establecen frente a un exogrupo como Chile.

Asimismo, esta tesis se dirige a lograr una mayor comprensión del fenómeno de estudio y contribuir a la construcción del conocimiento de ambas variables. Adicionalmente, podría constituir una herramienta para las futuras investigaciones que planteen líneas de intervención enfocadas en el fortalecimiento de la construcción de una identidad nacional positiva mediante la influencia de los procesos de comparación social.

Preguntas de investigación

Por todo lo expuesto, la presente investigación se propone responder a las siguientes preguntas:

1. ¿Cuáles son las dimensiones de comparación social entre Perú y Chile y los contenidos del autoconcepto nacional relevantes para los estudiantes universitarios de Lima?
2. ¿Cómo influye la dirección de la comparación social entre Perú y Chile en la identidad nacional peruana de un grupo de estudiantes universitarios de Lima?

Objetivos de la investigación

Objetivos generales

1. Identificar y describir las dimensiones relevantes de la comparación social entre Perú y Chile y los contenidos del autoconcepto nacional peruano relevantes para los estudiantes universitarios de Lima.
2. Identificar el nivel de influencia de la dirección de los procesos de comparación social entre Perú y Chile en la identidad nacional peruana de los estudiantes universitarios de Lima.

Objetivos específicos

1. Identificar y describir a profundidad los contenidos del autoconcepto nacional positivos y negativos relevantes para los estudiantes universitarios de Lima.
2. Identificar y describir las principales dimensiones de comparación social entre Perú y Chile por contraste hacia arriba y por contraste hacia abajo relevantes para los estudiantes universitarios de Lima.
3. Analizar el nivel de influencia del contraste hacia arriba entre Perú y Chile en los tres componentes de la identidad nacional en los estudiantes universitarios de Lima.
4. Analizar el nivel de influencia del contraste hacia abajo entre Perú y Chile en los tres componentes de la identidad nacional en los estudiantes universitarios de Lima.

Hipótesis de la investigación

1. El contraste hacia arriba causaría una menor identificación de la categoría nacional, una menor valoración de la categoría nacional, una mayor presencia de contenidos negativos asociados al autoconcepto nacional, así como una menor presencia de contenidos positivos asociados al mismo.
2. El contraste hacia abajo causaría una mayor identificación de la categoría nacional, una mayor valoración de la categoría nacional, una mayor presencia de contenidos positivos autoconcepto nacional, así como una menor presencia de contenidos negativos asociados al mismo.

Capítulo 2

Metodología

La presente investigación responde a un enfoque mixto al tratarse de un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cualitativos y cuantitativos, logrando una perspectiva más precisa del fenómeno de estudio (Hernández, Fernández & Baptista, 2006).

Asimismo, se basa en el diseño de dos etapas, pues consta de una fase exploratoria y una fase experimental. En la fase exploratoria, se recopilan datos cualitativos, mientras que en la fase experimental, se aplica el enfoque cuantitativo. En ambas etapas, se siguen las técnicas de cada enfoque de manera independiente (Hernández et al., 2006).

La etapa exploratoria busca identificar y describir a profundidad los contenidos asociados a los constructos para lograr una mejor comprensión del objeto de estudio. Se basa en un diseño sistemático que emplea el seguimiento de determinados pasos para analizar los datos mediante la codificación abierta, realizando una revisión completa del material y generando categorías de similar significado por comparación constante (Hernández et al., 2006).

La etapa experimental fue elaborada parcialmente a partir de la recolección de los datos cualitativos. Se orienta a brindar soporte estadístico con el fin de demostrar y analizar la relación causal entre las variables. Esta etapa constituye un cuasi-experimento, estableciéndose tres condiciones controladas para medir el efecto de la variable manipulada -comparación social- en la variable dependiente -identidad social. En ese sentido, se cuenta con dos grupos experimentales y un grupo de control. Cabe destacar que la asignación de los participantes a cada grupo no fue realizada de manera aleatoria debido a que estos grupos ya se encontraban conformados previamente (Hernández et al., 2006).

Participantes

La muestra se encuentra constituida por estudiantes peruanos de una universidad privada de Lima, cuyas edades oscilan entre 17 a 27 años de edad pertenecientes a ambos sexos. Los criterios mencionados fueron elegidos por la accesibilidad a los participantes.

Cabe mencionar que la totalidad de la muestra tiene padres de nacionalidad peruana y que se consideró como criterio de exclusión el haber residido en Chile. Dichos requisitos se establecieron debido a que la identidad nacional presenta una naturaleza adquirida y de origen socio-cultural (Pérez, 1999), la cual se va formando a través de la transmisión de valores, creencias y actitudes por parte de sus grupos primarios, secundarios y la sociedad en general en la que se encuentran inmersos (Matera et al.,

2005). Por tanto se infiere que, si el sujeto se desarrolla en un contexto diferente al de la mayoría de peruanos, ello podría influir en la construcción de su identidad nacional.

Fase exploratoria

En la fase exploratoria, la muestra se conforma por treinta y cinco sujetos ($n=35$). El muestreo utilizado es de tipo no probabilístico intencional al realizarse un esfuerzo deliberado para seleccionar a los individuos que cumplan con los requisitos establecidos (Vieytes, 2004).

Una vez confirmada su pertenencia al grupo, los sujetos se eligen por su disponibilidad para ser entrevistados o a través de contactos personales. De estas personas, 19 son varones y 16 mujeres, cuyas edades oscilan entre 19 a 27 años (Media= 22.37 años, $DE= 1.48$).

Fase experimental

Con respecto a la fase experimental, la muestra se compone de ciento cinco sujetos ($n=105$). Luego de comprobar el cumplimiento de los criterios determinados para formar parte de la muestra, se conformaron tres condiciones, asignando a treinta y cinco participantes por grupo. Al igual que en la fase anterior, aquellos participantes fueron seleccionados en base al muestreo no probabilístico intencional (Vieytes, 2004).

Esta muestra se compone de 66 mujeres y 39 varones, cuyas edades se encuentran en un rango de 17 a 25 años (Media= 19.38 años, $DE= 1.51$). Adicionalmente, se obtuvo la condición socio-económica de los participantes mediante la clasificación de la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados (2009).

Con respecto a la variable edad, se realizó la prueba Chi-cuadrado para confirmar que no existan diferencias significativas en las tres condiciones experimentales como se muestra a continuación:

TABLA 1
PRUEBA CHI-CUADRADO DE LA VARIABLE SEXO POR CONDICIÓN

		Condición			χ^2	p
		Grupo de comparación hacia arriba	Grupo de comparación hacia abajo	Grupo control		
Sexo	Femenino	25	19	22	2.203	.332
	Masculino	10	16	13		

Asimismo, se realizó una comparación de medias de las variables edad y condición socio-económica para garantizar que los tres grupos sean comparables como se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 2
PRUEBA U DE MANN-WHITNEY DE LAS VARIABLES EDAD Y CONDICIÓN SOCIOECONÓMICA

	Condición			K	p
	Grupo de comparación hacia arriba	Grupo de comparación hacia abajo	Grupo control		
Edad	18.97 (DE=1.45)	19.66 (DE=1.59)	19.51 (DE=1.44)	5.641	.060
Condición socioeconómica	21.34 (DE=2.25)	20.77 (DE=2.59)	21.06 (DE=2.27)	.867	.648
n	35	35	35	105	105

Medición e instrumentos

Para la recolección de datos en la fase exploratoria, se utiliza una guía de entrevista semi-estructurada. En la fase experimental, se aplicó un cuestionario estructurado de preguntas cerradas.

Guía de entrevista semi-estructurada

La guía de entrevista está conformada por la ficha de datos, el consentimiento informado y tres preguntas abiertas de opinión. La ficha de datos tiene por objetivo obtener el perfil sociodemográfico de los participantes como el sexo, edad, y estado civil.

Por otro lado, las preguntas abiertas se dirigen a identificar y describir las principales dimensiones de comparación social entre Perú y Chile según dos direcciones: por contraste hacia arriba y por contraste hacia abajo. Asimismo, se indaga sobre los contenidos positivos y negativos del autoconcepto nacional (ver anexo B).

La validez de la guía de entrevista se basa en la revisión bibliográfica del marco de referencia. Para garantizar la funcionalidad de este instrumento, se aplicó un piloto conformado por cuatro casos con sujetos que compartían las mismas características de la población objetivo. A partir de la comprensión de las preguntas y las sugerencias de los entrevistados, se realizan las modificaciones lingüísticas necesarias para asegurar un mayor entendimiento de la entrevista. La duración de la entrevista oscila entre quince a veinte minutos. En todos los casos, se toman notas de las respuestas brindadas para obtener un registro más confiable.

Cuestionario de Comparación social e identidad nacional

La fase experimental utiliza un instrumento que mide las variables de control de la comparación social –comparación social y orientación hacia la comparación social -y las

variables dependientes –identificación con el Perú, autoestima nacional peruana y autoconcepto colectivo peruano (ver anexo C). A su vez, incluye la dirección de la comparación social que actúa como la variable independiente (ver anexo D y E).

Cuestionario de comparación social

El cuestionario de comparación social mide las variables de control asociadas a dicho constructo con el fin de controlar factores extraños que pudieran influir en los resultados obtenidos además de la supuesta causa (Vieytes, 2004).

Éste consiste en un cuestionario estructurado de preguntas cerradas que comprende veintitrés ítems desagregados en dos escalas: la escala de orientación a la comparación social (OSC) y la escala de comparación social.

Escala de orientación a la comparación social

Con respecto a la escala de Orientación a la comparación social o Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (Bunnk y Gibbons, 1999), ésta está compuesta por once ítems que miden la Orientación hacia la comparación social (OSC), es decir, en qué medida un individuo tiende a medir sus habilidades, creencias o actitudes tomando como referencia las habilidades, creencias o actitudes de los otros. Las respuestas se encuentran en una escala Likert de cinco puntos, donde 1 “Muy en desacuerdo” y 5 “Muy de acuerdo”.

En el Perú, la escala fue utilizada por Cornejo (2005) quien trabajó con una muestra de estudiantes peruanos de una universidad privada de Lima, en donde la prueba presenta una validez relacionada con el criterio de tipo concurrente (Kerlinger & Lee, 2002), pues los resultados obtenidos mostraron congruencia con el marco teórico revisado por la autora. Para efectos del presente estudio, la prueba obtuvo un Alpha de Cronbach de 0.80, revelando su naturaleza confiable.

Escala de comparación social

Ésta comprende la medición de cuatro áreas: identificación hacia arriba, identificación hacia abajo, contraste hacia arriba y contraste hacia abajo (Van der Zee, Buunk et al., 2000).

La identificación hacia arriba señala la tendencia del individuo a compararse socialmente con personas de mejor situación o desempeño que el propio, focalizándose en las similitudes que comparte con ellos. Por el contrario, la identificación hacia abajo mide la tendencia a compararse con aquellos a quienes se percibe en una peor situación que la propia, resaltando las semejanzas que lo acercan a éstos.

Con respecto al contraste hacia arriba, señala la tendencia a compararse con individuos de mejor desempeño que el propio, enfocándose en las diferencias que lo

separan de los mejores. Por último, el contraste hacia abajo, revela la tendencia a compararse socialmente con aquellos que se encuentran en una peor situación que la propia, destacando las características que lo distinguen de estos sujetos.

Cada área comprende tres ítems, por lo que la prueba consta de doce ítems en su totalidad. Las respuestas corresponden a una escala Likert de cinco puntos, donde 1 “Nunca” y 5 “Muy a menudo”.

Al igual que la primera escala, esta prueba también fue utilizada por Cornejo (2005), en donde obtuvo una adecuada validez relacionada con el criterio de tipo concurrente (Kerlinger & Lee, 2002) al demostrar que los resultados eran congruentes con la revisión bibliográfica realizada. Para esta tesis, las cuatro áreas presentaron adecuados índices de confiabilidad mediante los siguientes Alphas de Cronbach: identificación hacia arriba 0.86; identificación hacia abajo 0.79; contraste hacia arriba 0.84; contraste hacia abajo 0.78.

Textos de comparación social entre Perú y Chile

Los textos de comparación social entre Perú y Chile constituyen el estímulo utilizado en la fase experimental para manipular la variable dependiente: la identidad nacional de la muestra. De esa manera, se cuenta con dos versiones del texto para marcar la diferencia en la intervención de las dos condiciones experimentales asignadas: el grupo de comparación hacia arriba y el grupo de comparación hacia abajo.

Texto de comparación hacia arriba: “Chile es un mejor país para vivir que Perú”

Con respecto al grupo de comparación hacia arriba, se presenta el texto que indica que Chile es un mejor país para vivir que Perú, describiendo las ventajas de Chile por encima de la situación peruana. Dichos aspectos se encuentran conformados por la superioridad chilena en dimensiones como la económica, educativa y social (limpieza de sus calles, puntualidad y honestidad de sus habitantes y, en general, un mayor respeto por sus leyes) (ver anexo D).

La presentación de estas dimensiones en las que el endogrupo no posee el estatus deseado incrementaría los sentimientos de desvalorización en el grupo afectando negativamente la autoestima (Morse & Gergen, 1970; en: Reis-Bergan et al., 2000) y el autoconcepto (Tajfel & Turner, 1979; en: Espinosa, 2003), lo que a su vez podría derivar en una identidad social negativa (Espinosa, 2003).

Texto de comparación hacia abajo: “Perú es un mejor país para vivir que Chile”

En cuanto al grupo de comparación hacia abajo, se presenta el texto que señala que Perú es un mejor país para vivir que Chile, explicando las ventajas de Perú por encima de éste como su cultura gastronómica, paisajes naturales, la calidez y espíritu acogedor de sus pobladores y la creatividad en los negocios (ver anexo E).

El compararse con grupos inferiores al propio en estas dimensiones de particular importancia para el endogrupo y en las cuales éste resulta estereotipadamente positivo (Abrams & Hogg, 1990) se asocia con afectos positivos tales como el realce del propio grupo (Taylor et al., 2001) el cual impacta positivamente en la autoestima colectiva (Park & Salmon, 2005; Espinosa, 2003) y en el autoconcepto.

El contenido de ambos textos fue elaborado en base a las dimensiones de comparación social obtenidas a partir de la recolección de datos cualitativos brindados por una muestra que comparte las mismas características con los participantes de la etapa experimental. Cabe destacar que solo se utilizaron las dimensiones que obtuvieron una frecuencia mayor a cuatro sobre treinta y cinco entrevistados.

Por otro lado, se estandarizó la presentación de los textos, utilizando el formato de una noticia extraída de un diario online. Se propuso copiar dicho formato para reforzar la credibilidad de la información brindada. En ese sentido, el diario elegido debía evocar respeto pero a la vez presentar una diagramación dinámica y moderna capaz de atraer a un público objetivo joven como los estudiantes universitarios que componen la muestra. En cuanto a la extensión, cada texto cuenta con seis párrafos que permiten transmitir el mensaje deseado con claridad sin saturar al lector.

Para garantizar la funcionalidad de los textos, se realizó un piloto que consta de seis casos a los que se les solicitó que resolvieran el cuestionario completo de la fase experimental. Cabe añadir que tres de ellos utilizaron el texto de comparación hacia arriba, mientras que los tres restantes emplearon el texto de comparación hacia abajo.

Una vez finalizada la aplicación, se indagó sobre diversos aspectos como el formato, redacción y veracidad del texto. A partir de ello, se elaboran las modificaciones necesarias para lograr un mejor efecto en la muestra.

Por último, se realizaron las consultas necesarias, en términos de contenido y diseño, a una experta en Comunicación Social para asegurar la calidad e impacto de la intervención.

Cuestionario de identidad nacional

El cuestionario de identidad nacional comprende tres escalas que miden: identificación con el Perú, autoestima nacional peruana y autoconcepto colectivo peruano.

Escala del grado de identificación con el Perú

La Escala del grado de identificación con el Perú consta de una pregunta que mide la intensidad de la identificación con el Perú. Las respuestas se encuentran en una escala Likert de cinco puntos, donde 1 “Nada” y 5 “Total”.

Dicha escala posee validez relacionada con el criterio de tipo concurrente (Kerlinger & Lee, 2002), pues estudios anteriores (Espinosa & Calderón, 2007; Rottenbacher, 2008) encontraron que dicha variable se asocia a otras con las que conceptualmente está relacionada (Kerlinger & Lee, 2002).

Escala de autoestima nacional peruana

La Escala de autoestima nacional peruana consiste en una versión adaptada de la subescala privada de autoestima colectiva (Collective Self-Esteem Private Subscale) elaborada por Luhtanen y Crocker (1992), que tiene como fin conocer la autoestima nacional peruana. Esta subescala consta de cuatro ítems, cuyas respuestas se encuentran en una escala Likert de cinco puntos, donde 1 “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

En Perú, esta escala ha sido utilizada en diferentes investigaciones (Espinosa & Calderón, 2007; Rottenbacher, 2008) demostrando poseer validez relacionada con el criterio de tipo concurrente al asociarse a otras variables en concordancia con la revisión bibliográfica (Kerlinger & Lee, 2002). En la presente tesis, la escala también demostró una alta confiabilidad presentado un Alpha de Cronbach de 0.88.

Escala de autoconcepto colectivo nacional

La Escala de autoconcepto colectivo nacional consta de cuarenta adjetivos que describen a los peruanos, obtenidos de la recopilación de datos cualitativos de la etapa exploratoria. La relación de adjetivos se complementó con aquellos utilizados por Espinosa (2003) en su escala de autoconcepto nacional. Las respuestas para cada adjetivo se encuentran en una escala Likert de cinco puntos, donde 1 “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

Con respecto a la validez, los adjetivos se obtienen de la recopilación de los datos cualitativos. En cuanto a la confiabilidad, se realizó un análisis factorial exploratorio en el cual se obtuvieron tres factores presentando los siguientes Alphas de Cronbach: peruano

subdesarrollado 0.86, peruano colectivista 0.83 y peruano idealizado 0.79. Dicho análisis será explicado con mayor detalle en el capítulo 4.

Procedimiento

Fase exploratoria

El levantamiento de la información se realiza entre los meses de junio y agosto del 2009 contando con la participación de una entrevistadora especialmente capacitada para dicha labor. Las entrevistas se llevan a cabo en el campus de una universidad privada de Lima.

La convocatoria de los participantes se realiza mediante contactos personales, captando a los estudiantes que acudían a diversas actividades en el campus. Una vez confirmado el cumplimiento de los criterios necesarios para pertenecer a la muestra, los sujetos se eligen por su disponibilidad para ser entrevistados.

Una vez recopilados los datos cualitativos, se procede a realizar el análisis de contenido de los mismos. A partir de la conversación abierta, se forman categorías a través de reglas de objetividad, sistematización y generalización (Holsti, 1969). Cada categoría consiste en una palabra o palabras de significado similar o relacionado (Weber, 1990).

La información recopilada se utiliza para elaborar parte de la escala del autoconcepto colectivo nacional, conformada por los adjetivos atribuidos a los peruanos por los participantes, y el contenido de los textos para los grupos de comparación hacia arriba y comparación hacia abajo.

Fase experimental

Con respecto a la fase experimental, el levantamiento de información se obtiene entre los meses de septiembre de 2009 y octubre de 2009, contando con una encuestadora capacitada. La aplicación de los cuestionarios se lleva a cabo en una universidad privada de Lima.

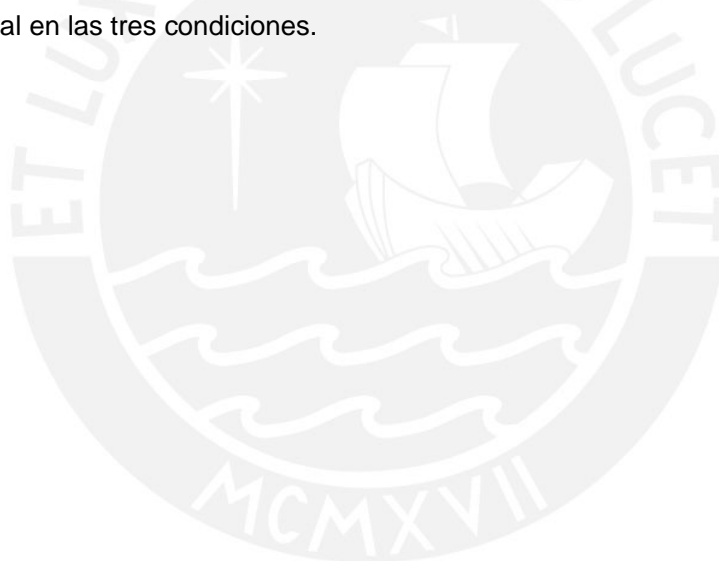
Se realizó el contacto con tres de sus profesores para obtener el permiso necesario y realizar la aplicación grupal a sus alumnos durante sus horas de clase. Una vez que se confirma la pertenencia de los alumnos a la muestra requerida, esta se divide en tres grupos de igual número de integrantes.

El primer grupo constituye el grupo de comparación social hacia arriba, al cual se aplica el compendio de pruebas en el siguiente orden: el consentimiento informado, el cuestionario de las variables de control de comparación social, el texto de comparación social hacia arriba, el cuestionario de identidad nacional y finalmente la ficha de condición socioeconómica.

El segundo grupo corresponde al grupo de comparación social hacia abajo, al que se le entrega un cuadernillo con las siguientes pruebas: el consentimiento informado, el cuestionario de las variables de control de comparación social, el texto de comparación social hacia abajo, el cuestionario de identidad nacional y la ficha de condición socioeconómica.

El tercer grupo conforma el grupo control, el cual permanece totalmente ajeno a la manipulación de la variable independiente. Por ende, los cuadernillos repartidos comprenden: el consentimiento informado, el cuestionario de las variables de control de comparación social, el cuestionario de identidad nacional y la ficha de condición socioeconómica. Al no estar expuesto a ninguno de los dos textos, este grupo permite establecer una línea base para determinar en qué medida el tratamiento experimental afectó la variable dependiente (Vieytes, 2004).

Finalmente, una vez obtenidos los datos, se realizan los análisis estadísticos correspondientes para comparar las medidas obtenidas en los tres componentes de la identidad nacional en las tres condiciones.



Capítulo 3

Resultados y discusión de la fase exploratoria

En el presente capítulo, se describen y analizan los resultados obtenidos en la fase exploratoria acerca de tres temas principales: las dimensiones de comparación hacia arriba y las dimensiones de comparación hacia abajo percibidas por los participantes cuando se les enfrenta ante un exogrupo como Chile, así como los contenidos positivos y negativos del autoconcepto nacional en esta muestra.

Dimensiones de comparación hacia arriba

Al realizar la primera pregunta acerca de las dimensiones de comparación hacia arriba: “¿En qué aspectos cree usted que los chilenos son mejores que los peruanos?”, los entrevistados se dividieron en dos grupos diferenciados. Aquellos que respondieron directamente y la minoría restante que opuso mayor resistencia a hacerlo.

Con respecto al primer grupo, algunos de los individuos hicieron alusión a la situación negativa que atraviesa el Perú con respecto a Chile: “*A comparación de Chile, nosotros estamos bastante atrasados. Vamos de mal en peor*”. Este tipo de afirmaciones coincide con los resultados de Apoyo Opinión y Mercado (2005) acerca de las expectativas del futuro del país, en donde el 32% de la muestra respondió que la situación nacional empeoraría en cinco años. Así, la pregunta alusiva a la comparación social hacia arriba evocaría, en ciertos entrevistados, una visión pesimista del futuro (Montero, 1996).

Las dimensiones de comparación halladas en la muestra se presentan en categorías ordenadas de manera descendente por frecuencia de menciones (ver anexo F). En ellas, los estudiantes respondieron mayoritariamente aspectos relacionados a la superioridad de la economía chilena en términos de un mayor número de empresas grandes y sólidas que cuentan con mayor poder de inversión y producción, impactando positivamente en un mayor PBI y poder adquisitivo.

En segundo lugar, se hizo referencia a un sistema educativo superior, enfocándose en la calidad de sus docentes y egresados y un mayor acceso a la tecnología: “*Definitivamente, la educación en Chile es mucho mejor. La calidad de la enseñanza es superior porque tienen profesores mejor preparados y por eso hay una mejor producción científica*”. Según los estudiantes, dichos aspectos impactarían positivamente en los resultados obtenidos frente a los exámenes internacionales y en las tasas de analfabetismo.

Los datos manifestados por la muestra son avalados por las afirmaciones de la UNESCO (2009), la cual reporta que los resultados de las pruebas de matemáticas y lenguaje revelan que el Perú se sitúa en los últimos lugares de la región. De esa manera, la

baja calidad de la educación del país genera un impacto negativo en las tasas de analfabetismo.

Así también, las respuestas de los universitarios apuntan hacia el orden y limpieza de las ciudades chilenas, refiriéndose a la ausencia de desperdicios en las calles y la mejor organización de su transporte: *“En Lima, el tráfico es insoportable, te demoras demasiado tiempo para llegar de un lugar a otro por el amontonamiento de combis que están por todos lados”*. Precisamente, el malestar provocado por el desorden del tránsito es mayoritariamente señalado por los sectores medios y altos de la ciudad según Apoyo, Opinión y Mercado (2009a), es decir, los niveles socioeconómicos que coinciden con los de la muestra de esta tesis.

Por otro lado, se hace alusión al respeto de las normas sociales como la honestidad, el respeto a las leyes de tránsito y la puntualidad, en contraposición a la “hora peruana”, en la que se acostumbra llegar más tarde de la hora acordada. Adicionalmente, el respeto a la mujer fue mencionado únicamente por las mujeres de la muestra: *“Los chilenos son más respetuosos, en las calles no se escuchan esos piropos vulgares como acá (en Perú)”*.

Asimismo, la muestra resalta la formulación de mejores políticas públicas implantadas por el gobierno chileno en diversos ámbitos tales como salud, vivienda, trabajo, seguridad ciudadana y promoción de la cultura y el turismo.

Este tema fue asociado a otras categorías de menor frecuencia que aluden a una mayor identificación con su país y el sentido de unidad chileno atribuido al hecho de ser un conjunto poblacional más homogéneo en término de grupos raciales. En ese sentido, la muestra refirió frases como: *“En Chile, es más fácil hacer una política educativa estándar y consistente que llegue a todos sus habitantes por ser un país con menos variedad de razas. En Perú es casi imposible por la variedad de idiomas, razas y costumbres”*.

De esa manera, se aprecia un sesgo de homogeneidad del exogrupo, en el cual yace una percepción negativa de la diversidad de razas por parte de la muestra. Así, la homogeneidad étnica se percibe como una ventaja al favorecer la unidad y la identificación con la nación. En los subcápites siguientes, se comentará con mayor detalle el rol que cumple la diversidad en la identidad nacional peruana.

Como última dimensión de comparación hacia arriba, los participantes mencionaron el poderío armamentista de Chile. Dicho aspecto se asocia a la recordación de eventos históricos como la victoria de Chile en Guerra del Pacífico debido a la superioridad de sus tropas (Rodríguez, 2004). Asimismo, esta dimensión obedecería a una cuestión contextual, pues durante la aplicación del presente estudio los medios de comunicación mostraron noticias relacionadas a las nuevas adquisiciones armamentistas chilenas y a las denuncias del presidente peruano acerca de las supuestas negociaciones secretas entre Chile y Bolivia. De ese modo, los datos hallados concuerdan con los resultados presentados por

Apoyo, Opinión y Mercado (2009b) en donde se señala que una de las principales preocupaciones de la opinión pública peruana son las adquisiciones militares de Chile, el cual es considerado como el país de la región que compra más armas y al que perciben como el mejor equipado para una posible guerra.

De esa manera, para la muestra, el exogrupo resulta estereotipadamente positivo (Abrams & Hogg, 1990) percibiendo a Chile como un país desarrollado e industrializado, superior en aquellas dimensiones que le brindan mayor valor social como el poder y el estatus (Tajfel, 1984).

Como se aprecia en el diagrama 1, la totalidad de las dimensiones de comparación hacia arriba mencionadas por los entrevistados se asocian a un mayor nivel de éxito y desarrollo, ya sea económico o social, características relacionadas con los motivos de Vignoles (2006) de eficacia y diferenciación.

DIAGRAMA 1
DIMENSIONES DE COMPARACIÓN HACIA ARRIBA CON CHILE



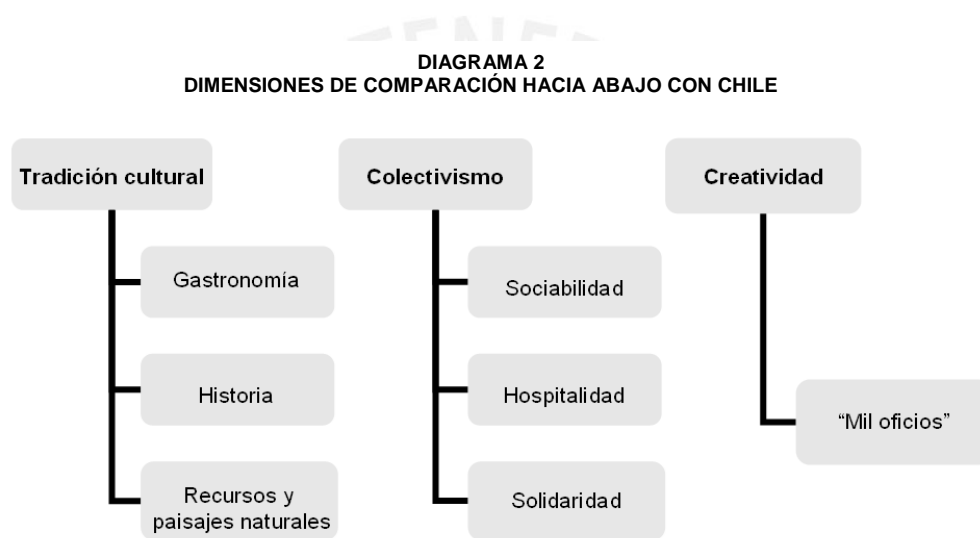
Como se mencionó anteriormente, es importante comentar que un grupo reducido de entrevistados opuso resistencia a identificar los aspectos en los que los chilenos son mejores que los peruanos, planteando respuestas como la siguiente: *“Todas las personas somos seres humanos, cada uno con defectos y virtudes. Ninguno es mejor o peor que el otro por su nacionalidad, simplemente son diferentes”*.

Ello podría relacionarse con la formulación de la misma pregunta que implica referirse necesariamente a los aspectos en los que el grupo de pertenencia –peruanos- se encuentra en una posición desventajosa. Así para evitar evaluarse negativamente a sí mismos en términos de los atributos que describen al endogrupo (Hogg & Ridgeway, 2003), éstos opusieron resistencia a incluirse a sí mismos dentro del grupo de peruanos al ser enfrentados con los chilenos, poniendo en relieve su identidad personal por encima de la

social (Hogg & Williams, 2000; Abrams & Hogg, 1990; Tajfel, 1984) y describiéndose a sí mismos y a los demás como individuos únicos (Smith et al., 2005).

Dimensiones de comparación hacia abajo

La segunda pregunta “¿En qué aspectos cree usted que los peruanos son mejores que los chilenos?” hace referencia a las dimensiones de comparación hacia abajo, las cuales aluden a aquellos aspectos en los que el Perú obtiene mejores resultados al realizar el parangón con el país vecino. Dichos aspectos se agrupan en tres grandes categorías: la tradición cultural, el colectivismo peruano y, finalmente, la creatividad de sus habitantes. Estas categorías se ilustran en el siguiente diagrama:



La categoría tradición cultural incluye aspectos como la gastronomía, los recursos naturales y su historia. Dentro de ella, la gastronomía peruana ocupa el primer lugar para la muestra debido a su variedad de sabores y presentaciones: *“La comida peruana es una de las mejores en el mundo por su combinación de sabores. Me han dicho que la comida en Chile es horrible e insípida”*.

Al respecto, Cabrera (2006; en: Espinosa & Calderón, 2009) menciona que en un país dividido con tantos contrastes como el Perú, la gastronomía se ha convertido en un factor de unificación capaz de promover una identidad nacional saludable. En esa línea, Espinosa y Calderón (2009) encontraron que una mejor valoración de la cultura culinaria se asocia positivamente a una mayor identificación con el Perú, a un autoconcepto colectivo más positivo y a una mayor autoestima nacional. Así, la valoración de la gastronomía peruana adquiere las características de un estereotipo positivo relevante capaz de otorgar una sensación de eficacia a los peruanos.

En segundo lugar, se alude a la tradición de un país lleno de historia, folklore y culturas milenarias como la Inca y Pre-inca: *“Los peruanos tenemos una cultura más rica, tenemos a los Incas y todas las culturas anteriores que fundaron un imperio poderoso con su esfuerzo e ingenio”*.

Dichos resultados concuerdan con otras investigaciones, en donde los peruanos refieren que los incas constituyen los modelos locales con los cuales deberían compararse (Espinosa, 2003), al ser vistos como una cultura rica, justa, desarrollada y próspera, es decir, elementos positivos con los cuales identificarse con el grupo nacional de pertenencia (Rottenbacher, 2008). De esa manera, se estaría manteniendo una visión nostálgica del pasado como un aspecto positivo al cual referirse en defensa de la identidad nacional (Herranz & Basabe, 1999a).

La valoración positiva de la época incaica muestra una valoración estable, al igual que en el trabajo de Rottenbacher (2008), como fuente de identidad y orgullo nacional para la mayoría de los participantes de este estudio. En ese sentido, la historia se considera una de las fuentes de la identidad social que resalta una representación de continuidad y que cumple el rol de homogenizar al propio grupo y diferenciarlo de los otros (Herranz & Basabe, 1999a).

En tercer lugar, se encuentran los paisajes y recursos naturales: *“En Perú, hay más lugares turísticos que visitar en todas las regiones como las playas del norte, las lagunas de la sierra y de hecho la selva”*. En ese sentido, la mayoría de estas ventajas son producto de la herencia de antepasados y/o producto de la ubicación geográfica del Perú mas no realizadas en base al trabajo de los peruanos actuales. Asimismo, estas ventajas gozan de la aprobación y admiración de los otros países. Por ejemplo, en el caso de la gastronomía, Acurio (2006) menciona que ésta representa “un gran recurso, muy querido por todos, un orgullo para todos y muy apreciado por algunos extranjeros que descubrían anecdóticamente sus bondades en visitas de trabajo por el Perú”. Dicha admiración reforzaría la valoración hacia estas dimensiones pues, según Vignoles y sus colaboradores (2006), los individuos tienden a buscar información que verifique sus concepciones para fortalecer su identidad.

Por otro lado, las respuestas de los estudiantes dieron como resultado una segunda categoría en la que se hace referencia al aspecto colectivista de los peruanos en términos de su sociabilidad, hospitalidad y solidaridad.

Con respecto a la solidaridad, ésta se asociaría a la unión de los peruanos percibida por la muestra frente a tragedias o desastres naturales: *“Los peruanos somos más solidarios que los chilenos cuando ocurre alguna desgracia. Por ejemplo cuando ocurrió el último terremoto del 2007, todos colaboramos para enviar donaciones al sur del país”*. Dichas características se relacionan con un autoconcepto interdependiente, en el que se

prioriza la cooperación con los demás miembros del grupo (Mendoza et al., 2005). Por el contrario, la percepción que se tiene de Chile se basa en los atributos vinculados al autoconcepto independiente, en el que se resalta la individualidad y la preocupación por uno mismo.

En cuanto a la sociabilidad y calidez de los peruanos, la muestra señala que: *“Los peruanos somos más amigueros además de ser cálidos y acogedores con los turistas, en cambio en Chile son más fríos y secos”*. Las características mencionadas por los entrevistados se asociarían a las particularidades que presenta el colectivismo en América Latina, en donde las relaciones se caracterizan por el trato personalizado y la proximidad física que los ayudan a percibir la vida de forma más amistosa (Páez et al., 2004). En contraposición, se tiene el estereotipo de Chile como un país hermético y poco amistoso, el cual podría ser producto de la formación antichilenista señalada por Rodríguez (2004).

A partir de estas dos dimensiones de comparación hacia abajo -“Tradición Cultural” y “Colectivismo”- se configuraría la percepción del peruano como “un mendigo sentado en un banco de oro”, es decir, rodeado de una gran variedad de recursos y riquezas pero sin saber aprovecharlas de manera eficiente. Contrariamente, Chile es percibido como aquel país desarrollado e industrializado que, en base al trabajo, consigue el éxito a pesar de contar con menores recursos naturales.

Por otro lado, el hecho de que Chile sea percibido como un país industrializado pero poco amistoso, podría asociarse a la idea planteada por Páez y sus colaboradores (2004), en donde la pertenencia a las clases sociales dominantes, con más recursos y capacidad de decisión se asocia con el individualismo y autonomía. Por el contrario, la escasez de recursos convierte la dependencia grupal en un factor adaptativo.

En ese sentido, el caso de Perú y Chile se asemejaría a la comparación intracultural brasileña, en la cual se divide al país en dos regiones según la combinación de factores raciales y económicos entre el norte y el sur. En el norte, se encuentran las zonas de menor desarrollo en donde se concentra la mayor cantidad de los negros y mulatos, los cuales priorizan la cooperación y las buenas relaciones con los demás miembros del grupo. Por el contrario, en el sur del país, predomina la población blanca con un mayor grado de desarrollo económico, predominando un autoconcepto independiente asociado a actitudes de éxito y autosuficiencia (Mendoza et al., 2005).

Esta situación podría vincularse al “principio de oposición” planteado por Touraine (1973; en: Montero, 1996), en donde el exogrupo es construido en el contraste, oponiendo la situación del endogrupo con la del adversario en categorías de carácter político, económico, cultural y tecnológico. Así, la percepción de Chile como un país industrializado pero hermético se contraponen a la imagen del Perú como una nación subdesarrollada pero amistosa.

Finalmente, la tercera categoría empieza a introducir una visión más activa del Perú como un país creativo, capaz de salir adelante a pesar de las adversidades y limitaciones del contexto.

En ese sentido, la muestra asocia este atributo principalmente al ámbito de los negocios, haciendo alusión al prototipo del peruano “mil oficios” que inventa diversos medios para subsistir en un zona de carencias: *“El peruano es creativo, se las ingenia para sobrevivir vendiendo cosas raras pero útiles para ese momento como esos sombreros que vienen con ventilador incluido que todos los ambulantes sacan en el verano”*.

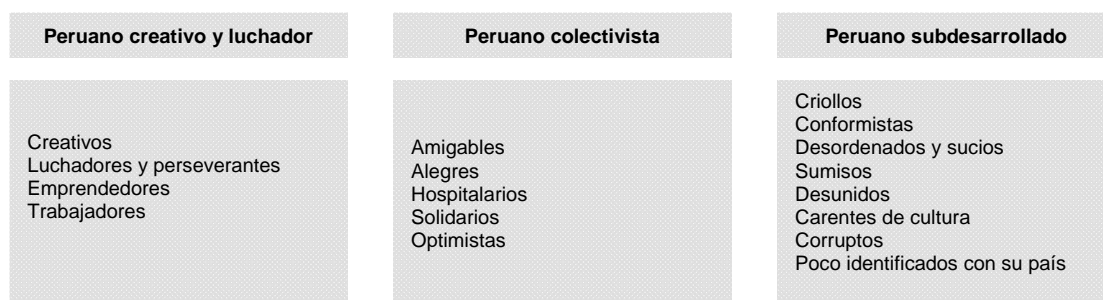
En esa misma línea, la muestra alude al crecimiento económico sostenido del Perú pese a la crisis mundial. Esta percepción se corrobora en el dato objetivo de que el Perú ha mantenido el mejor rendimiento económico de América Latina con un crecimiento de 9.84% durante el año 2008 (El Comercio, 2009).

Como se comentó anteriormente, estos últimos atributos empiezan a introducir la visión de un país activo que paulatinamente se acerca al desarrollo socioeconómico deseado. No obstante, estos primeros pasos no parecen ser suficientes para alcanzar el estatus conseguido por Chile en el imaginario de los estudiantes universitarios.

Contenidos del autoconcepto nacional

La última pregunta de la entrevista “¿Qué palabras cree usted que definirían mejor a los peruanos?” intenta identificar y describir los contenidos positivos y negativos del autoconcepto nacional de los estudiantes universitarios entrevistados. Así, los adjetivos mencionados se encuentran estrechamente relacionados con las dimensiones de comparación halladas en las preguntas anteriores. Estos contenidos pueden agruparse en tres categorías: el peruano creativo y luchador, el peruano colectivista, y el peruano subdesarrollado y poco identificado con su país tal y como se observa en el diagrama 3:

DIAGRAMA 3
CATEGORÍAS DEL AUTOCONCEPTO
NACIONAL PERUANO DE LA FASE



La primera categoría presenta un autoconcepto positivo como país. De esa manera, el adjetivo “creativos” fue el más mencionado por la muestra de este estudio, resultado que coincide con los trabajos realizados por Quiñones (2009), quien considera que la creatividad constituye el principal atributo del peruano de hoy, idea que se desarrollará con mayor profundidad en la discusión general.

Así, la muestra percibe que los peruanos utilizan la creatividad en los negocios para luchar y salir adelante con emprendimiento y perseverancia: *“Los peruanos son empeñosos, se esfuerzan para salir adelante como las personas que trabajan mucho y que luego van teniendo negocios cada vez más grandes”*. En ese sentido, el prototipo del peruano luchador se basa en las personas de escasos recursos, usualmente provincianos, que en base a su propio esfuerzo y trabajo logran establecerse en la capital y adquirir un mayor número de bienes materiales como el caso del “Rey de la Papa”.

La segunda categoría “peruano colectivista”, también de carácter positivo, se enfoca en el establecimiento de las relaciones sociales de manera amistosa, cálida y solidaria. En ese sentido, los adjetivos agrupados corresponden a la dimensión de comparación hacia arriba comentada líneas arriba.

La tercera categoría alude al “peruano subdesarrollado”, donde el atraso se traduce en elementos concretos -como la suciedad en las calles- y en elementos abstractos tales como la falta de cultura y la sumisión. Ésta última entendida como la ausencia del reclamo frente al abuso de la autoridad. Así, el peruano es visto como sumiso: *“Se deja pisar el poncho, es demasiado tolerante frente al abuso de las autoridades. No hace nada al respecto”*. De ese modo, se aprecia la necesidad de activar a la población, de alguna manera percibida como pasiva o como no suficientemente activa (Montero, 1996).

Por otra parte, la corrupción y la viveza criolla son percibidas como una cualidad negativa que irrumpe el orden social. Dicha visión difiere de la hallada por Espinosa (2003), en la que el rompimiento de las reglas -picardía criolla- constituye un atributo socialmente aceptado, a tal punto que aquél que no infringe las normas es percibido como un tonto. En cuanto a la corrupción, Espinosa y sus colaboradores (2007) señalan que, en algunos sectores del Perú, el ser corrupto es percibido como un medio legítimo para alcanzar o mantenerse en el poder. Sin embargo, en el caso de la muestra, parece ser percibido como un atributo negativo relacionado al subdesarrollo del país.

Consideraciones finales de la fase exploratoria

En general, la fase exploratoria revela una estrecha relación entre las dimensiones de comparación social y los contenidos del autoconcepto nacional. Así, la mayoría de las dimensiones de comparación social hacia arriba o desventajas de los peruanos se asocian con los contenidos negativos del autoconcepto. En esa misma línea, las dimensiones de

comparación social hacia abajo o ventajas del endogrupo coinciden con los contenidos positivos del autoconcepto nacional.

De esa manera, los resultados comprueban los señalamientos de Abrams y Hogg (1990), pues la comparación social se da en las dimensiones que los individuos consideran relevantes para sus grupos de pertenencia en los que suelen estereotiparse ya sea positiva o negativamente. De esa forma, se evalúan las creencias percibidas como válidas para sí mismos y para sus grupos tomando como referentes a los otros grupos. Dichas creencias constituirían los contenidos del autoconcepto colectivo (Yamamoto, 2000; en: Espinosa, 2003).

Por otro lado, a partir de la descripción del autoconcepto nacional, se observa que la mayoría de las categorías halladas presenta una visión positiva del peruano. No obstante, también se aprecia cierta ambivalencia en la percepción de esta variable, presentando adjetivos positivos y negativos que se contradicen entre sí. Por ejemplo, “el peruano solidario” versus “el peruano desunido”.

Esta aparente inestabilidad en la opinión de la muestra, podría explicarse por la tendencia a atribuir las características positivas a ellos mismos y a sus grupos de pertenencia más cercanos –familia y amigos. Por el contrario, los adjetivos negativos serían adjudicados al resto de peruanos, encontrándose frases como: *“Yo sé que parece que me estoy contradiciendo con las respuestas que te doy, pero es que yo sí me considero una persona emprendedora al igual que mi familia, en cambio, es obvio que hay una gran cantidad de peruanos que son bien conformistas”*.

Estas frases reflejan la propensión a distanciarse psicológicamente del grupo de pertenencia –peruanos- para identificarse con un subgrupo como el familiar o amical con el que sienten compartir más características positivas que contribuyen en mayor medida con la protección de su autoestima y autoconcepto (Páez et al., 2004). En ese sentido, la comparación social se da con sujetos del propio grupo nacional (“mi familia y yo” versus “el resto de peruanos”) en lugar de hacerlo con miembros de otros grupos nacionales de mayor estatus en dichos aspectos como los chilenos.

Este hecho podría relacionarse con los hallazgos de Espinosa y sus colaboradores (2007), en donde el prejuicio y la discriminación se dirigen hacia los grupos que se perciben de menor estatus y que se consideran culpables de la situación negativa del Perú.

Capítulo 4

Resultados de la fase experimental

En este acápite, se describen los resultados cuantitativos de la fase experimental obtenidos en los tres grupos establecidos: el grupo de comparación hacia arriba, el grupo de comparación hacia abajo y el grupo control.

Variables de control

En primer lugar, los participantes completaron un cuestionario de variables de control de la comparación social. A partir de los puntajes obtenidos, se realizó la prueba Kruskal-Wallis para comparar las medias de las tres condiciones. Los análisis realizados figuran en la siguiente tabla:

TABLA 3
COMPARACIÓN DE MEDIAS DE LAS VARIABLES DE CONTROL

	Condición			K	p
	Grupo de comparación hacia arriba	Grupo de comparación hacia abajo	Grupo control		
Orientación hacia la comparación social	3.41 (DE=.65)	3.31 (DE=.74)	3.46 (DE=.50)	.182	.913
Identificación hacia arriba	3.65 (DE=.91)	3.64 (DE=.69)	3.67 (DE=.75)	.021	.990
Contraste hacia arriba	2,88 (DE=.78)	2,75 (DE=.94)	2,58 (DE=.94)	1.878	.391
Identificación hacia abajo	2,22 (DE=.65)	2,17 (DE=.72)	1,89 (DE=.68)	5.218	.074
Contraste hacia abajo	3,30 (DE=.86)	3,36 (DE=.88)	3,48 (DE=.72)	.943	.624
<i>n</i>	35	35	35	105	105

De esa manera, se determinó que no existían diferencias significativas entre los tres grupos, estableciéndose que éstos eran comparables.

Variable dependiente: identidad social

A través del texto presentado a los dos grupos experimentales, se intentó manipular los tres componentes de la identidad nacional: autoconcepto nacional, grado de identificación con el Perú y valoración del Perú.

Autoconcepto nacional

Debido a que esta variable presentó una estructura factorial aceptable ($KMO = .767$), se realizó un análisis factorial exploratorio. Con una varianza explicada total de 38,12%, se conformaron tres factores, obteniendo Alphas mayores a 0.79 como ya se comentó en la metodología.

La denominación de cada factor se basa en la magnitud de las cargas factoriales, es decir, la correlación entre el factor y los ítems que lo componen. De ese modo, el primer factor se denomina “peruano subdesarrollado”, el segundo factor se designa “peruano colectivista”, y finalmente, el tercer factor se nombra “peruano idealizado”.

Los ítems pertenecientes a cada uno de los factores hallados se ilustran en la tabla que se presenta a continuación:

TABLA 4
RESULTADOS DEL ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO DEL AUTOCONCEPTO NACIONAL

Nº Factor	Carga factorial
1	Peruano subdesarrollado
	Los peruanos somos pesimistas .74
	Los peruanos somos desunidos .65
	Los peruanos somos ociosos .64
	Los peruanos no quieren a su patria .60
	Los peruanos somos incumplidos .58
	Los peruanos somos incultos .53
	Los peruanos somos fracasados .52
	Los peruanos somos no confiables .52
	Los peruanos somos criollos .50
	Los peruanos somos egoístas .50
	Los peruanos somos atrasados .48
	Los peruanos somos corruptos .47
	Los peruanos somos honrados -.45
	Los peruanos somos sucios .42
	Los peruanos somos conformistas .41
	Los peruanos somos sumisos .41
	Los peruanos somos tristes .38
2	Peruano colectivista
	Los peruanos somos hospitalarios .67
	Los peruanos somos alegres .65
	Los peruanos somos creativos .65
	Los peruanos somos capaces .62
	Los peruanos somos no hospitalarios -.60
	Los peruanos somos trabajadores .56
	Los peruanos somos diversos .54
	Los peruanos somos no creativos -.52
	Los peruanos somos emprendedores .50
	Los peruanos somos incapaces -.49
	Los peruanos somos optimistas .48
	Los peruanos somos solidarios .45
3	Peruano idealizado
	Los peruanos somos homogéneos .66
	Los peruanos somos desarrollados .62
	Los peruanos somos exitosos .59
	Los peruanos somos cumplidos .57
	Los peruanos somos unidos .55
	Los peruanos somos cultos .51
	Los peruanos somos respetuosos de la ley .50
	Los peruanos somos limpios .45
	Los peruanos somos patriotas .43
	Los peruanos somos rebeldes .42
	Los peruanos somos confiables .41

Luego de obtener los tres factores del autoconcepto nacional, se procedió a realizar la prueba Kruskal-Wallis para determinar si las medias de los tres componentes de la identidad nacional diferían significativamente de una condición a otra. Los resultados obtenidos se muestran a continuación:

TABLA 5
COMPARACIÓN DE LOS TRES COMPONENTES DE LA IDENTIDAD NACIONAL SEGÚN LA CONDICIÓN DE COMPARACIÓN SOCIAL

	Condición			K	p
	Grupo de comparación hacia arriba	Grupo de comparación hacia abajo	Grupo control		
Identificación con el Perú	3.51 (DE=.95)	3.83 (DE=.66)	3.54 (DE=.82)	2.399	.151
Valoración del Perú	3.86 (DE=.80)	4.09 (DE=.66)	3.91 (DE=.79)	1.084	.291
Peruano subdesarrollado	3.02 (DE=.56)	2.91 (DE=.50)	2.84 (DE=.52)	1.342	.256
Peruano colectivista	3.97 (DE=.58)	4.10 (DE=.42)	4.15 (DE=.42)	1.654	.219
Peruano idealizado	2.69 (DE=.42)	2.87 (DE=.53)	2.96 (DE=.55)	4.726	.047*
<i>n</i>	35	35	35	105	105

* $p < 0.05$

** $p < 0.001$

Como se observa en la tabla 5, la única dimensión que presenta diferencias significativas es el factor “peruano idealizado”. Por ello, se realizó la prueba U Mann-Whitney para determinar los grupos que reportaban estas diferencias.

En ese sentido, se encontró que el “peruano idealizado” presentaba diferencias significativas entre el grupo de comparación hacia arriba (*Rangos de Medias* = 30.57) y el grupo control (*Rangos de Medias* = 40.43) ($z = -2.031$, $p = .042$).

El mismo factor también presenta diferencias significativas entre el grupo de comparación hacia arriba (*Rangos de Medias* = 31.44) y el grupo de comparación hacia abajo (*Rangos de Medias* = 39.56) ($z = -1.672$, $p = .095$).

Por otro lado, el grado de identificación con el Perú se convirtió en una variable dicotómica, dando lugar a dos grupos: los sujetos que presentan una baja identificación con el país y aquellos que presentan una alta identificación con el Perú.

Luego de ello, se analizó la existencia de diferencias significativas entre estos dos grupos, según su valoración del Perú y el reporte de los tres factores del autoconcepto nacional. La tabla 5 muestra que, efectivamente, se encontraron diferencias significativas en la valoración del Perú, el peruano subdesarrollado y el peruano colectivista, mas no en el factor peruano idealizado.

TABLA 6
COMPARACIÓN DE LA VALORACIÓN DEL PERÚ Y LOS TRES FACTORES DEL AUTOCONCEPTO NACIONAL SEGÚN LA IDENTIFICACIÓN CON EL PERÚ

	Variable dicotómica del grado de identificación con el Perú		F	p
	Bajo grado de identificación con el Perú	Alto grado de identificación con el Perú		
Valoración del Perú	3.39 (DE=.09)	4.33 (DE=.08)	60.912	0.000**
Peruano subdesarrollado	3.05 (DE=.08)	2.81 (DE=.06)	5.815	0.009*
Peruano colectivista	3,90 (DE=.07)	4,20 (DE=.06)	11.026	0.001*
Peruano idealizado	2,77 (DE=.08)	2,89 (DE=.06)	1.305	0.128
<i>n</i>	42	63	105	105

* $p < 0.05$

** $p < 0.001$

Posteriormente, se realizó el mismo análisis para determinar la existencia de diferencias significativas en la valoración del Perú y los tres factores del autoconcepto nacional según la interacción de la variable dicotómica -grado de identificación con el Perú- y las tres condiciones de comparación social -comparación social hacia arriba, comparación social hacia abajo y grupo control. De ello, se obtuvo que el factor peruano subdesarrollado fue el único que presentó diferencias significativas ($F = 5.032$, $p = 0.004$), cuyos estadísticos descriptivos se presentan a continuación:

TABLA 7
ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DEL FACTOR PERUANO SUBDESARROLLADO SEGÚN LA INTERACCIÓN DE LA VARIABLE DICOTÓMICA: GRADO DE IDENTIFICACIÓN CON EL PERÚ Y LAS TRES CONDICIONES DE COMPARACIÓN SOCIAL

	Variable dicotómica: grado de identificación con el Perú	
	Bajo grado de identificación con el Perú	Alto grado de identificación con el Perú
Comparación hacia arriba	3.39 (DE=.05)	2.74 (DE=.04)
Comparación hacia abajo	2.83 (DE=.05)	2.95 (DE=.05)
Control	2,93 (DE=.04)	2,84 (DE=.05)

De ese modo, se observa que la mayor diferencia se encuentra en el grupo de comparación hacia arriba, en donde los sujetos que se identifican menos con el Perú reportan este factor en mayor medida, aunque esto último no alcanza la significación estadística.

Capítulo 5

Discusión general

Este capítulo se dirige a profundizar y complementar la discusión de los resultados obtenidos tanto en la fase exploratoria como en la fase experimental, entrelazándolos con la revisión bibliográfica para así ofrecer una comprensión integral del fenómeno de estudio.

Influencia de los procesos de comparación social en la identidad social

Los resultados de la fase experimental encontraron diferencias significativas entre las condiciones establecidas solo en un factor del autoconcepto nacional. El hecho de que no se hayan encontrado diferencias significativas en los demás componentes podría atribuirse a causas metodológicas y/o de índole teórica.

En primer lugar, podría cuestionarse la calidad del impacto de la intervención utilizada para manipular la variable dependiente, pues a pesar de que el contenido del texto fue elaborado a partir de las respuestas de los propios estudiantes y que el diseño del formato haya sido asesorado por una experta en comunicación social, el impacto del mismo no habría sido lo suficientemente contundente como para causar una diferencia significativa en la identificación y valoración del Perú.

Por otra parte, los puntajes de la mayoría de variables de la fase experimental sugieren que el texto de comparación hacia arriba tuvo un mayor efecto que el texto de comparación hacia abajo debido a que las puntuaciones del grupo control presentan una mayor distancia con el grupo de comparación hacia arriba. En ese sentido, es posible que las ventajas presentadas a favor del Perú resulten dimensiones de comparación menos relevantes o verosímiles que las ventajas de Chile.

Por otro lado, la teoría señala que, en la comparación social hacia arriba, el endogrupo puede identificarse con el exogrupo en lugar de contrastarse con él (Buunk & Van der Lann, 2002; Reis-Bergan et al., 2000; Van der Zee et al., 1999; Van der Zee et al., 2000). En este caso, Chile pudo percibirse como un ejemplo a seguir que generó sentimientos de inspiración y esperanza para el propio grupo (Suls et al., 2002; Van der Zee et al., 2001; Reis-Bergan et al., 2000) en lugar de incentivar sentimientos de envidia y rechazo al endogrupo (Salovey & Rodin, 1984 en: Reis-Bergan et al., 2000). Por ello, no se produciría la disminución de la identificación y valoración del Perú.

Por su parte, Páez y sus colaboradores (2004) plantean una serie de mecanismos que explican las razones por las que las personas de grupos de bajo estatus no presentan una autoestima colectiva muy baja. Así, podría haber ocurrido en la muestra un efecto pendular, en el cual los participantes que se compararon hacia abajo sí lograron identificarse y valorar al Perú. No obstante, aquellos que se compararon hacia arriba,

pudieron haber percibido la amenaza, pero también se identificaron con su endogrupo, intentando desarrollar una identidad social positiva frente a la amenaza.

Uno de los mecanismos para minimizar el impacto de la amenaza consiste en evocar aspectos en los que el endogrupo supera al exogrupo (Páez et al., 2004). Posiblemente, al enfrentarse a la imagen de un país desarrollado, los participantes evocaron aspectos en los que Perú superaba al país vecino. Otro mecanismo que pudo ser utilizado por el grupo de comparación hacia arriba consiste en redefinir los aspectos positivos del exogrupo transformándolos en atributos negativos. En este caso, en lugar de percibir a los chilenos como un grupo trabajador, se les divisó como un grupo ambicioso.

Finalmente, cuando el endogrupo es discriminado por la sociedad, sus miembros tienden a aliviar la sensación de rechazo identificándose con su grupo de pertenencia (Branscombe et al., 1999; Frable et al., 1998 en: Espinosa, 2010). De esa forma, al mantener una identidad grupal saliente, los miembros del grupo de bajo estatus culparían a la sociedad, en lugar de a sí mismos, por su situación social (Crocker & Major, 1989). En este caso, los estudiantes pudieron creer que los turistas presentaban una actitud prejuiciosa hacia el Perú. Al anular la validez de esas afirmaciones, no se produjeron efectos negativos en el grado de identificación ni valoración del propio grupo.

Grado de identificación y valoración del Perú

Como se mencionó anteriormente, los tres grupos presentaron un grado de identificación y valoración con el Perú por encima de la media teórica, constituyendo resultados concordantes con los obtenidos en investigaciones previas (Espinosa & Calderón, 2009; Rottenbacher, 2008; Espinosa et al., 2007) en donde se sugieren niveles de identificación y valoración medios-altos según las respuestas de los peruanos que conformaban sus muestras.

Estos hallazgos difieren de la tonalidad menos positiva obtenida en la fase exploratoria, en la que los entrevistados parecían valorar en menor medida a la nación. De esa manera, los datos presentados muestran que cuando se trata de una pregunta cerrada que suministra las alternativas de respuesta, como en el caso del cuestionario, la tendencia es elegir aspectos positivos. Por el contrario, cuando la pregunta es abierta, como en la entrevista, predomina la calificación negativa (Espinosa, 2003; Montero, 1996).

Asimismo, se encontró que una mayor identificación con el país se relaciona a una mayor valoración del mismo y viceversa. Ello respondería a la relación conceptual que involucra a ambos elementos, puesto que la identidad nacional implica la identificación con un conjunto de significaciones y representaciones que permiten a los miembros de un grupo social reconocerse como relacionados los unos a los otros (Montero, 1996) por el mismo

hecho de compartir elementos subjetivos (De la Torre, 1997) tales como el sentimiento personal de pertenencia al grupo nacional (Matera et al., 2005).

Autoconcepto nacional

Los contenidos del autoconcepto nacional de la fase experimental fueron, en mayor medida, consistentes con aquellos recopilados en la fase de datos cualitativa. En ambos casos, existen tres factores que presentan los mismos contenidos: el estado de subdesarrollo del peruano, el carácter colectivista del mismo y, finalmente, una categoría que agrupa adjetivos positivos que describen al peruano ideal como se observa en el diagrama 4:

**DIAGRAMA 4
FACTORES DEL AUTOCONCEPTO
NACIONAL DE LA FASE EXPERIMENTAL**



El “peruano subdesarrollado” constituye el factor de mayor relevancia estadística, estableciéndose como la visión más generalizada y arraigada dentro de la muestra. Al igual que en la fase exploratoria y en otros estudios de identidad nacional, (Espinosa & Calderón, 2009; Espinosa, 2003; Rottenbacher, 2008) este factor apunta hacia una identidad social negativa.

De esa manera, produce una afirmación que descalifica al endogrupo (Montero, 1996), desvalorización que se traduce en el ítem “los peruanos no quieren a su patria”. En ese sentido, el pertenecer a un grupo socialmente desvalorizado generaría diversos efectos negativos tales como una visión “pesimista” del futuro (Montero, 1996), condición que constituye el adjetivo que lidera este factor. Asimismo, se crean escasas expectativas de lograr un cambio, ejemplificadas en el ítem “conformistas”, unidas a la sensación de frustración y “tristeza” que refuerzan la imagen deteriorada del propio grupo (Banchs, et al.,

1993). Dichos atributos se asocian con los contenidos negativos señalados en el trabajo de Espinosa (2003) como la marginalidad, delincuencia, incapacidad, subdesarrollo, fracaso y conformismo que revelan la presencia de estereotipos nacionales de ociosidad.

Este factor también agrupa adjetivos poco valorados en una sociedad colectivista como “el egoísmo”, “la desunión” y “la falta de solidaridad” en la que se prioriza la cooperación entre sus miembros (Páez et al., 2004) como se apreciará en el siguiente factor.

El trabajo realizado por Marques, Páez, Valencia y Vincze (2006) revela que altos niveles de identificación con el grupo nacional están relacionados con un mayor uso de estrategias de afrontamiento cognitivo, en donde se minimizan los eventos negativos atribuidos al propio grupo como mecanismo de defensa de la identidad social. En esa línea, los resultados hallados para la presente tesis sugieren que aquellos sujetos con un menor grado de identificación con el Perú reportan en mayor medida una visión del peruano subdesarrollado. Esta tendencia que se observa aún más cuando los estudiantes estaban sometidos a una condición de comparación social hacia arriba.

Ello debido a que el subdesarrollo socio-económico de un país constituye una situación no deseada dentro de un contexto en donde los grupos se encuentran en una constante competición por el poder, estatus o recursos (Tajfel, 1984). Dicha situación desventajosa contribuiría al alejamiento de los miembros que perciben que su grupo no les brinda ningún aporte positivo a su identidad (Vignoles et al., 2006; Baumeister & Twenge, 2003). Asimismo, la percepción de las desventajas del endogrupo y los sentimientos de desvalorización se incrementarían al compararla con un grupo más exitoso que el propio (Tajfel & Turner, 1986; en: Espinosa, 2003), pudiendo asociarse a una baja autoestima (Morse & Gergen, 1970; en: Reis-Bergan et al., 2000) y a sentimientos de envidia ante los logros del exogrupo (Salovey & Rodin, 1984; en: Reis-Bergan et al., 2000).

El “peruano colectivista” constituye el segundo factor de mayor importancia estadística, identificándose como una visión estable y positiva del peruano. Su nombre proviene de la dimensión cultural individualista- colectivista que la Psicología Transcultural utiliza para estudiar la auto-percepción social de los grupos (Mendoza et al., 2005).

Según Mendoza y sus colaboradores (2005), los pueblos iberoamericanos tienden a enfocarse en el polo colectivista, priorizando la necesidad afiliativa mediante un guión cultural que conduce al establecimiento de buenas relaciones entre los miembros del grupo, enfatizando la armonía grupal que, en su mayoría, depende de las interacciones informales cara a cara, el intercambio de favores, la lealtad y solidaridad con los familiares y amigos. Así, precisamente, “la hospitalidad” es el ítem que lidera este factor. Como se mencionó en la fase exploratoria, el “peruano colectivista” podría asociarse al “peruano subdesarrollado”

debido a la tendencia a relacionar la escasez de recursos con la dependencia grupal como parte de un rol adaptativo (Páez et al., 2004).

Dentro de este segundo factor también resaltan otras cualidades como el carácter creativo del peruano que, en base a sus buenas ideas, se muestra como una persona trabajadora, capaz y emprendedora. Este hallazgo es corroborado por el estudio realizado por Espinosa (2003), en el cual sostiene que los aspectos positivos del autoconcepto nacional hacen referencia al establecimiento de relaciones sociales armoniosas y su espíritu progresista.

Por otro lado, las puntuaciones más altas de identificación con el Perú se asociarían a un mayor reporte de esta imagen colectivista del peruano. Ello se relacionaría con que el colectivismo, como factor del autoconcepto nacional, constituiría una visión del peruano que incluye creencias valoradas positivamente en culturas interdependientes como las latinoamericanas (Mendoza et al., 2005). Esta auto-estereotipia positiva se asociaría con una mayor identificación con la nación (Smith et al., 2005) al contribuir positivamente en la identidad de sus miembros, orientándolos a mantener o aumentar los sentimientos de cercanía y aceptación e identificación con el grupo de pertenencia (Vignoles et al., 2006; Baumeister & Twenge, 2003).

El hecho de que el “peruano colectivista” constituya la imagen positiva del peruano más aceptada y difundida dentro de la muestra debido a su solidez estadística podría relacionarse a estrategias publicitarias recientes de diversos productos como “Inka Kola”, “Franca” y “Soda Field”, entre otras, puesto que los anuncios mostrados a través de los medios de comunicación harían más accesible la visión del peruano sociable, creativo y emprendedor según el heurístico de disponibilidad (Páez et al., 2004).

Por otro lado, este segundo factor incluye a la diversidad como un atributo positivo, siendo percibida sólo como un elemento funcional asociado al éxito de la gastronomía. Dicha creencia se relacionarían con lo señalado por Acurio (2006) quien considera que la principal riqueza de la cocina peruana es la diversidad de su origen, actuando como un componente unificador de la identidad nacional peruana (Cabrera, 2006; en: Espinosa & Calderón, 2009).

A pesar del carácter positivo que la diversidad adquiere en este factor, prevalece la concepción negativa de la misma como un obstáculo para alcanzar el estatus del país vecino como se explicará líneas abajo. Del mismo modo, la tonalidad positiva y optimista que se imprime en el “peruano colectivista”, no resulta suficiente para alcanzar el éxito y desarrollo de Chile, quien funge del exogrupo definido por Matera y colaboradores (2005) como aquel prototipo socio-político del ideal de la sociedad. Una interpretación alterna la proveen los estudios de Peabody (1984; en: Páez et al., 2004) sobre estereotipos, donde para nuestro caso los chilenos son percibidos como instrumentales pero inhibidos

emocionalmente, y los peruanos son positivamente expresivos, aunque de bajo instrumentalismo.

Finalmente, la imagen del “peruano idealizado” constituye la única variable que presenta diferencias significativas entre los grupos, siendo el grupo de comparación hacia arriba el que menos cree que estos contenidos positivos formen parte del autoconcepto nacional.

Asimismo, este factor presenta la evidencia estadística más débil. Ello podría relacionarse al hecho de que el “peruano subdesarrollado” y “el peruano colectivista” son imágenes que se encuentran arraigadas de manera estable en el imaginario de los peruanos como parte del autoconcepto nacional. Por tanto, la posibilidad de verse influenciados por los estímulos de comparación disminuye, siendo reportados en igual medida por los tres grupos. Por el contrario, el tercer factor, al presentar un carácter idealizado de menor consistencia y por ende es el más susceptible a presentar una mayor variación dependiendo de la condición a la que la muestra fue expuesta.

De esa manera, se comprobaría parcialmente la hipótesis que establece que el contraste hacia arriba causaría una menor presencia de contenidos positivos asociados al autoconcepto nacional al enfrentarlos a una situación crítica, en la que ninguna de las dimensiones de comparación frente a Chile favorecería a su endogrupo. Lo que se daría sobre todo en los aspectos más difusos, y por tal motivo menos verosímil, del autoconcepto como la idea idealizada del peruano. En ese sentido, independientemente del grado de identificación con el Perú, este factor no resulta ser una creencia muy arraigada en el autoconcepto nacional precisamente por el hecho de ser la dimensión más débil estadísticamente.

La mayoría de los adjetivos que componen el “peruano idealizado” se relacionan con las dimensiones de comparación social mencionadas en la fase exploratoria sobre las ventajas que presentaba Chile por encima de la situación peruana. Así, según las cargas factoriales, la idea de desarrollo se halla estrechamente relacionada con la homogeneidad de los peruanos, apareciendo nuevamente la idea de diversidad como un obstáculo para el desarrollo del país y fortalecimiento del sentido de unidad y patriotismo. Asimismo, se visualiza el éxito aunado al cumplimiento de las leyes, el fomento de la cultura, la limpieza y la rebeldía.

Los contenidos de la identidad nacional peruana obtenidos a partir de los factores del autoconcepto nacional en ambas fases del estudio, se asocian con las características halladas por Banchs y sus colaboradores (1993) respecto a la identidad nacional venezolana.

En este estudio también se encontraron tres dimensiones similares a las de la presente investigación. La primera hace referencia a atributos instrumentales positivos y

negativos como la laboriosidad e inteligencia versus la pereza, despilfarro, irresponsabilidad, facilismo y conformismo de los venezolanos, constituyendo una categoría equiparable al “peruano trabajador” versus el “peruano conformista”. La segunda categoría incluye atributos sociales destacando aspectos colectivistas como la sociabilidad, alegría, festividad, humorismo, solidaridad y amabilidad de los venezolanos. Por último, la tercera se refiere a la dimensión moral y comprende aspectos negativos como los vicios, la deshonestidad y falsedad, así como las positivas tales como la bondad y el altruismo.

En ese sentido, la dualidad de los criterios de evaluación se establece como un aspecto común en la construcción de la identidad peruana y venezolana, las cuales guardan dentro de sí formas aparentemente contradictorias de aspectos positivos y negativos tales como el apego a la nacionalidad junto a la descalificación de la misma (Montero, 1996).

En esa línea, la comparación social realizada con Chile resalta la oposición entre las cualidades sociales e instrumentales. Dentro del aspecto social, el chileno es percibido como egoísta e individualista constituyendo un estereotipo que desvaloriza los atributos de este grupo para resaltar y mantener las características positivas del propio grupo (Abrams & Hogg, 1990) o para minimizar las características negativas del mismo (Ruggiero & Marx, 1999).

Contrariamente, dentro del aspecto instrumental, el subdesarrollo del peruano desvaloriza al grupo de pertenencia caracterizado por insuficiencias, fracasos e inferioridad (Montero, 1996). Ligado a este aspecto, surge la diversidad, la cual ha sido una constante a través de esta investigación. Aparentemente, el rol que juega la diversidad en la construcción de la identidad nacional se asocia con aspectos negativos, percibiéndola como obstáculo para el desarrollo del Perú como se mencionó en el caso de las políticas públicas estandarizadas (Espinosa, 2010).

Esta concepción no aparece explícitamente en los discursos de la muestra sino que, por el contrario, la diversidad es reportada como un atributo positivo que diferencia al Perú de los exogrupos como Chile. Ello podría deberse a la misma composición de la muestra, puesto que en los estudiantes universitarios no resultaría políticamente correcto formular expresiones de contenido racista de manera directa (Espinosa et al., 2007). No obstante, se expresa un discurso oculto con un sesgo negativo en contra de la diversidad racial, considerándola como un obstáculo para el desarrollo, la unidad y la construcción de una identidad nacional unificada, pues como señala Morales (2003; en: Espinosa, 2010), la tolerancia a lo diverso no es habitual a pesar de que el pluralismo permitiría definir una categoría social más inclusiva que amplíe los límites de una comunidad moral dominante.

Conclusiones y recomendaciones

El análisis realizado en la presente investigación ilustra como la mayoría de las dimensiones de comparación social hacia arriba y hacia abajo se encuentran estrechamente relacionadas a los contenidos negativos y positivos del autoconcepto nacional respectivamente. De esa manera, los atributos del peruano como la creatividad, emprendimiento y su tendencia colectivista constituyen dimensiones de comparación positivas pero que no serían lo suficientemente relevantes como para superar el progreso socioeconómico que despliega Chile frente al subdesarrollo peruano.

Por otra parte, diversos contenidos del autoconcepto nacional resultan contradictorios entre sí como se aprecia en la oposición del “peruano trabajador” frente al “peruano ocioso”. Posiblemente, estas polaridades se encuentren relacionadas con el rol que juega la diversidad en la construcción de la identidad nacional, percibida como un obstáculo para la conformación de un país unido y desarrollado. Ello debido a que las características positivas del endogrupo serían atribuidas a los subgrupos a los que los universitarios se encuentran afiliados, mientras que las cualidades negativas se asociarían al resto de subgrupos.

Dentro del autoconcepto nacional, el factor “peruano idealizado” constituye una nueva visión que enaltece al peruano asociándolo al éxito, respeto y desarrollo, es decir, cualidades que generalmente se relacionan con los llamados países del primer mundo.

Esta visión conforma el único componente de la identidad social asociada a la categoría “peruano” que presentó variaciones luego de la situación de comparación social a la que fueron expuestos los estudiantes. En ese sentido, el grupo al que se le presentaron las ventajas de Chile fue el que reportó esta percepción en menor grado. De esa forma, la concepción del “peruano desarrollado y exitoso”, no se encontraría tan arraigada en el imaginario de los universitarios como sí lo está “el peruano subdesarrollado” y “el peruano colectivista”.

En cuanto a las recomendaciones para futuras investigaciones se propone la mejora de diversos aspectos metodológicos. En ese sentido, se sugiere utilizar un muestreo que permita la asignación aleatoria de los sujetos, y no sólo de los grupos naturalmente constituidos, a cada condición con el objetivo de que el azar garantice que la posibilidad de comparar los grupos conformados. Al cumplirse dicho requisito, la investigación asume el paso de un diseño cuasi-experimental como el presente a un diseño experimental que contaría con una mayor rigurosidad científica.

Por otro lado, la presentación de las desventajas del endogrupo constituye un riesgo potencial para la generación de una identidad social negativa, sin embargo, existen otros factores a considerar (Espinosa, 2003). Por ello, se propone incluir otras variables de control que influirían en la comparación social y su repercusión en la identidad social como

los estilos de personalidad (Buunk et al., 2001); la adaptación al medio; recursos cognitivos, emocionales y conductuales asociados al grupo afectado (Espinosa, 2003).

Sin embargo, la mayor recomendación se enfoca en el diseño del estímulo de comparación utilizado, pues un medio escrito podría haber sido un elemento de poco impacto como para influir en una variable como la identidad nacional. Posiblemente, un formato audiovisual habría generado un mayor impacto, ya que la muestra se encontraba conformada por jóvenes acostumbrados a recibir estímulos cargados de diversos efectos visuales y sonoros. Como ejemplo se sugiere la utilización de un reportaje en video con testimonios de turistas e imágenes sugerentes de ambos países.

A partir de las recomendaciones expuestas, se esperaría que los futuros trabajos continúen aportando en la construcción del conocimiento de este fenómeno de estudio hasta llegar al desarrollo de diversas líneas de intervención que fortalezcan la construcción de una identidad social positiva asociada al ser peruano mediante los procesos de comparación social.

Esta intervención se basaría en los atributos estereotipadamente positivos, aceptados y validados como propios, es decir, aquellos que presenten un alto grado de identificación y valoración por la mayoría de peruanos. En este estudio, los atributos que constituyen dimensiones de comparación hacia abajo relevantes para la muestra se encuentra, en primer lugar la tradición cultural compuesta por la gastronomía, la historia de civilizaciones ancestrales como las culturas inca y pre-inca, y los paisajes y recursos naturales del Perú. En segundo lugar, se rescatan los atributos de creatividad, emprendimiento, sociabilidad y hospitalidad del peruano.

De esa forma, estos elementos podrían ser publicitados mediante productos bandera como “Inca Kola”, que parecen ser marcas aceptadas y reconocidas por constituir una fuente de orgullo para los peruanos. Asimismo, estos elementos se enfocarían desde una perspectiva pluri-étnica que reivindicaría la diversidad como un valor más que un obstáculo para el país.

Los alcances de dichas intervenciones podrían evaluarse mediante el establecimiento de una comparación cronológica que identifique los cambios positivos y negativos que se irían produciendo en los contenidos de la identidad social.

De esa manera, se apuntaría a contribuir en la construcción de una identidad social asociada a la categoría “peruano” de manera saludable, inclusiva y positiva a través de la información brindada por los procesos de comparación social.

Referencias

- Abrams, D & Hogg, M. (1990). *Social Identity Theory: Constructive and Critical Advances*. New York: Harvester Wheatsheaf.
- Acurio, G. (2006). *Por una marca llamada Perú*. *Brújula*, 12, 26-37.
- Apoyo, Opinión y Mercado. (2005). *El Perfil del Adulto Joven*. Extraído el 18 de noviembre de 2009 de: <http://www.ipsos-apoyo.com.pe>.
- Apoyo, Opinión y Mercado. (2009a). *Lima está Mejor*. Opinión Data: Resumen de Encuestas a la Opinión Pública, 108, 1-1.
- Apoyo, Opinión y Mercado. (2009b). Problemas de Seguridad Nacional. Opinión Data: Resumen de Encuestas a la Opinión Pública, 116,1-1.
- Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados (2009). *Niveles socioeconómicos en Lima Metropolitana y Callao*. Extraído el 18 de noviembre de 2009 de: <http://www.apeim.com.pe>.
- Banchs, M; Cadenas, J; Domínguez, D & Montero, M. (1993). Identidad Nacional: Permanencia y Cambio. *Revista Interamericana de Psicología*, 27, 107-114.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84, 191-215.
- Baumeister, R. (1998). The Self. *Handbook of Social Psychology*, 1, 680-740.
- Baumeister, R & Twenge, J. (2003). The social self. *Handbook of Psychology*, 5, 327-352.
- Branscombe, N; Schmitt, M & Harvey, R. (1999). Perceiving pervasive discrimination among african americans: Implications for group identification and well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 135-149.
- Brewer, M. (2007). The importance of being we: Human nature and intergroup relations. *American Psychologist*, 62, 728-738.
- Brewer, M & Brown, R. (1998). Intergroup relations. *Handbook of Social Psychology*, 2, 554-594.
- Buunk, B & Gibbons, F. (1999). Individual differences in Social Comparison: Development of a Scale of Social Comparison Orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, 129-142.
- Buunk, B & Van der Laan, V. (2002). Do women need female role models? Subjective social status and the effects of same-sex and opposite sex comparisons. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 15, 129-155.
- Buunk, B; Van der Zee, K & VanYperen, N. (2001). Neuroticism and Social Comparison Orientation as Moderators of Affectives Responses to Social Comparison at Work. *Journal of Personality*, 69, 745-763.

- Buunk, B; Ybema, J; Gibbons, F & Ipenburg, M. (2001). The affective consequences of social comparison as related to professional burnout and social comparison orientation. *European Journal of Social Psychology*, 31, 337-351.
- Buunk, B & Ybema. (2001). Selective evaluation and coping with stress: Making one's situation cognitively more livable. *Journal of Applied Social Psychology*, 25, 1499-1517.
- Comas-Díaz, L; Brinton, M & Alarcón, R. (1998). Ethnic Conflict and the Psychology of Liberation in Guatemala, Peru, and Puerto Rico. *American Psychologist*, 53, 778-792.
- Cornejo, M. (2005). *Comparación Social y Bienestar Subjetivo entre estudiantes de una universidad privada de Lima*. Tesis para optar el título de Licenciada en Psicología con Mención en Psicología Social. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Crocker, J & Major, B. (1989). Social stigma and self-esteem: The self-protective properties of stigma. *Psychological Review*, 96. 608-630.
- Cheng, R & Lam, S. (2007). Self-construal and social comparison effects. *British Journal of Educational Psychology*. 77, 197-211.
- 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; Calderón, A; Burga G & Guimac, J. (2007). Estereotipos, prejuicios y exclusión social en un país multiétnico: el caso peruano. *Revista de Psicología*. 295-338.
- Espinosa, A & Calderón, A. (2007). *Relaciones entre la identidad nacional, la valoración de la historia y el clima social en el Perú*. Poster de investigación presentado en el Congreso SIP, México, D.F.
- Espinosa, A & Calderón, A. (2009). Relaciones entre la Identidad Nacional y Valoración de la Cultura Culinaria Peruana en una muestra de Jóvenes de Clase Media de Lima. *Revista Psicológica Liberabit*, 15, 21-28.
- Espinosa, A. (2010). *Estudios en identidad*. Proyecto de Tesis Doctoral. Manuscrito no publicado.
- De la Torre, C. (1997). La Identidad del Cubano: Logros y Encrucijadas de un Proyecto. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 29, 223-241.
- Festinger, L. (1954). A theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7, 117-140.
- Frable, D; Platt, L & Hoey, S. (1998). Concealable stigmas and positive self-perceptions: Feeling better around similar others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 909-922.

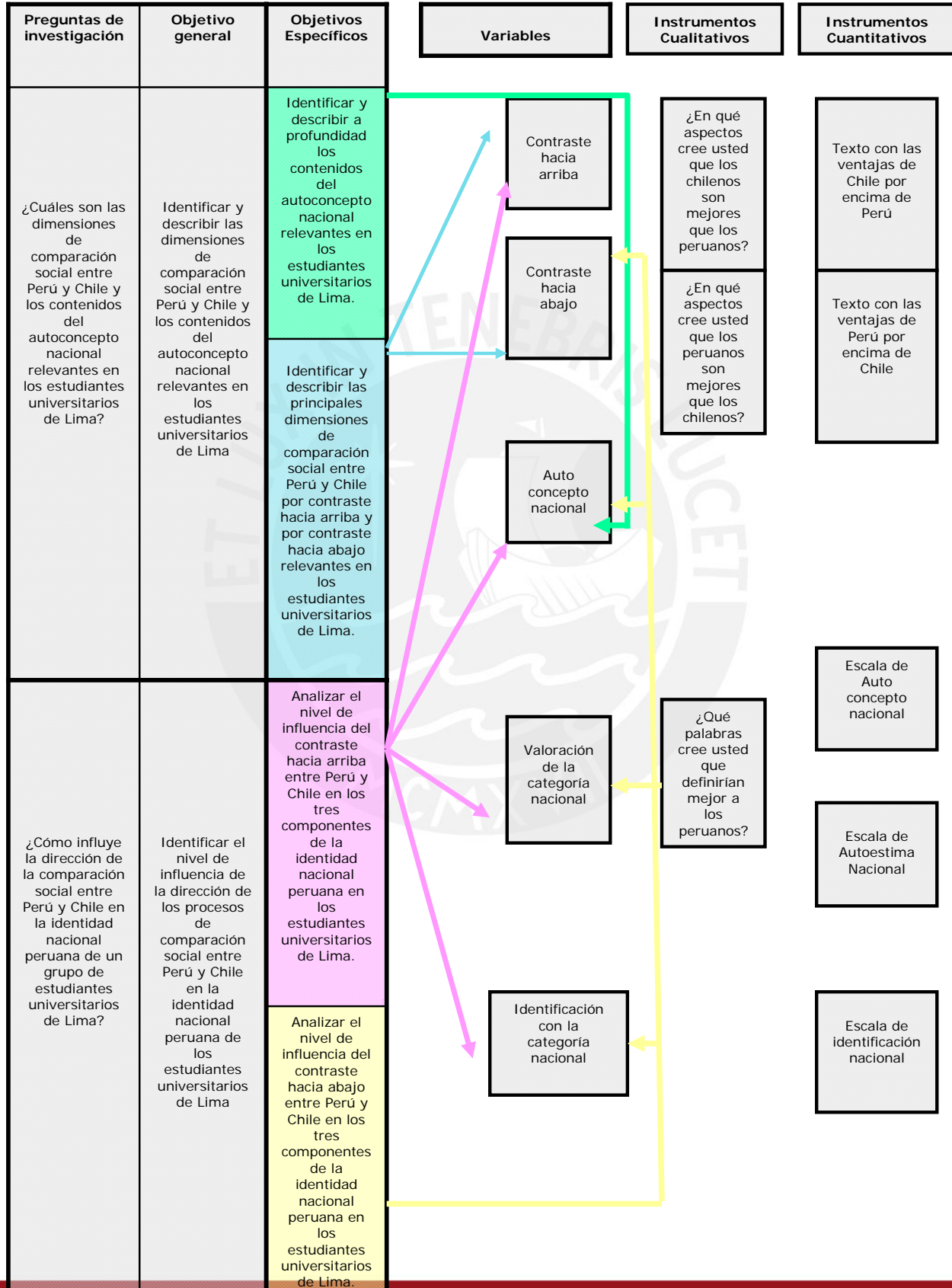
- Gardner, W; Gabriel, S & Hochschild, L. (2002). When you and I are we, you are not threatening: The role of self-expansion in social comparison. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 239–251.
- Hernández, R; Fernández, C & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Herranz, J & Basabe, N. (1999a). Identidad Nacional, Ideología Política y Memoria Colectiva. *Psicología Política*, 18, 31-47.
- Herranz, J & Basabe, N. (1999b). Memoria Colectiva de Hechos Políticos e Identidad Social. *Psicología Política*, 18, 7-10.
- Holsti, O. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. California: Addison-Wesley.
- Hogg, M & Ridgeway, C. (2003) Social identity: Sociological and social psychological Perspectives. *Social Psychology Quarterly*, 66, 97-100.
- Hogg, M & Williams, K. (2000). From I to We: Social Identity and the Collective Self. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 4, 81-97.
- Jenkins, R. (1996). *Social Identity*. New York: Routledge.
- Kerlinger, F & Lee, H. (2002). *Investigación de comportamiento. Métodos de Investigación en Ciencias Sociales*. México: Mc-Graw Hill/Interamericana.
- Kunda, Z. (2001). *Social cognition: Making sense of people*. Cambridge: The MIT Press
- Lehman, D; Chiu, Ch & Schaller, M. (2004). Psychology and Culture. *Annual Review of Psychology*, 55, 689-714.
- Luhtanen, J & Crocker, R (1990). Collective Self-esteem and Ingroup Bias. *Journal of Personality and Social Psychology*. 58, 60-67.
- Marques, J; Páez, D; Valencia, J & Vincze, O. (2006). Effects of Group Membership on the Transmission of Negative Historical Events. *Psicología Política*. 32, 79-105.
- Matera, C; Giannini, M; Blanco, A & Smith, P. (2005). Autostereotyping and National Identity in the Spanish Context. *Revista Interamericana de Psicología*, 39, 83-92.
- Mendoza, R; Fernández, I & Páez, D. (2005). Cultura, Autoconcepto e Intervención Psicosocial en la Sociedad Brasileña. *Revista Interamericana de Psicología*, 39, 71-81.
- Montero, M. (1996). Identidad Social Negativa y Crisis Socioeconómica: Un Estudio Psicosocial. *Revista Interamericana de Psicología*, 33, 43-58.
- Mussweiler, T; Gabriel, S & Bodenhausen, G. (2000). Shifting Social Identities as a Strategy for Deflecting Threatening Social Comparisons. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 398-409.
- Páez, D; Fernández, I; Ubillós, S & Zubieta, E. (2004). *Psicología Social, Cultura y Educación*. Madrid: Pearson Prentice Hall.

- Park, H & Salmon, Ch. (2005). A test of the third-person effect in public relations: application of social comparison theory. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82, 25-43.
- Pérez, T. (1999). *Nación, identidad nacional y otros mitos nacionalistas*. Oviedo: Ediciones Nobel S.A.
- Quiñones, C. (2009). Consumer Insights: ¿Qué compañías globales usan más los consumer insights? Extraído el 06 de Diciembre de 2009 de: <http://www.consumerinsights.blogspot.com>.
- Reis-Bergan, M; Gibbons, F; Gerrad, M; Ybema, J. (2000). The Impact of reminiscence on socially active elderly women's reactions to social comparisons. *Basic and Applied Social Psychology*, 22, 225-236.
- Rocca, S & Brewer, M. (2002). Social Identity Complexity. *Personality and Social Identity Review*, 6, 88-106.
- Rodríguez, E. (2004). Chile-Perú. *El siglo en que vivimos en peligro*. Santiago de Chile: COPESA.
- Rodríguez, G & Cruz, K. (2006). Identidad Social y Protesta Política en la transición democrática mexicana. *Revista Interamericana de Psicología*, 40, 5-11.
- Rottenbacher, J. (2008). *La valoración de la historia, la percepción del clima-socioemocional y su relación con la construcción de la identidad nacional en el Perú*. Tesis para optar el título de Licenciado en Psicología con Mención en Psicología Social. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Ruggiero, K & Marx, D. (1999). Less pain and more to gain: Why high-status group members blame their failure on discrimination. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 774-784.
- Schmitt, M; Branscombe, N; Silvia, P; Garcia, D & Spear, R. (2006). Categorizing at the group-level in response to intragroup social comparisons: A self-categorization theory integration of self-evaluation and social identity motives. *European Journal of Social Psychology*, 36, 297-314.
- Smith, P; Giannini, M; Helkama, K; Maczynski, J & Stumpf, S. (2005). Positive auto-stereotyping and self-construal as predictors of national identification. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 18, 65-90.
- Suls, J; Martin, R & Wheeler, L. (2000). Social Comparison: Why, With whom and With What Effect?. Current Directions. *Psychological Science*, 11, 159-163.
- Tajfel, H. (1982). Social Psychology of Intergroup Relations. *Annual Review of Social Psychology*, 33, 1-39.
- Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder.
- Tajfel, H & Fraser, C. (1978). *Introducing Social Psychology*. New York: Penguin Group.

- Taylor, D; Moghaddam, F & Bellerose, J. (2001). Social Comparison in a Intergroup Context. *Journal of Social Psychology*, 4, 499-515.
- UNESCO. (2009). *Informe sobre el desarrollo y el estado del aprendizaje y la educación de adultos en el Perú*. Extraído el 18 de noviembre de 2009 de: <http://www.unesco.org>
- Van Der Zee, K; Bakker, A & Buunk, B. (2001). Burnout and reactions to social comparison information among volunteers caregivers. *Anxiety, Stress & Doping*, 14, 20-391.
- Van Der Zee, K; Buunk, B; Sanderman, R; Botke, G & Van Den Bergh, F. (1999). The Big Five and identification–contrast processes in social comparison in adjustment to cancer treatment. *European Journal of Personality*, 13, 307-326.
- Van der Zee, K; Buunk, B; Sanderman, R; Botke, G & Van den Bergh, F. (2000). Social comparison and coping with cancer treatment. *Personality and Individual Differences*, 28, 17-34.
- Vieytes, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemología y técnicas*. Buenos Aires: De las Ciencias.
- Vignoles, V; Regalia, C; Golledge, J & Scabini, E. (2006). *Beyond Self-Esteem: Influence of Multiple Motives on Identity Construction*. *Journal of Personality and Social Psychology*. 90, 308-333.
- Weber, R. (1990). *Basic content analysis*. Londres: Sage Publications.
- (2009, 15 de marzo). Perú, la economía con mejor rendimiento. *El Comercio*, p. b2.

Anexo A

Árbol lógico



Anexo B

Protocolo de entrevista

Datos de la entrevista

1. Fecha: _____
2. Hora de inicio: _____
3. Hora de fin: _____

Datos demográficos del entrevistado

1. Sexo: _____
2. Edad: _____
3. Estado civil: _____
4. Carrera: _____

Consigna

Buenos días, mi nombre es Karen Genna, soy alumna de esta universidad y me encuentro realizando una investigación. Como parte de ella, me gustaría conversar con usted acerca de su opinión sobre las relaciones entre Perú y Chile. ¿Tendría unos 15 minutos?

Tengo algunas preguntas que me gustaría hacerle y le pediría que me responda de la manera más libre y honesta posible. Todo lo que conversemos va a quedar entre nosotros.

Asimismo, usted tiene la posibilidad de abandonar la entrevista en el momento que prefiera. ¿Le molestaría que tome nota de las cosas que me comente?

Preguntas

1. ¿En qué aspectos cree usted que los chilenos son mejores que los peruanos?

2. ¿En qué aspectos cree usted que los peruanos son mejores que los chilenos?

3. ¿Qué palabras cree usted que definirían mejor a los peruanos?

Cierre

Muchas gracias por todo lo que me ha comentado, me ha ayudado muchísimo, que tenga un buen día.

Anexo C

Cuestionario de comparación social e identidad nacional

Código del participante (a llenar por el encuestador): _____

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Las siguientes preguntas forman parte de la elaboración de una tesis para optar por el título de Licenciado en Psicología con Mención en Psicología Social y tiene como objetivo conocer la opinión de las personas sobre distintos temas sociales.

Con esa finalidad, se solicita su colaboración respondiendo a estos cuestionarios durante aproximadamente 20 minutos. Es importante recalcar que no existen respuestas correctas o incorrectas. Además, usted tiene la posibilidad de abandonar el estudio cuando lo prefiera. Se garantiza que la información brindada se trabajará de manera confidencial y sólo con fines académicos.

Se le solicita que por favor, llene la totalidad de las preguntas con sinceridad.

Se agradece de antemano su colaboración, y ante cualquier duda o comentario, puede contactarse con la persona responsable de la investigación:

Karen Genna Miyahira

Al final de la investigación, usted podrá solicitar los resultados obtenidos, los cuales serán analizados de manera grupal, por lo que no se podrá ofrecer información individualizada de sus respuestas.

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

El siguiente cuestionario contiene una serie de preguntas y afirmaciones cada una de las cuales tienen diversas categorías de respuesta.

Por favor, lea con atención cada una de ellas para responderlas adecuadamente. Le agradecemos nos proporcione una respuesta sincera y honesta, completando los datos solicitados o encerrando con un círculo la opción que refleje la posición que mejor lo define.

Datos personales

- Edad: _____
- Sexo:
 - a. Masculino
 - b. Femenino
- Estado civil:
 - a. Soltero(a)
 - b. Viudo(a)
 - c. Casado(a)
 - d. Conviviente
 - e. Divorciado/separado(a)
 - f. No precisa
- Carrera: _____
- Distrito en el que vive: _____

La mayoría de la gente se compara de vez en cuando con otros. Por ejemplo, pueden comparar sus sentimientos, opiniones, capacidades y/o situaciones con los de otras personas. No hay nada particularmente bueno o malo en este tipo de comparación y algunas personas lo hacen con mayor frecuencia que otras. Nos gustaría conocer la frecuencia con que usted se compara con otros. Por ello, marque con una X en qué medida está de acuerdo con cada una de las frases que le presentamos a continuación.

1. A menudo comparo cómo actúan mis seres queridos (novio/a, familia, etc.) en relación a cómo lo hacen otras personas

1	2	3	4	5
Muy en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Muy de acuerdo

2. Siempre pongo mucha atención a la forma en que hago las cosas y la comparo con la forma en que las hacen los demás

1	2	3	4	5
Muy en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Muy de acuerdo

3. Si quiero averiguar lo bien que estoy haciendo algo, comparo lo que he hecho con lo que han hecho los otros

1	2	3	4	5
Muy en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Muy de acuerdo

4. A menudo comparo cómo me estoy desarrollando socialmente (p.e: relacionarme con las personas, popularidad) en relación a otras personas

1	2	3	4	5
Muy en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Muy de acuerdo

5. No soy una persona que se compara frecuentemente con otros

1	2	3	4	5
Muy en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Muy de acuerdo

6. A menudo, me comparo con otros respecto a lo que he conseguido en la vida

1	2	3	4	5
Muy en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Muy de acuerdo

7. A menudo, me gusta hablar con otros sobre opiniones y experiencias mutuas

1	2	3	4	5
Muy en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Muy de acuerdo

8. A menudo, trato de averiguar lo que otros piensan cuando afrontan problemas parecidos a los míos

1	2	3	4	5
Muy en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Muy de acuerdo

9. Siempre me gusta saber lo que harían otras personas en mi lugar

1	2	3	4	5
Muy en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Muy de acuerdo

10. Si quiero aprender más sobre algo, trato de averiguar lo que otros piensan sobre ello

1	2	3	4	5
Muy en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Muy de acuerdo

11. Nunca considero mi situación en la vida comparándola con la de otras personas

1	2	3	4	5
Muy en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Muy de acuerdo

En nuestra vida diaria, solemos valorar lo que hacemos o nuestra situación comparándonos con los demás (amigos, familiares, compañeros de trabajo, etc.). Así, por ejemplo, si nos encontramos con una persona que hace tiempo que no veíamos y nos cuenta cómo le ha ido, a veces podemos valorar si a nosotros nos ha ido mejor, igual o peor en función de la situación de esa persona. Estas valoraciones no son buenas ni malas, sino sólo una forma de evaluar nuestra situación.

Le vamos a presentar una serie de pensamientos o sentimientos que se refieren a cómo reacciona usted al compararse con otros estudiantes parecidos a usted. Marque la alternativa que mejor define las veces que usted piensa o siente cada una de las afirmaciones que le describimos. No existen respuestas correctas ni incorrectas sólo nos interesa saber cómo se siente o qué piensa usted.

Estas primeras seis afirmaciones expresan lo que uno siente o piensa sobre otros estudiantes que hacen todo mejor que usted, que parecen hacer todo bien, que parecen brillantes y que siempre obtienen buenas notas. Por favor, trate de pensar, por un rato, sobre estudiantes que son de esa forma. Ahora, teniendo esos estudiantes en mente conteste las siguientes preguntas.

Cuando pienso en otros que están **MEJOR** que yo...

12. Cuando veo a otros en mejor estado que el mío, me alegra imaginar que yo también puedo mejorar

1	2	3	4	5
Nunca	Rara vez	De vez en cuando	A menudo	Muy a menudo

13. Me alegra saber que yo también podré ir bien

1	2	3	4	5
Nunca	Rara vez	De vez en cuando	A menudo	Muy a menudo

14. Tengo esperanzas de que yo también podré estar mejor

1	2	3	4	5
Nunca	Rara vez	De vez en cuando	A menudo	Muy a menudo

15. Me siento asustado al notar que yo no estoy tan bien

1	2	3	4	5
Nunca	Rara vez	De vez en cuando	A menudo	Muy a menudo

16. Me siento disgustado por mi propia situación

1	2	3	4	5
Nunca	Rara vez	De vez en cuando	A menudo	Muy a menudo

17. Cuando me encuentro con otros que están en mejor estado que el mío, me doy cuenta de que no estoy tan bien y eso me deprime

1	2	3	4	5
Nunca	Rara vez	De vez en cuando	A menudo	Muy a menudo

Cuando pienso en otros que están **PEOR** que yo...

18. Tengo miedo de que yo vaya a empeorar más

1	2	3	4	5
Nunca	Rara vez	De vez en cuando	A menudo	Muy a menudo

19. Pienso que yo podría estar así en el futuro

1	2	3	4	5
Nunca	Rara vez	De vez en cuando	A menudo	Muy a menudo

20. Tengo miedo de que yo también pueda estar así

1	2	3	4	5
Nunca	Rara vez	De vez en cuando	A menudo	Muy a menudo

21. Me alegra que yo no esté tan mal

1	2	3	4	5
Nunca	Rara vez	De vez en cuando	A menudo	Muy a menudo

22. Me siento aliviado por mi propia situación

1	2	3	4	5
Nunca	Rara vez	De vez en cuando	A menudo	Muy a menudo

23. Me doy cuenta de que estoy bastante bien

1	2	3	4	5
Nunca	Rara vez	De vez en cuando	A menudo	Muy a menudo

**En la siguiente página,
Usted encontrará una
noticia que uno de los
diarios más leídos de
Lima publicó en su
versión ONLINE el
pasado domingo 13 de
Septiembre**

**Por favor, léala con
atención.**

Por favor, responda a los siguientes enunciados sobre su relación afectiva con el Perú. Recuerde que nos importa conocer su opinión sincera sobre este tema, por lo que no hay respuestas correctas o incorrectas.

1. ¿Cuál es su grado de identificación con el Perú?

1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Mucho	Total

A continuación, responda a las siguientes afirmaciones expresando cómo se siente en relación con el Perú, en una escala de 5 a 1. Donde 1= Totalmente en Desacuerdo y 5= Totalmente de Acuerdo.

2. Generalmente, siento que merece la pena ser peruano

1	2	3	4	5
Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo

3. Generalmente, me siento bien por ser peruano

1	2	3	4	5
Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo

4. En general, me siento afortunado por ser peruano

1	2	3	4	5
Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo

5. A menudo, lamento ser peruano

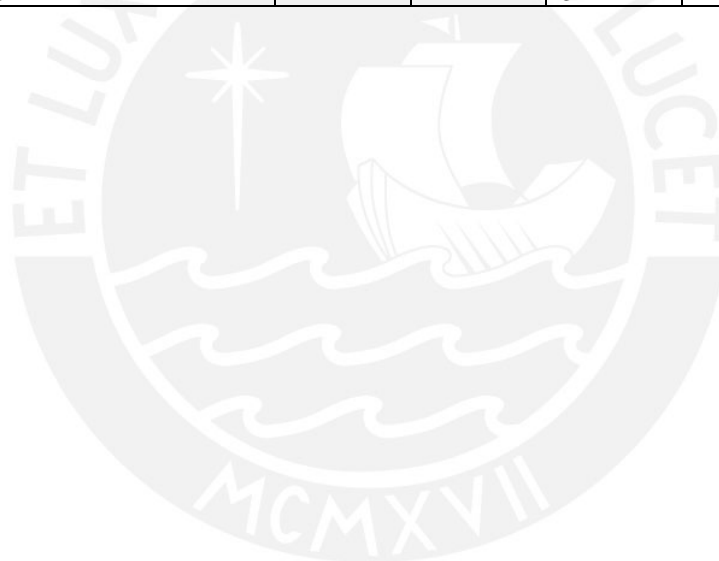
1	2	3	4	5
Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo

En seguida, le presentamos una serie de adjetivos e ideas. Por favor, responda en una escala de 1 a 5. Donde: 1= Totalmente en Desacuerdo y 5= Totalmente de Acuerdo, si estos adjetivos describen a los peruanos en general.

Los peruanos somos:

	Totalmente en Desacuerdo			Totalmente de Acuerdo		
1. Cumplidos	1	2	3	4	5	
2. Creativos	1	2	3	4	5	
3. Trabajadores	1	2	3	4	5	
4. Tristes	1	2	3	4	5	
5. Corruptos	1	2	3	4	5	
6. Emprendedores	1	2	3	4	5	
7. Conformistas	1	2	3	4	5	
8. Desarrollados	1	2	3	4	5	
9. No Confiables	1	2	3	4	5	
10. Cultos	1	2	3	4	5	
11. Honrados	1	2	3	4	5	
12. Hospitalarios	1	2	3	4	5	
13. Capaces	1	2	3	4	5	
14. Criollos "Sacarle la vuelta a la ley"	1	2	3	4	5	
15. Alegres	1	2	3	4	5	
16. Sucios	1	2	3	4	5	
17. Sumisos	1	2	3	4	5	
18. Rebeldes	1	2	3	4	5	

19. Patriotas	1	2	3	4	5
20. Solidarios	1	2	3	4	5
21. Egoístas	1	2	3	4	5
22. Exitosos	1	2	3	4	5
23. Desunidos	1	2	3	4	5
24. Incumplidos	1	2	3	4	5
25. Diversos	1	2	3	4	5
26. No creativos	1	2	3	4	5
27. Incultos	1	2	3	4	5
28. Ociosos	1	2	3	4	5
29. Optimistas	1	2	3	4	5
30. Atrasados	1	2	3	4	5
31. Confiables	1	2	3	4	5
32. Pesimistas	1	2	3	4	5
33. Incapaces	1	2	3	4	5
34. No quieren a su patria	1	2	3	4	5
35. Fracasados	1	2	3	4	5
36. No hospitalarios	1	2	3	4	5
37. Respetuosos de la ley	1	2	3	4	5
38. Limpios	1	2	3	4	5
39. Unidos	1	2	3	4	5
40. Homogéneos	1	2	3	4	5



Adicionalmente, con la finalidad de agrupar sus respuestas con las de otras personas de similares características a las de usted, nos gustaría que responda a las siguientes preguntas referentes al jefe de hogar, marcando con una X la opción que corresponda para su caso:

JEFE DE HOGAR: Aquella persona, hombre o mujer, de 15 años a más, que aporta más económicamente en casa o toma las decisiones financieras de la familia, y vive en el hogar.

HOGAR: Conjunto de personas que, habitando en la misma vivienda, preparan y consumen sus alimentos en común.

1. ¿Cuál es el último año o grado de estudios que aprobó el jefe de familia?

Hasta secundaria incompleta	1
Secundaria completa / superior no universitaria incompleta	2
Superior no universitaria completa / Univ. incompleta	3
Universitaria completa	4
Post-grado	5

2. ¿A dónde acude el jefe del hogar de manera regular para atención médica cuando él tiene algún problema de salud?

Centro de Salud/ Posta Médica/ Farmacia / Naturista	1
Hospital del Ministerio de Salud / Hospital de la Solidaridad	2
Seguro Social/ Hospital FFAA/ Hospital de Policía	3
Médico particular en consultorio (solo consultorios)	4
Médico particular en clínica privada	5

3. ¿Cuál de estos bienes tiene en su hogar que estén funcionando?

	MARCAR CON UNA "X"
Computadora	
Lavadora	
Teléfono fijo	
Refrigeradora	
Cocina	

4. A ¿Cuántas personas viven permanentemente en el hogar? (Sin incluir el servicio doméstico) _____

4. B ¿Cuántas habitaciones tiene en su hogar (no vivienda) que actualmente use exclusivamente para dormir (incluir la de servicio doméstico)? _____

5. ¿Cuál es el material predominante en los pisos de su vivienda?

Tierra/ arena/ tabloncillos sin pulir	1
Cemento sin pulir	2
Cemento pulido/ tapizón / tabloncillos	3
Mayólica/ loseta/ mosaico/ vinílico/ cerámicos	4
Parquet/ madera pulida/ alfombra/ laminado (tipo madera)/mármol/terrazo	5

Anexo D

Texto de comparación hacia arriba: “Chile es un mejor país para vivir que Perú”

TODAS | POLÍTICA | ECONOMÍA | MUNDO | SOCIEDAD | DEPORTES | ESPECTÁCULOS Y CULTURA | CIENCIA Y TECNOLOGÍA

11:45 MUNDO

TURISTAS EUROPEOS AFIRMAN QUE CHILE ES UN MEJOR PAÍS PARA VIVIR QUE PERÚ

Como parte de un tour por Latinoamérica, un grupo de turistas europeos iniciaron su visita en los países de Perú y Chile, concluyendo que Chile constituía un mejor país para vivir en comparación a Perú.

Entre las principales razones, los europeos señalan la superioridad de la economía chilena, en términos de un mayor número de empresas sólidas y formales con un mayor poder de inversión y producción.

Asimismo, manifestaron que el sistema educativo chileno cuenta con una mejor plana de docentes y egresados. “Los chilenos cuentan con más escuelas públicas equipadas con una mejor tecnología” refirió un francés. Afirmación que concuerda con los resultados de los concursos de Lenguaje y Matemáticas de la UNESCO, donde el Perú ocupa los últimos lugares de todo el continente.

Otro de los turistas señaló que en las calles chilenas reina el orden y la limpieza, enfatizando la moderna organización de su transporte. “En Perú, en cambio, los autobuses están por todos lados, acelerando sin importarles la vida del peatón ni de los pasajeros. En Chile, sí se respetan las leyes de tránsito”, concluyó.



El Metro de Santiago en su habitual recorrido

Las populares “combis” por las calles de Lima

Por otro lado, los visitantes extranjeros rescataron la puntualidad y honestidad de los chilenos y, en general, la mayor muestra de respeto por la ley. “En Perú, contratamos un paquete turístico que llegaba a recogerlos al hotel con más de una hora de atraso y nunca cumplió con realizar el recorrido que figuraba en sus folletos” manifestó un turista inglés.

Todas estas razones llevaron a este grupo de turistas a preferir al país del sur por encima del nuestro, considerando a Chile como un país de mayor desarrollo económico y social.

 Visite también: elcomercio.com.pe | gestion.pe | depor.pe | trome.com | clasificados.elcomercio.com.pe | aptitus.pe | kotear.pe

Anexo E

Texto de comparación hacia abajo: “Perú es un mejor país para vivir que Chile”

TODAS | POLÍTICA | ECONOMÍA | MUNDO | SOCIEDAD | DEPORTES | ESPECTÁCULOS Y CULTURA | CIENCIA Y TECNOLOGÍA

11:45 MUNDO

TURISTAS EUROPEOS AFIRMAN QUE PERÚ ES UN MEJOR PAÍS PARA VIVIR QUE CHILE

Como parte de un tour por Latinoamérica, un grupo de turistas europeos iniciaron su visita en los países de Perú y Chile, concluyendo que Perú constituía un mejor país para vivir en comparación a Chile.

Entre las principales razones los europeos señalaron la gastronomía peruana. “En Chile, la comida nos pareció insípida y sin mayor variedad. En cambio, la comida peruana es una de las mejores del mundo que he probado por su variedad de sabores y presentaciones” refirió un turista francés.

También, luego de apreciar los paisajes naturales de las distintas regiones del país, otro de los turistas ingleses manifestó “El Perú cuenta con una mayor diversidad de paisajes que Chile. Es una tierra hermosa, llena de tradición e historia que perdura desde civilizaciones ancestrales. Quedé maravillado con la cultura inca.”



“La gastronomía peruana mueve en el mundo un millón y medio de dólares” refiere Gastón Acurio

Por otro lado, los visitantes extranjeros rescataron la calidez y el espíritu acogedor de los peruanos. “Ni en Chile, ni en ningún otro país nos han recibido tan bien como aquí, nos han hecho sentir como en casa gracias a la amabilidad de su gente” agregaron.

Finalmente, los turistas europeos mencionaron la creatividad de los peruanos para elaborar novedosos productos como los modernos modelos del tradicional “chullo”.

Todas estas razones llevaron a este grupo de turistas a preferir a nuestro país por encima del país del sur, considerando a Perú como un país acogedor lleno de riqueza, tradición e historia.

 Visite también: elcomercio.com.pe | gestion.pe | depor.pe | trome.com | clasificados.elcomercio.com.pe | aptitus.pe | kotear.pe

Anexo F

Categorización de los datos cualitativos

A partir de la fase de datos cualitativos, se obtienen las siguientes categorías de respuestas agrupadas por la similitud de contenido y ordenadas por frecuencias de respuesta.

1) ¿En qué aspectos cree usted que los chilenos son mejores que los peruanos?

Mejor economía	19
En Chile, existe una mejor economía, empresas que producen más	S05
En Chile, hay una mejor economía, empresas que exportan más	S07
En Chile, la economía, hay empresas con más capital	S08
En Chile, la economía es mejor, hay empresas más grandes	S10
En Chile, existe una mejor economía, empresas más formales	S13
En Chile, hay mejores industrias, más poder de inversión	S14
En Chile, hay una mejor economía, mejor PBI	S15
En Chile, hay una mejor economía, más empresas	S18
En Chile, hay mejor economía, más PBI	S19
En Chile, hay una mejor economía, su crecimiento económico es más sostenible	S20
En Chile, están mejor económicamente, hay mayores ingresos per cápita	S22
En Chile, hay una economía más sostenible	S25
En Chile, hay una mejor economía, mejores oportunidades de negocio	S26
En Chile, tuvieron un mayor auge económico	S27
En Chile, hay una mejor economía, saben invertir	S29
En Chile, hay una mejor economía, más sólida	S31
En Chile, hay una mejor economía, hay más puestos de empleo	S32
En Chile, hay una mejor economía, cada persona tiene acceso a más recursos, mayor poder adquisitivo.	S32
En Chile, hay una mejor economía, más sólida	S34
En Chile, hay una mejor economía, más sólida	S35

Mejor educación	13
En Perú, el nivel escolar tiene deficiencias en tecnología	S02
En Perú, el nivel escolar tiene deficiencias en profesores	S02
En el Perú, tenemos profesionales incompetentes	S02
En Chile, los profesores están mucho más capacitado	S04
En Chile, aprenden más, se refleja en los exámenes, donde Perú está en los dos últimos lugares.	S04
En Chile, hay una menor tasa de analfabetismo	S05
En Chile, hay una mejor educación, más escuelas públicas	S09
En Chile, hay una mejor educación, más colegios	S12
En Chile, hay mejores servicios educativos, escuelas y universidades públicas, menos analfabetos.	S14
En Chile, hay una mejor educación porque tienen más acceso a la tecnología	S21
En Chile, hay una mejor educación porque en promedio el estudiante chileno rinde mejor que el peruano	S23
En Chile, la educación tanto primaria como secundaria es mejor porque tiene más capital del estado	S24
En Chile, hay mejor educación, están mejor ubicados en los ranking internacionales	S25
En Chile, hay mejor educación, llega a más personas	S28
En Chile, mejores colegios	S34
En Chile, hay un mejor sistema educativo, mejor producción científica en colegios y universidades	S35

Ciudades más limpias y ordenadas	12
En Perú, las personas orinan en las calles	S01
En Chile, es más ordenado, menos tráfico, menos tiempo para llegar de un lugar a otro	S01
En Perú, las personas arrojan basura de lo más normal en las calles	S01
En el Perú, es sumamente común ver a alguien tirando basura en las veredas	S02
En Chile, la ciudad es más limpia	S03
En Chile, es más raro encontrar desperdicios en las calles	S03
En Chile, hay más orden en las calles	S05
Las calles chilenas son más ordenadas	S07
En Chile, el tránsito es más ordenado	S14
En Chile, la ciudad es más limpia	S16
En Chile, son más ordenados, no hay tanta suciedad ni basura en las calles	S17
En Chile, las calles son más ordenadas	S21
En Chile, las calles son más limpias	S23
En Chile, la ciudad es más limpia	S24
En Chile, el transporte es más ordenando	S33

Mayor respeto de normas sociales	10
No hay "Hora peruana", no llegan tarde a las citas	S01
Honestos	S07
Respetuosos, no piropos vulgares	S08
Respetuosos, no se aprovechan de las chicas	S12
Respetuosos de reglas de tránsito	S14
Respetuosos con la ley	S19
Respetuosos, el conductor cede el paso al peatón	S22
Respetuosos, no tocan el claxon por las puras	S23
Son más respetuosos con las personas	S29
Se respetan más unos a otros, son más puntuales	S32

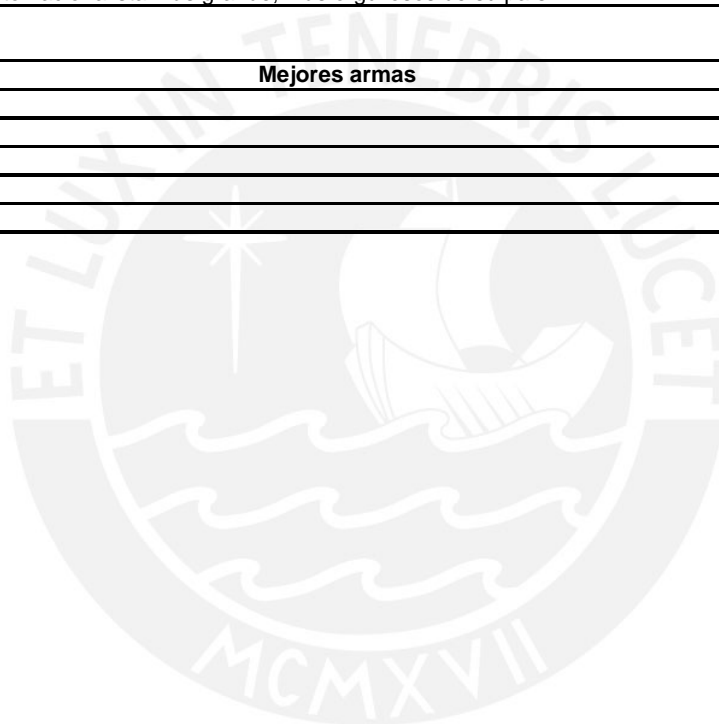
Mejores políticas públicas	9
En Chile hay más seguridad, los limeños viven en constante temor, se refleja en las rejas y guachimanos	S01
En Chile hay más seguridad, en Perú, lugares oscuros invitan a que te roben	S01
Programas sociales para construir viviendas, asociaciones de voluntarios que construyen casas	S04
Mejor salud, más y mejores equipos	S04
Mejor salud, más y mejor personal capacitado	S04
Mejores políticas públicas	S09
Mejores políticas públicas para luchar contra la pobreza	S11
Mejores políticas públicas para promover el turismo	S11
Mejores políticas públicas para brindar mejores servicios de salud pública	S14
Mejores políticas públicas para brindar mejores programas para desempleados	S14
Mejores políticas públicas para brindar mejores servicios culturales, más museos	S14
Descentralizados, invierten en todo el país, no solo en una ciudad	S09
En Chile, los servicios están más repartidos por todo el país	S24
Mejores políticas de nutrición	S18
Saben promocionar mejor sus productos y marcas (pisco chileno)	S31

Más unidos	8
Son más unidos	S06
Luchan por un fin común	S09
Sociedad más homogénea, menos variedad de razas	S14
Son más cohesionados	S12
No se discriminan por raza entre ellos	S08
No se discriminan entre ellos	S18
Son un grupo homogéneos, más fácil de atender por tener necesidades más homogéneas	S28
Son más integrados, menos grupos culturales	S26

Más progresistas	8
Cumplen sus metas	S06
Mejor organizados, saben priorizar, son realistas	S07
Desean progresar	S09
Son más trabajadores	S16
Aprovechan sus recursos naturales	S11
Competitivos, no se conforman con un empate	S23
Planifican mejor sus actividades	S29
Organizados, establecen prioridades	S30

Mayor identidad nacional	5
Quieren a su país	S06
Valoran lo suyo	S07
Comprometidos con su nación	S09
Están orgullosos de su país	S23
Tienen un sentimiento nacionalista más grande, más orgullosos de su país	S33

Mejores armas	4
Mejores armas	S08
Mejores armas	S15
Mejores armas	S25
Mejores armas	S35
Más armas	S35



2) ¿En qué aspectos cree usted que los peruanos son mejores que los chilenos?

Gastronomía	19
Comida	S06
Gastronomía	S09
Gastronomía	S11
Cocina	S12
Comida	S13
Comida	S14
Comida	S15
Comida	S16
Comida	S18
Comida	S19
Comida	S22
Gastronomía	S24
Comida	S25
Comida	S26
Gastronomía	S30
Gastronomía	S32
Comida	S33
Gastronomía	S34
Comida	S35

Paisajes y recursos naturales	12
Centros turísticos, paisajes naturales	S02
Recursos naturales	S10
Diversidad biológica, diversidad de climas que promueven el ecoturismo	S12
Paisajes más hermosos	S16
Recursos naturales	S19
Mayor riqueza cultural, mayor biodiversidad	S22
Más diversidad biológica, varias regiones como costa, sierra y selva	S23
Sitios turísticos	S23
Recursos naturales	S24
Recursos naturales	S25
Recursos Naturales	S30
Recursos Naturales	S31
Recursos Naturales, más agua para fuerza hidráulica	S35

Cálidos y acogedores	10
Cálidos en su trato	S01
Espíritu acogedor, hospitalidad a los extranjeros	S02
Hospitalarios, amigables	S03
Cálidos	S07
Amables, se preocupan por el cliente	S15
Menos belicosos, los chilenos se llevan mal con casi todo Sudamérica	S17
Amistosos	S23
Calidez de su gente	S31
Su gente es más cálida, trata con amabilidad al turista	S32
Tratan bien a los turistas	S33

Creatividad	8
Ingeniosos, las situaciones de necesidad producen que las personas imaginen cómo sobrevivir	S02
Creativos, tenemos mejores formas de solucionar problemas	S03
Se adaptan a cualquier situación, son mil oficios	S05
Se adaptan a diferentes circunstancias, idean soluciones frente a adversidades	S12
Creativos, mil oficios, hacen lo que sea para obtener recursos	S16
Creatividad en formas de sobrevivir	S28
Mil oficios, se las ingenian ante dificultades para poder subsistir	S23
Creativo, innovadores en los negocios	S30

Cultura e historia	6
Cultura viva, tradición, bailes	S12
Historia	S15
Costumbres, tradición, historia	S18
Costumbres, tradición, folklore	S18
Historia	S20
Más cultura ancestral, civilizaciones anteriores como la inca o pre-inca	S23
Cultura ancestral, incas, pre-incas	S27

Solidaridad	5
Hacen de tu problema su problema, buscan ayudar	S01
Hermanidad, se apoyan entre ellos	S07
Solidarios, se ayudan mutuamente	S08
Unidos, cuando un amigo o familiar tiene problemas lo ayudan	S16
Solidarios, se ayudan frente a dificultades	S27

Mayor crecimiento económico	3
Crecimiento económico en este año	S11
Crecimiento económico reciente	S14
Crecimiento en la economía, crecimiento en las PYMES	S23

Diversidad cultural	3
Diversidad de razas	S11
Diversidad de grupos culturales	S14
Diferentes culturas	S23

Ninguno	1
Ninguno, cada persona es diferente, no puedo generalizar	S04

3) ¿Qué palabras cree usted que definirían mejor a los peruanos?

Creativos	20
Creativos, las situaciones de necesidad producen que las personas imaginen como sobrevivir.	S02
Creativos	S03
Ingeniosos	S07
Creativos	S09
Creativos	S10
Creativos	S11
Creativos	S12
Creativos	S13
Creativos	S14
Creativos	S15
Creativos	S16
Ingeniosos	S17
Creativos	S18
Creativos	S19
Imaginativo, tiene buenas ideas	S23
Creativos	S27
Creativos	S28
Creativos	S30
Creativos	S32
Creativos	S35

Luchadores y perseverantes	12
Luchadores	S07
Luchadores	S10
Luchadores	S12
Luchadores	S34
Luchadores	S19
Luchadores	S12
Perseverantes	S12
Persistentes	S11
Empeñosos	S16
Empeñosos	S31
Progresistas	S02
Progresistas	S20
Intentan salir adelante	S06
Siempre quieren salir adelante	S07
Buscan la manera de ganarse la vida	S13

Amigables	8
Amigables	S07
Amables	S32
Amigables	S13
Amigables	S16
Cálidos	S34
Amigueros	S27
Amistosos	S23
Cariñosos	S23
Amables	S22

Trabajadores		8
Trabajadores		S06
Trabajadores		S08
Trabajadores		S13
Trabajadores		S18
Trabajadores		S23
Trabajadores		S30
Trabajadores		S31
Trabajadores		S32

Emprendedores		7
Emprendedores		S18
Emprendedores		S12
Emprendedores		S23
Emprendedores		S26
Emprendedores		S27
Emprendedores		S30
Emprendedores		S11

Criollos		7
Criollos, sacarle la vuelta a la ley		S06
Criollos, la ley del menor esfuerzo y la máxima ganancia		S14
Pícaros, viveza criolla, no seguir las leyes		S15
Pícaros, no siguen la ley		S17
Deshonestos, gana el más vivo, el criollo le saca la vuelta a la ley o norma		S22
Criollos, se pasan de vivos		S24
Acriollados, falta de respeto por la ley		S19

Alegres		6
Divertidos		S22
Alegres		S32
Chistosos		S17
Alegres		S15
Carismáticos		S08
Juergueros		S09

Hospitalarios		5
Hospitalarios		S02
Hospitalarios		S03
Hospitalarios		S30
Acogedores		S09
Considerados con otros		S29

Conformistas		5
No hacen nada por afrontar sus problemas		S01
Inconstantes, no siguen luchando por obtener más		S05
Conformistas		S09
Conformistas		S10
Mediocres, se conforman con llegar a cierto estándar, no van más allá		S14

Desordenados y Sucios	5
Sucios, basura en las calles	S05
Desordenados, tránsito caótico	S07
Desordenados	S14
Desordenados	S17
Desordenados, no planifican sus construcciones, están por todos lados	S19

Sumisos	5
Se dejan pisar el poncho, no luchan por sus derechos, dejan que las autoridades abusen	S13
Indiferentes frente al abuso, toleran mucho	S14
Siguen al líder aunque no estén de acuerdo	S03
Permisivos con sus autoridades, se quedan callados mientras las autoridades hacen barbaridades	S22
Pasivos, no reclamamos por nuestros derechos	S35

Solidarios	4
Unidos frente a la adversidad	S08
Confraternidad ante problemas	S09
Solidarios, ayuda frente a terremoto	S14
Solidarios frente a dificultades se ayudan	S27

Diferentes	4
Diferentes, cada uno tiene su propia personalidad	S04
Diversos, diferentes razas	S33
Diversos, diferentes culturas	S18
Diversos, diferentes tradiciones y culturas	S35

Desunidos	3
Desunidos	S17
Discriminadores, racistas	S17
Fraccionados	S20
Disgregados, cada uno tira para su lado, no trabajamos en equipo	S35

Carentes de cultura	3
Analfabetos	S05
Desinformados, no comprenden la poca información que reciben	S20
Desinformados, no pueden criticar la poca información que reciben	S20
Acientíficos, no generamos ciencia, no generamos conocimiento	S35

Optimistas	2
Optimistas	S13
Optimistas	S14

Corruptos	2
Corruptos	S14
Corruptos	S17

Poco identificados con su país	1
Falta de identidad, prefieren lo extranjero	S05

Anexo G

Cuadros y gráficos estadísticos de los resultados de la fase experimental

TABLA 8

PRUEBA DE NORMALIDAD KOÑMOGOROV-SMIRNOV PARA UNA MUESTRA

Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov para una muestra

	Media	Desviación estándar	Z	p
Orientación hacia la comparación social	3.39	.63	.944	.335
Identificación hacia arriba	3.65	.78	1.302	.067
Contraste hacia arriba	2.74	.89	1.054	.217
Identificación hacia abajo	2.09	.69	1.763	.004*
Contraste hacia abajo	3.38	.82	1.486	.024
Grado de identificación con el Perú	3.63	.82	2.808	.000**
Valoración del Perú	3.95	.75	1.487	.024
Peruano subdesarrollado	2.92	.53	.900	.393
Peruano colectivista	4.08	.48	.850	.466
Peruano idealizado	2.84	.51	.695	.719
<i>n</i>	105	105	105	105

**p* > 0.05

***p* > 0.001

GRÁFICO 1

DIFERENCIAS ENTRE LOS TRES GRUPOS EN EL GRADO DE IDENTIFICACIÓN CON EL PERÚ

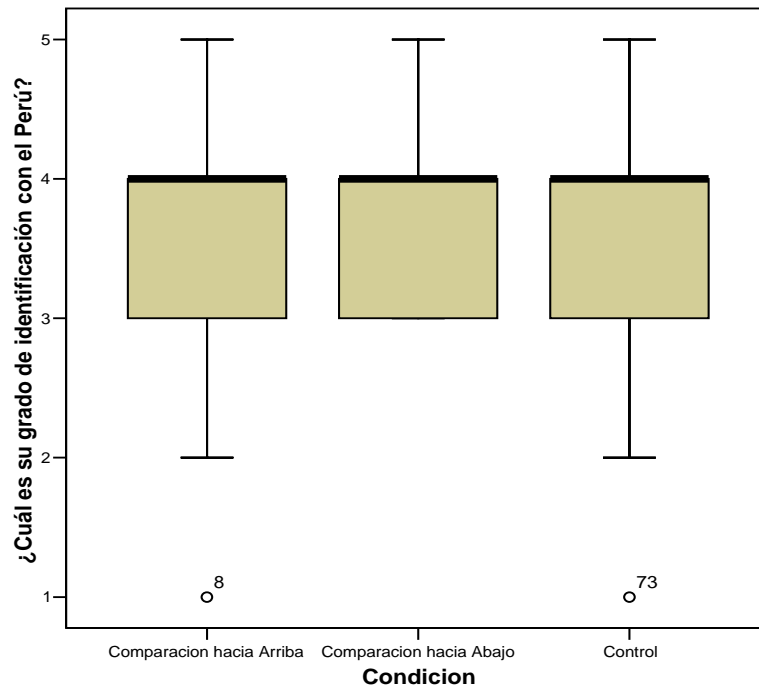


GRÁFICO 2
DIFERENCIAS ENTRE LOS TRES GRUPOS EN LA VALORACIÓN DEL PERÚ

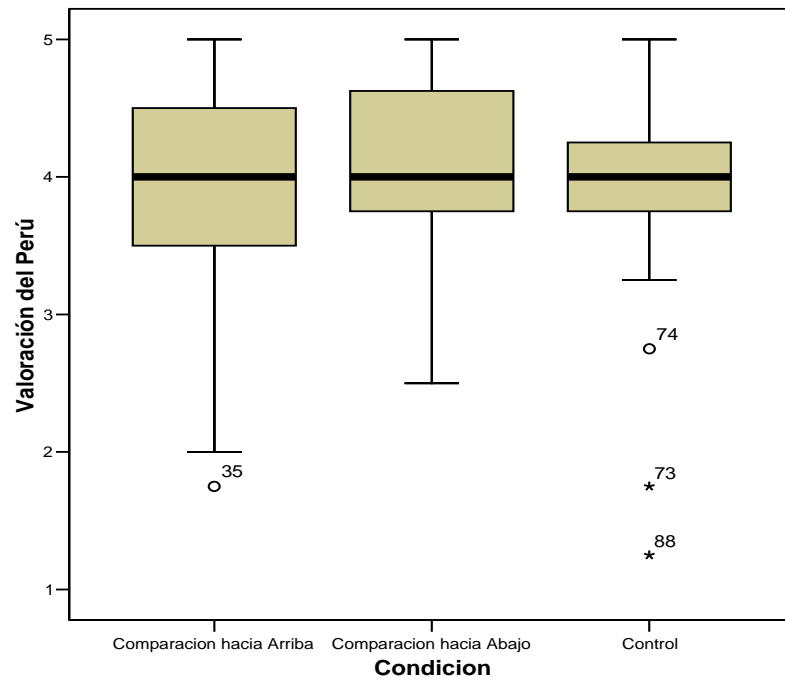


GRÁFICO 3
DIFERENCIAS ENTRE LOS TRES GRUPOS EN LA PERCEPCIÓN DEL PERUANO SUBDESARROLLADO

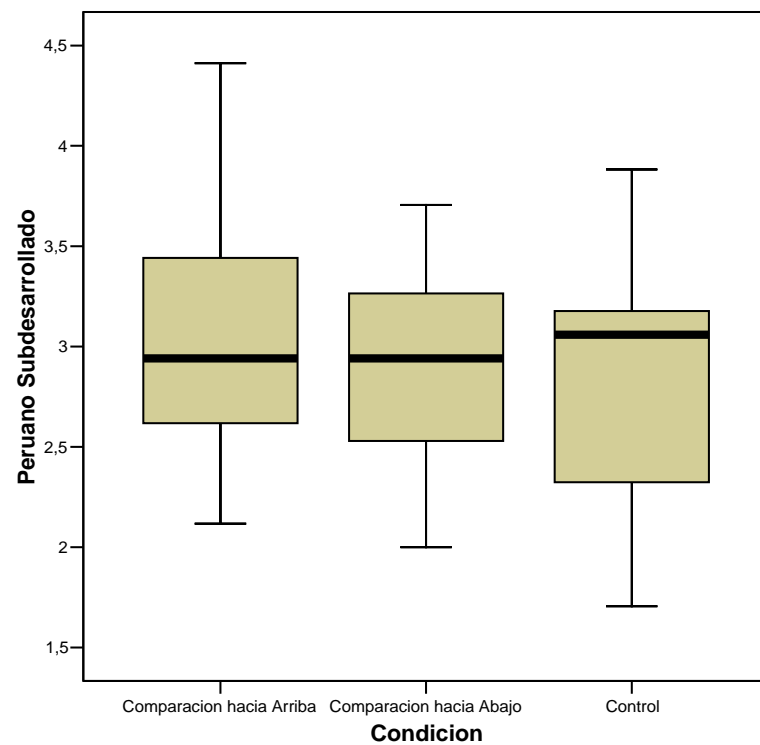


GRÁFICO 4
DIFERENCIAS ENTRE LOS TRES GRUPOS EN LA PERCEPCIÓN DEL PERUANO COLECTIVISTA

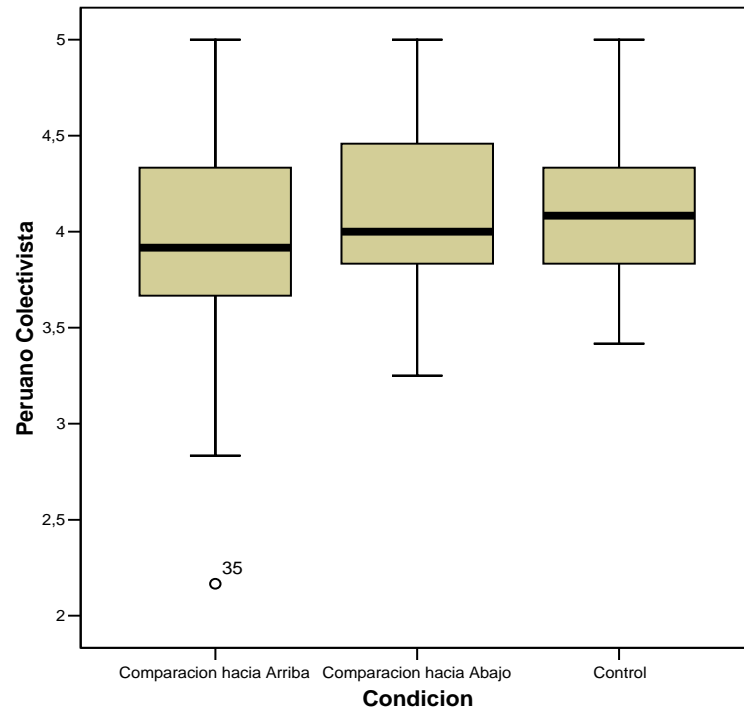
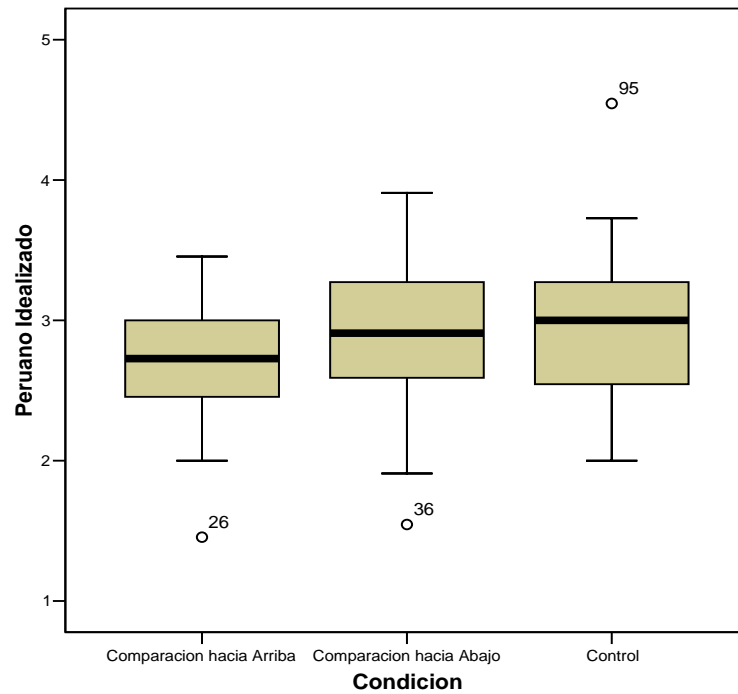


GRÁFICO 5
DIFERENCIAS ENTRE LOS TRES GRUPOS EN LA PERCEPCIÓN DEL PERUANO IDEALIZADO



0