



PONTIFICIA
**UNIVERSIDAD
CATÓLICA**
DEL PERÚ

FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS

**IDENTIDAD SOCIAL Y CLIMA SOCIO EMOCIONAL EN UNA
COMUNIDAD RURAL DE LA COSTA NORTE DEL PERÚ**

**Tesis para optar el título de Licenciada en Psicología con mención en Psicología
Social que presenta la**

Bachiller:

JIMENA AUGUSTA FERRÁNDIZ SALAZAR

ASESOR: AGUSTÍN ESPINOSA PEZZIA

LIMA – 2011



AGRADECIMIENTOS

A todos quienes de una u otra manera han hecho posible la realización de este estudio:

A mi asesor, Agustín Espinosa, por brindarme la posibilidad de formar parte de este equipo. Por su apoyo, confianza y tiempo extra.

Al increíble equipo de investigación, Caro, Jose, Zaira, Cinthia, Pedro y Oscar. Sin ellos nada de esto hubiera sido posible.

A los pobladores del centro poblado, por su paciencia, apertura y disponibilidad para colaborar con nosotros.

A mis papas, por siempre estar ahí.

A Jose, el mejor novio y corrector de estilo del mundo.





RESUMEN

Identidad Social y Clima Socio Emocional en una comunidad rural de la costa norte del Perú¹.

El presente estudio tiene como objetivo general, conocer, describir y analizar las relaciones existentes entre la Identidad Social y el Clima Socio Emocional percibido entre los pobladores de una comunidad ubicada en la costa norte del Perú. Para ello, se correlacionaron las puntuaciones del clima emocional positivo y negativo de la escala de De Rivera (1992) y Páez (1993), con la puntuación de las escalas de grado de identificación, autoestima colectiva (Luthanen y Crocker, 1992) y dimensiones del autoconcepto colectivo (Espinosa, 2003). Los resultados sugieren que el clima socio emocional de confianza correlaciona de manera significativa con la identidad social. De esto se infiere que la ausencia de este tipo de clima en la presente comunidad, generaría serios problemas de identificación con la misma.

Palabras claves: Clima Socio Emocional, Identidad Social, Autoconcepto Colectivo, Autoestima Colectiva.

ABSTRACT

Social Identity and Socio Emotional Climate in a rural community from the northern coast of Perú

This research analyzes the relationship between the Socio Emotional Climate and the Social Identity of the inhabitants of a community located on the northern coast of Perú. For this, the scores of two socio emotional climate scales (De Rivera, 1992 and Páez, 1993) were correlated with the rate of identification, collective self-esteem (Luthanen and Crocker, 1992), and collective self-concept (Espinosa, 2003) scales. Results suggest that the socio emotional climate of trust correlates significantly with social identity. From this it follows that the absence of this type of climate in this community would create serious problems of identification with it.

Keywords: Socio Emotional Climate, Social Identity, Collective Self Concept, Collective Self Esteem.

¹ La elaboración de esta tesis ha sido posible gracias al apoyo de la Dirección de Gestión de la Investigación (DGI) y al Vicerrectorado de Investigación de la Pontificia Universidad Católica del Perú, en el marco del proyecto de investigación “Características organizacionales de base y prácticas productivas de los agricultores de una comunidad del valle de Jequetepeque: Una Investigación Operativa” (Proyecto DGI 2010-0039).



TABLA DE CONTENIDOS

Capítulo 1: Identidad Social y Clima Socio Emocional en una comunidad rural de la costa norte del Perú.

Identidad e Identidad Social	9
Categorización y comparación social como procesos de base de la identidad social	10
Componentes y motivos de la identidad	11
La identidad social como un cohesionador grupal	13
Clima socio emocional	14
Tipos de climas socio emocionales	15
Relación entre Clima Social Emocional e Identidad Social	21
Planteamiento del problema	22
Capítulo 2: Metodología	25
Participantes	25
Instrumentos y medidas	25
Procedimiento	28
Capítulo 3: Resultados	31
Capítulo 4: Discusión	39
Referencias	49
Anexos	53



Capítulo 1: Identidad Social y Clima Socio Emocional en una comunidad rural de la costa norte del Perú.

Identidad e Identidad Social

La identidad se define como la conceptualización subjetiva que una persona posee sobre sí misma (Vignoles, Regalia, Manzi, Golledge y Scabini, 2006). Es decir, la conciencia unitaria y continua de quien es uno (Baumeister 1998). Ésta, abarca distintos niveles de auto-presentación entre los que destacan niveles individuales, basados en rasgos personales que diferencian al self individual; niveles relacionales basados en relaciones diádicas que asimilan al self a otros significantes y niveles colectivos basados en la pertenencia o membresía al grupo, que permite diferenciar al “nosotros” del “ellos” (Vignoles et al, 2006; Lorenzi-Cioldi y Doise, 1990).

Consistentemente con lo anterior, Tajfel (1974, 1978; en Scandroglio, López, San José, 2008) propone que el comportamiento social de un individuo varía a lo largo de un continuo demarcado por dos extremos: el personal, en el que la conducta está determinada por las relaciones personales con otros individuos y por las características personales; y el intergrupar, en el cual la conducta está determinada por la pertenencia a diferentes grupos o categorías sociales (Howard, 2000; Abrams y Hogg, 1990)

Centrando el objeto de estudio de la presente tesis en el nivel colectivo de análisis de la identidad, se introduce el concepto de Identidad Social, definido como “aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia.”(Tajfel, 1984, p.292). Desde esta aproximación conceptual se considera que la pertenencia a un grupo es un estado psicológico (Hogg y Abrams, 1988; Tajfel, 1982) e implica una definición evaluativa del sí mismo en términos de los atributos que describen al grupo o categoría a la cual un individuo pertenezca (Hogg y Ridgeway, 2003; Tajfel y Turner, 2001). Asimismo, esta aproximación ha sido considerada como un proceso psicológico puente entre los fenómenos colectivos, la cognición social y el comportamiento individual (Hogg y Ridgeway, 2003; Hogg y Abrams, 1988, Tajfel, 1982)

Categorización Social y Comparación Social como procesos de base de la Identidad Social

Conceptualmente se asume que la identidad social sólo puede concretarse a través del proceso de Categorización Social, entendido como la organización del mundo en unidades comprensibles de información social (Abrams y Hogg, 1990). La categorización comprende la acentuación psicológica de diferencias entre categorías y similitudes entre objetos de la misma categoría, lo que genera distinciones entre los distintos grupos sociales, constituyendo las concepciones de exogrupo y endogrupo (Abrams y Hogg, 1990; Campbell, 1956, en Tajfel, 1982).

Las características de un grupo como una totalidad adquieren significado al relacionarse con las diferencias percibidas respecto de otros grupos y con sus respectivas connotaciones de valor. De manera específica, la identidad social de un individuo se establece a través de la pertenencia a determinadas categorías o grupos sociales y esa pertenencia contribuye, positiva o negativamente, a la imagen que cada uno tiene de sí mismo (Tajfel, 1984). Sin embargo, la definición de un grupo en los términos antes expuestos no tiene sentido a menos que existan otros grupos alrededor (Tajfel, 1984).

Lo anterior nos lleva a introducir el concepto de Comparación Social (Festinger en Abrams y Hogg, 1990), entendido como la tendencia que tienen los individuos de compararse con otros con la finalidad de someter sus habilidades, opiniones y experiencias a evaluación. De esta forma, mientras que la categorización produce la búsqueda de características distintivas, la comparación social, unida a la necesidad de una identidad social positiva, promueve la acentuación selectiva de las diferencias intergrupales que favorecen al endogrupo, especialmente en dimensiones en las que el endogrupo es estereotipadamente positivo (Abrams y Hogg, 1990; Hinkle y Brown, 1990; Tajfel y Turner, 2001).

Sin embargo, podría darse el caso en que la comparación social produzca resultados negativos. En esa situación, los sujetos tratan de contrarrestar los estados de insatisfacción que experimentan activando una serie de mecanismos o estrategias destinadas a la consecución de una identidad social positiva, estos son: movilidad individual, creatividad social y competición social (Tajfel y Turner, 2001).

La movilidad individual supone una estrategia que implica esfuerzos individuales por lograr una movilidad social ascendente. Los sujetos buscan redefinir

su pertenencia categorial tratando de abandonar el propio grupo para convertirse en miembros de un grupo o categoría social de mayor estatus.

La estrategia de creatividad social involucra alterar la propia percepción de la situación del endogrupo. Así, incluye estrategias como la búsqueda de nuevas dimensiones de comparación social, la redefinición de los valores adjudicados a determinadas dimensiones de comparación o el cambio del exogrupo de comparación.

Por su parte, la competición social consiste en el intento de aventajar al exogrupo de mayor estatus en aquellos aspectos en que aventaja al endogrupo. Para ello se dirigen acciones colectivas hacia la obtención de aceptación por parte de la cultura mayoritaria, en un esfuerzo por afirmar el valor del endogrupo cuando las comparaciones intergrupales son desfavorables.

Componentes y motivos de la identidad

La identidad social incluye un componente cognitivo así como uno evaluativo. El primer elemento constituye el autoconcepto del individuo, el cual incluye un conjunto de conocimientos que las personas tienen sobre sus propias características. “Los atributos específicos de una biografía individual caracterizan al autoconcepto personal, mientras que los atributos del autoconcepto derivados de la pertenencia a categorías y grupos sociales se denominan autoconcepto colectivo” (Páez, Zubieta, Mayordomo, Jiménez y Ruiz, 2004).

El segundo elemento de la identidad está constituido por la autoestima, la cual es considerada por Rosenberg (1989, en Martín-Albo, Núñez, Navarro y Grijalvo, 2007), como el componente evaluativo del autoconcepto, basado en los pensamientos y sentimientos que tiene el individuo sobre su propio valor e importancia. De esta manera, “las personas con menor autoestima poseen un autoconcepto menos positivo que las personas con alta autoestima, aunque no necesariamente tienen información más negativa sobre sí mismas. En cambio, las personas con alta autoestima poseen un conocimiento más claro y confiado de ellas mismas” (Páez et. al., 2004). Por su parte, la autoestima colectiva estaría definida como la actitud del individuo sobre las categorías y grupos sociales a los que pertenece (Luhtanen y Crocker, 1992).

En cuanto a las bases motivacionales de la identidad, Vignoles et. al., (2006) proponen que la identidad está compuesta por muchos elementos que pueden variar

considerablemente en su importancia para la autodefinición. Estos elementos se construyen a partir de una serie de motivos de identidad, definidos como las presiones hacia ciertos estados de identidad y alejamiento de otros.

Son diversos los autores que han identificado a la búsqueda de continuidad o coherencia cognitiva y de un autoconcepto evaluado positivamente como los principales motivadores de la identidad. Tajfel (1969 en Abrams y Hogg, 1990) señala que la motivación por la coherencia es consistente con la necesidad humana de contar con cogniciones integradas y coherentes que permitan establecer un equilibrio entre las diferentes fuerzas y componentes del self (Festinger, 1957 en Abrams y Hogg, 2001). Asimismo, este motivo buscaría dotar a la identidad de un sentido de continuidad a través del tiempo y la situación, lo que implicaría, más que una ausencia de cambio, una cierta conexión entre el pasado, presente y futuro de la identidad de las personas (Breakwell, 1986 en Vignoles et. al., 2006)

Por otro lado, la búsqueda de un autoconcepto positivo calza con la motivación de autoenzalsamiento propuesta por Festinger (1954 en Abrams y Hogg, 1990), la cual se basa en la búsqueda de una distintividad positiva en relación a otros grupos, teniendo un efecto positivo en la autoestima de cada individuo. De esta manera se podría entender a la autoestima como una motivación detrás del comportamiento intergrupar, “la motivación de mantener y adoptar una concepción positiva de uno mismo” (Gecas, 1982, p. 20, en: Vignoles et. al., 2006).

Sin embargo, a pesar de que las motivaciones de autoestima y coherencia cognitiva son centrales para la definición de la identidad, un estudio realizado por Vignoles et. al. (2006) añade a estos dos motivos, otros cuatro que también se encontrarían en la base de la identidad y que son: distintividad, pertenencia, eficacia y significado.

El motivo de distintividad incita hacia el establecimiento y mantenimiento de un sentido de diferenciación de los otros con implicancias para la cognición, el afecto y el comportamiento (Vignoles, Chryssochoou y Breakwell, 2000 en: Vignoles et. al., 2006). Esto es logrado a través del proceso de categorización social, ya que es ésta la que permite adquirir características distintivas como grupo (Abrams y Hogg, 1990).

El motivo de pertenencia hace referencia a la necesidad de mantener o adoptar sentimientos de cercanía o aceptación de otras personas. Como se mencionó anteriormente, los individuos son miembros de numerosos grupos sociales y esa

pertenencia contribuye, positiva o negativamente, a la imagen que cada uno tiene de sí mismo (Tajfel, 1984)

El motivo de eficacia está orientado hacia el mantenimiento e involucramiento en sentimientos de “competencia y control” (Breakwell, 1993, p. 205 en: Vignoles et. al., 2006), generando que las expectativas de dominio aumenten con el éxito y se reduzcan con los fracasos que los individuos puedan enfrentar (Bandura, 1997, en Vignoles et. al., 2006)

Finalmente, el motivo de significado se basa en la necesidad de encontrar un significado o un propósito en la propia existencia (Baumeister, 1991 en: Vignoles et. al., 2006), para que de esta manera se pueda contar con una interpretación significativa del mundo social (Abrams y Hogg, 1990).

La identidad social como un cohesionador grupal

La pertenencia a un grupo define el autoconcepto colectivo de la gente y prescribe los pensamientos, sentimientos y comportamientos a experimentar. De esta manera, con solo ser categorizadas, las personas producen comportamientos grupales característicos (Abrams y Hogg, 2001), basados en normas, lazos, metas y propósitos compartidos (Abrams y Hogg, 1990); los cuales generan una sensación de cohesión grupal.

Una vez que las personas empiezan a identificarse con sus grupos, su bienestar se vuelve dependiente del bienestar de éste (Van Vugt y Hart, 2004); de manera que los sujetos discriminarán a favor de sus propias categorías, incluso a pesar de no saber quienes son los otros miembros y de no recibir ningún beneficio personal directo por hacerlo (Turner, 1981 en Abrams y Hogg, 1990).

Esto se debe a que las auto categorizaciones despersionan las percepciones y conductas de tal manera que los miembros de un grupo, incluido uno mismo, no son procesados como personas aisladas sino como parte de un todo que representa el prototipo grupal preponderante. De esta manera, un grupo cohesionado es uno en el cual los procesos de auto categorización han producido cierta conformidad endogrupal, diferenciación intergrupala, percepción estereotipada, etnocentrismo y actitud positiva o atracción entre sus miembros (Hogg y Hains, 2001).

Asimismo, según Van Vugt y Hart (2004) una fuerza psicológica y comportamental importante que contribuye a la estabilidad y cohesión grupal es la lealtad de sus miembros, o, en otras palabras, el deseo de renunciar a alternativas

atractivas por la membresía al grupo. Cuando las personas se identifican fuertemente con sus grupos, se ven a sí mismas principalmente como miembros del grupo, lo que afecta las reacciones comportamentales, preceptuales y afectivas a la membresía grupal (Brewer & Brown, 1998). Entonces, la lealtad al grupo dependerá del grado y naturaleza de identificación con el mismo.

Sin embargo, según la hipótesis de la percepción grupal, se propone que la lealtad al grupo no sólo se basa en una alta identificación con éste, sino que también se basa en los efectos que esta identidad puede llegar a tener en las impresiones positivas de la membresía al grupo, así como en el optimismo por el desempeño futuro del mismo. De esta manera, se sugiere que la lealtad es un resultado de la comparación de alternativas referidas al mantenerse o abandonar el grupo (Van Vugt, Hart, 2004).

Por otro lado, cuando las identidades colectivas son amenazadas, los niveles de compromiso hacia grupos o categorías particulares determinan cómo las características, normas o respuestas de los grupos influirán en las respuestas perceptuales, afectivas y comportamentales de los individuos de esos grupos (Ellemers, Spears y Doosje, 2002). En otras palabras, a mayor compromiso con el grupo de referencia, menor probabilidad de abandonar el grupo, aún en caso de que las circunstancias sean adversas.

Clima emocional

El concepto de clima emocional hace referencia a la predominancia de emociones colectivas generadas a través de la interacción social de los miembros de un grupo en un entorno determinado. De esta manera, refleja el modo en que los individuos piensan que la mayoría de los otros están sintiendo una situación específica (De Rivera, 1992; De Rivera y Páez, 2007), tomando en cuenta la situación social, económica y política, y el manejo de los líderes y diversos agentes sociales del referido grupo o entorno (De Rivera, 1992).

Esto deja en evidencia la función de regulación social que, junto a ciertas representaciones sociales, cumple el clima emocional (Techio, Zubieta, Páez, De Rivera, Rimé y Kanyangara, 2011). Los juicios acerca del clima emocional imperante suelen basarse, hasta cierta medida, en observaciones y experiencias personales que sugieren el modo en que se debe reaccionar (ya sea con miedo, odio, confianza, etc.) frente a una determinada situación. En ese sentido, un clima puede

llegar a solidificarse, desarrollándose cierto consenso sobre la situación de la sociedad y sobre las normas acerca de lo que uno debe sentir con respecto a la misma (Páez, Ruiz, Gailly, Kornblit, Wiesenfeld y Vidal, 1997)

De esta manera, se puede entender al clima emocional como un campo emocional que afecta y también se ve afectado por las relaciones entre los miembros de una sociedad en un punto determinado de la historia (De Rivera y Páez, 2007). Es decir, un estado de ánimo colectivo relativamente estable que se caracteriza por el predominio de ciertas emociones, una representación social sobre el mundo social y el futuro, y ciertas tendencias de acción asociadas a las emociones que impregnan las interacciones sociales (Páez et al, 1997).

Finalmente, cabe mencionar que junto al clima emocional existen otros niveles de expresión colectiva de las emociones, estos se denominan atmósfera y cultura emocional (De Rivera, 1992). Sobre la atmósfera emocional, vale la pena indicar que se forma a partir de un acontecimiento común que influye en los miembros de un grupo, generando cohesión grupal y emociones compartidas durante un periodo de tiempo más limitado que el del clima (Techio et. al., 2011). Por otro lado, la cultura emocional es un nivel más estable en el tiempo, ya que tiende a persistir mientras no se perciban cambios culturales significativos, influyendo decisivamente en la forma como se entienden las experiencias emocionales, en las normas que regulan las circunstancias en las que estas emociones deben ser sentidas y, finalmente, en el modo en que la gente debe comportarse respecto a estas emociones (Techio et. al., 2011).

Con respecto a lo anterior, resulta necesario indicar que las atmósferas, climas y culturas emocionales claramente interactúan y se influyen unas con otras. El clima emocional depende de la cultura emocional subyacente, y ambos influyen y son afectados por la atmósfera emocional (De Rivera, 1992).

Tipos de climas socio emocionales

De Rivera (1992) plantea una serie de climas socio emocionales que pueden ser percibidos ya sea como positivos o negativos. Según Páez et al. (1997) tanto los climas emocionales positivos como negativos se asocian coherentemente con indicadores de calidad de vida. En ese sentido, la predominancia de un clima emocional positivo se asocia directamente al desarrollo social de una nación (Páez et al, 1997).

Entre los climas emocionales positivos se tiene, en primer lugar, el clima de seguridad. El clima de seguridad genera que las personas se sientan libres de hablar entre ellas, participar en grupos de discusión, organizar reuniones políticas, etc. Asimismo, permite que las personas confíen en los demás y que fácilmente cooperen entre sí (De Rivera, 1992). La importancia de este clima es tan grande que llega a ser tratado como una necesidad básica (Maslow, 1954/1987; Sites, 1973; Staub, 2003; en: De Rivera, Kurrien, Olsen, 2007). Para satisfacerla se hace necesario un adecuado manejo político, así como un sentimiento de pertenencia a un grupo o lugar del cual se esté seguro que no se pueda ser expulsado. De este modo, se puede entender que un clima socio emocional de seguridad, en cierta medida, provee al individuo de los elementos necesarios para responder adecuadamente a la motivación de pertenencia, en el camino hacia el establecimiento de una identidad colectiva. Asimismo, en un clima de seguridad, las personas podrán también responder al motivo de distintividad, al permitirse, en este tipo de ambientes, la expresión de todos los grupos así como las diferencias individuales.

Por otro lado, la incidencia de este tipo de clima en el bienestar de las personas resulta evidente. Dicha relación se basa en la configuración de las culturas más seguras como lugares más agradables para vivir, caracterizados por un espíritu de buena voluntad que se manifiesta en la amabilidad de las personas así como en la abundancia de actividades cooperativas (Benedict, 1970 y Maslow, 1971 en De Rivera, 1992). Mas aún, culturas seguras cuentan con costumbres que aseguran que las acciones y habilidades que benefician al individuo, también beneficien al grupo. Ello nuevamente estaría reforzando la motivación de pertenencia de la identidad social.

Así como el clima de seguridad, existe otro tipo de clima emocional que se encuentra relacionado a la sensación de la gente de tener libertad para hablar unos con otros, de discutir públicamente ciertos temas y de cooperar entre ellas. Se trata del clima socio emocional de confianza (De Rivera, 1992). Esta expresión socio-afectiva se define como el sentimiento que tienen las personas acerca de la situación política o económica de su entorno y viene acompañada de las expectativas de mejora de dicha situación. De Rivera (1992) plantea que un clima de confianza suele existir cuando la economía general está creciendo. De esta manera, las tensiones entre los grupos se reducen y se generan sentimientos de optimismo que inciden en la confianza hacia los miembros de la sociedad. Sin embargo, un clima emocional de

confianza no esta solo en función de la acumulación capitalista. La confianza de una nación también depende de las estructuras de la sociedad, de la medida en que las personas creen que la gente en general, y su gobierno, en particular, se preocupan por el bienestar de la nación, en lugar de simplemente estar interesados en el bienestar de ellos mismos, sus familias, o grupos (De Rivera, 1992). Nuevamente, a través de éste tipo de clima socio emocional, se estaría promoviendo una identidad social guiada bajo la motivación de pertenencia, pues las personas lucharían por formar parte de un grupo en el que su bienestar se encuentre resguardado tanto por el mismo, como por los miembros del grupo (Van Vugt y Hart, 2004).

Tanto el clima de seguridad como el de confianza constituyen ambientes en los que se promueve la solidaridad o ayuda mutua, sin embargo, existe un tipo de clima específico referido a este tipo de características. Este es el clima de solidaridad, el cual ocurre cuando las personas se sienten interdependientes de algo mayor que ellas, por lo que se encuentran dispuestas a sacrificarse por un bien superior, llegándose a sentir orgullosas de esto. Sin embargo, este tipo de clima no suele durar muchos años, y tiende a desaparecer, en la mayoría de casos, en situaciones de amenaza, cuando se hace necesario el mantenimiento de la unidad de la nación. (De Rivera, 1992). A pesar de su corta duración, un clima emocional de solidaridad genera en las personas efectos relacionados con las motivaciones de la identidad social referidas a la búsqueda de significado, pertenencia, autoestima y eficacia.

Sobre la motivación de pertenencia, De Rivera (1992) propone que cuando un clima de solidaridad existe porque las personas de una nación comparten un conjunto de ideales, respetan a una autoridad común, o están luchando contra un enemigo común, entonces se puede decir que existe un claro sentido de unidad nacional.

Un siguiente tipo de clima es el referido a la esperanza. Éste se define en función a cuán optimistas se encuentran los miembros de un grupo, comparando el grado de satisfacción presente y pasada de las personas con cuán satisfechas ellas esperan sentirse en el futuro (De Rivera, 1992). En este sentido, calza perfectamente con el motivo de continuidad de la identidad social, el cual buscaría dotar a la identidad de un sentido de continuidad a través del tiempo y la situación (Breakwell, 1986, en Vignoles et. al., 2006). Asimismo, este tipo de clima socio emocional se define como la expectativa de que la situación del grupo mejorará o se conseguirá un

objetivo deseado (Techio et. al., 2011). Según Jarymowicz y Bar Tal (2006), en un nivel colectivo, la esperanza es necesaria para involucrarse en negociaciones pacíficas que se supone den fin a la violencia. De esta manera la esperanza, además de suponer la expectativa por el cumplimiento de metas positivas, también supone el anhelo de alivio de condiciones negativas.

Con respecto al estado o clima de satisfacción, éste depende del futuro que cada persona pueda imaginar. En vista de ello, este clima hace referencia a aquellas metas o ideales que se solían tener en el pasado y que actualmente están siendo cumplidas o trabajadas (De Rivera, 1992). De esta manera, es razonable pensar que dicho tipo de clima llega a tener repercusiones en la autoestima de las personas, así como en su eficacia; de tal modo que la identidad social de la mayoría se definirá mayoritariamente en base a estos dos tipos de motivaciones (autoestima y eficacia). Asimismo, dicho tipo de clima socio emocional puede llegar a producir en las personas, sentimientos de excitación y aproximación a otros, en un intento por compartir y celebrar con otros el grado de satisfacción alcanzado.

En cuanto a los climas socio emocionales negativos se encuentra, en primer lugar, el clima de miedo que puede llegar a indicar desde una preocupación por eventos indeseados hasta un miedo generado por actos repetidos de violencia (De Rivera et. al., 2007). Este tipo de clima tiene el efecto de aislar a las personas y de esta manera evitar cualquier organización política y expresión pública de opiniones e ideas (De Rivera, 1992). En vista de ello, se hipotetiza que un clima de miedo tendría serias repercusiones en los motivos de la identidad social relacionados con la pertenencia y distintividad.

Además, en un clima de miedo, la presencia de violencia política también tiene los subsiguientes efectos en la percepción de la realidad de las personas (De Rivera, 1992). Jarymowicz y Bar Tal (2006) señalan al respecto como a nivel colectivo el miedo tiende a causar angustia y miseria en los individuos y grupos, impidiendo su adherencia a situaciones riesgosas, inciertas y nuevas.

Mientras que el tipo de miedo antes descrito esta deliberadamente creado para mantener el control, también existen climas de miedo creados por el completo caos político, los cuales acrecientan la sensación de inseguridad.

Un clima de inseguridad hace referencia a la ansiedad generada por el fracaso de las normas sociales que proveen un sentido de lo que está bien y mal, así como cierta inestabilidad y descontrol de la violencia interna (Fogarty, 2000, en De Rivera

et. al., 2007). Martin-Baro (1990, en De Rivera, 1992) propone que esta inseguridad sobre las propias creencias, juicios y sentimientos, puede llevar a una aceptación gradual de la verdad oficial y, por consiguiente, a una sumisión al orden establecido. Ello lleva a afectar la expresión de distintividad de las personas, yendo contra una de las motivaciones esenciales de la identidad social.

Asimismo, la incidencia de este tipo de clima en el bienestar de las personas está relacionado con lo propuesto por Benedict y Maslow (en De Rivera, 1992) respecto a que en las culturas inseguras las acciones que benefician a los individuos se realizan a expensas de los otros. Además, estas culturas parecen estar integradas por gente hosca y agresiva que se involucra en comportamientos destructivos, combativos y siente una gran cantidad de ansiedad.

Cabe resaltar que un clima de miedo fomentado por el gobierno con el fin de aislar a las personas unas de otras, está relacionado con la inseguridad cultural que atomiza la sociedad. Ambos tipos de clima también pueden estar relacionados con aquel tipo de clima socio emocional caracterizado por polarizar a la sociedad, es decir, un clima de inestabilidad.

Sobre el clima de inestabilidad, éste se evidencia cuando las personas de una nación no pueden predecir qué les va a pasar, política y económicamente, en un futuro cercano, generando incertidumbre. Esto, de alguna u otra manera llega a afectar las motivaciones de eficacia y autoestima, propias de la identidad social. Asimismo, en este tipo de clima existe la sospecha recurrente de que la gente abandone su libertad para reducir su ansiedad, perdiéndose así la apertura a nuevos puntos de vista y llegándose a fijar solo en soluciones particulares (De Rivera, 1992).

En cuanto al clima de insatisfacción, éste se genera cuando la realidad no calza con las expectativas de los individuos de una población. Se podría esperar que dicha sensación llegue a expresarse a través de cambios en el liderazgo político o en los brotes de violencia. Ello debido a que cuando la gente no puede conseguir lo que ellos creen que deben conseguir, es cuando un clima de insatisfacción se convierte en hostilidad. En su expresión máxima, dicha insatisfacción devenida en hostilidad, puede generar una guerra civil, un grupo puede hacerse con el control del gobierno y crear un clima de miedo con el fin de aislar a las personas y evitar la oposición política (De Rivera, 1992)

La asociación entre el clima antes mencionado y el clima de enojo resulta evidente. Un clima de enojo es aquel que ocurre cuando los segmentos de una

población se encuentran descontentos, ya sea porque hay evidencias que contradicen al sistema de creencias en el que se basan las acciones de las personas, que a su vez desafían lo que cada individuo afirma ser, o porque largos segmentos de la población no están obteniendo lo que ellos creen que tienen derecho a recibir (De Rivera et. al, 2007).

En ese sentido, dicho tipo de clima puede producir hostilidad en las personas, en un intento por obtener pruebas para mantener el sistema de creencias en lugar de sufrir su pérdida. Asimismo un clima de hostilidad puede exacerbar las tensiones étnicas y entrelazarlas con procesos de violencia (De Rivera, 1992)

Un siguiente y último clima emocional negativo es el relacionado a la tristeza, el cual hace referencia a un sentimiento de poco poder y de que nada se puede hacer por mejorar la situación (Fogarty, 2000, en De Rivera et. al., 2007). Una emoción de tristeza está relacionada con la pérdida irremediable de oportunidades, bienes o incluso vidas; ello provocado por el otro grupo.

Las implicancias de este tipo de clima están basadas más que nada en la eficacia de las personas. Éstas consideran necesario reflexionar, suspender y reevaluar sus planes; así como pedir ayuda. Con respecto a esto último, se podría decir que, en algún sentido, las personas envueltas en un clima de tristeza, podrían llegar a extraer algún tipo de efecto positivo de su ambiente, ello a la hora de recibir un mayor apoyo social (Techio et al, 2011).

Por último, cabe resaltar que aunque se han descrito diferentes tipos de climas, sería conveniente utilizar dichos tipos para delimitar los finales de diferentes dimensiones, que luego pueden ser usadas para caracterizar un clima. Algunas dimensiones describirían cómo la gente de una sociedad se relaciona entre sí y otras cómo las personas se relacionan con sus ideales. Tales dimensiones deben ser tratadas como factores estructurales flexibles y necesarios para la descripción de las complejas condiciones climáticas y cambios en lo que a clima se refiere (De Rivera, 1992).

Si bien estas dimensiones no son completamente independientes, no se pueden contraer sin perder su poder descriptivo. Por ejemplo, la seguridad (en el sentido de la libertad política) a menudo va de la mano con la solidaridad, pero hay situaciones cuando una está presente y la otra está ausente. Asimismo, la unidad de una nación estará relacionada con varias dimensiones de clima emocional previamente articuladas.

Del mismo modo es necesario mencionar que incluso en episodios claramente negativos o positivos, se puede dar la coexistencia de emociones de valencia opuesta. Dichos estados de ambivalencia emocional pueden llegar a jugar un rol adaptativo, al combinarse las tendencias asociadas a las emociones positivas de amplificación de recursos mentales y sociales con las tendencias a la focalización y cambio de la situación vinculada a las emociones negativas (Carrera, Muñoz y Caballero, 2010).

Relación entre la Identidad Social y el Clima Socio Emocional

Páez, et al (2006 en Espinosa, 2011) señala que la identidad social, expresada a través del autoconcepto y autoestima colectiva, dependerá de las condiciones sociales en las que estén inmersos los integrantes de un grupo. Es decir que la identidad social, en cierta medida, dependerá del clima emocional imperante, entendido como la predominancia de emociones colectivas generadas a través de la interacción social de los miembros de un grupo en un entorno determinado (De Rivera, 1992).

Más aún, se sostiene que la identificación, la autoestima y el autoconcepto positivo son facilitados por la percepción de emociones colectivas de confianza, solidaridad, seguridad, alegría y orgullo. De esta manera, el clima emocional se entiende como un antecedente o causa de la identidad colectiva (Espinosa, 2011)

Es así que Basabe y Ros (2005) proponen que la percepción de más emociones y estados de ánimo positivos que negativos en un contexto grupal se asociará probablemente a una identidad colectiva más fuerte y satisfactoria. En ese sentido, la identificación con un grupo autovalorado de manera favorable y sobre el que son depositados estereotipos mas que nada positivos, evidencia un correlato de clima emocional positivo (De Rivera y Páez, 2007).

Por otro lado, las constantes amenazas a la identidad social podrían producir un clima emocional de patriotismo y solidaridad, en caso que se perciba que provienen de un enemigo externo al endogrupo. De modo contrario, amenazas a la identidad, provenientes de la percepción de desorden y conflictos intragrupal, producirían un clima emocional de ira contra el Estado, miedo de expresarse y desesperanza (De Rivera, 2004 en de Rivera y Páez, 2007). Desde esta perspectiva, la identidad social influye también en el clima emocional imperante, por lo que la relación entre ambos conceptos, vendría a ser sumamente compleja.

Planteamiento del problema:

La presente investigación resulta relevante, en vista que, ante la escasez de investigaciones realizadas, permite contar con una primera descripción del clima emocional predominante en las comunidades de la costa norte del Perú, a la vez que permite vislumbrar la asociación de éste constructo con la identidad social.

Dicha relación se considera importante de estudiar en vista de que actualmente, en las comunidades de la costa norte del Perú, se evidencia una destrucción progresiva del tejido social y comunitario, basada más que nada en el fracaso de los procesos cooperativos y en la instauración de prácticas productivas y sociales individualistas, lo que viene limitando la capacidad de reacción coordinada de los agricultores frente a los cambios y adversidades económicas y sociales que se les avecinan y que generan un clima de desconfianza e incertidumbre en la población.

Dichas expresiones colectivas de desconfianza e incertidumbre tendrían implicancias en la identidad social de los pobladores de la comunidad pues como plantea De Rivera (1992), así como las emociones de un individuo idealmente funcionan para mantener los valores y la identidad individual, las emociones de una nación funcionan por mantener la unidad política y la identidad cultural de cada uno de sus miembros.

De esta manera, para entender un poco más este fenómeno, se vuelve necesario analizar la relación existente entre el clima emocional, ya sea positivo o negativo, y la identidad social. Solo así se podrá contar con un panorama completo de la problemática imperante en la población, sus causas y consecuencias. Incluso conociendo un poco más acerca de estas variables, futuros proyectos de investigación podrán diseñar intervenciones acordes a las dificultades latentes.

En base a ello, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿existe relación entre la percepción de Clima Emocional e Identidad Social en una comunidad de la costa norte del Perú?

A partir de esta pregunta de investigación se propone el siguiente objetivo general para el presente estudio: Explorar y analizar la relación entre la percepción de Clima Emocional e Identidad Social en una comunidad de la costa norte del Perú.

Para abarcar los aspectos que engloba dicho objetivo, se formulan los siguientes objetivos específicos:

- Describir el clima socio emocional de los pobladores de la comunidad.

- Describir la identidad social de los pobladores de la comunidad.
- Analizar la relación entre el clima socio emocional y la identidad social en los pobladores de la comunidad.





Capítulo 2: Metodología

La presente investigación es de tipo no experimental, descriptivo y correlacional (Hernández, Fernández y Baptista, 2006). Esto se debe a que, en primer lugar, no se ha realizado un control riguroso de las variables y, en segundo lugar, el objetivo de esta investigación consiste en establecer relaciones entre dos variables específicas: clima emocional e identidad social.

Asimismo, para la presente investigación se utilizaron datos cualitativos con el fin de recoger información complementaria a los datos recogidos cuantitativamente, así como para explorar la repercusión de estas dos variables en la comunidad. Dicha información será reportada únicamente en el capítulo de discusión.

Participantes

Fase cuantitativa.

En lo que respecta a la etapa cuantitativa, la muestra estuvo constituida por 80 participantes, 31 hombres y 49 mujeres, cuyas edades fluctuaban entre los 17 y 71 años.

Fase cualitativa.

En cuanto a la distribución de los participantes durante la etapa cualitativa, ésta presentó un promedio de 8 participantes por entrevista grupal, con un mínimo de 3 participantes y un máximo de 20 participantes. Realizándose en total 10 entrevistas grupales. Asimismo, se realizaron 6 entrevistas individuales a los pobladores de la zona: 4 hombres y 2 mujeres.

Cabe resaltar que todos los participantes son habitantes de una comunidad rural del valle de Jequetepeque.

Instrumentos y medidas

Fase cuantitativa.

Clima Emocional

Escala de Clima Emocional (Páez, Ruiz, Gailly, Kornblit, Wiesenfeld y Vidal, 1997)

Esta escala consta de 10 ítems. Cuatro de ellos hacen referencia a cuatro emociones

básicas: miedo, enojo, tristeza y alegría. Además, se incluyen en esta escala ítems referentes al clima de esperanza, solidaridad, confianza en las instituciones y tranquilidad para hablar. Por último, también incluye ítems sobre la valoración de la situación económica y la evaluación del clima general afectivo. Todas las preguntas hacen referencia al “estado actual de su país”. La escala de respuesta tiene 5 puntos (1 = nada y 5 = mucho) (Conejero, De Rivera, Páez, Jiménez; 2004). Para la presente investigación, el alfa de Cronbach general de dicha prueba fue de .361.

Escala de Clima Social Emocional (De Rivera, 1992) Esta escala consta de 24 ítems que buscan medir las emociones predominantes de un entorno durante un periodo determinado. La escala de respuesta es de tipo likert de 1 (no) a 7 (completamente), y los ítems se agrupan en dos dimensiones: Clima emocional positivo y Clima emocional negativo.

Para la presente investigación, la escala contó con un alfa de Cronbach general de .792. De manera específica, el clima emocional positivo presentó un alfa de Cronbach de .672, mientras que el clima emocional negativo, un alfa de Cronbach de .765.

Identidad Social

Grado de identificación con el Perú Este es un ítem utilizado en investigaciones previas (Rottenbacher, 2008; Espinosa, Calderón, 2009) que comprende la siguiente pregunta: ¿cuál es su grado de identificación con el Perú? La escala de respuestas es de tipo likert, del 1 al 5, donde 1 es “nada” y 5 es “total”. Este ítem cuenta con validez de contenido, la cual consiste esencialmente en el juicio del investigador con respecto a la representatividad de los reactivos (Kerlinger y Lee, 2002).

Escala de Autoestima Colectiva (Luhtanen y Crocker, 1992) Versión adaptada al castellano y al Perú de la subescala de autoestima colectiva privada de Luhtanen y Crocker (1992). Consta de cuatro ítems que evalúan la relación afectiva de los participantes con su identificación con el Perú (autoestima nacional peruana). Para ello se presenta una escala de respuesta de tipo likert, del 1 al 5, donde 1 es “totalmente en desacuerdo” y 5 es “totalmente de acuerdo”. Esta escala posee validez de tipo concurrente (Kerlinger y Lee, 2002), ya que en investigaciones previas (Luhtanen y Crocker, 1992; Zhang, 2005, Espinosa y Calderón, 2009, en

Rottenbacher, 2008) se han obtenido relaciones consistentes con variables con las que conceptualmente la autoestima colectiva debería estar relacionada. Para la presente investigación, la escala contó con un Alfa de Cronbach de .760.

Escala de Autoconcepto Colectivo Peruano (Espinosa, 2003) Esta escala fue creada a partir de una investigación cualitativa/cuantitativa con una muestra de triciclistas de Juliaca y consta de una lista de 24 adjetivos que describen cómo son los peruanos. Para cada adjetivo, se presenta una escala de respuesta del 1 al 5, donde 1 es “totalmente en desacuerdo” y 5 es “totalmente de acuerdo”.

Para la presente investigación dicha variable presentó una estructura factorial de cuatro factores: “baja eficacia” (alfa de Cronbach de .806), “imagen positiva general” (alfa de Cronbach de .784), “corruptos” (alfa de Cronbach de .543) y “expresividad positiva” (alfa de Cronbach de .483).

Tabla 1. Análisis Factorial Exploratorio del Autoconcepto Colectivo Peruano.

	Componentes			
	Baja eficacia	Imagen positiva general	Corruptos	Expresividad positiva
Incumplidos	,732			
Atrasados	,684			
Ociosos	,680			
Incapaces	,678			
Mentirosos	,663			
Conformistas	,596			
Individualistas	,451			
Exitosos		,737		
Valientes		,736		
De confianza		,698		
Cumplidos		,694		
Honestos		,557		
Trabajadores		,555		
Capaces		,536		
No confiables		-,455		
Fracasados			,710	
Corruptos			,635	
Honrados			-,579	
Alegres				,788
Tristes				-,547

Fase cualitativa.

Por otro lado, como herramientas del enfoque cualitativo se utilizaron las siguientes técnicas de recojo de información:

Entrevistas grupales: En cada una de ellas se buscó conocer con mayor profundidad la situación de la comunidad en relación a su modo de vida, principales problemas, disposición para la organización, estrategias y mecanismos de afrontamiento, percepción de soluciones, etc.

Entrevistas individuales: Con el objetivo de profundizar los datos obtenidos mediante las entrevistas grupales y los cuestionarios de índole cuantitativa, en las entrevistas individuales se abarcaron temas tales como identidad, clima socio emocional, así como su repercusión en el devenir de la comunidad.

Procedimiento

Para fines de este estudio se realizaron repetidas visitas a una comunidad de la costa norte del Perú, en las que se aplicaron los instrumentos detallados anteriormente. Para ello, en todo momento se respetaron las consideraciones éticas, a través del uso del consentimiento informado, en el que se detallaban los objetivos y ventajas del presente estudio, así como que la participación era voluntaria y anónima.

Es así que con la ayuda de un equipo de investigación, se solicitó casa por casa la colaboración de los pobladores para el llenado de encuestas, así como también se convocó a reuniones grupales en las que se solicitó el apoyo de los presentes para una aplicación masiva de los cuestionarios, explicando en qué consistían los instrumentos, así como el tiempo de duración de los mismos. Una vez llegado a un acuerdo, se le entregó la primera sección de la encuesta al participante para que éste la conteste por sí solo. A pesar de que las encuestas estaban diseñadas para ser autoaplicadas, siempre se contó con la ayuda del investigador. Incluso, como se mencionó anteriormente, el investigador debió mantener el control de la encuesta mediante la asignación paulatina de cada sección de la prueba. Sin embargo, hubo casos que requirieron un mayor apoyo por parte del investigador, por lo que éste tuvo que asumir el control y llenado de la encuesta.

Respecto a los análisis estadísticos, en un primer momento se realizaron análisis descriptivos seguidos por análisis de confiabilidad por escalas y dimensiones. Esto se realizó para comprobar la consistencia interna de los datos recogidos.

A continuación, se realizó un análisis factorial exploratorio, con el objetivo de agrupar las respuestas de la escala de autoconcepto colectivo según factores. Luego de ello, se hicieron análisis de normalidad a través de la prueba Kolmogorov-Smirnov para observar la distribución de los datos. En base a lo anterior, se procedió a aplicar análisis para identificar diferencias significativas entre las puntuaciones de las variables de estudio, así como también se realizaron análisis correlacionales Spearman para distribuciones no paramétricas. Finalmente, se ejecutaron análisis de regresión entre las variables de clima socio emocional e identidad social.

Por otro lado, en cuanto a las herramientas de índole cualitativa, se invitó periódicamente a los pobladores de la comunidad a reuniones en las que se expuso un tema de interés para luego ir fomentando la participación de los asistentes y sacando conclusiones al respecto. Asimismo, con respecto a las entrevistas individuales, se fue pidiendo casa por casa la colaboración de los pobladores de la comunidad.

Finalmente, cabe resaltar que durante las entrevistas grupales e individuales, no se contó con una guía de entrevista preestablecida, ni tampoco se grabaron las conversaciones. Lo que se realizó fue que a partir de temas puntuales, tales como los problemas de la comunidad, se exploró más al respecto y se fueron introduciendo variables como identidad social y clima socio emocional.



Capítulo 3: Resultados

Descriptivos de Identidad social

El grado de identificación con la comunidad presenta una puntuación media de 3.39 (DE=1.04). Por su parte, la media de autoestima colectiva es de 4.24 (DE=0.78). Ambos valores se encuentran por encima de las respectiva media teórica para cada variable (3).

Respecto a la escala de autoconcepto colectivo, a nivel descriptivo, se evidencia la presencia de un sesgo positivo en lo que respecta a los contenidos asociados al mismo. Ello debido a que las dimensiones predominantes son las referidas a expresividad positiva (M=4.09, D.E=0.77) e imagen positiva general (M=3.64, D.E.=0.68).

Por su parte, los factores correspondientes a baja eficacia (M=2.88, D.E=0.80) y corrupción (M=2.08, D.E=0.77) son percibidos en menor medida, lo que da entender que la percepción de un autoconcepto negativo es menor a la de un autoconcepto positivo.

Relaciones entre componentes de la Identidad Social

Para corroborar la coherencia entre las dimensiones que constituyen la identidad social en la comunidad estudiada, se realizaron correlaciones entre el grado de identificación con la misma, la autoestima colectiva y las dimensiones del autoconcepto colectivo previamente descritas.

El grado de identificación correlacionó positivamente con la autoestima colectiva, $r(78)=.508, p<.01$. A su vez, ésta última se asoció a los 4 atributos del autoconcepto, denominados baja eficacia, $r(77)= -.456, p<.01$; imagen positiva general, $r(77)=.242, p<.05$; corruptos, $r(78)= -.368, p<.01$ y expresividad positiva, $r(78)=.275, p<.05$.

Así mismo, se evidenciaron asociaciones entre los cuatro atributos anteriores. La baja eficacia correlacionó negativamente con la imagen positiva general, $r(77)= -.261, p<.05$ y con la expresividad positiva, $r(78)= -.296, p<.01$. Del mismo modo, la *baja eficacia* correlacionó positivamente con el atributo *corruptos*, $r(78)=.380, p<.01$. Por su parte, el atributo de imagen positiva general se asoció negativamente

con el de corruptos, $r(79) = -.382, p < .01$, y este último correlacionó negativamente con el de expresividad positiva, $r(80) = -.417, p < .01$.

Una regresión lineal múltiple, considerando el grado de identificación con la comunidad como variable dependiente, e introduciendo como variables independientes las dimensiones del autoconcepto y la autoestima colectiva, fue significativa, $F(5.75) = 7.41, p < .01, R \text{ múltiple} = .35$ y explicó el 29.9 % de la varianza. El único coeficiente significativo fue el de autoestima ($\beta \text{ estandarizado} = .59, p < .01$).

Por otro lado, poniendo la autoestima colectiva como variable dependiente y las dimensiones del autoconcepto como variables independientes, se obtuvo un modelo significativo ($F(4.75) = 4.34, p < .01, R \text{ múltiple} = .20$) que explicaba el 15.1% de la varianza. El único coeficiente significativo fue el de la dimensión del autoconcepto baja eficacia ($\beta \text{ estandarizado} = -.278, p < .05$).

Descriptivos de Clima socio emocional

Con relación al clima socio emocional, se utilizaron en primer lugar los datos obtenidos por la escala de De Rivera (1992), los cuales, en términos generales, demostraron la percepción predominante de un clima socio emocional neutro o ambivalente. La media del clima positivo, fue de 3.75 (D. E. = 0.74) y la media de clima negativo fue de 3.71 (D.E.=1.01). Sin embargo, la prueba t para muestras relacionadas indicó que las medias de ambos tipos de clima no eran significativamente diferentes, $t(77) = -0.352, n.s.$

A través de la prueba de Friedman para varias muestras relacionadas ($\chi^2 = 30.87, p < .01$), se pudo comprobar la existencia de diferencias significativas intrasujetos en lo que respecta a los distintos tipos de climas.

El clima socio emocional de enojo ($Me = 4.33, R.I. = 1.67$) aparece como el más predominante en la muestra en cuestión. Sin embargo, la prueba de Wilcoxon para dos muestras relacionadas evidencia que no existen diferencias significativas entre este tipo de clima y el de seguridad ($Me = 4.00, R.I. = 2.00$), el cual vendría a ser el segundo clima más percibido.

Por su parte los climas de confianza ($Me = 3.57, R.I. = 1.32$), desesperanza ($Me = 3.33, R.I. = 1.67$) y miedo ($Me = 3.33, R.I. = 2.67$), en ese orden, irían descendiendo en grado de predominancia. No obstante, nuevamente según la prueba

de Wilcoxon, estos tres climas no presentan diferencias significativas entre sí, aunque sí lo hacen con los climas anteriores de enojo y seguridad.

Posteriormente, se compararon las medias de las dimensiones de clima socio emocional obtenidas en la presente investigación (zona rural) con las obtenidas por Espinosa (2011) en una muestra de 200 estudiantes de una universidad privada de Lima Metropolitana (zona urbana). A nivel descriptivo, se evidencia que para ambos casos el clima predominante es el de enojo. Sin embargo, en lo sucesivo, el orden de predominancia es completamente diferente. Un dato que resulta curioso es que la muestra urbana, en comparación con la muestra rural, presenta medias inferiores en los dos climas socio-emocionales positivos; así como medias superiores en los cuatro climas socio emocionales negativos, con excepción del clima emocional de miedo, el cual no presenta diferencias significativas.

Tabla 2. Medias y desviación estándar de las dimensiones del clima socio emocional en función al grupo de referencia.

	Perú – zona urbana (n=200)		Perú –zona rural (n=80)		Sig
	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>	
Seguridad	3.08	0.7	4.02	1.33	0.001
Confianza	2.87	0.73	3.46	0.99	0.001
Desesperanza	4.51	1.08	3.4	1.21	0.001
Miedo	3.43	1.16	3.35	1.62	0.680
Enojo	5.44	1.07	4.4	1.34	0.001

Los datos de Perú, zona urbana, corresponden al estudio de Espinosa (2011). Los datos del Perú, zona rural, corresponden al presente estudio.

En segundo lugar, se analizaron los datos obtenidos mediante la escala de Páez et. al., (1997). La prueba de Wilcoxon para muestras relacionadas indicó que existen diferencias significativas entre el clima socio emocional positivo y el clima socio emocional negativo. En base a los datos descriptivos se constató la predominancia de un clima social percibido como positivo. La mediana de clima positivo fue de 3.17, mientras la de clima negativo fue de 2.00.

Para un análisis más específico se utilizó la prueba de Friedman para k muestras relacionadas ($\chi^2=134.04$, $p<.01$), la cual demostró la existencia de

diferencias significativas intra sujetos en lo relacionado a los distintos tipos de climas. El clima predominante fue el de alegría ($Me=4.00$, $Rango\ de\ medias=5.95$, $R.I.=1.00$). Según la prueba de Wilcoxon, éste clima no presenta diferencias significativas con el segundo clima más percibido, la tranquilidad para hablar ($Me=3.00$, $Rango\ de\ medias=5.78$, $R.I.=1.00$). Sin embargo, ambos tipos de clima (alegría y tranquilidad para hablar) sí presentan diferencias significativas con el resto de climas percibidos.

Los climas de esperanza ($Me=3.00$, $Rango\ de\ medias=5.18$, $R.I.=1.00$) y solidaridad ($Me=3.00$, $Rango\ de\ medias=4.84$, $R.I.=2.00$), los cuales ocupan los puestos tres y cuatro de predominancia, no presentan diferencias significativas entre sí, aunque sí lo hacen con respecto a tres de los cuatro climas que les siguen en predominancia: miedo ($Me=2.00$, $Rango\ de\ medias=3.47$, $R.I.=2.00$), tristeza ($Me=2.00$, $Rango\ de\ medias=3.41$, $R.I.=2.00$) y enojo ($Me=2.00$, $Rango\ de\ medias=3.03$, $R.I.=1.00$); los cuales, a su vez, no presentan diferencias significativas entre sí.

El caso del clima de confianza en las instituciones ($Me=3.00$, $Rango\ de\ medias=4.36$, $R.I.=1.00$) es particular ya que con el único clima que presenta diferencias significativas es con el de esperanza.

Relaciones entre el clima socio emocional y la identidad social

Para observar la relación entre los componentes de la identidad social con las dimensiones positivas y negativas del clima emocional, se correlacionó las puntuaciones de clima emocional positivo y negativo de la escala de De Rivera (1992) y Páez et. al., (1997) con la puntuación de las escalas de grado de identificación, autoestima colectiva y dimensiones del autoconcepto colectivo.

El clima socio emocional positivo medido a través de la escala de De Rivera (1992), no se llegó a asociar con el grado de identificación con la comunidad, ni con la autoestima colectiva, aunque sí con una de las dimensiones del autoconcepto colectivo, la referida a imagen positiva general, $r(76)=.287$, $p<.05$. Así mismo, este tipo de clima se relacionó tendencial e inversamente con la dimensión de baja eficacia, $r(75)= -.210$, $p<.08$. De manera más específica, el único tipo de clima socio emocional positivo que correlacionó de manera significativa con algún componente de la identidad social, fue el de confianza. Éste presenta una asociación mediana y positiva con la autoestima colectiva, $r(76)= -.325$, $p<.01$, así como una

pequeña asociación inversa con la dimensión de baja eficacia del autoconcepto colectivo, $r(76) = -.231, p < .05$.

Por su parte, el clima socio emocional negativo obtenido mediante los datos proporcionados por la escala de De Rivera (1992) no se asoció con ninguno de los componentes de la identidad social. Sin embargo, se puede decir que existe cierta asociación tendencial entre el clima de enojo y la dimensión de baja eficacia, $r(78) = .215, p < .06$.

Finalmente, una regresión lineal múltiple que colocó como variable dependiente a la dimensión de baja eficacia del autoconcepto colectivo y como variables independientes a las cinco dimensiones de clima socio emocional de De Rivera, resultó significativa, $F(5.71) = 3.98, p < .01, R \text{ múltiple} = .23$. Con una varianza explicada del 17.3%, tuvo como coeficientes significativos a las dimensiones de confianza, β estandarizado = $-.272, p < .05$ y enojo, β estandarizado = $.332, p < .05$. Por otro lado, una regresión múltiple tomando como variable dependiente a la autoestima colectiva y como variables independientes a las cinco dimensiones del clima socio emocional de De Rivera, también resultó significativa, $F(5.71) = 2.47, p < .05, R \text{ múltiple} = .16$. Con una varianza explicada del 9.4%, tuvo como coeficiente significativo a la dimensión de confianza, β estandarizado = $.343, p < .01$.

En lo referido al clima socio emocional positivo obtenido mediante la escala de Páez et. al., (1997), éste presentó asociaciones significativas con el grado de identificación con la comunidad, $r(79) = .299, p < .01$, así como con la autoestima colectiva, $r(77) = .225, p < .05$. Sin embargo, no llegó a obtener mayor asociación con los factores de autoconcepto colectivo.

De manera más específica, las emociones positivas de solidaridad y alegría presentaron asociaciones con los distintos componentes de la identidad. Solidaridad obtuvo una correlación positiva con imagen positiva general, $r(78) = .227, p < .05$, así como una asociación tendencial con el grado de identificación con la comunidad, $r(79) = .200, p < .08$. Por su parte, el clima de alegría obtuvo una mediana asociación con el grado de identificación con la comunidad, $r(79) = .334, p < .01$, así como pequeñas asociaciones con la autoestima colectiva, $r(77) = .261, p < .05$ y con las dimensiones corruptos, $r(79) = -.257, p < .05$ y expresividad positiva, $r(79) = -.237, p < .05$ del autoconcepto colectivo. Asimismo, cabe resaltar que la emoción positiva

de esperanza mostró una correlación marginal con la autoestima colectiva, $r(77) = .221, p < .06$.

Por su parte, el clima socio emocional negativo medido mediante la escala de Páez et. al. (1997) no se asoció ni con el grado de identificación ni con la autoestima colectiva, pero sí lo hizo con los cuatro componentes del autoconcepto colectivo. De esta manera, se observa una asociación entre el clima negativo y la baja eficacia, $r(76) = .263, p < .05$, una correlación inversa y marginalmente significativa con la imagen positiva general, $r(76) = -.191, p < .1$, una correlación directa con corruptos, $r(77) = .493, p < .01$ y finalmente, una asociación inversa con expresividad positiva, $r(77) = -.541, p < .01$.

Los tres tipos de climas negativos guardaron relación con los componentes de la identidad. El clima de miedo presentó asociaciones medianas con los componentes corruptos, $r(78) = .491, p < .01$ y expresividad positiva, $r(78) = -.376, p < .01$. Por su parte, el clima de enojo obtuvo una correlación con baja eficacia, $r(77) = .237, p < .05$ y corruptos, $r(79) = .282, p < .05$, así como una correlación negativa con la expresividad positiva, $r(79) = -.443, p < .01$. Finalmente, el clima de tristeza se asoció con la autoestima colectiva, $r(78) = -.288, p < .05$ y con la baja eficacia, $r(78) = .291, p < .01$, tuvo una asociación mediana con corruptos, $r(79) = .416, p < .01$ y una grande e inversa asociación con expresividad positiva, $r(79) = -.505, p < .01$.

Una regresión lineal múltiple, con la dimensión del autoconcepto corruptos como variable dependiente y las 8 dimensiones del clima socio emocional de Páez et. al. (1997) como variables independientes, fue significativa, $F(8.76) = 3.71, p < .01, R \text{ múltiple} = .30$ y explicó un 22.2% de la varianza. El único coeficiente significativo fue el clima socio emocional de miedo ($\beta \text{ estandarizado} = .387, p < .01$). Por otro lado, tomando como variable dependiente a la dimensión del autoconcepto expresividad positiva y como variables independientes a las ocho dimensiones del clima socio emocional de Páez et. al., la regresión también resultó significativa, $F(8.76) = 4.97, p < .01, R \text{ múltiple} = .37$. Con una varianza explicada del 29.4%, tuvo como coeficientes significativos a los climas de enojo ($\beta \text{ estandarizado} = -.284, p < .05$) y tristeza ($\beta \text{ estandarizado} = -.399, p < .01$).

Perfiles de identidad colectiva según el autoconcepto y su relación con el clima socio emocional.

Con el objetivo de agrupar a los sujetos de la presente muestra según las dimensiones del autoconcepto colectivo, se realizó un análisis de conglomerados de k-medias, el cual permitió identificar, en base a las dimensiones del autoconcepto colectivo, dos conglomerados de sujetos en la presente muestra (*ver tabla 3*).

Tabla 3. Análisis de conglomerados de K-Medias.
(Distribución de centros finales)

Dimensiones del autoconcepto	Conglomerado	
	Optimistas	Pesimistas
Baja eficacia	2.43	3.29
Imagen positiva general	3.91	3.33
Corruptos	1.59	2.63
Expresividad positiva	4.47	3.67

Como se puede apreciar en la tabla anterior, un primer conglomerado está relacionado con una visión positiva de los pobladores de la comunidad. Para este segmento, considerado como optimista, existe cierto acuerdo en que los pobladores de la comunidad tienen la capacidad necesaria para cumplir con sus actividades, tienen una imagen positiva general de sí mismos y son personas poco corruptas y alegres.

Por otro lado, el segundo conglomerado, considerado como pesimista, presenta una imagen menos positiva de los pobladores de la comunidad. En esa línea se aprecia un acuerdo en que los pobladores de la comunidad cuentan con una menor capacidad para cumplir con sus distintas actividades, tienen una imagen general menos positiva y son más corruptos y menos alegres.

Debido a que se observa una distribución no paramétrica de las variables de estudio, se realizó la prueba U de Mann Whitney, con la cual se constata que no existen diferencias significativas entre conglomerados, en lo que se refiere al grado de identificación. Sin embargo, sí existen diferencias significativas ($p < .01$) entre estos dos grupos en lo que respecta a la autoestima colectiva. El grupo de pobladores optimistas ($Me=4.75$, $R.I.=0.75$) presenta una mayor autoestima colectiva que los pesimistas ($Me=4.00$, $R.I.=0.75$).

El mismo procedimiento se utilizó para realizar comparaciones del clima socio emocional de De Rivera entre los conglomerados identificados, llegándose a encontrar diferencias marginalmente significativas, que junto con el análisis de los datos descriptivos, sugiere cierta tendencia por parte de los pesimistas a presentar, en comparación con los optimistas, mayores puntuaciones en lo que a clima socio emocional negativo se refiere ($Me=3.94$, $R.I.=1.53$ versus $Me=3.39$, $R.I.=1.83$; $U(74)=521.5$; $p<.08$) , y más específicamente, en la emoción de desesperanza ($Me=3.33$, $R.I.=1.75$ versus $Me=3.00$, $R.I.=1.50$; $U(75)=537.5$; $p<.08$).

Por su parte, utilizando la U de Mann Whitney, se constató que existen diferencias significativas entre los conglomerados identificados, con respecto a los tipos de clima socio emocional de Páez. De esta manera, se evidencia que los pesimistas presentan puntuaciones significativamente más altas que los optimistas en lo que a clima socio emocional negativo se refiere ($Me=2.67$, $R.I.=0.83$ versus $Me=1.83$, $R.I.=0.67$; $U(75)=263.0$; $p=.00$), más específicamente en las emociones de miedo ($Me=3.00$, $R.I.=1.00$ versus $Me=2.00$, $R.I.=1.25$; $U(75)=400.0$; $p<.01$), enojo ($Me=2.00$, $R.I.=1.00$ versus $Me=2.00$, $R.I.=2.00$ $U(76)=433.0$; $p<.01$) y tristeza ($Me=3.00$, $R.I.=1.00$ versus $Me=2.00$, $R.I.=1.00$ $U(77)=338.0$; $p=.00$). Asimismo, los optimistas tienden a presentar, en comparación con los pesimistas, mayores puntuaciones en el clima socio emocional de alegría ($Me=4.00$, $R.I.=1.00$ versus $Me=3.00$, $R.I.=1.00$ $U(76)=542.0$; $p=.05$).

Capítulo 4: Discusión

Identidad social

En cuanto a la variable de identidad social, los resultados demuestran que el grado de identificación se asocia a la autoestima colectiva, la cual a su vez se relaciona con las cuatro dimensiones del autoconcepto colectivo (baja eficacia, corruptos, imagen positiva general y expresividad positiva). Ello concuerda con la teoría que propone que estas variables conforman la identidad social. Espinosa (2011) señala al respecto que la identificación es considerada como una función de la evaluación positiva del grupo de pertenencia (autoconcepto colectivo), la cual se traduce en una alta autoestima colectiva.

De esta manera, al existir un autoconcepto mayoritariamente positivo en el que priman las dimensiones de expresividad positiva e imagen positiva general, se propone que los pobladores de la comunidad gozan de una autoestima colectiva alta y por tanto un grado de identificación elevado (ambos con puntuaciones promedio por encima de la media teórica). Dicha relación se ve sustentada en la concepción de la autoestima como el componente evaluativo del autoconcepto.

Una explicación a lo anterior podría ser lo propuesto por Páez et. al. (2004), respecto a la existencia de diferentes mecanismos que explican por qué las personas de grupos de bajo estatus no presentan una autoestima baja. Algunos de estos mecanismos estarían relacionados con la atribución causal de los déficits de rendimiento al estigma o prejuicio contra su grupo, así como con el distanciamiento psicológico del grupo de pertenencia. Las comparaciones intragrupal vs. intergrupales y la selección de áreas o rasgos en los que el endogrupo tiene una buena posición aparecen también como opciones en favor del mantenimiento de una autoestima elevada.

Lo anterior explica como al agrupar a los sujetos de la presente muestra según las dimensiones del autoconcepto colectivo, y conformar a partir de ello dos grupos de sujetos (optimistas y pesimistas); el grupo de peruanos pesimistas, si bien presenta puntuaciones más altas en cuanto a las dimensiones negativas del autoconcepto, manifiesta también su acuerdo con algunas de las dimensiones positivas del autoconcepto, las referidas a la imagen positiva general de los pobladores así como a la expresividad positiva (por encima de la media teórica).

Lo mismo sucede a la hora de hablar de la autoestima colectiva. Si bien las personas que comparten un autoconcepto positivo muestran una autoestima colectiva más elevada, resulta cierto que aún los peruanos de autoconcepto pesimista se sitúan sobre la media teórica de autoestima colectiva. Esto reafirma que no se puede hablar de una identidad colectiva predominantemente negativa, sino más bien de una identidad “fragilizada”, potencialmente transformable en negativa (Montero, 1996). Los datos cualitativos sugieren que las divisiones sociales establecidas dentro de la comunidad, según el lugar de procedencia (migrantes de la sierra recientes, migrantes de la sierra antiguos y pobladores originarios de la comunidad) y según la distribución de recursos (dueños de tierras, arrendatarios, contratados), pueden haber generado dicho tipo de identidad.

Clima socio emocional

Las comparaciones realizadas entre los datos obtenidos en la presente muestra (muestra rural) con los obtenidos en la investigación realizada por Espinosa (2011) en una muestra de 200 estudiantes universitarios de Lima Metropolitana, sugieren que si bien en ambas muestras predomina un clima socio emocional de enojo, en lo que se refiere al resto de dimensiones, la muestra de universitarios (muestra urbana) es la que presenta un clima más negativo. Emociones como la desesperanza y el miedo presentan mayores puntuaciones, mientras que las de confianza y seguridad presentan menores puntuaciones. Exactamente lo contrario ocurre con la presente muestra, la cual presenta mayores puntuaciones en lo referido a las emociones de seguridad y confianza, y menores en lo que a desesperanza y miedo se refiere.

Algunas explicaciones pueden sustentarse en los conceptos de cultura, tiempo y rapidez del tiempo de vida. Según Fernández, Carrera, Sánchez y Páez (2004), el desarrollo económico está vinculado a una mayor rapidez del ritmo de vida. De acuerdo a ello, al comparar la muestra urbana con la muestra rural se estaría poniendo en contraposición a un tiempo dividido y segmentado, utilizado en función de la rapidez y de la productividad; frente a un tiempo global y lento, utilizado en función de la sociabilidad. Dichas condiciones establecerían demandas diferentes para ambos tipos de muestras, asociadas a distintas vivencias emocionales.

Lo anterior fue recogido a través de los datos proporcionados por la escala de De Rivera, los cuales, a modo de conclusión, evidencian la percepción predominante de un clima socio emocional neutro o ambivalente en el que predominan las emociones de enojo y seguridad. Dichos tipos de climas emocionales estarían reflejando lo que los individuos piensan que la mayor parte de la gente está sintiendo, llegando a afectar su bienestar personal. Ello debido a que éste se encuentra asociado a los estados de ánimo y emociones que predominan en el grupo social.

Sin embargo, los datos obtenidos a través de la escala de Páez proponen la percepción predominante de un clima socio emocional positivo, en el que priman las emociones de alegría y tranquilidad para hablar. Si bien ello es coherente con la teoría que propone que la mayoría de las personas vivencian más emociones positivas que negativas; la situación actual de la comunidad, evidenciada a través de las técnicas cualitativas y de observación participante, se muestra diferente. En ella se aprecia un clima socio emocional negativo, marcado principalmente por la desconfianza.

Algunas explicaciones van de la mano con los propuesto por Techio et.al. (2011) respecto a que en una comunidad u organización, el nivel colectivo de análisis puede parecer evidente, sin embargo, aún en estos casos la colectividad puede ser compleja. De esta manera, se debe tener en cuenta que quienes tienen poder o status pueden experimentar un clima socio emocional diferente de aquellos que no lo tienen. Del mismo modo, otra posible explicación de los resultados anteriores podría estar relacionada con el hecho de que las emociones negativas tienden a ser minimizadas e influir menos en la elaboración cognitiva a largo plazo.

La diferencia entre los resultados encontrados por cada una de las pruebas de clima socio emocional podría responder a las características de la muestra, así como a las características propias de ambas pruebas. Por un lado, la prueba de De Rivera incluye 24 reactivos versus los 10 reactivos que integran la prueba de Páez. Asimismo, ambas escalas incorporan distintos tipos y número de emociones. Mientras que la escala de Páez incorpora ocho tipos de emociones (alegría, tranquilidad para hablar, esperanza, solidaridad, miedo, tristeza, enojo y confianza en las instituciones), la escala de De Rivera incorpora 6 tipos de emociones (enojo, seguridad, confianza, desesperanza y miedo). Otro aspecto a considerar es que la redacción y características de los reactivos de la escala de De Rivera generan

mayores dificultades para los participantes del presente estudio, los cuales, en su mayoría, no cuentan con estudios superiores. Por su parte, la escala de Páez et. al. (1997) aunque probablemente revele menos diferencias que la escala de 24 ítems, tiene la ventaja de tener una administración mucho más rápida (Techio et. al., 2011).

No obstante, al realizar un análisis más profundo de los resultados obtenidos, las contradicciones vislumbradas pueden aminorarse si es que se liga el clima de tranquilidad para hablar con el de seguridad. Páez et. al. (1997) define al clima de tranquilidad para hablar como aquel en el que los procesos sociales refuerzan las emociones positivas. En este caso, una de las emociones positivas podría ser la de seguridad, la cual permite que las personas confíen y cooperen entre sí, proveyéndoles un sentido de identidad colectiva, así como un ambiente de buena fe y amabilidad. Lo anterior calza perfectamente con la idea de que un clima de tranquilidad para hablar podría generar a su vez un clima de seguridad.

La contradicción entre los climas de enojo y alegría podría responder a que los participantes de la presente investigación estarían reconociendo ambos tipos de emociones como emociones básicas, integradas como opuestos en una misma categoría, por lo que no llegarían a distinguirlas. El enojo ocurre cuando los segmentos de una población están descontentos por sus sistemas de creencias y formas de ser, mientras que la alegría ocurre en contextos seguros, en los que las cosas van como deben ir e incluso mejor o más rápido.

Para fines de la presente tesis se utilizarán los datos de ambas pruebas de manera separada, ello con el fin de maximizar los resultados encontrados. Sin embargo, a modo de conclusión, se tratará de establecer un panorama general capaz de integrar todo lo reportado a través de ambas pruebas y de las técnicas cualitativas.

Identidad social y Clima socio emocional

El clima socio emocional general medido a través de la escala de De Rivera no presentó mayores asociaciones con las dimensiones de la identidad social. No obstante, el clima socio emocional de confianza sí llegó a asociarse con la autoestima colectiva y en menor medida con la dimensión de baja eficacia del autoconcepto colectivo. Ello presenta un panorama en el que, en comparación con los otros tipos de climas, el clima socio emocional de confianza vendría a ser fundamental para generar identificación. Del mismo modo, un clima socio emocional carente de confianza sería aquel que predeciría un autoconcepto negativo (de baja eficacia). De

esta manera, se podría señalar que el sentimiento que tienen las personas acerca de que la situación (política/económica) puede mejorar en base a las propias capacidades, así como a las del grupo de pertenecía, son fuentes potenciales de identificación.

La regresión realizada demuestra que, al igual que el clima de confianza, un clima de enojo también podría llegar a predecir una autoconcepción negativa (de baja eficacia) de los pobladores de la comunidad. Esto se debe a que es justamente en este tipo de clima donde las expectativas se ven frustradas por algo o alguien, por lo que resulta claro que dicha frustración llegue a atribuirse a la percepción de que no se cuenta con la suficiente capacidad y/o habilidad para cumplir con las diferentes tareas que se van presentando.

Lo anterior resulta de suma importancia pues es justamente el clima socio emocional de desconfianza el más percibido y reportado a nivel cualitativo. Además, los datos descriptivos del clima socio emocional obtenidos mediante la escala de De Rivera evidencian cómo en la comunidad priman los climas de enojo y seguridad, mientras que el clima de confianza estaría en el último lugar, junto a los de desesperanza y miedo. Ello sugiere que la identificación con la comunidad no sería del todo alta como se reportó en un primer momento, pues la única dimensión que predice dicha identificación está ausente o se percibe en menor medida.

Lo anterior no contradice lo reportado acerca de que el autoconcepto, la autoestima y el grado de identificación de este grupo sean elevados, pues si bien los pobladores parecen identificarse con la comunidad en abstracto, no lo hacen con los integrantes de la misma. Es decir, no existen comportamientos grupales característicos basados en normas, lazos, metas y propósitos compartidos, por lo que no se genera una sensación de cohesión social (Van Vugt y Hart, 2004; Abrams y Hogg, 2001).

Asimismo, elementos tales como la lealtad grupal y el compromiso endogrupal no se estarían presentando en la presente muestra. Los pobladores no realizan el esfuerzo por renunciar a alternativas atractivas en favor del bienestar del grupo. De manera contraria, según lo reportado a través del método cualitativo, los pobladores de la comunidad muchas veces hacen un mal uso de los bienes comunes y llegan a perjudicar a toda la población. Al parecer, la idea de que el bienestar personal depende del bienestar de la comunidad (De Rivera, 1992), no está siendo tomada en cuenta por gran parte de los pobladores.

En cuanto a la relación entre el clima socio emocional medido mediante la escala de Páez et. al. (1997) y la identidad social, el clima positivo se relacionó con el grado de identificación y con la autoestima colectiva; del mismo modo, el clima negativo se llegó a asociar con tres de los cuatro componentes del autoconcepto (corruptos, expresividad positiva y baja eficacia). Ello comprueba la relación entre el clima socio emocional y la identidad social. Al respecto De Rivera (1992) plantea lo siguiente: “así como las emociones de un individuo idealmente funcionan para mantener los valores y la identidad individual, las emociones de una nación funcionan para mantener la unidad política y la identidad cultural de cada uno de sus miembros.”

De manera más específica, el clima de alegría se relacionó con el grado de identificación con la comunidad y con la expresividad positiva. Para Páez, el clima de alegría está íntimamente ligado con el clima de confianza entre pobladores, por lo que dichos resultados serían acordes con los demostrados a través de la escala de De Rivera, los cuales sugieren que la dimensión de confianza es fundamental a la hora de hablar de identificación.

Sin embargo, en este caso el clima de alegría vendría a ser, junto con el de tranquilidad para hablar, el más percibido, lo que sí estaría contradiciendo lo reportado por la escala de De Rivera, pues de alguna manera se estaría proponiendo que la emoción de alegría, equiparada a la de confianza (“el ambiente o clima social es de alegría, confianza, contento”), sería una de las emociones más predominantes en la comunidad, lo que no ocurre en este caso.

Una posible explicación a dicha contradicción se basa en que la asociación entre el clima de alegría con el clima de confianza presenta confusiones en los participantes, quienes perciben a ambas (alegría y confianza) como dimensiones separadas, enfocándose solo en una a la hora de emitir su respuesta. Asimismo, al estar integrada cada dimensión por un solo reactivo, dichas discrepancias se incrementarían aún más.

Por su parte, la relación vislumbrada entre el clima de alegría y la expresividad es más que evidente, ya que al hablar de alegría estaríamos hablando de una de las emociones positivas básicas que todo ser humano posee, y que por ende colabora en la composición de la percepción de los pobladores del centro poblado como sujetos con una alta expresividad positiva. Ello en favor de una identidad social positiva.

El clima de solidaridad también se relacionó con una de las dimensiones del autoconcepto colectivo, la referida a la imagen positiva general. Dicha relación se sustenta en lo propuesto por Durkheim (1964 en Hunt y Benford, 2004) respecto a que la solidaridad da lugar a la cohesión social y depende de una conciencia de la identificación con una colectividad. De esta manera, se propone que al escasear la percepción de este tipo de clima socio emocional, los elementos de cohesión social asociados con el mismo, no se presentarían en la presente muestra. Dicho relación puede también ser visto desde el enfoque propuesto por Van Vught y Hart (2004) respecto de que la identidad social actúa como una fuerza cohesionadora, siempre y cuando las percepciones y expectativas acerca de los miembros del endogrupo sean positivas.

Por su parte, los tres tipos de climas socio emocionales negativos (miedo, enojo y tristeza) guardaron relación con 3 de los 4 componentes del autoconcepto colectivo (corruptos, expresividad positiva y baja eficacia). A través de las regresiones múltiples realizadas se evidencia que el clima de miedo estaría prediciendo una mayor prevalencia de la autoimagen colectiva como de corrupción, mientras que los climas de enojo y tristeza predecirían una menor prevalencia del autoconcepto de expresividad positiva.

Al respecto, se podría decir que la asociación entre el clima de miedo, definido como la preocupación por eventos indeseados (De Rivera, 1992), con la concepción de los pobladores como corruptos, ésta basada en la sensación de inseguridad provocada por este tipo de clima, la cual separa a la gente y evita cualquier expresión pública u organización. De esta manera, el mantener un autoconcepto fragilizado de los miembros de la comunidad estaría más que justificado.

Del mismo modo, los climas de tristeza y enojo como predictores del autoconcepto de expresividad positiva, evidencian una clara relación al ser ambas emociones básicas que de ser percibidas generarían la percepción de los pobladores como “no alegres” o tristes. Sin embargo, la prevalencia de los climas socio emocionales negativos en la presente muestra es escasa, por lo que la influencia que ellos tienen sobre la identidad será mínima en esta ocasión.

Análisis cualitativo de la relación entre el clima socio emocional y la identidad, y sus posibles consecuencias en el devenir de la comunidad

Como se mencionó en la metodología, la presente investigación involucró también un levantamiento de datos cualitativos. Según González Rey (2007), éstos son necesarios pues la generación de conocimientos en Psicología supone emplear la teoría vigente como una guía de interpretación de la realidad, pero no puede constituirse en un molde que deje fuera a nuevos datos que surgen a partir del trabajo de campo. Además, siguiendo esta reflexión, es preciso conocer el contexto en el que se desarrolla la vida de los informantes, pues solo así podrá entenderse la expresión de la subjetividad de estos.

A continuación se procederá a sintetizar algunas de las observaciones realizadas durante el periodo de trabajo de campo, para así describir el contexto en el que se llevó a cabo esta experiencia. La fuente de las siguientes ideas es el conjunto de datos cualitativos registrados durante la observación de las actividades y problemas cotidianos y la interacción con los pobladores en circunstancias naturales o durante el desarrollo de entrevistas a profundidad, reuniones de grupos de discusión y la aplicación de los mismos instrumentos psicométricos.

En primer lugar, resulta relevante mencionar que en la comunidad en cuestión se evidencia la percepción predominante de un clima socio emocional negativo, fundamentalmente de desconfianza. Dicha desconfianza se ve evidenciada a la hora de hablar de la organización comunitaria. Muchos pobladores de la comunidad desconfían de los resultados de la organización comunitaria, sobre todo si la colaboración demandaría comprometer recursos propios: “juntarse para negociar me da desconfianza porque tendría que haber un representante y eso da miedo de que se aproveche”.

Según De Rivera (1992 en Techio et. al., 2011) el clima socio emocional está influido por la situación social, económica y política, y por cómo los líderes políticos y los diversos agentes sociales estructuran esta situación. En vista de ello, se podría decir que la coyuntura actual de la comunidad se ha visto provocada por la historia de fracasos sucedidos en la misma. Problemas de gestión cooperativa, incumplimiento de acuerdos entre los miembros de pequeños grupos de agricultores, engaños realizados por empresas privadas que llegaron a la zona, fracasos en el manejo del poblado, percepción de las autoridades locales como corruptas y la incapacidad de los agentes estatales para establecer normas mínimas de cooperación y regulación; marcan el futuro de los pobladores y acrecientan la percepción de un clima socio emocional de desconfianza.

Lo anterior ligado a las divisiones sociales presentes en la comunidad, las cuales están basadas más que nada en lugar de procedencia y tiempo de residencia en la comunidad (migrantes de la sierra recientes, migrantes de la sierra antiguos y pobladores originarios), incrementan los problemas de identificación y cohesión social.

Ello redundaría en la disposición de los agricultores a organizarse (“ya no se puede asociarse, con la experiencia no se puede”), ya que éstos junto a los demás miembros de la comunidad prefieren asumir todas las adversidades de forma individual. Los productores con mayor éxito económico tienen menos razones aún para arriesgar su estado, pues el comprometerse con proyectos colectivos suele recordarles los fracasos del pasado.

Además, esto se refuerza a la hora de analizar las actividades económicas. Muchas veces los mejores resultados se han conseguido de forma individual, sin embargo, ello ha significado, en el peor de los casos, el deterioro de los bienes comunes: “mientras unos cosechan, otros sufren”. Así tenemos el caso de agricultores que han obtenido mayores ganancias a costa del sistema de drenaje compartido o del daño de la calidad de tierra de la zona.

Finalmente, los acontecimientos actuales que viene enfrentando la comunidad (precariedad legal de los títulos de propiedad, deterioro del sistema de drenaje, acumulación de basura, etc.), son acontecimientos que requieren de un cierto nivel de coordinación comunal para obtener un efecto sostenible. Sin embargo, a pesar de su gravedad, no se ha hecho nada por resolver estos problemas. Ello refleja, una vez más, la falta de unión y cohesión social de la cual son víctimas los pobladores de esta comunidad.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abrams, D. y Hogg, M. A. (1990) *Social identity theory: constructive and critical advances*. Hertfordshire: Harvester Wheatsheaf.
- Abrams, D. y Hogg, M. A. (2001). *Intergroup relations: essential readings*. Philadelphia: Psychology Press.
- Basabe, N. & Ros, M. (2005). Cultural dimensions and social behavior correlates: Individualism-Collectivism and Power Distance. *International Review of Social Psychology*, 18, 189-225.
- Baumeister, R.F. (1998). The Self. En: D. Gilbert, S. Fiske y G. Lindzey (Eds.) *Handbook of Social Psychology* (4th ed., 1, 680-740). Boston. The McGraw-Hill Companies.
- Brewer, M. y Brown, R. (1998). Intergroup relations. En: Gilbert, D., Fiske, S., Lindzey, G. (ed). *The handbook of social psychology*. Estados Unidos: McGraw Hills
- Carrera, P., Muñoz, D. y Caballero, A. (2010). Mixed Emotional Appeals in Emotional and Danger Control Processes. *Health Communication*, 25, 726-736.
- Conejero, S., de Rivera, J., Páez, D. y Jiménez, A. (2004). Alteración afectiva personal, atmósfera afectiva personal, atmosfera emocional y clima emocional tras los atentados del 11 de marzo. *Ansiedad y Estrés*, 10, 299-312.
- De Rivera, J. (1992). Emotional Climate: Social Structure and Emotional Dynamics. *Review of Studies on Emotion*, 2, 197-218.
- De Rivera, J., Kurrien, R. y Olsen, N. (2007). The Emotional Climate of Nations and Their Culture of Peace. *Journal of Social Issues*, 63, 255-271.
- De Rivera, J. y Páez, D. (2007). Emotional Climate, Human Security, and Cultures of Peace. *Journal of Social Issues*, 63, 233-253.
- Ellemers, N., Spears, R. y Doosje, B. (2002). Self and social identity. *Annual review of social psychology*, 53, 161-186.
- Espinosa, A. (2003). *Identidad social e identidad nacional en una muestra de triciclistas en Juliaca*. Tesis de licenciatura no publicada. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

- Espinosa, A y Calderón, A. (2009). Relaciones entre la identidad nacional y la valoración de la cultura culinaria peruana en una muestra de jóvenes de clase media de lima. *LIBERABIT*, 15, 21-28.
- Espinosa, A. (2011). *Estudios sobre Identidad Nacional en el Perú y sus correlatos psicológicos, sociales y culturales*. Tesis doctoral no publicada. San Sebastián: Universidad del País Vasco.
- Fernández, I., Carrera, P., Sánchez, F y Páez, D. (2004). Interacción y Comunicación Emocional. En Páez, D., Fernández, I., Ubillos, s. Y Zubieta, E. (coord.). *Psicología Social, cultura y Educación*. Madrid: Pearson Prentice Hall.
- González Rey, F. (2007). *Investigación cualitativa y subjetividad. Los procesos de construcción de la información*. Mc Graw Hill: México, D.F
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill
- Hinkle, S. y Brown, R. (1990). Intergroup comparisons and social identity: some links and lacunae. En Abrams, D. y Hogg, M. (eds.). *Social identity theory: constructive and critical advances*. Hertfordshire : Harvester Wheatsheaf.
- Hogg, M. A. y Abrams, D. (1988). *Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes*. London: Routledge.
- Hogg, M. A. y Hains, S. (2001). Intergroup relations and group solidarity: effects of group identification and social beliefs on depersonalized attraction. En Abrams, D. y Hogg, M. (ed). *Intergroup relations: essential readings*. Philadelphia: Psychology Press.
- Hogg, M. A. y Ridegeway, C. (2003). Social identity: Sociological and social Psychological perspectives. *Social Psychology Quarterly*, 66, 97-100.
- Howard, J.A. (2000). Social psychology of identities. *Annual Review of Sociology*, 26, 367-393.
- Hunt, S. y Benford, R. (2004). Collective Identity, Solidarity and Commitment. En: Snow, D., Soule, S., y Kriesi, H. (eds.). *The Blackwell companion to social movements*. United Kingdom: Blackwell Publishing.
- Jarymowicz, M. y Bar Tal, D. (2006) The dominance of fear over hope in the life of individuals and collectives. *European Journal of Social Psychology*, 36, 367–392.
- Kerlinger, F. y Lee, H. (2002) *Investigación del comportamiento: métodos de investigación en ciencias sociales*. México, D.F. : McGraw-Hill.

- Lorenzi-Cioldi, F. & Doise, W. (1990). Levels of analysis and social identity. En: D. Abrams & M.A. Hogg (Eds.). *Social Identity Theory: Constructive and Critical Advances* (71-88). New York: Harvester Wheatsheaf.
- Luhtanen, R. & Crocker, J. (1992). A collective self-esteem scale: Self evaluation of one's identity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18, 302-318.
- Martín-Albo, J.; Núñez, J.; Navarro, J. y Grijalvo, F. (2007). The Rosenberg Self-Esteem Scale: Translation and Validation in University Students. *The Spanish Journal of Psychology*, 10, 458 – 467.
- Montero, M. (1996). Identidad social negativa y crisis socioeconómica: Un estudio psicosocial. *Revista Interamericana de Psicología*, 30, 43-58.
- Páez, D., Ruiz, J., Gailly, O., Kornblit, A., Wiesenfeld, E. y Vidal, C. (1997). Clima emocional: Su concepto y medición mediante una investigación transcultural. *Revista de Psicología Social*, 12, 79-98.
- Páez, D., Zubieta, E., Mayordomo, S., Jiménez, A. y Ruiz, S. (2004). Identidad, Autoconcepto, Autoestima, Autoeficacia y Locus de Control. En Páez, D., Fernández, I., Ubillos, S. y Zubieta, E. (coord.). *Psicología Social, Cultura y Educación*. Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Rottenbacher, J. (2008) *La valoración de la historia, la percepción del clima socio-emocional y su relación con la construcción de la identidad nacional en el Perú*. Tesis de Licenciatura no publicada. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Scandroglio, B., López, J. y San José, M. (2008). La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias. *Psicothema*, 20, 80-89.
- Tajfel, H. (1982). Social Psychology of Intergroup relations. *Annual Review of Psychology*. 33, 1-39.
- Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales: estudios de psicología social*. Barcelona: Herder.
- Tajfel, H. y Turner, J. (2001). An integrative theory of intergroup conflict. En Abrams, D. y Hogg, M. (ed). *Intergroup relations: essential readings*. Philadelphia: Psychology Press.
- Techio, E., Zubieta, E., Páez, D., De Rivera, J., Rimé, B. y Kanyangara, P. (2011). Clima emocional y violencia colectiva: el estado de la cuestión e instrumentos de medición. En Páez, D., Martín Beristain, C., Gonzalez, J. L. y De Rivera,

- J. (eds.). *Superando la violencia colectiva y construyendo cultura de paz*. Madrid: Fundamentos.
- Van Vugt, M. y Hart, C. (2004). Social Identity as Social Glue: The Origins of Group Loyalty. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, 585-598.
- Vignoles, V., Regalia, C., Manzi, C., Golledge, J. y Scabini, E. (2006). Beyond Self-Esteem: Influence of Multiple Motives on Identity Construction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90, 308–333.



ANEXOS

CUESTIONARIO

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estamos realizando una investigación que forma parte de un proyecto de investigación de Agustín Espinosa Pezzia, profesor del Departamento de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Esta investigación tiene como objetivo conocer la situación de las personas en el Perú.

Con esa finalidad le pedimos su colaboración con este estudio, a través del llenado del cuestionario que le estamos presentando. Cabe mencionar que dicho llenado le tomará entre 20 y 25 minutos.

Es necesario resaltar que el cuestionario busca conocer su opinión sobre sus vivencias personales. En ese sentido, no existen respuestas correctas o incorrectas al mismo. Además, el cuestionario es anónimo y garantizamos que la información que nos brinde será trabajada de manera confidencial y sólo con fines académicos.

Es importante añadir que puede dejar de responder el cuestionario cuando lo desee. Sin embargo, le pedimos que en la medida de lo posible, por favor llene la totalidad del mismo, pues eso nos ayudará en nuestro trabajo.

Le agradecemos de antemano su colaboración con nosotros, y ante cualquier duda o comentario, puede contactarse con el responsable de la investigación al siguiente correo electrónico:

- **Agustín Espinosa (agustin.espinosa@pucp.edu.pe)**

Finalmente, dadas las características del cuestionario, esta información será analizada de manera grupal por lo que no podemos ofrecer información individualizada de sus respuestas. Sin embargo, si desea tener información del proyecto de investigación, gustosos se la haremos llegar cuando ésta se encuentre disponible.

SECCIÓN 1

Por favor responda los siguientes enunciados sobre su relación afectiva con Catalina. 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 Catalina?	1 Nada	2 Poco	3 Regular	4 Mucho	5 Total
--	-----------	-----------	--------------	------------	------------

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

	Totalmente en Desacuerdo			Totalmente de Acuerdo	
	1	2	3	4	5
1. Generalmente, siento que ser de Catalina no merece la pena.	1	2	3	4	5
2. Generalmente, me siento bien por ser de Catalina.	1	2	3	4	5
3. En general, me siento afortunado por ser de Catalina.	1	2	3	4	5
4. A menudo lamento ser de Catalina.	1	2	3	4	5

A continuación, le presentaremos 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 habitantes de Catalina en general.

Los pobladores de Catalina somos:

	Totalmente en Desacuerdo			Totalmente de Acuerdo	
	1	2	3	4	5
1. Trabajadores	1	2	3	4	5
2. Corruptos	1	2	3	4	5
3. Fracasados	1	2	3	4	5
4. Cumplidos	1	2	3	4	5
5. Conformistas	1	2	3	4	5
6. No Confiables	1	2	3	4	5
7. Honrados	1	2	3	4	5

Los pobladores de Catalina somos:

	Totalmente en Desacuerdo			Totalmente de Acuerdo	
	1	2	3	4	5
8. Capaces	1	2	3	4	5
9. Alegres	1	2	3	4	5
10. Honestos	1	2	3	4	5
11. Valientes	1	2	3	4	5
12. Patriotas	1	2	3	4	5
13. Individualistas	1	2	3	4	5
14. Solidarios	1	2	3	4	5
15. Exitosos	1	2	3	4	5
16. Incumplidos	1	2	3	4	5
17. Mentirosos	1	2	3	4	5
18. Ociosos	1	2	3	4	5
19. Atrasados	1	2	3	4	5
20. Desarrollados	1	2	3	4	5
21. De confianza	1	2	3	4	5
22. Incapaces	1	2	3	4	5
23. No quieren a su patria	1	2	3	4	5
24. Tristes	1	2	3	4	5

SECCIÓN 2

Por favor responda: ¿en qué medida cree usted que las siguientes situaciones son verdaderas en relación con Catalina/El Milagro? Por favor señale con un círculo la respuesta que mejor corresponda, teniendo en cuenta que:

1	2	3	4	5	6	7
No	Poco	Algo	Mas o menos	Suficiente	Bastante	Completamente

1	¿La mayoría de la gente siente confianza en que hay y habrá suficiente comida, agua, medicinas y vivienda para ellos y sus familias tanto en el presente como en el futuro?	1	2	3	4	5	6	7
2	¿Cree usted que las personas se sienten inseguras debido al grado de violencia que no permite vivir en paz?	1	2	3	4	5	6	7
3	¿Sienten las personas que los diferentes grupo políticos tienen suficiente confianza entre ellos como para trabajar juntos para el bienestar de la comunidad?	1	2	3	4	5	6	7
4	¿La gente siente miedo de reunirse públicamente para organizarse o para protestar pacíficamente?	1	2	3	4	5	6	7
5	¿La gente tiene confianza en la existencia de buenas oportunidades para mejorar su vida y la de su familia?	1	2	3	4	5	6	7
6	¿La gente siente desesperanza porque las cosas en esta comunidad nunca mejoran?	1	2	3	4	5	6	7
7	¿La mayoría de la gente en esta comunidad se compadece de la mala situación de algunos niños y desea contribuir a su mejora?	1	2	3	4	5	6	7
8	¿Muchas personas están enojadas con el gobierno porque éste favorece a la gente que tiene dinero y poder?	1	2	3	4	5	6	7
9	¿La mayoría de la gente en esta comunidad siente seguridad respecto a que hay otras personas que se preocupan por ellos?	1	2	3	4	5	6	7
10	¿La gente se siente muy insegura porque está preocupada por lo que ocurrirá en el futuro?	1	2	3	4	5	6	7
11	¿Las diferentes organizaciones sociales confían suficientemente entre sí	1	2	3	4	5	6	7

	como para trabajar juntas por una solución que funcione para todos?								
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--

1	2	3	4	5	6	7
No	Poco	Algo	Mas o menos	Suficiente	Bastante	Completamente

12	¿A los periodistas y a los medios les da miedo publicar información que la gente debe saber?	1	2	3	4	5	6	7
13	¿La gente confía en que los métodos no violentos (como votar, manifestaciones pacíficas, huelgas que no destruyen la propiedad) pueden aumentar la justicia en esta sociedad?	1	2	3	4	5	6	7
14	¿Es tan corrupto el sistema político que no tiene sentido creer que trabaja por el bien público?	1	2	3	4	5	6	7
15	¿La mayoría de la gente de esta comunidad respeta al otro lo suficiente como para no llegar a ser violentos en caso de conflicto?	1	2	3	4	5	6	7
16	¿Existe mucha rabia porque no se distribuya la riqueza de esta comunidad de modo equitativo?	1	2	3	4	5	6	7
17	¿La mayoría de la gente siente seguridad respecto a que recibirá ayuda si tiene un problema?	1	2	3	4	5	6	7
18	¿La gente de esta comunidad siente inseguridad respecto a la capacidad del sistema de justicia para castigar a quienes cometen crímenes contra personas?	1	2	3	4	5	6	7
19	¿Los grupos étnicos y religiosos de esta comunidad confían entre ellos?	1	2	3	4	5	6	7
20	¿A la gente le da miedo decir lo que realmente piensa porque “hablar en voz alta” es peligroso?	1	2	3	4	5	6	7
21	¿La mayoría de la gente siente confianza respecto a que es escuchada cuando quiere decir algo?	1	2	3	4	5	6	7
22	¿Es tal la desesperanza en esta comunidad que mucha gente quiere irse?	1	2	3	4	5	6	7
23	¿Se respetan los hombres y las mujeres como iguales?	1	2	3	4	5	6	7
24	¿Muchas personas sienten rabia debido al alto nivel de corrupción en el gobierno?	1	2	3	4	5	6	7

SECCIÓN 3

Evalúe por favor el estado de su comunidad, teniendo en cuenta que 1 es “nada”, 2 “poco”, 3 “regular”, 4 “bastante” y 5 “mucho”

Nada	Poco	Regular	Bastante	Mucho
1	2	3	4	5

	Nada	Poco	Regular	Bastante	Mucho
1. La situación económica es muy buena:	1	2	3	4	5
2. El clima o ambiente general afectivo de su país es muy bueno:	1	2	3	4	5
3. El ambiente o clima social es de:					
a. Esperanza, esperanzado	1	2	3	4	5
b. Solidario, de ayuda mutua	1	2	3	4	5
c. Confianza en las instituciones	1	2	3	4	5
d. Miedo, ansiedad	1	2	3	4	5
e. Enojo, hostilidad, agresividad entre las gentes	1	2	3	4	5
f. Tristeza, pasividad, bajo estado de ánimo	1	2	3	4	5
g. Alegría, confianza, contento	1	2	3	4	5
h. Tranquilidad para hablar	1	2	3	4	5

SECCIÓN 4:

Por favor, llene los siguientes datos personales. Solo serán utilizados para el estudio.

Nombre: _____

1. Sexo: Hombre Mujer

2. Edad

3. -¿Ha vivido en Catalina durante toda su vida?

Si NO → ¿en que **otros sitios** ha vivido y cuando?

_____ Año de partida

_____ Año de partida

4. -¿Qué estudios ha realizado? (marque sólo los que ha acabado)

1. Sin estudios
2. Primaria
3. Secundaria
4. Instituto técnico
5. Universidad.

6. ¿Cuál es la profesión que ejerce o ha ejercido? (si ha ejercido varias indique en la que ha trabajado más tiempo)

7. ¿Participa usted en?:

- Partidos Políticos
- Asociaciones vecinales, ONG's, asociaciones religiosas
- Asociaciones culturales o deportivas
- Cargos Públicos
- Cargos Sindicales