

Bases psicosociales de la identidad nacional.

¿Quiénes somos 35 años después?

Psychological Bases of the National Identity.

Who are We 35 Years Later?

Yorelis J. Acosta*

Magíster en Psicología Social. Profesora-investigadora del Centro de Estudios del Desarrollo (Cendes), Universidad Central de Venezuela

Resumen

El objetivo central de este trabajo tiene dos aristas: El artículo describe y analiza los contenidos de la autopercepción de los venezolanos. La investigación se enmarca en un proyecto latinoamericano en el que participan siete países y se parte de los trabajos sobre identidad y el carácter nacional de José Miguel Salazar, iniciados en 1979 (1988, 1989, 1994), y Maritza Montero (1984), sobre ideología e identidad nacional, que conceptualizaron el ser venezolano y latinoamericano. Los venezolanos entonces se consideraban flojos e irresponsables, pero al mismo tiempo hospitalarios, alegres y simpáticos. El estudio dio origen a una línea de investigación que busca una nueva lectura de los atributos que definirían nuestra percepción del venezolano típico y en el mediano plazo investigar sobre las identidades regionales e identidad política actual.

Se trabajó con 100 estudiantes universitarios, quienes llenaron un cuestionario y, a su vez, recolectaron otros con personas ajenas al ámbito universitario,

Abstract

In this paper, I describe and analyze the contents of self-perception of Venezuelans. The research is part of a project that includes seven Latin American countries. It is based on the work on identity and national character initiated by José Miguel Salazar in 1979 (1994, 1998, 1988), and Maritza Montero's ideology and national identity (1984). The authors conceptualized Venezuelan and Latin American nature. Venezuelans were, by then, considered lazy and irresponsible, but also, hospitable, cheerful and friendly. The study gave as a result a line of research that seeks a new reading of the traits that define our perception of typical Venezuelan, medium-term research on regional identities and current political identity. I worked with 100 university students who completed a questionnaire, and they also gathered others from people outside the university setting, yielding 637 surveys. With these data, a frequency and content analysis was conducted. Based on this sample, we can define our identity linked to

* **Correo electrónico:** yorelisaco@gmail.com

Recibido: 12-01-2015

Aprobado: 19-06-2015

obteniéndose 637 encuestas en total. A estos datos se realizó un análisis de frecuencia y contenidos. Con base en esta muestra podemos definir nuestra identidad vinculada a un país con recursos naturales, donde la belleza aparece como rasgo valorado, con gente buena pero también plagada de rasgos negativos, lo cual compensamos con la sobrevaloración de rasgos socioafectivos positivos (alegría, amabilidad). Esta dimensión incorpora un elemento adicional de viveza y adaptabilidad, que en ocasiones puede relacionarse con expresiones conductuales de baja moralidad que no necesariamente son vistas de manera negativa. Por otra parte, los grandes ausentes son las dimensiones de competencia (trabajo) y moralidad, fundamentales para nuestro desarrollo como ciudadanos y como país.

Palabras clave

Autopercepciones nacionales; identidad nacional; proyecto: identidad nacional y política

a country with natural resources, where beauty appears as a valued trait, with good people, but also, fraught with negative traits, compensated for with the overvaluation of positive socio-affective traits (joy, kindness). This dimension incorporates an additional element of resiliency and adaptability that can, sometimes, be related to behavioral expressions of low morality, not necessarily viewed as a negative fact. On the other hand, the dimensions of competence (work), and morality are absent even if these are essential to our development as citizens and a country.

Key words

Self-national perceptions; national identity; national identity and policy project

En el año 2014, en el marco de un proyecto latinoamericano donde se incorporaron siete países, se replicaron los trabajos sobre identidad y el carácter nacional de los destacados psicólogos sociales José Miguel Salazar, iniciados en 1979 (1988, 1989, 1994), y Maritza Montero (1984), sobre ideología e identidad nacional, que conceptualizaron el ser venezolano y latinoamericano. Participé en la formulación de este proyecto y coordiné su desarrollo en Venezuela, lo cual implicó fundamentalmente la recolección de data según los criterios establecidos en el proyecto. Los datos fueron vaciados en una matriz Excel y enviados vía correo electrónico a la doctora Silvina Brussino, de la Universidad de Córdoba, Argentina, responsable del análisis estadístico de todos los datos recolectados en América Latina. En este artículo se presenta nuestra propia lectura de los datos recolectados en la ciudad de Caracas en relación con la autopercepción del venezolano.

MARCO CONCEPTUAL

¿Existe una manera particular de ser venezolano? ¿Tenemos una personalidad básica o un carácter nacional? ¿Existe algo compartido por todos que se puede llamar venezolanidad? ¿Qué pensamos los venezolanos de nosotros mismos? ¿Ha cambiado el carácter o ha permanecido igual en los últimos años? ¿Ha influido

la globalización y la confluencia de nuestra historia, en sus resultantes políticas, económicas, culturales y sociales en esta forma de ser? ¿Qué circunstancias nos hacen pensar que es un tema pertinente para discutir académicamente? ¿Cuáles son los desafíos teóricos y metodológicos que acarrea abordar el tema? Estas son algunas de las interrogantes que nos planteamos. Responder estas preguntas implica un proceso de análisis de la identidad actual.

El punto de partida de esta discusión son los trabajos sobre identidad y el carácter nacional de José Miguel Salazar, iniciados en 1979 (1988, 1989, 1994), y Maritza Montero (1984), sobre ideología e identidad nacional, que conceptualizaron el ser venezolano y latinoamericano. Los venezolanos se consideraban flojos e irresponsables, pero al mismo tiempo hospitalarios, alegres y simpáticos. La mayoría consideraba al país atrasado y anárquico, con servicios públicos deficientes y con algunos rasgos positivos compensatorios.

Por identidad se entiende “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). Los trabajos de Tajfel se iniciaron en la década de los cincuenta sobre la percepción categorial; posteriormente, junto a sus colaboradores de Bristol, desarrolla el paradigma experimental de grupo mínimo, el cual marcó un hito en el estudio de las relaciones intergrupales y la conceptualización de la teoría de la identidad social, TIS. El núcleo fundamental de la propuesta indica que parte de la imagen que los individuos tienen de sí mismos en relación con el mundo físico y social que les rodea, son aportados por la pertenencia a ciertos grupos o categorías (Tajfel, 1981). Esta propuesta da origen a un importante número de investigaciones que no están exentas de polémicas que se mantienen hasta la actualidad, no solo en relación con los resultados, sino también con los acercamientos teóricos y metodológicos para el estudio de la identidad (Scandroglio y otros, 2008). Posteriormente, Turner y colaboradores (1982) complementan las ideas de Tajfel, proponiendo el modelo de la identificación social y la teoría de la atocategorización del yo, TAC (Turner, Hogg, Oaks, Reicher y Wetherell, 1987, en Scandroglio y otros, 2008). Estos autores definen un sistema de auto y heterocategorización jerárquico, compuesto por diferentes niveles de abstracción, que incluyen comportamientos vinculados a la identificación personal y social, en función de categorías salientes basadas en las percepciones estereotípicas que las personas tienen de sus características y normas de conductas. Estos procesos implican la definición del sujeto en términos de sus similitudes con miembros de determinadas categorías y sus diferencias con otros.

Investigaciones más recientes apuntan a señalar los vínculos entre la identidad y la construcción del sentimiento nacional y la identificación con una nación, formación de autoconceptos, establecimiento de relaciones sociales, cogniciones, comportamiento individual, pertenencia a grupos, entre otros (Cashmore, 2000; Herranz y Basabe, 1999; Salazar, 1996; Béjar y Capello, 1986; Pérez, 1999; Salazar y Salazar, 1998).

La identidad como constructo psicológico se define entonces como la conceptualización, en distintos niveles de representación, que una persona posee sobre sí misma. Esta representación debe ser entendida como una experiencia psicológica subjetiva, antes que ser comprendida como una esencia objetiva (Espinoza, Acosta y otros, 2014). En ese sentido, la identidad social implica una definición evaluativa del autoconcepto en términos de los atributos de un grupo, y es vista como un proceso psicológico que funciona como puente para la comprensión de las relaciones entre diversos fenómenos sociales, la cognición social y el comportamiento individual (Hogg y Abrams, 1988; Hogg y Ridgeway, 2003; Tajfel, 1981).

El tema de la identidad en Venezuela ha sido abordado desde diferentes perspectivas: históricas, políticas, sociológicas o ensayísticas. José Miguel Salazar (2001) y Maritza Montero (1984) recopilaron las contribuciones de autores nacionales como Francisco Herrera Luque (1979), quien en su obra hace referencia a la carga psicopática que nos transmitieron los conquistadores españoles en *Viajeros de Indias*; Ángel Bernardo Viso (1982) sostiene que las guerras de independencia rompieron la continuidad de nuestra identidad con consecuencias negativas; Laureano Vallenilla Lanz (1919), con la tesis del “gendarme necesario”, la cual sirvió de argumento político para la justificación teórica a la dictadura de Juan Vicente Gómez; Carlos Rangel (1976) resalta aspectos de la leyenda negra de la conquista española y su reflejo en el presente, y Carrera Damas (1993), con su texto *De las dificultades de ser criollo*, describe la mentalidad particular de ser venezolano, la forma de verse a sí mismo y al mundo bajo las condiciones de ser un explotador explotado, entre otros.

A partir de la década de los setenta, la psicología social desarrolla estudios intentando comprender al sujeto venezolano, sus actitudes, valores y percepciones sobre su país y sobre sí mismos desde diferentes acercamientos. Salazar (2001, 1998) divide los trabajos realizados desde la perspectiva psicosocial en tres formas de definir lo que se entiende por identidad nacional; estas son: la concepción “objetiva”, la “subjetiva” y la “intersubjetiva”.

La concepción objetiva se enmarca dentro del enfoque de la personalidad y cultura; en esta se resalta el papel de las diferencias culturales y los procesos de socialización para la formación de las personalidades. Los trabajos derivados de esta línea de investigación buscan hacer comparaciones en algunos rasgos que se consideran básicos o intentan determinar el grado de colectivismo-individualismo de los miembros de diferentes sociedades.

La segunda línea de investigación, la subjetiva, recoge los trabajos sobre imagen o forma en que se percibe o se autopercibe la identidad, en la cual se inscriben los trabajos sobre estereotipos. La tercera línea, la intersubjetiva, se refiere al grado en que los individuos se identifican con una categoría, con las percepciones o imágenes que se conforman alrededor de dichas categorías. En este último acercamiento al tema de la identidad se inscriben los trabajos de Tajfel (1981) y Salazar (1988, 1979, 1982 y 1986) y será la perspectiva asumida en el presente trabajo. Esta concepción conlleva la presencia de tres procesos en la identidad social: categorización, identificación y comparación. Para Salazar (2001), esta explicación supone que:

La construcción de identidades sociales se realiza tomando en cuenta la existencia de etiquetas, que representan agrupamientos sociales, en relación con los cuales se desarrolla cierto grado de identidad, es decir, un sentimiento de similitud, pertenencia y apego. Posteriormente se produce un proceso de comparación social, que puede desembocar en el establecimiento de una identidad social positiva, si el resultado de la comparación arroja un balance favorable en relación con las categorías de comparación tomadas en cuenta en un momento dado (p. 126).

Los estudios ya señalados llevados a cabo por Salazar con muestras representativas de Caracas, arrojaron autopercepciones negativas de la gente y del país, al considerar a los venezolanos como flojos e irresponsables, pero al mismo tiempo, hospitalarios, alegres y simpáticos. María Auxiliadora Banchs (1982), al trabajar con venezolanos en Francia, obtiene resultados similares. Utilizando cuestionarios con preguntas abiertas, encuentra las siguientes cualidades: simpáticos, afectuosos, generosos, amables y, como defectos, irresponsables, perezosos, desorganizados y agresivos. Por otra parte, Montero (1984), realizando un análisis de contenido de 170 obras publicadas desde 1890 por autores ligados a las ciencias sociales en el país, identifica siete rasgos de índole negativa: pasividad, incompetencia, autoritarismo, fatalismo pesimista, emotividad, violencia o instinto de destrucción y carencia de sentido histórico; y tres rasgos positivos: generosidad, coraje e igualitarismo.

Mientras en Venezuela el estudio de la identidad de detiene con la muerte de José Miguel Salazar en el año 2001, esa línea de estudio continúa en América Latina. En los años noventa daban cuenta de representaciones autoestereotípicas predominantemente negativas (D'Adamo y García Beaudoux, 1995; Montero, 1996a; 1996b; Morales y Páez, 1996), mostrando cierta tendencia a la desvalorización de los endogrupos nacionales con representaciones de baja competencia y baja moralidad (Roselli, 2000; Salazar y Salazar, 1998), mientras se mostraba cierto favoritismo hacia exogrupos nacionales percibidos como de mayor desarrollo, instrumentalismo y estatus, en un fenómeno denominado altercentrismo (Montero, 1996b). Los estudios de décadas posteriores evidencian cierta persistencia de contenidos autoestereotípicos negativos asociados a las categorías nacionales en América Latina.

Más recientemente, los trabajos desarrollados por Beramendi (2014), Beramendi y Zubieta (2013), Espinosa (2011) sobre la evolución de las representaciones identitarias en América Latina, apuntan a la idea de que la construcción de la identidad se encuentra alineada con la percepción sobre el contexto en que esta se desarrolla. Así, las identificaciones sociales negativas de la década de los noventa son una resultante de los escenarios de crisis política, social y económica que muchos países de la región atravesaron durante las décadas de los ochenta y noventa.

Ahora bien, treinta y cinco años después, desde esa prolija línea de investigación, considerando la aparición de nuevas realidades tecnológicas, la globalización y las múltiples interrelaciones de los subsistemas (económico, social, político, cultural), resulta necesario mirar el tema haciendo un nuevo corte en la sociedad actual, a fin de recolectar datos sobre los rasgos o atributos que definen nuestra actual autopercepción del ser venezolano, a la vez que compararlos con los trabajos ya reseñados. Partimos de una muestra intencional por las limitaciones especialmente económicas que enmarcan la academia actualmente y no se pretende generalizar los resultados aquí encontrados; sin embargo, este ejercicio académico busca reactivar la línea de investigación dormida desde la muerte de José Miguel Salazar en el año 2001 y proponer nuevos acercamientos, datos, algunas preguntas, respuestas y retomar las discusiones sobre el tema, esperando captar la atención de otros investigadores.

El presente trabajo muestra los resultados más actuales al investigar el “carácter nacional”, con datos sistemáticos provenientes de la aplicación del instrumento original de los autores ya citados (véase anexo 1).

OBJETIVO GENERAL

- Identificar las características de los venezolanos que configuran su identidad nacional a partir de su autodefinición en perspectiva comparada (1980-2014).

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Obtener los atributos que conforman la identidad nacional a partir de una muestra intencional en la ciudad de Caracas.
- Identificar los atributos que han permanecido y los que han cambiado al comparar estos datos con trabajos anteriores.
- Generar explicaciones teóricas sobre los resultados obtenidos.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

El alcance de esta investigación pretende ser mayor que las anteriores, al menos por dos razones fundamentales:

1. Se superan algunas limitaciones de las muestras utilizadas en los trabajos que la preceden; estos usaron muestras de estudiantes de la UCV y la UCAB y, en el caso del trabajo de Banch, estudiantes venezolanos que vivían en Francia. En esta réplica, además de trabajar con estudiantes de ambas universidades, se incorporó un importante número de personas no ligadas al ámbito universitario. La muestra quedó conformada por 100 estudiantes (30 de Comunicación Social de la UCAB, 20 estudiantes de Psicología de la UCV y 50 estudiantes de Ingeniería de la UCV); a su vez cada estudiante ubicó a cuatro personas ajenas al ámbito universitario que debían llenar el instrumento.
2. El trabajo de réplica actual se realizó en siete países que buscan conocer las autopercepciones de cada país participante, a la vez que las percepciones entre países; mientras que Salazar trabajó solo en Colombia, Chile y Venezuela.

Se parte entonces del uso del instrumento original de los autores antes señalados, que fue validado en el año 2013 en los aspectos psicosociales, con una

revisión de los autores Maritza Montero y Eduardo Santoro, psicólogos sociales de la Universidad Central de Venezuela, que participaron en los trabajos originales.

Según el acuerdo con los colegas latinoamericanos, se estableció una cuota de 500 encuestas por país, cumpliendo los siguientes criterios: 50 estudiantes de ciencias básicas y 50 estudiantes de ciencias sociales. Cada estudiante debía llenar el instrumento y a su vez aplicarlo a 4 personas no ligadas al ámbito universitario, que estas fueran 2 mujeres y 2 hombres mayores de edad. En este caso se trabajó con estudiantes de Ingeniería Civil y Metalurgia de la UCV por un lado, y estudiantes de Psicología de la UCV y Comunicación Social de la UCAB por el otro.

Esto constituye un muestreo no probabilístico de cuotas denominado por “conveniencia”, que establece los individuos a muestrear de acuerdo con sus facilidades de participación y su voluntariado. En este sentido, los encuestados fueron estudiantes universitarios voluntarios y sus familiares y amigos cercanos. Se trató en lo posible de mantener cierto grado de representatividad en el caso de estudiantes y no estudiantes, en unidades geográficas disimiles de la ciudad de Caracas, y un cierto equilibrio en cuanto al género de los participantes. Los datos fueron recolectados entre mayo y junio de 2014.

Se obtuvieron en total 637 encuestas efectivas (correctamente respondidas), porque algunos alumnos lograron encuestar a un número mayor de personas. De estos, 275 son hombres y 360 son mujeres (2 no responden), pertenecientes a diferentes niveles de edad y educación. Se presentan a continuación las características de los participantes según sexo, grupos de edad, estado civil y nivel educativo.

En relación con los datos recolectados por los otros países, no se tiene conocimiento sobre el número total de cuestionarios recolectados y tiempo empleado para su recolección; lo que sí sabemos es que Venezuela fue el primer país en recolectar la data.

Cuadro 1
Datos de los participantes

Encuestados según:		Sexo							
		Masculino		Femenino		No respuesta		Total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Edad por grupo	De 17 a 24 años	92	33,5	159	44,2	0	0,0	251	39,4
	De 25 a 34 años	66	24,0	52	14,4	0	0,0	118	18,5
	De 35 a 44 años	29	10,5	39	10,8	0	0,0	68	10,7
	De 45 a 54 años	44	16,0	70	19,4	0	0,0	114	17,9
	De 55 a 64 años	28	10,2	28	7,8	0	0,0	56	8,8
	De 65 y + años	16	5,8	9	2,5	0	0,0	25	3,9
	No respuesta	0	0,0	3	,8	2	100,0	5	,8
Nivel educativo	Universitario incompleto	146	53,1	190	52,8	0	0,0	336	52,7
	Universitario completo	39	14,2	59	16,4	0	0,0	98	15,4
	Posgrado	19	6,9	12	3,3	0	0,0	31	4,9
	Bachiller	59	21,5	83	23,1	0	0,0	142	22,3
	No respuesta	12	4,4	16	4,4	2	100,0	30	4,7
Estado civil	Soltero	166	60,4	238	66,1	0	0,0	404	63,4
	Casado	98	35,6	92	25,6	0	0,0	190	29,8
	Unión libre	4	1,5	1	,3	0	0,0	5	,8
	Separado/Divorciado	5	1,8	19	5,3	0	0,0	24	3,8
	Viudo	1	,4	9	2,5	0	0,0	10	1,6
	No respuesta	1	,4	1	,3	2	100,0	4	,6
Total		275	100,0	360	100,0	2	100,0	637	100,0

Los criterios fundamentales los podemos graficar de la siguiente manera:

Gráfico 1
Encuestas según sexo

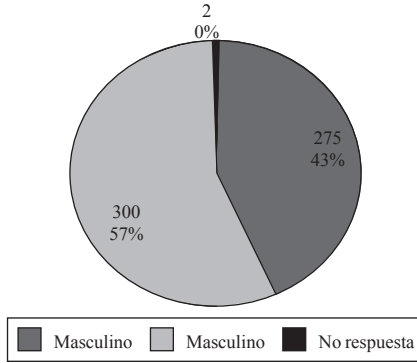


Gráfico 2
Encuestas por grupos de edad

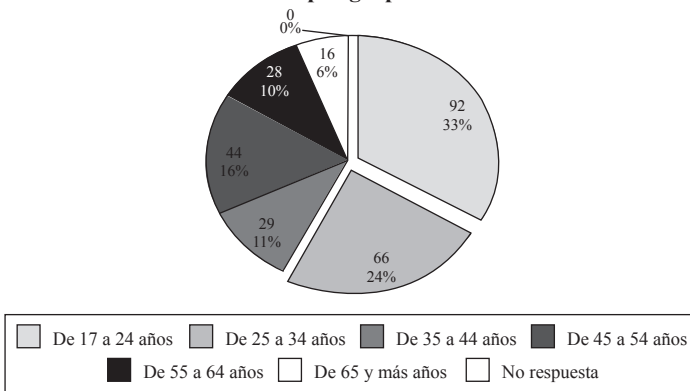
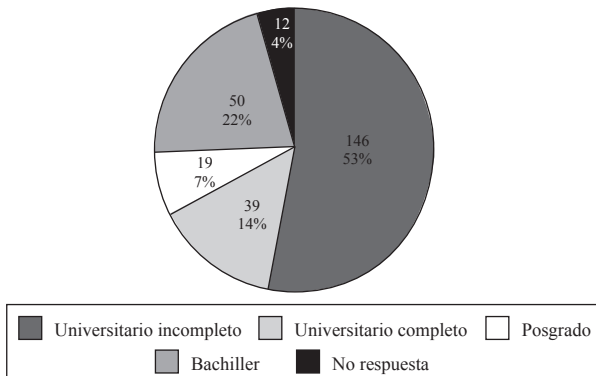


Gráfico 3
Encuestas según nivel educativo



INSTRUMENTO

El instrumento consta de dos partes. En la primera, los participantes debían escribir cinco adjetivos que identificaran a los ciudadanos de Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México, Perú y por último Venezuela. Las personas debían escribir los rasgos según estos fueran aflorando a su mente, sin ser buscados, hacer esfuerzos ni jerarquizarlos (evocación espontánea). La instrucción usada en el instrumento fue la siguiente:

A continuación encontrará un listado de países, incluido el suyo. Para cada caso escriba cinco palabras que definan cinco características de los ciudadanos de cada uno de los países.

En la segunda parte se trabajó con cinco adjetivos dicotómicos, donde los participantes debían escoger una puntuación en una escala tipo Likert de siete puntos para evaluar su percepción para cada uno de los países ya nombrados. Estas escalas fueron seleccionadas con base en estudios previos realizados por Salazar (1983): bueno-malo, agradable-desagradable; atractivo-no atractivo; confiables-no confiables; amados-odiados.

Ej:

Buenos	:	__	:	__	:	__	:	__	:	__	:	__	:	__	:	Malos
--------	---	----	---	----	---	----	---	----	---	----	---	----	---	----	---	-------

En este artículo se analizan los datos obtenidos para la autodefinición de los venezolanos, es decir, nuestra definición del ser venezolano actual recolectados en la primera parte del instrumento. En ningún momento se intenta comparar con los datos obtenidos por los otros países que participaron en el estudio por cuanto los mismos se analizan en la Universidad de Córdoba y no tenemos acceso al resto de la data.

PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

La información se vació en el programa Excel y se procedió a calcular las frecuencias de las respuestas. Se obtuvo un listado de adjetivos (y en algunos casos sustantivos o expresiones que fueron descartados) que según los participantes definen al venezolano. Las respuestas fueron sometidas a un análisis de

contenido que permitió la agrupación de las respuestas por similitud y la definición de categorías-atributos que conformarán la autodefinition de los venezolanos. El nombre de la categoría surge por el adjetivo que obtuvo la frecuencia mayor en la misma.

AUTOPERCEPCION DE LOS VENEZOLANOS

Se obtuvieron las siguientes etiquetas o atributos, que integran los adjetivos con el mismo significado. Se presenta a continuación la categoría, afines y el porcentaje de respuestas obtenidos por cada uno de los adjetivos. Los porcentajes finales no suman 100; el faltante de las respuestas corresponde a adjetivos de frecuencia 1, que pertenecen a la categoría otros, que recoge esas respuestas en porcentaje muy bajo.

ALEGRES. Esta categoría recoge un total de 189 respuestas, correspondiente al 29,67% de las respuestas totales.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Alegres	78	12,24
Bromistas (chistosos)	16	2,51
Rumberos	16	2,51
Fiesteros	10	1,57
Vivos	10	1,57
Jodedores*	9	1,41
Bochincheros	6	0,94
Sociables	3	0,47
Otros adjetivos (con frecuencia 1)	41	6,29

* En nuestro país esta palabra es sinónimo de bromista, de quien siempre está saltando y haciendo bromas.

AMISTOSOS: son 147 respuestas que equivalen al 23,09% del total obtenido.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Amistosos	34	5,34
Amables	23	3,61
Simpáticos	14	2,20
Solidarios	12	1,88
Cálidos	7	1,10
Familiares	6	0,94
Cordiales	6	0,94
Afectuosos	3	0,47
Apasionados	2	0,31
Otros	40	6,28

FLOJOS. Esta categoría resume el conjunto de atributos negativos obtenidos, siendo el sustantivo flojo el que obtuvo la frecuencia más alta. En total se obtuvieron 130 respuestas que agrupan el 20,41%.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Flojos (rasgos negativos)	20	3,14
Impuntuales	7	1,10
Conformistas	7	1,10
Violentos	7	1,10
Bebedores	7	1,10
Cómodos	5	0,78
Oportunistas	5	0,78
Delincentes	4	0,63
Tramposos	3	0,47
Otros rasgos negativos	65	10,21

TRABAJADORES / LUCHADORES. El sustantivo trabajador logra acumular 42 respuestas; en esta categoría agrupa los rasgos positivos obtenidos. La categoría acumula 75 respuestas que corresponde al 11,93% del total.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Trabajadores	42	6,6
Luchadores	8	1,26
Emprendedores	6	0,94
Inteligentes	5	0,78
Educados	4	0,63
Creativos	3	0,47
Ingeniosos	3	0,47
Competitivos	2	0,31
Optimistas	2	0,31

Las respuestas relacionadas con la **BELLEZA** suman 29 respuestas, lo que implica el 4,55%.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Bellos	10	3,61
Atractivos	7	1,10
Belleza	6	0,94
Mujeres bellas	4	0,63
Bonitos	2	0,31

SOBRE EL PAÍS Y EL DEPORTE. 26 respuestas hacen referencia al país, paisajes, naturaleza, su gastronomía (arepas, hallacas, cacao, café), folclore, idioma, tradiciones, música, pero es el deporte (béisbol, fútbol, Vinotinto¹) el que obtiene mayor señalamiento. Esta categoría obtiene el 4,08% de las respuestas totales.

¹ Vinotinto es el color que identifica la Selección Nacional de Fútbol.

BASES PSICOSOCIALES DE LA IDENTIDAD NACIONAL. ¿QUIÉNES SOMOS 35 AÑOS DESPUÉS?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Deporte (béisbol, fútbol)	7	1,10
Gastronomía	4	0,63
Nacionalistas	3	0,47
Religiosos	3	0,47
Multirracial	2	0,31
Mestizo	2	0,31
Paisajes	2	0,31
Petróleo	2	0,31
Folclore	1	0,16

HUMILDES. Aquí encontramos 16 respuestas (2,51%) vinculadas a los valores.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Humildes	7	1,10
Honestos	4	0,63
Valientes	3	0,47
Leales	1	0,16
Tolerantes	1	0,16

POLÍTICA. La categoría agrupa sustantivos vinculados a lo político y al sistema político venezolano; esta suma 10 respuestas, equivalente al 1,56% sobre el total.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Política	3	0,47
Demócratas	2	0,31
Polarizados	2	0,31
Cadivi	1	0,16
Compatriotas	1	0,16
Socialistas	1	0,16

Recordemos que cada participante debía escribir cinco adjetivos que caracterizan a los venezolanos, por tanto, se obtuvieron cinco grupos de respuestas: es decir, 637 encuestas por cinco grupos de respuestas-adjetivos. Los mismos se obtuvieron por evocación espontánea, es decir, se escribían en la medida en que iban apareciendo en la memoria de los participantes. A continuación los datos obtenidos en las tres primeras opciones; la cuarta y quinta opción arrojan resultados similares.

Cuadro 2
Autopercepción de los venezolanos (frecuencia y porcentaje obtenido en las opciones de respuestas 1, 2 y 3)

Categoría	Frecuencia y % OPC1	Frecuencia y % OPC2	Frecuencia y % OPC3
Alegres	189 29,67	163 25,59	148 23,23
Amistosos	147 23,09	152 23,86	162 25,43
Flojos	130 20,41	148 23,23	150 23,55
Trabajadores/luchadores	75 11,93	56 12,39	58 9,09
Bellos	29 4,53	17 2,67	17 2,67
Sobre el país	26 4,08	27 4,23	23 3,61
Humildes	11 1,72	10 1,57	2 0,3
Política	10 1,5	8 1,25	6 0,94

En el cuadro 2 observamos claramente cómo las tres principales categorías, agrupan a más del 70% de las respuestas; es decir, los adjetivos que se evocan con mayor frecuencia al caracterizar a los venezolanos son alegres, amistosos y flojos, agrupando esta última el conjunto de rasgos negativos. Esta proporción se mantiene constante en todas las opciones siguientes de respuestas.

En segundo lugar, pero muy por debajo de los porcentajes obtenidos por las tres categorías principales, se presentan los rasgos positivos, cuyos atributos más representativos son trabajadores y luchadores. En general, se obtiene un porcentaje mayor de atributos positivos (70,78% de las respuestas) que implican varias categorías: una socioafectiva (alegres, amistosos), otra estética (belleza), otra de competencia (trabajadores-luchadores) y una de moralidad (humildes), mientras que los atributos negativos reúnen 20,41% de las respuestas.

Como nueva categoría, tenemos los aspectos relacionados con la belleza, que agrupa el 4,53% de las respuestas. Aparecen luego los aspectos relacionados con el país y el territorio, que según Salazar (2001) corresponden a las dimensiones fundamentales a las identidades de origen; estas son: territorio, gente, cultura y Estado. En este estudio se han agrupado los adjetivos que señalan aspectos relacionados con el país como su gastronomía, cultura y territorio (naturaleza, Caracas, tradiciones, entre otros) en una sola categoría, en vista de que la frecuencia obtenida es baja.

Bastante por debajo aparecen aspectos relacionados con la política y los valores, que tienden a ir disminuyendo, incluso a desaparecer, en las siguientes opciones de respuestas.

Comparando con resultados anteriores

El cuadro 3 resume los atributos obtenidos en los trabajos más importantes sobre identidad nacional; a la vez se suman las características encontradas en la presente investigación.

Cuadro 3
Comparación de atributos autodefinitorios de los venezolanos en diferentes investigaciones

Salazar y Marín, 1977	Banchs, 1982	Montero, 1984	Acosta, 2014
Hospitalarios	Simpáticos	Pasividad	Alegres
Alegres	Afectuosos	Incompetencia	Amistosos
Simpáticos	Generosos	Autoritarismo	Flojos
Flojos	Amables	Fatalismo	Trabajadores/luchadores
Irresponsables	Irresponsables	Pesimista	Bellos
	Perezosos	Emotividad	Referencias al país
	Desorganizados	Violencia;	Humildes
	Agresivos	carencia de sentido	Políticos
		histórico	
		Generosidad, coraje	
		e igualitarismo	

Los primeros rasgos que evoca espontáneamente pensar en el ser venezolano, son adjetivos de tipo afectivo o sociales. Eso queda en evidencia al observar los resultados mostrados en las investigaciones arriba señaladas y que corresponden

a las más importantes en relación con el tema de las autopercepciones e imágenes de los venezolanos.

Entre los atributos siempre encontramos rasgos positivos y negativos. Los trabajos precedentes señalan que los primeros se encuentran en menor frecuencia que los segundos, concluyendo que la identidad nacional está asociada principalmente a rasgos negativos, lo cual es contrario a los resultados de esta investigación. Sin embargo, todos los rasgos negativos señalados por Salazar, Montero y Banchs aparecen también en Acosta.

Dos categorías aparecen ahora: trabajador-luchador y belleza, así como respuestas referidas a valores, aunque en este trabajo no superan el 1,7% de las respuestas. Tampoco hay respuestas que acumulen frecuencias importantes referidas a rasgos de competitividad, como son estudiosos, ingeniosos, proactivos que solo se presentan con una frecuencia de 1, por lo que se sumaron a la categoría trabajador-luchador.

En relación con los atributos negativos de la autopercepción del venezolano, aparece una larga lista de adjetivos negativos que se corresponden con estudios anteriores (flojos, corruptos, desordenados), más la aparición de otros atributos como delincuentes, aprovechadores y bebedores.

A MODO DE CIERRE

Este estudio identifica los atributos que desde el punto de vista de la muestra y su autopercepción definen al “venezolano típico”. Los mismos fueron agrupados por similitudes que delimitan categorías. Estas son en primer lugar de tipo socioafectivas: alegres, luego amistosos, y en tercer lugar, surge una categoría que agrupa todos los adjetivos negativos que evoca la nacionalidad venezolana (flojos, apáticos, agresivos, alcohólicos, bebedores, conformistas, cuenteros, egoístas, desordenados, impuntuales, inseguros, irresponsables, ladrones, corruptos, tramposos, violentos) y que nombramos como flojos por ser el adjetivo que acumula una mayor frecuencia.

Muy por debajo surge la categoría trabajadores-luchadores, único rasgo instrumental o de competitividad en nuestra autopercepción. Este tipo de características se refiere a las capacidades de acción de los miembros de un grupo y son

fundamentales para estimular el esfuerzo, la motivación al logro y el desarrollo. Los trabajos de Fiske y otros (2002) indican que esta categoría está vinculada con el estatus y el acceso a recursos por las propias capacidades.

En segundo plano aparecen dos categorías relacionadas con el país, definido en términos positivos, es decir, un país con paisajes naturales, deporte, tradiciones, costumbres, gastronomía y elementos políticos que reflejan procesos actuales como la polarización, los grupos activos y el sistema político en tensión. A diferencia de los estudios anteriores, caracterizados por la mención de aspectos sociopolíticos negativos en mayor proporción que los positivos, los resultados actuales solo apuntan a identificar los grupos y sistemas políticos presentes en el debate contemporáneo de Venezuela: democracia-socialismo y la polarización, utilizando un lenguaje más neutral que en los estudios anteriores, en que aparecen opiniones críticas al sistema político.

Otra diferencia fundamental entre los otros estudios y este la encontramos en la importancia y ubicación de las categorías; aquí los rasgos positivos tienen mayor presencia que los negativos. Los resultados de esta investigación parecen apuntar a un cambio en nuestra autopercepción, movilizándose hacia lo positivo. Si bien las categorías que aparecen son similares en todos los trabajos, el peso otorgado a estas es diferente en la actualidad. Hay una sobrevaloración de los rasgos socioafectivos, aunque continúan apareciendo rasgos negativos comunes, en especial el adjetivo “flojos”.

Recordemos que todos los trabajos realizados en el país que estudiaron la autopercepción de los venezolanos mostraban una autoimagen negativa. Podríamos pensar también que esta mejora en la autopercepción puede estar vinculada a una percepción más positiva del contexto, siguiendo los hallazgos de Beramendi (2014), Beramendi y Zubieta (2013) y Espinosa (2011).

Por otra parte, los datos del estudio han mostrado resultados con contenidos claros y consistentes en varios aspectos con los trabajos iniciales sobre la identidad nacional, a pesar de haber transcurrido casi 40 años. Esto nos hace interrogar sobre el paso del tiempo y la percepción que tienen las personas que participaron en la investigación sobre el contexto actual. Nuestro contexto, ahora caracterizado por la crisis y el conflicto, sus habitantes lo perciben de manera positiva. ¿Venezuela, otra ilusión de armonía? Sin embargo, el estudio no explora esta dimensión.

Se refuerza la evidencia de la casi ausencia de rasgos instrumentales o ausencia total en las otras investigaciones, mientras que aquí aparece en un porcentaje bajo. Los datos indican que los rasgos relativos a la gente y sus características de personalidad, bien sean positivos o negativos, son más importantes que los atributos de competencia. En este sentido, Salazar (2001) afirmaba que la identidad social positiva se mantiene cuando nos centramos en los elementos socioafectivos, aunque no pasa lo mismo cuando las atribuciones están referidas a aspectos instrumentales, en que tendemos a evaluarnos de manera negativa.

Como aspecto novedoso está el identificar la categoría belleza, cónsono con la importancia atribuida a este rasgo tanto en hombre como mujeres y al posicionamiento que este atributo ha tomado a nivel internacional: Venezuela es el país de las mujeres bellas y de los hombres también. Finalmente, se reposiciona la categoría valores, al reunir la frecuencia más baja y aparecer como el rasgo menos importante de nuestra identidad.

La investigación presenta limitaciones que deben ser consideradas para próximas fases, pero por ser esta una réplica debía permanecer lo más parecida posible a las investigaciones originales. No obstante, permite plantear aspectos relevantes sobre los procesos psicosociales y políticos que la población está enfrentando, pues la definición de las identidades es un fenómeno psicológico contextualizado, que responde a múltiples variables que no son exploradas en este trabajo. Es necesario conocer las percepciones del contexto, identificar las variables que han influido en los cambios en la identidad, investigar sobre el miedo a hablar de política, así como revisar la metodología utilizada. La temática debido a su complejidad requiere también la discusión con otros especialistas para conjugar varias visiones y explicaciones interdisciplinarias.

Sin embargo, este nuevo corte histórico en la lectura del actual venezolano tiene sus méritos, en especial en una Venezuela con grandes limitaciones económicas para la investigación y es un estudio importante en la línea de los estereotipos e imágenes.

Para finalizar, podríamos comenzar a esbozar que nuestra identidad está vinculada a un país con recursos naturales, polarizado políticamente, donde lo estético y la belleza aparecen como atributos valorados, con gente buena pero también plagada de rasgos negativos, lo cual compensamos con la sobrevaloración de rasgos socioafectivos positivos (observado en el peso otorgado a estos

atributos sobre los de competitividad). Por otra parte, esta dimensión incorpora un elemento adicional de viveza y adaptabilidad, que en ocasiones puede relacionarse con expresiones conductuales de una baja moralidad y un alto pragmatismo que no necesariamente son vistas de manera negativa por los venezolanos (viveza criolla). Esto también lo refuerzan los puntajes obtenidos en las dimensiones de competencia y moralidad, casi ausentes en nuestra autopercepción.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BANCHS, M.A. (1982). Efectos del contacto con la cultura francesa sobre las representaciones sociales del venezolano. *Revista Interamericana de Psicología*, 16, 111-120.

BANCHS, M.A. (1992). Representación social de la identidad venezolana desde la perspectiva de los vínculos indios, negros y blancos españoles. *Boletín de Avepso*, 15, 3-23.

BÉJAR, R. y CAPPELLO, H.M. (1986). La identidad y carácter nacionales en México – La frontera de Tamaulipas. *Revista de Psicología Social*, 1, 153-166.

BERAMENDI, M. (2014). Percepción del sistema normativo, transgresión y sus correlatos psicosociales en Argentina. Tesis doctoral no publicada. Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

BERAMENDI, M. y ZUBIETA, E. (2013). Identidad nacional y relaciones interpersonales en una cultura donde la norma es la transgresión. *Psicología Política*, 26, 165-177.

CARRERA DAMAS, G. (1993). En: Montero, M. (1984). *Ideología, alienación e identidad nacional*. Caracas: EBUC

CASHMORE, E. (2000). *Dicionário de Relações Étnicas e Raciais*. São Paulo: Selo Negro.

D'ADAMO, O. y GARCÍA BEAUDOUX, V. (1995). *El argentino feo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Losada.

ESPINOSA, A. (2011). Estudios sobre identidad nacional en el Perú y sus correlatos psicológicos, sociales y culturales. Tesis doctoral no publicada. Departamento de Psicología Social y Metodología de las Ciencias del Comportamiento. Universidad del País Vasco.

ESPINOSA, A.; ACOSTA, Y.; VALENCIA, J.; BERAMENDI, M. y otros (2015). "Calidez, competencia, moralidad y nacionalismo ideal como dimensiones autoestereotípicas en seis países de Latinoamérica. Portal de Revistas UR. Avances en Psicología Latinoamericana. Universidad del Rosario. Colombia. Disponible en: <http://revistas.urosario.edu.co/index.php/apl/article/view/3250>

FISKE, S. T., CUDDY, A. J., GLICK, P. y XU, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 878-902.

HERRANZ, K. y BASABE, N. (1999). Identidad nacional, ideología política y memoria colectiva. *Psicología Política*, 18, 31-47.

HERRERA LUQUE, F. (1979). En: Montero, M. (1984). *Ideología, alienación e identidad nacional*. Caracas: EBUC.

HOGG, M. A. y ABRAMS, D. (1988). *Social identifications: A social psychology of intergroup relations and group processes*. London: Routledge.

HOGG, M. A. y RIDGEWAY, C. (2003). Social identity: Sociological and social psychological perspectives. *Social Psychology Quarterly*, 66, 97-100.

MILLER, D. R. (1983). Self, symptom, and social control. En T. R. Sarbin y K. E. Scheibe (Eds.). *Studies in social identity*, pp. 319-338. New York: Praeger.

MONTERO, M. (1984). *Ideología, alienación e identidad nacional*. Caracas: EBUC.

MONTERO, M. (1996a). Identidad social negativa y crisis socioeconómica: un estudio psicosocial. *Revista Interamericana de Psicología*, 30, 43-85.

MONTERO, M. (1996b). La identidad social negativa: un concepto en busca de teoría. En J. F. Morales, D. Páez, J. C. Deschamps y S. Worchel (Eds.). *Identidad*

social. Aproximaciones psicosociales a los grupos y a las relaciones entre grupos (pp. 395-415). Valencia: Promolibro.

MORALES, J.F. y PÁEZ, D. (1996). Estereotipos, discriminación y relaciones intergrupos en España y en Latinoamérica. En R.Y. Bourhis, J-P. Leyens, J.F. Morales y D. Páez (Eds.). *Estereotipos, discriminación y relaciones entre grupos* (pp. 1-22). Madrid: McGraw-Hill.

OWENS, T.J. (2006). Self and identity. En J. Delamater (Ed.). *Handbook of Social Psychology*, pp. 205-232. New York: Springer.

PÉREZ, T. (1999). *Nación, identidad nacional y otros mitos nacionalistas*. Oviedo: Ediciones Nobel.

RANGEL, C. (1976). En: Montero, M. (1984). *Ideología, alienación e identidad nacional*. Caracas: EBUC.

ROSELLI, N. (2000). Representación social de “los argentinos”, “los españoles”, “los latinoamericanos” y “los europeos” en estudiantes universitarios argentinos. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 32, 127-160.

SALAZAR, J.M. (1983). *Bases psicológicas del nacionalismo*. México: Trillas.

SALAZAR, J.M. (1988). Cambio y permanencia en creencias y actitudes hacia lo nacional (1982-1986). *Boletín de la Avepsa*, 11, 3-13.

SALAZAR, J.M. (1994). Investigaciones psicológicas acerca de la identidad latinoamericana. *Tribuna del Investigador*, 1, 26-35.

SALAZAR, J.M. (1996). Del estudio de los estereotipos al estudio de la identidad nacional. *Tribuna del Investigador*, vol. 3, nº 2, pp. 63-75.

SALAZAR, J.M. (2001). *Identidades nacionales en América Latina*. Caracas: Fondo Editorial de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela, pp. 115-139.

SALAZAR, J.M. y MARÍN, G. (1977). National stereotypes as a function of conflict and territorial proximity: A test of the mirror image hypothesis. *Journal of Social Psychology*, 101, 13-19.

YORELIS J. ACOSTA

SALAZAR, J.M. y SALAZAR, M.A. (1998). Estudios recientes acerca de identidades nacionales en América Latina. *Psicología Política*, 16, 75-93.

SCANDROGLIO, B., LÓPEZ, J. y otros (2008). La teoría de la identidad social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias. *Psicothema*, vol. 20, nº 1, pp. 80-89.

TAJFEL, H. (1981). *Human groups and social categories*. Cambridge: Cambridge University Press (Versión española Tajfel, H. [1984]. *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder).

VALLENILLA LANZ, L. (1919). En: Montero, M. (1984). *Ideología, alienación e identidad nacional*. Caracas: EBUC.

VISO, Á. (1982). En: Montero, M. (1984). *Ideología, alienación e identidad nacional*. Caracas: EBUC.

Anexo
Encuesta sobre identidades nacionales y latinoamericanas

Carrera: _____

Edad: _____ Sexo: Hombre _____ Mujer _____

Nivel educativo: _____

Estado civil: _____

A continuación encontrará un listado de países, incluido el suyo. Para cada caso escriba cinco palabras que definan cinco características de los ciudadanos de cada uno de los países.

Argentina
1.
2.
3.
4.
5.

Brasil
1.
2.
3.
4.
5.

Colombia
1.
2.
3.
4.
5.

Chile
1.
2.
3.
4.
5.

México
1.
2.
3.
4.
5.

Perú
1.
2.
3.
4.
5.

Venezuela
1.
2.
3.
4.
5.

BASES PSICOSOCIALES DE LA IDENTIDAD NACIONAL. ¿QUIÉNES SOMOS 35 AÑOS DESPUÉS?

MEXICANOS:		
Buenos	: : : : : : : : : : : :	Malos
Atractivos	: : : : : : : : : : : :	No atractivos
Amados	: : : : : : : : : : : :	Odiados
Agradables	: : : : : : : : : : : :	Desagradables
Confiables	: : : : : : : : : : : :	No confiables

PERUANOS:		
Buenos	: : : : : : : : : : : :	Malos
Atractivos	: : : : : : : : : : : :	No atractivos
Amados	: : : : ~ : : : : : : : :	Odiados
Agradables	: : : : : : : : : : : :	Desagradables
Confiables	: : : : ~ : : : : : : : :	No confiables

VENEZOLANOS:		
Buenos	: : : : ~ : : : : : : : :	Malos
Atractivos	: : : : ~ : : : : : : : :	No atractivos
Amados	: : : : ~ : : : : ~ : : : : :	Odiados
Agradables	: : : : ~ : : : : ~ : : : : :	Desagradables
Confiables	: : : : ~ : : : : ~ : : : : :	No confiables

Muchas gracias por su colaboración.