



Ciencias Psicológicas

ISSN: 1688-4094

cienciaspsi@ucu.edu.uy

Universidad Católica del Uruguay

Dámaso Antonio Larrañaga

Uruguay

Pérez de León, Pablo

IDENTIDADES, ACTITUDES Y ESTEREOTIPOS NACIONALES Y SUPRANACIONALES
EN UNA MUESTRA URUGUAYA

Ciencias Psicológicas, vol. I, núm. 1, mayo, 2007, pp. 81-102

Universidad Católica del Uruguay Dámaso Antonio Larrañaga

Montevideo, Uruguay

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=459545423008>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

IDENTIDADES, ACTITUDES Y ESTEREOTIPOS NACIONALES Y SUPRANACIONALES

EN UNA MUESTRA URUGUAYA

IDENTITY, ATTITUDE AND STEREOTYPES IN A URUGUAYAN NATIONAL AND SUPRANATIONAL SAMPLE

Pablo Pérez de León

Universidad Católica del Uruguay

Resumen: El objetivo de este trabajo es estudiar las identificaciones con los ámbitos regionales, nacional y supranacionales; las actitudes y los estereotipos respecto a grupos nacionales y supranacionales en una muestra uruguaya. Se comprueba la capacidad explicativa sobre identificaciones, simpatías y estereotipos de: favoritismo endogrupal, contacto y familiaridad, similitud, prototipicidad y asimetría actitudinal. Se discuten los resultados así como el instrumento utilizado.

Palabras Clave: *Psicología Trans-cultural, Identidad Social, Identidad Nacional, Actitudes Internacionales, Estereotipos Nacionales.*

Abstract: This work aims to study the way people in a Uruguayan sample identify with regions, nations and supranations; attitudes and stereotypes were measured with respect to national groups and supranational groups. This brings proof about people identifications, likes and stereotypes of: ingroup favoritism, contact and familiarity, similarity, prototypicity and attitude asymmetry. Both the results and instruments are discussed.

Keywords: Cross-cultural Psychology, Social Identity, National Identity, International Attitudes, National Stereotypes.

INTRODUCCIÓN

El proceso de integración regional en el sur de América

Desde hace ya varias décadas, muchos países latinoamericanos se han embarcado en procesos de integración más o menos ambiciosos. Aunque con facilidad pueden identificarse intentos de conformar unidades políticas más amplias ya en los años de la independencia de la mayor parte de los países, y, en los objetivos de muchos de los “libertadores” de la América Española.

Un proyecto que fracasó en ese momento. Tal como señala el filósofo e historiador uruguayo Methol Ferré: “Los unionistas, con Bolívar, San Martín y Artigas fueron los que lucharon por la unificación, difícilísima por una cantidad de cosas. Y los otros eran los fragmentaristas, que representaban el procesos de fragmentación del imperio español...Ganaron estos últimos y levantan el monumento a los unionistas para que no los mo-

lesten más.” (Methol Ferré, 2004, 4). El resultado fue la atomización de la América Latina parte del Imperio Español en una veintena de repúblicas: “En la descomposición del Imperio Hispánico en los albores del siglo XIX se formaron nuestras polis oligárquicas, cada una controlando su comarca, mayor o menor, y ligadas íntimamente con el Imperio Británico” (Methol Ferré, 1984, 6)

Muchos historiadores subrayan que no solo carencias intrínsecas impidieron alcanzar tales objetivos en ese momento sino también la relevante acción de algunas potencias mundiales, en particular Inglaterra y Estados Unidos. Al punto que la historiografía suele coincidir en la influencia determinante de estos intereses externos en la “creación” de algunos Estados latinoamericanos (Reyes Abadie, 1988). Sin ir más lejos, la del propio Uruguay (cuya primera constitución es jurada, en 1830, bajo la bandera británica junto a la nacional, la argentina y la brasilera), o el tan evidente caso de la separación de Panamá desde Colombia.

“El apogeo de las nacioncitas, imitadoras de la Tercera República, se da en la primera mitad del siglo veinte” (Methol Ferré, 2004, p. 4). Época que, en el Uruguay, coincide con el momento de mayor prosperidad económica y, según se asume habitualmente, de la mayor autosatisfacción nacional. Posteriormente, tal estructura entra en crisis, apreciándose como una necesidad, por una porción creciente de la intelectualidad latinoamericana, la superación de los espacios de las viejas “polis”. Más no sea por razones meramente comerciales. Al decir del brasileño Helio Jaguaribe: “en el mundo actual no hay más posibilidades para el desarrollo aislado de países sudamericanos” (Jaguaribe, 2004, 14)

Incluso en pleno apogeo de la disgregación surgieron intelectuales que comenzaron a generar un pensamiento latinoamericano sobre este tema. José Enrique Rodó, uno de los más destacados intelectuales uruguayos y latinoamericanos de principios del siglo XX planteaba la relación entre el origen y el futuro en estos términos: “Con más o menos dilación, en una u otra forma, un lazo político unirá un día a los pueblos de la América nuestra” (en Reyes Abadie, 1988, 72)

Pero, para que efectivamente, se iniciara el proceso de integración económica latinoamericana de tipo multilateral habría que esperar hasta la década del '50, a partir de propuestas de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina de Naciones Unidas). Concretándose en acuerdos de integración en los años 60'. a partir del Tratado de Montevideo que en 1960 crea la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC). Los escasos resultados obtenidos por la ALALC llevaron a que en 1980 se firmara un segundo Tratado de Montevideo, donde se instaura la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), optándose por un proceso de integración gradual, “más lento pero más realista, previéndose la posibilidad de acuerdos parciales entre los países miembros, aceptando además las distintas formas de integración” (Silva, 1988).

En los años siguientes crece la constitución de acuerdos bilaterales entre Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay. Decía Silva en 1988 que una condición necesaria para lo multilateral era la bilateralidad argentino-brasileña. Suponía que posteriormente seguiría la incorporación de los estados “amortiguadores” o “tapones”: Uruguay, Paraguay y Bolivia. Tras lo cual sería el momento de la incorporación de Chile (Silva, 1988, 41).

Desde hace algo más de una década Brasil, Argentina, Paraguay y Uruguay, dieron un paso más y se embarcaron en el proceso de integración más ambicioso de su historia con la conformación, a partir del Tratado de Asunción, del Mercado Común del Sur (Mercosur).

Desde su creación, el Mercosur ha generado variados niveles de satisfacción sobre sus resultados entre las elites y la opinión pública en general. En particular en referencia a las ambiciosas expectativas originales, probablemente más intensas en los socios más pequeños. Sin embargo, incluso en los momentos de actitud más crítica ante el proyecto, con frecuencia se aprecia como una suerte de destino ineludible para la propia “viabilidad” de estos países. En una perspectiva como la expresada por Jaguaribe: “Disponen los países latinoamericanos (...) de una alternativa preservadora de sus respectivas identidades nacionales y de un satisfactorio margen de autodeterminación. Esa alternativa se expresa por el binomio integración – desarrollo” (Jaguaribe, 2004, 14).

En julio de 2006 ingresó al Mercosur como socio pleno Venezuela, manteniéndose Bolivia y Chile como estados “asociados”.

Desde fines de 2005 Uruguay y Argentina se ven enfrentados por la construcción de dos fábricas productoras de celulosa en el territorio uruguayo pero en la ribera del río Uruguay, límite entre Uruguay y Argentina. El conflicto llegó a tal nivel que durante varios meses “ambientalistas” argentinos, han impedido el paso en los principales puentes que unen a ambos territorios, sin que su gobierno lo impidiera. Argentina presentó una demanda en el Tribunal Internacional de La Haya por la construcción de las plantas, y Uruguay ante el mismo tribunal y ante el organismo competente del Mercosur por los cortes de puentes.

También durante 2006 el gobierno uruguayo, a cargo de una coalición de izquierdas, manejó públicamente la posibilidad de firmar un acuerdo de libre comercio con Estados Unidos. Contra lo que había sido la posición histórica de los partidos políticos que la integran, pero con el mayoritario apoyo de la población: en marzo de ese año un 57% de los uruguayos manifestaban su acuerdo para que Uruguay concretara un acuerdo de tal tipo con EEUU (El País, 2006). Finalmente, el gobierno optó por proseguir la negociación con EEUU pero sin procurar, a corto plazo, un acuerdo de libre comercio.

Estos son, probablemente, los elementos más significativos para explicar una creciente disconformidad, en particular en Uruguay, respecto a la integración regional iniciada hace más de una década. Al decir de uno de los más importantes comentaristas políticos argentinos: “la sombra del fracaso sobrevuela el Mercosur” (Morales Solá, 2006, 27).

La pertinencia de la mirada desde la Psicología

Hasta aquí una breve descripción del proceso de integración regional en el sur de América. Llegado a este punto cabe preguntarnos si tiene algo que decir la Psicología y, en particular la Psicología Social, en este tema.

Parecería evidente que sí, para empezar porque se trata de un proceso histórico que, como tal, necesariamente involucra a seres humanos. Algo que, en definitiva, dice mejor Indro Montanelli: “Lo que hace grande la historia de Roma no es que haya sido hecha por hombres diferentes a nosotros, sino que haya sido hecha por hombres como nosotros” (Montanelli, 1994, 8). Y por tanto involucra procesos psicológicos. Como señala Jaguaribe: “superados los conflictos coloniales y sus secuelas, la rivalidad antagónica que marcó distintos momentos de la relación argentino-brasileña (...) era el resultado de posiciones meramente **psicológicas**¹, sin ningún fundamento en los intereses reales de ambos países” (1988, 18). Indudablemente, lo “meramente” psicológico resulta lo suficientemente relevante como para dedicarle una cuidadosa atención.

En definitiva, en una época en que en la propia historiografía subraya lo insuficientemente explicativo de un enfoque que se limite a líderes de estados y movimientos sociales, parece necesario incorporar herramientas de análisis que permitan entender mejor, al decir de Hobsbawm: “los supuestos, las esperanzas, las necesidades, los anhelos y los intereses de las personas normales y corrientes”. Más aún si el objeto de análisis es uno tan complejo como la construcción de lo nacional: “..”(las naciones son) fenómenos duales, contruidos esencialmente desde arriba, pero que no pueden entenderse a menos que se analicen también desde abajo, esto es, en términos de los supuestos, las esperanzas, las necesidades, los anhelos y los intereses de las per-

sonas normales y corrientes” (Hobsbawm, 1992, en Cosse y Markarián, 1994, 7)

En el campo, tan próximo al de lo nacional, de las relaciones internacionales se aprecia la creciente referencia a la importancia de los “factores subjetivos” (Ramírez y Torregrosa, 1996, 204). Complementando así el énfasis tradicional en los aspectos políticos-estructurales, con “el interés por el estudio de sus aspectos subjetivo-simbólicos hasta el punto de que, en los últimos años, podríamos hablar de una progresiva “psicologización” de la disciplina” (Ramírez y Torregrosa, 1996, 200). A partir, en particular, de la atención brindada a las identidades nacionales y a los procesos cognitivos y actitudinales relacionados, “como motivaciones subyacentes en las conductas de política exterior” (Ramírez y Torregrosa, 1996, 200). Concluyendo Ramírez y Torregrosa en que la participación de la psicología social en este tema no solo es justificada sino necesaria: “La Psicología Social debe formar parte de las relaciones internacionales como área de estudios interdisciplinar, del mismo modo que procesos psicológicos como las actitudes y las percepciones intervienen en las relaciones internacionales como hecho” (Ramírez y Torregrosa, 1996, 213).

En estos terrenos, una de las figuras de la Psicología Social más destacadas, es la del psicólogo Herbert Kelman. Tanto por sus aportes teóricos, como su relevante rol en la búsqueda de soluciones a conflictos. Kelman sostiene que en los conflictos internacionales, en particular cuando están marcados por elementos étnicos, no son solo entre estados sino también entre sociedades: “el conflicto internacional debe ser visto no solo como un fenómeno interestatal o intergubernamental sino además como un fenómeno intersocietal” (Kelman, 1996, en Errandonea, 1996, 43).

Desde una perspectiva más general Henri Tajfel (1981) señala que:

la psicología social puede y debe incluir, entre sus preocupaciones teóricas y en la investigación, un interés directo por las relaciones entre el funcionamiento psicológico humano y los procesos y acontecimientos sociales a gran escala que moldean este funcionamiento y son moldeados por él (Tajfel, 1981, 23).

¹ Negrita propia

Para Tajfel, este interés por los procesos sociales ha sido relativamente marginal en la principal corriente de la psicología social en la segunda mitad del siglo XX.

En este punto cabe sumar el aporte de Daniel Bar-Tal, quien subraya la necesidad de estudiar el comportamiento social en los contextos reales, no solo para volver con la psicología social a lo "social", sino para asegurarse de que sus contribuciones son teóricamente relevantes y que resultan de valor para la sociedad (Bar-Tal, 2004).

Ignacio Martín-Baró impulsa a utilizar el conocimiento acumulado por la psicología social pero cuestiona "la falta de atención del psicólogo a su realidad inmediata" (de la Corte, 2001, 192). El mismo Martín-Baró que destaca el substrato común de los latinoamericanos y atisba un proyecto común para sus pueblos:

Esta comunalidad latinoamericana se asienta en raíces étnicas, sociales y culturales muy profundas, pero constituye, sobre todo, un horizonte y, quizá mejor dicho, una tarea histórica para los pueblos de estos países" (Martín-Baró, 1988, en Pacheco y Jiménez, 1990, 62)

Por otra parte, mirar desde la psicología social a un proceso que se está dando en países sudamericanos, no deja de ser un, modesto, aporte en la construcción de una psicología social latinoamericana y para la disciplina en general. Ya que como dice el propio Tajfel. "Debemos crear una psicología social que se desarrolle simultáneamente en muchos lugares" (1981, 23).

Existen múltiples ensayos sobre asuntos como la identidad nacional y la inserción internacional del Uruguay, desde perspectivas disciplinares más o menos definidas explícitamente. Tal vez del mismo modo que en otros países de América Latina: "en América Latina existe una larga tradición de interés en la cuestión de la identidad nacional de mano de historiadores, filósofos, politólogos y todo tipo de pensadores y escritores" (Salazar y Salazar, 1998, 75). Pero no se encuentran estudios empíricos, sobre asuntos como la identidad uruguaya y actitudes hacia la integración internacional del país, que trasciendan de los datos puramente sociológicos, y que asuman una perspectiva psicosocial.

El objetivo de este trabajo es dar un primer paso en tal sentido, que permita la aplicación

de algunos modelos teóricos y la comparación con datos provenientes de otras realidades. Y, sobre todo, habilite futuros avances en el conocimiento de la realidad uruguaya desde un abordaje propio de la psicología social.

A partir de ese objetivo se abrieron múltiples posibilidades de áreas temáticas, propias de la psicología social, que podrían haber orientado eficazmente la investigación. Así, por ejemplo, hubiera sido de interés estudiar la identidad nacional uruguaya desde una psicología social de los valores humanos, eventualmente con un enfoque similar al de Grad (2001) relativo al estudio de la identidad nacional como valor personal. O, también, desde la relación entre valores y dimensiones socioeconómicas (Gouveia y Ros, 2000). También hubiera resultado pertinente y útil tomar como piedra angular al estudio de estos temas desde la memoria colectiva de la historia, al modo que, por ejemplo se ha seguido recientemente en España (Herranz y Basabe, 1999; Rosa, Bellelli, y Bakjurst, 2000; Rosa; Blanco, Travieso, y Huertas, 2000) o desde perspectivas más generales (Pennebaker y Basanick, 1998)

Sobre todo se repasó la investigación realizada sobre identidades y estereotipos regionales, nacionales y supranacionales en España y en América Latina. Así, pueden encontrarse trabajos como el de Zaiter (1992) sobre la identidad nacional dominicana, que toma elementos de la psicología social e incorpora aportes sociológicos, históricos y políticos, o el propósito de caracterizar una "psicología del latinoamericano" que esbozan Gissi, Zubieta y Páez (2002). Así como los estudios sobre mexicanos, puertorriqueños, ecuatorianos, brasileños y chilenos, compilados por José Miguel Salazar (2001).

En su detallada revisión de estudios en América Latina sobre identidad nacional desde 1985, Salazar y Salazar (1998) los agrupan en tres categorías: aquellos que abordan la - identidad como características objetivas; los que se basan en imágenes subjetivas o estereotipos; y los que trabajan a la identidad como la identificación intersubjetiva con una categoría nacional. Las investigaciones de Díaz-Guerrero en México sería ejemplo de la primera línea. Más numerosos son los casos de investigación centrada en auto y heteroestereotipos: Salazar, Montero, Quintero, Banchs y Domínguez en Venezuela, Saiz et al. en Chile, Rivera en Puerto Rico, Martín-Baró en El Salvador, y Sorin en Cuba. Y también el de D'Adamo y García (1995) en Argentina, que incorpora además el estudio

de las “simpatías” hacia y desde los argentinos. Finalmente, en la tercera línea, apoyada en la Teoría de la Identidad Social, y que es para Salazar y Salazar la que promete mayor fecundidad, señalan como ejemplos los estudios de Salazar con venezolanos, colombianos y chilenos, Saiz et al. con chilenos, y Oboler con “hispanos” en EEUU (Salazar y Salazar, 1998). Al que hay que añadir, por lo menos el de Villegas y Salazar (2002) con chilenos y venezolanos.

Matera, Giannini, Blanco & Smith (2005) consideran que España, dada su realidad plurinacional, es un objeto de estudio particularmente interesante para analizar el concepto de identidad nacional, en su caso a través del estudio de los estereotipos nacionales. Refiriendo estos autores estudios como los de Pinillos y Rodríguez Sanabra en los años '60 y, a partir de los 80': varios estudios de Sangrador; Javaloy, Cornejo y Bechini; Rodríguez, Sabucedo y Arce; Huici, Ros y cols., a los que resulta pertinente añadir la propia investigación de Matera, Giannini, Blanco y Smith (2005).

A partir de estos antecedentes, el presente trabajo se limitará a investigar sobre identidad regional, nacional y supranacional, estereotipos y actitudes de los uruguayos, en un contexto de inserción internacional especialmente dinámico. Pudiendo enmarcarse en la segunda y en la tercera líneas caracterizadas por Salazar y Salazar (1998).

Identidades regionales, nacionales y supranacionales

¿Cuáles son las principales causas de la realidad social y, en particular, del conflicto entre grupos? Para Tajfel (1983) los determinantes “objetivos” del conflicto social (estructuras sociales, económicas, políticas e históricas) son prioritarios causalmente respecto al conflicto psicológico o “subjetivo”. Pero, señala también Tajfel, si bien los efectos de las variables psicosociales en tal espiral causal están determinados por los previos procesos sociales, económicos y políticos, también pueden adquirir a su vez una función *autónoma* que les permita desviar en una dirección u otra, el funcionamiento subsecuente de estos procesos (Tajfel, 1983, 208)

Los seres humanos se encuentran divididos en una serie de colectivos, conjuntos o categorías que comparten cierta homogeneidad (territorio, lengua, cultura etc.) y un sentimiento de pertenencia común a los que puede de-

nominarsen “pueblos” o “grupos étnicos” (Sangrador, 1996). Desde una perspectiva psicosocial se hará hincapié en el elemento más subjetivo: la autoidentificación compartida como miembro del grupo. “Es la conciencia de pertenencia lo realmente importante, la autoidentidad como miembro de dicho ‘grupo étnico’” (Sangrador, 1996, 24).

Si bien puede coincidir respecto a que tal vez sea la identidad nacional la forma de identidad social que ha mostrado una influencia más dramática en la historia (Salazar, 1996 a), el fenómeno de la globalización puede generar dudas respecto a la actual y futura relevancia de las identidades nacionales. Pero, tal proceso, al tiempo que refuerza la tendencia a lo supranacional, también parece impulsar a las identidades locales y subrayar las características étnicas (Zúñiga y Asún, 2004). No resultando necesario argumentar respecto a la notoria incidencia histórica, en las últimas décadas, de las identidades nacionales y regionales. De modo tal que puede afirmarse que las identidades de origen siguen siendo importantes, incluso en un momento histórico de globalización, como estructuras esencialmente dinámicas sujetas a la evolución y al cambio individual y social (Villegas y Salazar, 2002). Por tal dinamismo, las identidades nacionales asumen perfiles diferentes de acuerdo a la cultura y época. Así, puede asumirse que si las sociedades tradicionales favorecían la identidad social sobre la personal, con relativamente pocos grupos y una pertenencia a los mismos muchas veces no voluntaria, en las contemporáneas la identidad social sería relativamente más “frágil”, dada la mayor cantidad de grupos y que muchos grupos sean de adscripción y abandono voluntarios (Morales, 2002). Pese a lo cual: “Ninguna de las evidencias que tenemos en el presente, sugieren que la identidad nacional haya dejado de jugar un papel importante en definir el desarrollo político-social en el mundo moderno y post-moderno” (Salazar y Salazar, 1998, 90)

Alcanzar una identidad nacional supone adquirir, por lo menos, creencias, actitudes y valores. Qué son evaluadas a través de la comparación social (Tajfel, 1984) que opera en distintos niveles: con otras naciones, con el pasado y futuro de la propia nación, o con estándares abstractos (Matera et al., 2005). Puede plantearse que tal proceso implica identificarse con dos tipos de elementos: objetivos y subjetivos. Así, Salazar identifica cinco elementos en la base

del “sentimiento nacional”: lo biológico, lo territorial, la cultura compartida, la memoria histórica de comunalidad genealógica (“etnicidad trascendente”) y existencia de un estado-nación (Salazar, 1996 a, 1996 b)

Muchos estudios sobre el tema de las identidades nacionales se han valido de la Teoría de la Identidad Social (TIS). Teoría que se ubicaría, dentro de la tipología que elabora Salazar (1996,b) con las concepciones teóricas sobre la identidad nacional, en el cuadrante más productivo para el estudio del tema: el Subjetivo-Grupal (con ejes: objetivo vs. subjetivo, e individual vs. grupal). Permitiendo comprender de mejor forma situaciones de conflicto entre grupos pero también, en otras, hacerlo respecto a eventos de destacada e incluso inesperada cooperación entre grupos (Reicher, Cassidy, Wolpert, Hopkins y Levine, 2006). Dado que, justamente, la TIS se orienta a explicar la relación entre el psiquismo del individuo humano y los procesos sociales: el vínculo entre lo colectivo y lo individual, entre los procesos a gran escala y el funcionamiento psicológico del individuo, entre las funciones grupales y las individuales (Blanco, Caballero y de la Corte, 2005). Más específicamente, Javaloy (1993) identifica tres motivos para preferir el paradigma de la TIS para estudiar el comportamiento colectivo: por corregir el individualismo de algunos enfoques psicologistas; por inscribir a este campo en el de la conducta grupal, y porque resulta idóneo para explicar los fenómenos colectivos, desde que es en los contextos colectivos donde la identidad social adquiere particular saliencia.

En continuidad con la TIS, desde la Teoría de Categorización del Yo se diferencian tres niveles de abstracción de las categorías del yo: el interpersonal, el intergrupal y el interespecie. Como otras identidades grupales la nacional, la supranacional o la regional pertenecerían al nivel intermedio y el pasaje desde la identidad personal a la social se daría junto a la despersonalización que hace posible el comportamiento grupal (Oakes, Haslam y Turner, 1996). Lo que habilitaría a que pudiera definirse, parafraseando a Tajfel, por ejemplo a la identidad regional como:

aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo regional, junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia (Zúñiga y Asún, 2004, 38)

Una peculiaridad de las identidades regionales, y más aún en las nacionales, es que las fronteras entre los grupos son relativamente rígidas por lo que las opciones, en caso de insatisfacción y consecuente amenaza a la autoestima, dependerán para la TIS (Blanco, Caballero y de la Corte, 2005) del grado de legitimidad que se adjudique a la condición de desigualdad social, la estabilidad atribuida a esas condiciones y la permeabilidad de las fronteras que separan los grupos. Cuando la situación de inferioridad del endogrupo se interpreta como justa, duradera y perdurable, sus miembros tenderán a interiorizar dicha “inferioridad”, pero algunos individuos intentarán preservar la propia autoestima mediante: el abandono del grupo, que en el caso de lo nacional podría significar la emigración, aunque puede incluir el abandono exclusivamente psicológico (como se daría, por ejemplo, en el “cosmopolitismo burgués” de Salazar); o mediante el énfasis en la comparación interpersonal y no intergrupal. Cuando la situación de inferioridad se entiende como ilegítima e inestable o con posibilidades de cambio, y se perciben como no traspasables las fronteras grupales, se optará por estrategias colectivas, en las que estará implicada una parte importante de los miembros del grupo. Generalmente, en tres formas diferentes, no necesariamente alternativas (Blanco, Caballero y de la Corte, 2005):

- Creatividad social: incorporando o destacando nuevos criterios de comparación que sirvan para evaluar más positivamente al endogrupo respecto a exogrupos.
- Redefiniendo los atributos del endogrupo.
- Competición social: forzando un cambio en las condiciones sociales.

Dado que, las identidades nacionales, subnacionales y supranacionales se presentan como mutuamente inclusivas resulta especialmente útil recurrir al concepto de “Identidad Comparativa”, desarrollado por Ros, Huici y cols. a partir de estudios iniciados en los años '80, partiendo del marco teórico de la TIS y de la Teoría de Categorización del Yo (Ros y Huici, 1993; Ros y Huici, 1998; Ros, Azurmendi, Bourhis y García, 1999). Básicamente, refiere a la consideración simultánea con dos categorías que varían en cuanto a su nivel de abstracción y de inclusividad. Partiendo del hecho de que si bien el concepto de identidad social tradicionalmente se conceptualiza en términos relacionales se ha tendido a medirlo en términos absolutos, es decir como identificación con el endogrupo, sin tener

en cuenta a otros grupos que constituyen el contexto social más amplio. Mediante el concepto de "identidad comparativa": "se trata precisamente de ampliar ese contexto de comparación y destacar la importancia de dicha ampliación para entender el proceso de diferenciación intergrupal" (Ros y Huici, 1998, 192). Supone que uno de los determinantes de la saliencia relativa de una categoría a un determinado nivel es el grado de identificación con otra categoría a nivel superior o inferior. Por lo que la consideración simultánea de la identificación con dos niveles de categorización mejoraría la predicción de la diferenciación intergrupal, con respecto a la consideración de la identificación a un solo nivel (Ros y Huici, 1998).

Otro aspecto importante refiere al sesgo endogrupal en este contexto: si bien se ha defendido la universalidad del etnocentrismo, existe evidencia empírica de que no opera siempre de tal modo, en particular cuando se trata de grupos en situaciones de ausencia de poder objetivo, negativamente percibidos y valorados, y con una percepción de la situación intergrupal como legítima y/o estable (Ramírez, 1992; Voci, 2006). Constatándose que en condiciones de bajo poder, bajo estatus y bajo peso numérico se produce una tendencia a discriminar a los individuos del endogrupo, lo cual contradice los postulados genéricos de la TIS pero explica situaciones de subordinación (Blanco, Caballero y de la Corte, 2005). A través de una caracterización negativa del endogrupo, sea acompañada de preferencia por exogrupos, o manteniendo la preferencia por el propio grupo.

En una línea similar, Montero afirma que la TIS no es capaz de explicar satisfactoriamente la existencia de algunas identidades nacionales, en particular en el Tercer Mundo, cuya evaluación resulta negativa pero que siguen siendo mantenidas por las personas: "encontramos identidades (...) minusvalorantes del endogrupo. Identidades negativas. ¿Qué ocurre en tales casos?. ¿Se aplica también esa orientación hedónica? (de la TIS)" (1996, 401). Para D'Adamo y García (1995) la TIS enfrentaría la dificultad de estar marcada por el lugar geográfico donde sus autores la desarrollaron: "desde la postura históricamente etnocéntrica europea el saldo de las comparaciones con los grupos extra continentales era siempre positivo" (52). Para ganar en capacidad explicativa Montero (1996) propone incorporar, en mayor medida, al contexto histórico, cultural y político, y al rol

de la ideología en la aceptación de una definición descalificante para el propio grupo. Denominando "altercentrismo" a la referencia a un otro social externo, por ejemplo un país, contrapuesto al Nos social, al cual se instituye como modelo o parangón positivo, contrastante con la desvalorización del propio grupo. E intenta explicar este fenómeno, a partir de la TIS, modificando aspectos vinculados a los procesos de comparación y categorización grupal: el endogrupo se asumiría a la vez como un Nosotros, al cual se pertenece y se siente apego, y como resultado de un proceso de comparación social desfavorable en el cual se adopta una perspectiva externa, proveniente de grupos hipervalorados, es asumido también como otro, como un grupo excluido de ciertas cualidades. Respecto a ciertos grupos percibidos como similares se producirían categorizaciones positivas para el endogrupo y negativas para el exogrupo (como predeciría la TIS). Pero cuando se trata de exogrupos con los que se ha mantenido una relación de sumisión-dominación, no se produce un verdadero conflicto intergrupal, ya que si bien existen sentimientos de rechazo hacia ellos, se les reconocería a la vez cierta superioridad (Montero, 1996).

También a partir de la constatación de que la identidad nacional en algunos países sudamericanos resulta comparativamente negativa (evaluada, por lo común, a través de los rasgos atribuidos a cada grupo nacional), Salazar (1996a) entiende que la identificación con Latinoamérica resulta eficaz en cuanto a obtener o mantener una identidad social más satisfactoria: "llama poderosamente la atención que la tendencia a subvalorar el propio país no fue tan marcada cuando el referente fue Latinoamérica en general" (Villegas y Salazar, 2002, 360). Supone que un probable motivo para ello está dado por la mayor capacidad de otorgar "trascendencia" respecto a la brindada por los países en forma solitaria. Lo que puede vincularse al planteo de Kelman, respecto a las fuerzas motivacionales que movilizan la conciencia nacional, creando lealtades. Para Kelman la "conciencia nacional" se constituye no solo a los efectos de satisfacer los intereses inmediatos de un grupo, sino también de una necesidad de autotranscendencia: "esta unidad genera lealtades e identificaciones tan poderosas porque reúne dos eficaces disposiciones psicológicas: la necesidad de autoprotección y la de autotranscendencia" (Kelman, 1977, 146). Resultando en dos tipos

de lazos entre personas y nación: “sentimentales”, vinculados a lo identitario, e instrumentales (Kelman, 1983). Un enfoque que puede complementar adecuadamente a los que, desde una perspectiva cognitiva, hacen un mayor énfasis en los aspectos instrumentales (Javaloy, 1993).

Aplicando la Teoría de la Categorización Social de Tajfel, Salazar encuentra que en Latinoamérica se habría cumplido, mediante la categorización la primera etapa en la construcción de una identidad común (Salazar, 1994). Concluyendo que están dadas las condiciones psicológicas para consolidar la identidad latinoamericana: “¿Acaso no indica todo esto la existencia de las precondiciones sociopsicológicas de un supranacionalismo latinoamericano?” (Salazar, 1994, 59). Lo cual resulta especialmente relevante en un marco de procesos de integración supranacional entre estados ya que: “las decisiones políticas se adoptan en instancias de gobierno supranacional, pero no resulta sencillo que los ciudadanos desarrollen identidades sociales más inclusivas” (Sabucedo, Klandermans, Rodríguez y Fernández, 2000, 278).

Actitudes ante grupos

Resulta evidente que las actitudes cumplen un rol fundamental en las relaciones entre personas y también entre grupos, al tiempo que se trata de unos de los conceptos de más extensa y nutrida historia dentro de la psicología social. Con un desarrollo del concepto que, según Ramírez (1992) habría visto el desplazamiento progresivo del enfoque irracional por el racional primero, los intentos de síntesis entre ambas orientaciones después, y la introducción de la perspectiva conativa más tarde.

Dada tal complejidad, indudablemente no se podría en el presente trabajo, profundizar en siquiera algunos de los aspectos propios del constructo actitudinal. Pero sí conviene indicar que, siguiendo a la mayoría de los autores se considerará a la actitud sobre todo como tendencia evaluativa hacia un objeto socialmente relevante. Al decir de Sangrador (1996): como dimensión básicamente afectiva o evaluativa.

En las actitudes compartidas por un grupo hacia colectivos regionales, nacionales o supranacionales, puede identificarse como función colaborar en:

construir una imagen ‘coherente’ del entorno social (intergrupalo, multinacional) en que

viven (...), ofreciendo determinadas recompensas “sociales” al compartir las actitudes dominantes en el endogrupo hacia otros colectivos, ayudando en la construcción de la propia identidad social en ese entorno intergrupalo y, al tiempo, garantizando como resultado una autocategorización positiva y la consiguiente autoestima más favorable (Sangrador, 1996, 61).

Parece claro que, en este campo, el concepto de actitud se entrecruza con varios de los otros conceptos centrales en este trabajo, y, en particular, con el de estereotipo. Pero, dada la noción de actitud adoptada, se optará por independizarla del concepto de estereotipo, que se asumirá básicamente como conjunto de creencias sobre un grupo.

También se entremezcla con el concepto de identidad, por ejemplo, supranacional. Así, por ejemplo, Luna-Arocas, Guzmán, Quintanilla y Farhangmehr (2001) trabajan sobre la relación entre las actitudes pro europeas de españoles y portugueses, y sus identidades europeas y nacionales respectivas.

Desde la TIS cabría esperar en primera instancia que la autocategorización de los individuos en un grupo (regional, nacional etc.) llevara a cierto grado de favoritismo endogrupal, y rechazo relativo hacia el o los exogrupos. Si bien Blanco, Caballero y de la Corte (2005), prefieren señalar que la categorización puede favorecer la aparición de prejuicios hacia los exogrupos, pero no la asegura.

Pero en este tipo de contextos (relaciones entre colectivos nacionales, regionales, etc.) los exogrupos son múltiples, y difícilmente son iguales las actitudes hacia los diversos exogrupos. ¿Cómo podría explicarse tal diversidad? Tal vez la explicación más sencilla, en particular cuando las actitudes entre los grupos son recíprocas, sería llevar a este terreno la tradicional hipótesis de la relación entre semejanza y atracción (Baron y Byrne, 1998). Sin embargo, no parece explicar satisfactoriamente las situaciones en las cuales no existe reciprocidad en las actitudes entre los grupos.

Otra posibilidad sería aplicar a la relación entre grupos la noción de “familiaridad” (Peiró, Morales y Fernández-Dols, 2000). En forma vinculada, podría esperarse un aporte significativo de otra hipótesis tradicional: la de contacto. De tal modo, cabría esperar que la experiencia de contacto, en forma personal o mediatizada, con

otra región o país incrementaría la simpatía por éstos. Pero es sabido que tal contacto debe cumplir con ciertas condiciones específicas para tornar más positivas las actitudes y, por ejemplo, ser eficaz en la reducción del prejuicio ante cierto colectivo (Baron y Byrne, 1998).

La TIS puede complementar los enfoques presentados precedentemente, al tiempo que explicar de mejor forma algunos fenómenos, en particular cuando las simpatías entre países resultan notoriamente no recíprocas. Van Oudenhoven, Askevis-Leherpeux, Hannover, Jaarsma y Dardenne (2002) definen a las "Actitudes internacionales asimétricas", a partir de la existencia de asimetrías actitudinales predecibles en ciertos casos, en particular entre países que difieren significativamente en términos territoriales, poblacionales, etc. Encontrado apoyo empírico en su estudio con participantes belgas flamencos, belgas valones, holandeses, alemanes y franceses.

Tales actitudes asimétricas podrían ser explicadas desde la TIS, ya que los habitantes de países "pequeños" encontrarían mayores dificultades para lograr una identidad social positiva, dado que, comparativamente, su país contaría con menos poder, menor notoriedad, etc. Por lo cual, a los efectos de mantener o incrementar su identidad social positiva necesitarían verse a sí mismos en forma más favorable, al tiempo que mirar críticamente a los países "grandes" (Van Oudenhoven et al., 2002).

Van Oudenhoven et al. (2002) encuentran en su investigación respaldo para varias de sus hipótesis: entre ellas, algunas que podrían ser aplicadas a Uruguay en el contexto de esta investigación:

- los miembros de pequeños países juzgan a su propio país como más simpático que lo que ellos evalúan a otros países chicos; mientras, en contraste, los países grandes no muestran esta clase de favoritismo.
- los países chicos perciben a los más grandes y lingüísticamente similares como menos simpáticos y más arrogantes que como ellos son vistos por los países grandes (ya que la similitud lingüística destaca las diferencias negativas).
- los miembros de países chicos perciben a los países grandes, lingüísticamente similares, como económicamente más competentes que como ellos son vistos por esos países más grandes, y los miembros de países chicos perciben a los más grandes,

lingüísticamente similares, como menos sociables que como ellos son vistos por esos países.

También desde la tradición de la TIS y en particular con origen en la Teoría de Categorización del Yo (Turner, 1990), una noción importante es la de self-prototypicality. Ya que la categorización social estimula el uso de prototipos para evaluar a los miembros de un grupo, el percibirse o no como prototípico de determinado grupo podría incrementar o disminuir el compromiso hacia el mismo (Cassidy y Trew, 1998)

Estereotipos nacionales y supranacionales

También el de los estereotipos es un tema enlazado estrechamente con los desarrollados precedentemente, además de asemejarse por compartir una larga historia del concepto en la psicología social. Con frecuencia ligado al concepto de prejuicio. Ya Allport definía al prejuicio como actitud y al estereotipo como creencia. Mientras que Vinacke coincidía en que los prejuicios eran actitudes pero consideraba a los estereotipos como "conceptos sociales" (Ramírez, 1992).

Frente a la hegemonía de las teorías de prejuicio de base motivacional y a la tendencia a entender el estereotipo como modo de racionalizar, justificar, la conducta frente a una categoría, Tajfel (1984) se propone demostrar que el prejuicio reside en la mente y no en las "vísceras" de las personas, centrándose en los aspectos cognitivos del mismo. Entendiendo que se trata de atribuciones que deben cumplir con facilitar al individuo un mejor enfrentamiento con nuevas situaciones, y que deben hacerlo de un modo que preserve, en la medida de lo posible, su autoimagen o integridad: "Esta necesidad de preservar la integridad o la autoimagen es el único supuesto motivacional que necesitamos hacer con el fin de comprender la dirección que tomará la búsqueda de la coherencia" (Tajfel, 1984, 65).

El propio Tajfel (1981) subraya la importancia, para comprender adecuadamente a los estereotipos sociales, de no olvidar de que se trata de clasificaciones dotadas de valor. Asimismo, Tajfel jerarquiza su carácter compartido, social. En una línea similar Sangrador (1996) señala que los estereotipos son sociales no solo en cuanto resultado de influencias sociales sobre el individuo, sino especialmente al configu-

rar una suerte de realidad social construida. Convirtiéndose en una suerte de norma social (Rodríguez y Moya, 1998). Además de las funciones psicológicas, los estereotipos tendrían otras más de tipo social. Entre ellas: facilitar la integración del individuo al grupo y justificar actitudes y conductas hacia grupos estereotipados (Rutland y Brown, 2001).

Manifestándose, por lo visto, coincidencia respecto a que los estereotipos no son fenómenos meramente cognitivos, Sangrador (1996) subraya que sí se trata de creencias, pero “teñidas” afectivamente. El propio, esperable, sesgo etnocéntrico en los estereotipos demostraría que no se trata de contenidos solo cognitivos, sino que están condicionados por las necesidades de los grupos para construir imágenes de los grupos que “protejan sus valores, glorifiquen al endogrupo y justifiquen las actitudes hacia los exogrupos” (Sangrador, 1996, 100). Desde la TIS podrían suponerse como recíprocos y mutuamente necesarios el favoritismo endogrupal con la aparición de prejuicios hacia los otros grupos, pero hay evidencia de que si bien la mera categorización social favorece el favoritismo y facilita la aparición de prejuicios no resulta una causa siempre suficiente. De tal modo, por ejemplo, una persona puede identificarse con su grupo nacional sin necesidad de desarrollar estereotipos negativos y rechazo ante otras nacionalidades (Blanco, Caballero y de la Corte, 2005). Cabe suponer, de cualquier modo que los conflictos entre grupos favorecerán la atribución al exogrupo de rasgos negativos, mientras que se atribuirán positivos a sí mismos, “a modo de estrategia reivindicativa de una identidad ‘diferencial’” (Sangrador, 1996, 100). Al mismo tiempo que aumenta la cohesión e identificación grupal y se incrementa el rechazo hacia el exogrupo con el que está establecido el conflicto (Techio y Calderón-Prada, 2005).

Respecto al origen del contenido de estereotipos nacionales podrían plantearse hipótesis: centradas en factores estructurales, en variables culturales y en determinantes no sociales (como clima y geografía) (Matera et al., 2005). En particular los estereotipos etnonacionales o nacionales expresan las relaciones entre grupos etnonacionales en varios sentidos, en particular informando sobre relaciones de poder: si han o no logrado constituirse como estados, y, habiendo configurado un estado, ocupan una posición ventajosa o desventajosa en la comparación social (Ramírez, 1992).

Un aspecto de especial interés es que los autoestereotipos nacionales pueden tomarse (y lo han sido con relativa frecuencia) como una vía de acceso a la identidad nacional de un grupo (D’Adamo y García, 1995; Chryssochoou, 2000; Matera et al., 2005). Así, por ejemplo, Sangrador encuentra necesario, complementar el estudio cuantitativo de simpatías entre grupos, con las creencias sobre esos colectivos, indagando en los estereotipos; de modo de comprender de mejor forma actitudes, preferencias y rechazos (1996). En tal sentido, Matera et al. (2005) encontraron, entre universitarios madrileños, correlación significativa entre el grado de identificación nacional y los autoestereotipos de su grupo nacional, comparativamente más positivos. Asimismo, identifican cambios respecto al estereotipo encontrado por Sangrador en los ’90. Explicables por cambios en el contexto histórico, y por las características de los participantes en la investigación. También Koomen y Bahler (1996) en el análisis de estereotipos de varios países europeos encontraron, además de convergencia de los distintos grupos en la estereotipización, y de identificar efectos del contacto entre los dos grupos, la presencia de favoritismo endogrupal. En forma similar Rodríguez y Moya (1998) encontraron entre andaluces evidencia de favoritismo endogrupal en el establecimiento de su autoestereotipo. Además de una fuerte homogeneidad en el mismo, que podría explicarse, desde la TIS, como una reacción ante la percepción del carácter “minoritario” del grupo. Por otro lado, la coincidencia con los estereotipos hallados en otras investigaciones sobre los andaluces podrían interpretarse en el sentido de reflejar, el “fondo de verdad” de los estereotipos. Pero no es la única interpretación posible, por ejemplo la causa podría ser más del tipo de profecía autocumplida (Rodríguez y Moya, 1998).

Presentación de la investigación e hipótesis

Se pretende realizar un primer estudio, con una muestra uruguaya, sobre identidades nacionales, subnacionales y supranacionales, actitudes hacia el propio grupo y otros grupos nacionales y supranacionales, y auto y heteroestereotipos nacionales. Aspirándose a que el instrumento y los resultados constituyan una base para investigación posterior, por ejemplo brindando elementos para futuros diseños e

instrumentos. Pese a que prioritariamente se procurará obtener algunas medidas descriptivas, estructuras y modos de pronosticar ciertas identificaciones, también se plantean algunas hipótesis para ser contrastadas:

Hipótesis 1: los participantes manifestarán favoritismo endogrupal, expresando mayor simpatía hacia los uruguayos.

Hipótesis 2: se presentará una relación positiva entre simpatía por los diferentes grupos nacionales, y similitud percibida, grado de contacto y familiaridad con los mismos.

Hipótesis 3: se manifestará una relación positiva entre la autopercepción de prototipicidad y la simpatía por los endogrupos respectivos.

Hipótesis 4: a partir del modelo de “actitudes asimétricas”, y del contexto de conflicto uruguayo-argentino: se espera un comparativamente bajo nivel de simpatía hacia los argentinos, y un estereotipo de tipo negativo.

Hipótesis 5: en la conformación de los estereotipos sobre latinoamericanos y uruguayos predominarán comparativamente elementos de tipo relacional y afectivo, mientras que en los correspondientes a los países desarrollados predominarán, comparativamente, elementos de tipo instrumental.

PRIMERA FASE

Metodología

Participantes

Participaron en este estudio, en forma voluntaria, 53 estudiantes de la Licenciatura en Psicología de la Universidad Católica del Uruguay²

Instrumento

Se utilizó un cuestionario con la siguiente consigna: “Le agradecemos por su participación en esta investigación. Para que los resultados sean de buena calidad es importante que usted responda a las preguntas con sinceridad, sabiendo que no existen respuestas correctas o incorrectas. A continuación encontrará varias denominaciones de grupos: le solicitamos que escriba, para cada una de ellas, cinco características que entiende son propias de ese grupo”. A continuación se incluía una lista de gentilicios correspondientes a países, y

supranacionales. Tal lista se conformó incluyendo, en orden alfabético, a los gentilicios correspondientes a:

- los países miembros plenos (al momento de la administración) del Mercosur: Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay
- los países “asociados” al Mercosur: Bolivia, Chile y Venezuela
- México: con quien Uruguay tiene un tratado de libre comercio
- EEUU: con el cual Uruguay negociaba en ese momento un tratado de libre comercio
- España: como el país europeo que se entendió como más conocido por parte de los participantes
- Japón: a los efectos de aumentar la diversidad de la propuesta, y de poder comparar los resultados con estudios previos (en particular de Salazar)
- Europa y Latinoamérica: como entidades supranacionales que se asumieron como más relevantes para los participantes. Al tiempo que habilitaban comparaciones con investigaciones previas.

Procedimiento

La administración del cuestionario se realizó en forma colectiva, en un salón de clase, durante el mes de mayo de 2006.

Resultados

Se acumularon todas los atributos planteados, alcanzando un total de 619 características, calculándose la frecuencia de aparición de cada una de ellas. No sumándose las repeticiones en el uso del atributo que pudiera haber realizado cada participante. Los diez atributos más frecuentes fueron los siguientes: Alegres (41 menciones), Trabajadores (32), Frios (28), Divertidos (26), Simpáticos (22), Amables (21), Cálidos (19), Fiesteros (19), Agrandados (16) e Individualistas (16).

SEGUNDA FASE

Metodología

Participantes

Participaron en este estudio 271 estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay y de

² El autor agradece la colaboración, en la recolección de los datos, del Profesor Juan Bogliaccini

la Escuela Católica de Enfermería, eliminándose posteriormente de la muestra, por su origen nacional, a seis participantes³. De los 265 restantes (55.1% mujeres): 33.6% eran estudiantes de Psicología, 22.7% de Ciencias Empresariales, 22.6% de Ingenierías, 15.5% de Enfermería y 6% de Abogacía. La edad media fue de 21.5 años, con un mínimo de 18 y un máximo de 44 años.

Instrumento

Se elaboró un cuestionario ad hoc a los efectos de indagar en las variables de interés de la forma más exhaustiva posible, que al mismo tiempo resultara de fácil comprensión para los participantes y pudiera responderse en alrededor de 30 minutos (el tiempo disponible en el contexto institucional en el cual se aplicó) sin favorecer ausencia de respuestas en algunas preguntas.

Una versión preliminar se probó con 24 estudiantes. Como resultado de la misma se modificó la formulación de algunas preguntas abreviándose la duración total de la aplicación.

Consigna. "Le agradecemos por su participación en esta investigación. Para que los resultados de ésta sean fiables y válidos es importante que usted responda a las preguntas con sinceridad, sabiendo que no existen respuestas correctas o incorrectas. Los resultados serán analizados en conjunto, y no por individuo. Le garantizamos el total anonimato de sus respuestas. A lo largo de todo el cuestionario se utiliza el masculino para representar a los dos sexos, con el único objetivo de simplificar el texto."

Autoidentificación territorial y con los colectivos. Adaptando las preguntas utilizadas por Sangrador (1996), y Zúñiga y Asún (2004) se realizaron medidas separadas para cinco ámbitos territoriales, en un orden de amplitud creciente: Departamento (que es la forma en que se divide internamente Uruguay), Uruguay, Mercosur, Latinoamérica y América; y los cinco colectivos correspondientes: Habitantes de su departamento, uruguayos, habitantes del Mercosur, latinoamericanos y americanos. En todos estos casos se utilizaron escalas tipo Likert de 10 puntos con extremos donde 1 corresponde a: "Nada" y 10 a "Totalmente".

Autopercepción de protopidad. Se preguntó, a partir de la reelaboración de las preguntas utilizadas por Cassidy y Trew (1998), y Villegas y Salazar (2002) sobre el grado en el que el participante se consideraba un uruguayo y un latinoamericano típicos. Mediante una escala tipo Likert de cinco puntos, donde 1 corresponde a "Nada" y 5 a "Totalmente".

Satisfacción con la autoidentificación territorial. Este punto se abordó por dos vías. Por un lado se seleccionó de los cuatro tipos de preguntas utilizados por Azurmendi et al. (1998) el que correspondía explícitamente a la "satisfacción", por considerarse que apunta a un nivel más global, y se aplicó a los cuatro ámbitos territoriales más próximos. Respondiéndose mediante una escala tipo Likert de cinco puntos donde 1 corresponde a "Nada" y 5 a "Totalmente". Por otro lado, se adaptaron las preguntas de Sangrador (1996) respecto a la predisposición a emigrar, en este caso, a otro país dentro o fuera del Mercosur. Siendo las opciones de respuesta: "sí" y "no", y preguntándose, en caso de responder afirmativamente, por el país que seleccionaría. Finalmente, se preguntó sobre si el participante querría haber nacido en otro país.

Actitudes hacia otros colectivos nacionales y supranacionales. Se investigó mediante una escala tipo Likert de diez puntos con extremos: "Ninguna simpatía" y "Mucha simpatía" (Sangrador, 1996; Van Oudenhoven et al., 2002). Para minimizar eventuales sesgos en razón del orden de presentación de los estímulos, se elaboraron ocho versiones del orden de presentación, obtenidos aleatoriamente.

La medida anterior se complementó con preguntas (Sangrador, 1996) respecto a las preferencias y rechazos, en cuanto a orígenes nacionales entre los presentados en la pregunta anterior, como compañeros de trabajo. Solicitándose un máximo de tres respuestas en cada caso. Y con la pregunta, a aquellos que expresaron que habrían querido nacer en otro país distinto a Uruguay, sobre que país elegirían.

Hipótesis de relación entre semejanza y simpatía. Se adaptó del cuestionario utilizado por Van Oudenhoven et al. (2002) una pregunta

³ El autor agradece la colaboración, en la recolección de los datos, de los Profesores Delfina Miller, Eduardo Lacués, Mariella Saettone, Lucía Alarcón y Gabriela Pascale

sobre el grado de similitud percibida entre los habitantes de los diez países mencionados con anterioridad y los uruguayos. Mediante una escala tipo Likert de diez puntos, con extremos: “Nada” y “Totalmente”. Para minimizar eventuales sesgos en razón del orden de presentación de los estímulos, se elaboraron ocho versiones del orden de presentación, obtenidos aleatoriamente.

Hipótesis de relación entre familiaridad/contacto y simpatía. Se investigó a partir de la adaptación de dos preguntas de la investigación de Van Oudeheven et al. (2002) sobre viajes realizados e interés, y añadiendo una sobre familiares o amigos originarios de esos diez países, o actualmente viviendo en los mismos. Lo cual aparecía como especialmente relevante en razón de la alta tasa de emigración que ha presentado Uruguay en las últimas décadas. En el primer caso se solicitó se indicara el número de viajes realizados a cada país (en cuatro niveles: entre ninguno y seis o más veces) y si la duración de la estadía fue de “días”, “meses” o “años”. El grado de interés se preguntó en base a cuatro niveles, con extremos en “Mucho” y “Nada”. En el tercer caso las opciones de respuesta, respecto a cada uno de los países, fueron simplemente “sí” y “no”.

Por otra parte, se indagó respecto a percepciones respecto a los países en los que “se vive mejor” (Sangrador, 1996) entre los diez presentados previamente, en Latinoamérica, y en el Mercosur

Estereotipos hacia colectivos nacionales y supranacionales. De las distintas opciones para investigar sobre estereotipos, que incluyen check lists, escalas tipo Likert para manifestar el grado de acuerdo en una atribución, diferenciales semánticos, y estimación de porcentajes (Krueger, 1996), se optó por presentar una lista de atributos y solicitar que los participantes seleccionaran aquellos que entendían más característicos de cada grupo. Se tomó esta decisión en particular por la inexistencia de estudios previos que permitieran presuponer las características más típicamente atribuidas por los uruguayos, y a los efectos de, disponer, de tal modo, de dicho insumo para la construcción de futuros instrumentos.

A partir de la lista obtenida en la Primera Fase, se procedió a eliminar términos que no eran pertinentes (por aludir, por ejemplo, a me-

ros rasgos físicos). La lista resultante fue ordenada por parte de dos jueces en categorías que agruparon atributos por similitud semántica. En base a tales categorías y a las frecuencias de aparición en la Primera Fase, se llegó a un listado, que fue comparado sobre todo con el utilizado por Sangrador (1996), además de con otros (como D’Adamo y García, 1995), incorporándose aquellos términos utilizados en otros estudios y que no presentaban, según el criterio de los jueces, sinónimos adecuados en la lista resultado de la Primera Fase. Así, por ejemplo, se consideró que “fiesteros”, sustituía satisfactoriamente a “juerguistas”, término utilizado, entre otros, por Sangrador (1996) y Matera et al. (2005). Como resultado, se obtuvo un listado de 96 características.

Se aplicó a una muestra de 24 estudiantes el cuestionario global con la lista de 96 atributos, solicitando que adjudicaran cinco de ellos a cada uno de 13 grupos nacionales y supranacionales. Para minimizar eventuales sesgos en razón del orden de presentación de los estímulos, se elaboraron cuatro versiones del orden de presentación de los colectivos y de los atributos, obtenidos aleatoriamente. Solo cuatro participantes respondieron respecto a todos los grupos. Todos los participantes respondieron sobre los argentinos. Uno no lo hizo respecto a los estadounidenses. Dos no lo hicieron sobre brasileños y uruguayos. Ocho no respondieron sobre japoneses y europeos. 11 sobre los latinoamericanos, 13 acerca de los chilenos, 14 sobre los españoles, 18 respecto a los bolivianos, 19 acerca de paraguayos y venezolanos, y 20 sobre los mexicanos. En consideración de lo anterior, con el propósito de hacer más viable la aplicación del cuestionario, aumentando la tasa de respuesta a esta pregunta, se procedió a eliminar del cuestionario, en razón de la dificultad que ocasionaron, a tres grupos: bolivianos, mexicanos y venezolanos. Optándose por mantener en la pregunta a los “paraguayos”, en razón de tratarse de los habitantes de un país miembro original y pleno del Mercosur, y geográficamente próximo a Uruguay. Asimismo, se eliminaron tres atributos de la lista utilizada: “agresivos”, “irresponsables” y “testarudos” en razón de su muy baja tasa de utilización. Para minimizar eventuales sesgos en razón del orden de presentación de los atributos y de los grupos nacionales y

supranacionales, se elaboraron ocho versiones de orden obtenidas aleatoriamente.

Autodescripción. Pareció de interés solicitar a los participantes, una vez adjudicados los atributos a los colectivos, que seleccionaran de la misma lista, también cinco atributos que entendían los caracterizaban personalmente. Especialmente a los efectos de comparar el resultado con el autoestereotipo uruguayo.

Autoidentificación ideológica. A los efectos de evaluar la eventual incidencia de la identificación político-ideológica en aspectos tales como la satisfacción con la identificación, simpatías por otros colectivos, etc. se solicitó a los participantes indicaran su posición en una escala tipo Likert de 10 puntos, con extremos: "Izquierda" y "Derecha". Como hubo varios casos en los cuales que se registró la autoidentificación en el centro, la escala terminó considerándose de 11 puntos.

Datos sociodemográficos. Se preguntó por edad, sexo, carrera, curso (grado), departamento o país de nacimiento, y departamento o país en donde el participante vivió la mayor parte de su vida.

Dadas las características poblacionales de Uruguay, donde poco menos de la mitad de sus habitantes viven en el área metropolitana de su capital (Montevideo), y el resto en el "Interior", sin grandes concentraciones (no existen, sin considerar a Montevideo, ciudades de más de 100.000 habitantes) al momento de analizar los datos se consideraron solo dos categorías. Por otra parte, siendo la amplia mayoría de los participantes residentes en Montevideo (de hecho eran estudiantes de una universidad allí localizada), se decidió tomar como criterio de clasificación (en Montevideo o Interior) al lugar que se indicara como donde se había vivido la mayor parte del tiempo. Resultando: 179 participantes en Montevideo y 79 en Interior (sin dato: 7). Eliminándose del análisis los casos (seis) en que el participante había pasado la mayor parte de su vida fuera del país.

Procedimiento

La aplicación del cuestionario se realizó en forma colectiva, en un total de 11 grupos, en sus salones de clase, durante junio de 2006.

RESULTADOS

Autoidentificación territorial y con los colectivos

La media de identificación con el departamento de origen fue de 7.9, con Uruguay 8.0, con el Mercosur 4.5, con Latinoamérica 6.1 y con América 6.2.

La identificación con Uruguay resulta significativamente mayor ($p < .05$) entre los originarios del Interior, y con Latinoamérica entre las mujeres.

La media de identificación con los habitantes del departamento de origen del participante fue de 7.5, con los uruguayos 7.5, con los habitantes del Mercosur 4.8, con los latinoamericanos 5.5 y con los americanos 5.3. También aquí resulta significativamente mayor ($p < .05$) la identificación con los uruguayos de los originarios del Interior, y con los latinoamericanos entre las mujeres. El valor del coeficiente alfa de Cronbach para los diez ítems es 0.84.

Para los dos tipos de preguntas, el grado de identificación con lo regional y con lo nacional es muy similar, para caer en las referidas a las instancias supranacionales, en particular en el ámbito intermedio (Mercosur). Disminuyendo en los colectivos en comparación a los ámbitos territoriales, salvo para el caso de Mercosur.

Como puede apreciarse en la Tabla I las identificaciones con los distintos niveles se asocian positivamente. Especialmente altas son las correlaciones entre las identificaciones con los ámbitos territoriales y los colectivos correspondientes.

Se efectuó análisis factorial, obteniéndose tres factores que explican el 71.1% de la varianza. El primer factor explica el 26% y las variables con mayor peso factorial son las que refieren a la identificación con los ámbitos territoriales y colectivos correspondientes al departamento de origen y a Uruguay. El segundo factor explica un 25% de la varianza y las variables con más peso en el mismo son las que refieren a la identificación con los ámbitos territoriales y los colectivos correspondientes a Mercosur y Latinoamérica. Finalmente, el tercer factor explica el 20% de la varianza, y las variables con mayor peso son la identificación con América y con los americanos.

La media de la diferencia entre identificación comparativa: con departamento de origen menos con el país es de -0.08 ($dt = 1.97$).

Tabla I
Correlaciones bivariadas significativas entre variables de identificación

	Dpto.	Urug.	Mcsur	LAme	Amér	Habit. Dpto.	Urgyos	Habit. Mcsur	LAmcnos
Departamento	1.00								
Uruguay	0.48	1.00							
MERCOSUR	0.16	0.26	1.00						
Latinoamérica	0.17	0.33	0.47	1.00					
América	0.14	0.18	0.28	0.55	1.00				
Habs. Dpto.	0.62	0.45	0.25	0.34	0.19	1.00			
Uruguayos	0.39	0.72	0.31	0.39	0.18	0.58	1.00		
Habitantes del Mercosur	0.13	0.25	0.65	0.42	0.34	0.30	0.35	1.00	
Latinoamericanos		0.25	0.41	0.75	0.47	0.30	0.38	0.61	1.00
Americanos		0.03	0.19	0.25	0.64	0.13		0.39	0.50

P<.05

Tabla II
Promedio de satisfacción con ser ciudadano de departamento de origen, Uruguay, Mercosur y Latinoamérica según origen.

	Depto	Uruguay	Mercosur	Latinoamérica
Montevideo	3.6*	3.6*	2.57*	2.8*
Interior	3.9*	4.1*	2.9*	3.3*
Total	3.7	3.8	2.6	2.9

P<.05

Autopercepción de protopiedad

Las medias correspondientes a la autopercepción como uruguayo y latinoamericano "típicos" son de 3.5 y 2.7 (en este caso "Totalmente" está representado por el número 5) respectivamente. Los valores de ambas autopercepciones son significativamente superiores ($p<.05$) en los originarios del Interior.

En relación con los factores hallados previamente, la autopercepción como típicamente uruguayo se relaciona positivamente con el factor referido a la identificación con Mercosur y Latinoamérica, pero bastante más con el correspondiente a la identificación con departamento de origen y Uruguay.

Respecto a la autoidentificación como latinoamericano típico, la relación es positiva con el factor correspondiente a la identificación con América, y aún mayor con el que responde a la identificación con Mercosur y Latinoamérica.

Satisfacción con la autoidentificación territorial

Los participantes expresan una alta satisfacción con su condición de uruguayos y originarios de sus departamentos (Tabla II). Y más

próxima a valores medios en referencia a Latinoamérica y Mercosur (donde la satisfacción es la menor de todas). En todos los casos el promedio de satisfacción de los originarios del Interior es significativamente superior a los de Montevideo. El valor del coeficiente alfa de Cronbach para los cuatro ítems es 0.73.

Sin embargo, tal expresión de satisfacción con la identificación como uruguayos se ve acompañada por altos niveles de predisposición a la emigración. Un 27.7% señala que le gustaría emigrar a otro país del Mercosur, y un 55.4% que querría hacerlo a un país fuera del Mercosur. Este porcentaje llega a 75% entre los estudiantes de Enfermería. Un 28% señala que, de haber podido hacerlo, habría elegido otro país de nacimiento.

La predisposición a la emigración a un país fuera del Mercosur muestra una asociación significativa con la preferencia por haber nacido en otro país.

Actitudes hacia colectivos nacionales y supranacionales

Respecto al grado de simpatía las medias se ordenan, de mayor a menor, de la siguiente

Tabla III
Países de los cuales “prefiere” y “no prefiere” tener compañeros de estudio o trabajo
(suma % de tres menciones), según origen

	Prefiere tener compañeros de estudio o trabajo				Prefiere NO tener compañeros de estudio o trabajo			
	Mdeo	Interior	SD	Total	Mdeo	Interior	SD	Total
Argentina	49	27	43	42	18	34	43	23
Bolivia	1	4	0	2	51	35	86	47
Brasil	47	57	86	51	4	3	14	4
Chile	36	34	29	35	11	9	14	11
España	69	70	57	69	4	1	14	3
EEUU	34	32	29	33	23	30	43	26
Japón	16	22	0	17	46	30	29	41
México	16	24	43	19	14	13	14	14
Paraguay	6	5	14	6	27	23	0	25
Venezuela	6	10	0	7	14	18	43	16

SD: sin dato

forma: Uruguayos: 8.3 ($dt = 1.8$), Brasileños: 7.4 ($dt = 2.1$), Españoles: 7.3 ($dt = 1.9$), Europeos: 7.1 ($dt = 1.9$), Chilenos: 5.8 ($dt = 2.3$), Argentinos: 5.6 ($dt = 2.6$), Mexicanos: 5.6 ($dt = 2.4$), Venezolanos: 5.3 ($dt = 2.3$), Estadounidenses: 5.2 ($dt = 2.5$), Paraguayos: 4.6 ($dt = 2.2$), Japoneses: 4.5 ($dt = 2.3$), y Bolivianos: 4.1 ($dt = 2.2$).

El valor del coeficiente alfa de Cronbach para los 12 ítems es 0.78. Todas las asignaciones de simpatías tienen entre sí una relación positiva y significativa.

Procurando identificar la estructura subyacente a la asignación de grados de simpatía se efectuó un análisis factorial por el método de componentes principales. Obteniéndose tres factores que explican el 54% de la varianza. En el tercer factor, que explica el 12%, los mayores pesos factoriales corresponden a la simpatía hacia uruguayos y españoles. En el segundo, explicando el 15%, los mayores pesos responden a estadounidenses, europeos y argentinos. Y en el tercero, que explica el 27%, se ubican las simpatías para con el resto de los colectivos.

La asignación cuantitativa de simpatías se complementó con las preferencias y rechazos como compañeros de estudio o trabajo, cuyos resultados se presentan en la Tabla III. España y Brasil (en ese orden en este caso) vuelven a ser los orígenes preferidos, y menos rechazados. Los argentinos ocupan el tercer puesto en preferencias, pero también acumulan un importante nivel de rechazo. Bolivianos

y japoneses se muestran como los más rechazados.

También es un indicador interesante el país que se eligió cuando se habría preferido nacer fuera de Uruguay. España fue mencionada por el 15.7% de los participantes, Italia por el 10.4%, EEUU por el 10% y Brasil por el 9.3%.

Dentro de quienes expresaron predisposición para emigrar a otro país del Mercosur predominó claramente la preferencia por Brasil (13.3% del total de la muestra) y Argentina (10.7%). Fuera del Mercosur las preferencias están claramente encabezadas por España (19.8% del total), EEUU (8.7%) e Italia (6.3%).

Se encontró una correlación significativa entre la identidad comparativa de los participantes (identidad con departamento de origen menos identidad con Uruguay) con la simpatía con Uruguay. ($r(260) = -0.25$, $p < .01$).

Simpatías y similitud. A los argentinos se les adjudica el mayor puntaje promedio en similitud con los uruguayos: 7.2 (con 10 como máximo). A continuación, y en orden descendente: españoles: 5.5, brasileños: 5, chilenos: 4.9, paraguayos: 4.7, mexicanos: 4.1, venezolanos: 4.1, bolivianos: 3.5, estadounidenses: 2.8 y japoneses: 1.7. Solo en relación a los argentinos aparece una diferencia significativa según el lugar de origen de los participantes.

El valor del coeficiente alfa de Cronbach para los diez ítems es de 0.83. Todas las correlaciones entre las estimaciones de similitud

Tabla IV
Simpatía promedio por los habitantes de distintos países, según familiares o amigos viviendo u originarios de allí, y según “duración de la visita”

	Tiene familiares o amigos en ese país			Duración de la visita a cada país		
	Si	No	Total	Meses o años	Menos o No fue	Total
Argentinos	6.0*	4.5*	5.6	6.8*	4.8*	5.6
Bolivianos	6.0*	3.9*	4.1	4.5	4.1	4.1
Brasileros	7.6	7.3	7.4	7.8	7.1	7.3
Chilenos	6.5*	5.6*	5.8	7.0	5.7	5.7
Espanoles	7.5	7.1	7.3	8.5	7.2	7.2
Estadounidenses	5.4	5.0	5.2	5.9	4.9	5.0
Japoneses	7.2*	4.4*	4.5	--	4.5	4.5
Mexicanos	5.9	5.3	5.4	5.7	5.3	5.3
Paraguayos	5.6*	4.4*	4.6	6.3	4.5	4.5
Venezolanos	6.0	5.1	5.2	7.0	5.2	5.2

* = $p < .05$

Los totales de las dos variables de cruce pueden no coincidir exactamente por los casos “sin dato” en cada variable.

con los uruguayos resultan positivas y significativas.

Del análisis factorial realizado emergen tres factores que explican el 64% de la varianza. En el primero, explicando el 34%, tienen los mayores pesos factoriales las respuestas respecto a bolivianos, paraguayos, venezolanos, chilenos, mexicanos y brasileros. En el segundo, con el 17% de varianza explicada, las opiniones sobre japoneses y estadounidenses. Y en el tercero, explicando el 13%, los dos grupos destacados como más similares a los uruguayos: argentinos y españoles.

Con el propósito de estudiar la eventual relación entre similitud percibida y simpatía para cada colectivo se obtuvieron las correlaciones que se presentan a continuación, todas positivas y significativas: Argentinos ($r(260) = .42$, $p < .01$), Brasileros ($r(260) = .42$, $p < .01$), Paraguayos ($r(256) = .36$, $p < .01$), Chilenos ($r(257) = .35$, $p < .01$), Bolivianos ($r(254) = .34$, $p < .01$), Estadounidenses ($r(256) = .34$, $p < .01$), Venezolanos ($r(251) = .29$, $p < .01$), Mexicanos ($r(253) = .28$, $p < .01$), Espanoles ($r(258) = .25$, $p < .01$) y Japoneses ($r(254) = .14$, $p < .05$).

Simpatía y familiaridad/contacto. Solo el 10.7% de los participantes nunca viajó a Argentina y solo el 16.6% nunca lo hizo a Brasil. En el otro extremo, solo un 0.4% viajó en alguna oportunidad a Japón. Lo siguen, como destinos menos frecuentes, Bolivia (lo visitó el 2.2%) y Venezuela (3%). Sin embargo, si solo

se consideran las estadías que, eventualmente acumuladas, superaron a un mes, Estados Unidos aparece como el destino más relevante: 7.5% de los participantes lo visitaron por espacio de, por lo menos un mes. A poca distancia se ubica Argentina (6.8%) y después Brasil (4.9%).

El 69% de los participantes cuenta con familiares o amigos viviendo en Argentina u originarios de ese país. El 62% en o de España, y el 53% en o de Estados Unidos. El menor grado de contacto interpersonal de este tipo se presenta con Japón: 2.6% y Bolivia: 7.4%.

En la Tabla IV se presenta la relación entre simpatías, viajes realizados a esos países y contar con familiares o amigos viviendo u originarios de los mismos. En todos los casos crece el promedio (en varios casos significativamente) de simpatías en el caso de contar con personas cercanas en tales países. También se incrementan los promedios de simpatía cuando los participantes han estado más de un mes en los distintos países, pero solo en el caso de las simpatías hacia los argentinos la diferencia es significativa.

España y Brasil son los dos países por lo cuales los participantes manifiestan mayor interés (en ambos casos suman 82% las opciones “mucho” y “bastante” interés). Posteriormente: EEUU con 73% y Argentina con 63%. En el otro extremo: solo 10% y 14% manifiestan “mucho” o “bastante” interés por Bolivia y Paraguay respectivamente. El valor del coeficiente alfa de Cronbach para los diez ítems referidos a interés es 0.67.

De acuerdo a los participantes es en España (40%), EEUU (34%) y Japón (12%) donde "se vive mejor" entre todos los países presentados en el cuestionario. En Latinoamérica se destacan Chile (44%), Brasil (14%) y Uruguay (14%).

Simpatía e interés. En la mayor parte de los casos las diferencias, para cada uno de los países, de acuerdo al grado de interés, son significativas. En particular, respecto a argentinos, españoles, estadounidenses y paraguayos los promedios son significativamente diferentes para los cuatro niveles de interés ($p < .05$).

Identificación, simpatía, y prototipicidad. En la medida que los participantes se manifiestan como uruguayos "típicos" aumenta significativamente la identificación con los uruguayos y también la simpatía que se asigna a los uruguayos. Se realizó prueba F mediante análisis de varianza (ANOVA).

Estereotipos sobre los colectivos nacionales y supranacionales

Para definir el estereotipo de cada uno de los grupos, en primer lugar para cada uno de ellos se calculó el número de menciones esperables al azar de acuerdo al total de menciones de cada grupo; luego según la cantidad de menciones que recibió cada atributo, a cada uno de ellos se le asignaron puntajes z de acuerdo al promedio y desviación típica del total de menciones de cada grupo. Se consideró que el estereotipo de un grupo se componía por aquellos atributos que se encontraban a más de 1.5 desviaciones típicas de la media de menciones.

Como resultado de este procedimiento, el estereotipo correspondiente a los argentinos se integra con los atributos: "agrandados" ($z = 5.4$), "chantas" (3.8), "chismosos" (2.9), "envidiosos" (2.4), "exagerados" (1.7), "avivados" (1.7) y "soberbios" (1.6).

El estereotipo referido a los brasileños está conformado por: "fiesteros" (5.3), "divertidos" (4.4), "alegres" (4.0), "simpáticos" (1.9), "amigables" (1.9) y "extrovertidos" (1.8).

El de los chilenos se integra con: "tranquilos" (3.2), "amables" (2.7), "amigables" (2.3), "sencillos" (2.3), "simpáticos" (1.9), "buena gente" (1.7), "machistas" (1.7), "antipáticos" (1.6) y "luchadores" (1.6).

El estereotipo de los españoles se conforma con: "abiertos" (2.6), "trabajadores" (2.5), "tradicionalistas" (2.5), "religiosos" (2.3), "cálidos"

(2.0), "amantes de su tierra" (1.8), "amigables" (1.7), "amables" (1.5), "buena gente" (1.5), "cultos" (1.5), "respetuosos" (1.5) y "sociables" (1.5).

El de los estadounidenses se integra con: "consumistas" (6.1), "materialistas" (4.0), "patriotas" (2.4), "discriminadores" (2.1), "independientes" (1.8) e "individualistas" (1.8).

El de los japoneses con: "inteligentes" (4.6), "trabajadores" (4.6), "organizados" (2.9), "empreendedores" (2.2), "responsables" (1.6) y "detallistas" (1.6).

El estereotipo sobre los paraguayos se conforma con: "incultos" (3.8), "sufridos" (3.4), "humildes" (3.0), "aburridos" (2.2), "lentos" (2.2), "sencillos" (2.1), "sumisos" (1.9), "tímidos" (1.9), "tranquilos" (1.9), "sin aspiraciones" (1.7) y "chantas" (1.5).

El correspondiente a los uruguayos está integrado por: "familieros" (4.8), "quejosos" (2.7), "nostálgicos" (2.7), "inconformistas" (2.0), "desconfiados" (1.8), "perezosos" (1.7), "solidarios" (1.7), "tradicionalistas" (1.7), "buena gente" (1.6) y "pesimistas" (1.6).

El de los europeos se conforma con: "fríos" (4.9), "cultos" (4.2), "consumistas" (1.9), "organizados" (1.7) e "inteligentes" (1.6).

Finalmente, el estereotipo sobre los latinoamericanos se integra con: "luchadores" (3.7), "sufridos" (2.9), "afectuosos" (2.4), "cálidos" (2.1), "buena gente" (1.8), "incultos" (1.6), "amantes de su tierra" (1.5), "simpáticos" (1.5) y "solidarios" (1.5).

Autodescripción

En la autodescripción, utilizando los mismos adjetivos, los rasgos más mencionados son: "familieros" (2.9), "amigables" (2.7), "responsables" (2.5), "alegres" (2.2), "divertidos" (1.7), "tranquilos" (1.6), "detallistas" (1.5), "luchadores" (1.5) y "sociables" (1.5).

Comparando el estereotipo sobre los uruguayos con la autodescripción solo se encuentra coincidencia en un 2.6% del total de menciones. Por más que cabe destacar que "familieros" fue la opción más frecuente en ambos casos.

Pronóstico de identificación con los ámbitos supranacionales

Para explicar la varianza de la identificación con Latinoamérica y con el Mercosur, se realizaron dos modelos de regresión lineal múltiple. Las variables que contribuyen significativamente a explicar la varianza del grado de identificación con Latinoamérica son la identificación con

Uruguay, la satisfacción con ser ciudadano de Latinoamérica y el factor de similitud de los países latinoamericanos con Uruguay.

Los antecedentes más potentes de la varianza de la identificación con el Mercosur son: la identificación con Uruguay y el nivel de satisfacción con ser ciudadano del Mercosur.

DISCUSIÓN GENERAL

El grado de identificación con el país es el que se manifiesta como más elevado. Los resultados muestran una clara asociación entre la identificación regional y nacional. Resultando levemente inferior la identificación con el departamento de origen. El promedio de Identidad Comparativa es -0.08 ($dt = 1.97$) lo que hablaría de ausencia de percepción de conflicto entre las dos identidades. Si bien los valores para lo regional y lo nacional pueden impresionar como altos, cabe consignar que en todos los niveles son inferiores a los obtenidos por Sangrador para España (1996).

Así como la identificación nacional tiende a asociarse con la regional, la identificación con el Mercosur se asocia sobre todo a la identificación con Latinoamérica.

En ambas medidas (territorial y colectivo) el Mercosur obtiene puntajes de identificación relativamente bajos, inferiores a las categorías que lo engloban.

Resultan escasas las diferencias entre identificación con territorios e identificación con colectivos, en general a favor de los territorios. Pese a los cuestionamientos que pueden realizarse a medir constructos complejos con continuos unidimensionales (Zúñiga y Asún, 2004) los resultados aparecen como consistentes.

La autopercepción como uruguayos típicos, no resultando especialmente alta, supera con claridad a la de ser latinoamericano típico. Sustrayendo cierta distancia entre lo que se percibe como "uruguayo" y lo supranacional.

Se expresa un nivel de satisfacción con las identificaciones regionales y nacionales que puede calificarse como de medio a alto. Los originarios del Interior no solo se identifican más que los montevideanos con Uruguay sino que se manifiestan más satisfechos. Latinoamérica, y, sobre todo, el Mercosur, y en especial entre los montevideanos, despiertan un nivel de satisfacción próximo al valor de indiferencia.

Tales indicios de satisfacción deben ser necesariamente complementados con otros: más

de la mitad de los participantes expresan la aspiración de emigrar, y más de la cuarta parte habría elegido otro país de nacimiento. ¿Son resultados representativos de la población uruguaya? En junio de 2005 un 13% de uruguayos pensaban en la posibilidad de emigrar. Un año antes la cifra llegaba al 22% (con un máximo de los últimos años en 2003). En junio de 2005 la franja etárea más proclive a la emigración era la de 18 a 29 años, con un 22%. España era el destino preferido (37%) y EEUU el segundo (18%) (El País, 2005). ¿Qué puede explicar una diferencia tan amplia con el resultado de estas preguntas?. Una primera posibilidad es que algunos participantes no hayan entendido al término "emigrar" en su auténtico significado, tal vez interpretándolo como "viajar". Pero puede ser más verosímil atribuirlo a la condición de estudiantes universitarios, con perspectivas diferenciadas de la población en general (Koomen y Bahler, 1996) y características específicas en cuanto a recursos y responsabilidades sociales. Una tercera hipótesis atendería a un eventual sesgo generado por el orden de las preguntas sobre emigración en el cuestionario, que podría haber impulsado una suerte de elección de destino de emigración, para el caso en que se quisiera hacerlo.

Pero más allá de tales eventuales sesgos no resulta difícil interpretar estos resultados, además del 28% que manifiesta haber preferido nacer en otro país, como manifestación de insatisfacción con la identificación nacional. Probablemente también acrecentada por el carácter universitario de los participantes (Sangrador encontró, entre los españoles con estudios superiores, un 22% de preferencias de este tipo). Cabe un último comentario: probablemente no se pueda valorar del mismo modo la voluntad de emigrar en la España de las últimas décadas que en Uruguay, país que presente periódicas oleadas emigratorias y donde una parte muy importante de la población cuenta con familiares y/o amigos en el exterior.

Los resultados respaldan la Hipótesis 1: los uruguayos son quienes despiertan actitudes de mayor simpatía. Pero solo parcialmente, ya que el estereotipo generado sobre este grupo, da indicios de una evaluación más bien negativa. De cualquier modo, parece pertinente dudar de la generalizabilidad de este resultado: en varios estudios (por ejemplo: Salazar; Koomen y Bahler) se ha comprobado que los universitarios, que también cuentan con ventajas como

sujetos de investigación (Ros et al., 1999), suelen plantear autoestereotipos nacionales significativamente más negativos que los que manifiesta el resto de la población.

Pese a no disponer de una evaluación de los estereotipos por parte de los participantes, algunos de ellos impresionan como claramente consistentes con las simpatías expresadas. En particular, los correspondientes a brasileños y españoles, que además son los orígenes preferidos como compañeros de trabajo o estudio. Sobrepassa las posibilidades de espacio de este trabajo analizar cada caso en particular.

Estudios recientes (Matera et al., 2005; Rodríguez, Betancor, Rodríguez, Quiles, Delgado, y Coello, 2005; van Rijswijk, Haslam, & Ellemers, 2006) subrayan la conocida importancia del contexto comparativo en el cual los juicios tienen lugar en la investigación sobre estereotipos. De tal forma, cabe suponer que podrían haber surgido otros estereotipos de modificarse los colectivos utilizados como estímulos. Lo cual puede abrir, a partir de los resultados, una línea de investigación en ese sentido.

Encuentra apoyo la Hipótesis 2: se muestra una relación positiva y significativa entre simpatías y similitud percibida. También muestra la simpatía una relación positiva, a diferencia del estudio de Van Oudenhoven et al. (2002), aunque no siempre estadísticamente significativa, con el grado de contacto y familiaridad.

También se ve respaldada la Hipótesis 3: la simpatía hacia uruguayos y latinoamericanos, y también la autoidentificación como tales, se incrementan significativamente cuando los participantes se perciben como típicos de tales orígenes.

Si se toma en cuenta que los argentinos son claramente identificados como los más similares a los uruguayos, y son el colectivo con quienes los participantes manifiestan tener mayor contacto, podría llamar la atención que su estereotipo resulte tan uniformemente negativo. Más allá del actual conflicto entre los países, y pese a la falta de las medidas correspondientes en argentinos, el resultado sugiere como factible la explicación a través del concepto de las "actitudes asimétricas" (Van Oudenhoven et al., 2002).

Tal como predecía la Hipótesis 5 en los estereotipos de latinoamericanos y uruguayos predominan atributos de tipo relacional y afectivo. Mientras que entre los países y bloques identificados como más ricos: Europa y Japón, surgen estereotipos más de tipo instrumental. Menos claro es el caso de EEUU, incidiendo tal vez en

este caso, el mayor contacto con este país respecto a Europa y Japón.

En forma similar a la investigación de Sangrador (1996) también en este caso es bajo el grado de coincidencia entre autoestereotipos nacionales y autodescripciones.

Ya culminando este trabajo, se entiende que el mismo ha realizado una, modesta, contribución, en dos de los sentidos planteados por Pettigrew (1998): la aplicación a campos sociales problemáticos, y la prueba de las teorías en nuevas (para la disciplina) realidades sociales.

A partir de este trabajo surgen varias posibles vías de investigación futura. Entre ellas: evaluación de los estereotipos que surgieron; aplicación de una adaptación de este cuestionario a una muestra representativa nacional; contrastación de la hipótesis de las actitudes asimétricas con estudios en otros países de la región; y estudios experimentales sobre identificación, simpatías y estereotipos con manipulación de variables contextuales.

REFERENCIAS

- Azurmendi, M.J. y Bourhis, R. (1998). Presentación del proyecto de investigación "ICYLCABE-1996": identidades culturales y lingüísticas en las Comunidades Autónomas Bilingües (CAB) de España. *Revista de Psicología Social*, (13) 3, 547-558.
- Azurmendi, M.J., Bourhis, R., Ros, M. y García, I. (1998). Identidad etnolingüística y construcción de ciudadanía en las Comunidades Autónomas Bilingües (CAB) de España. *Revista de Psicología Social*, (13) 3, 559-589.
- Baron, R. y Byrne, D. (1998). *Psicología Social*. Madrid: Prentice Hall.
- Bar-Tal, D. (2004). The necessity of observing real life situations: Palestinian – Israeli violence as a laboratory for learning about social behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 34, 677-701.
- Blanco, A., Caballero, A. y de la Corte, L. (2005). *Psicología de los Grupos*. Madrid: Pearson Educación.
- Cassidy, C. y Trew, K. (1998). Identities in Northern Ireland: a Multidimensional Approach. *Journal of Social Issues*, 4, 725-739.
- Chrysoschoou, X. (2000). The representation(s) of a new superordinate category. Studying the stereotype of the european in the context of european integration. *European Psychologist*, Vol. 5, N° 4, 269-277.
- Cosse, I. y Markarián, V. (1994). *Memorias de la Historia*. Montevideo: Trilce.
- D'Adamo, O. y García Beaudoux, V. (1995). *El argentino feo. Una aproximación psicosocial al estudio de nuestra identidad nacional*. Buenos Aires: Losada.

- de la Corte, L. (2001). *Memoria de un compromiso. La Psicología social de Ignacio Martín-Baró*. Bilbao, Desclée.
- El País (2006, marzo 23). Mayoría apoya el tratado de libre comercio, p. 24.
- El País (2005, junio 19). 13% de los uruguayos piensa en la posibilidad de emigrar, p.15.
- Errandonea, F. (1996). Herbert C. Kelman y los conflictos internacionales: El método de "pensar entre todos" en el diferendo árabe-israelí. *Cuadernos del Claeh*, 75, 39-45.
- Gissi, J., Zubieta, E. y Páez, D. (2002). La identidad social y cultural de América Latina. En: Morales, Páez, Kornblit y Asún (coords.) *Psicología Social*. Buenos Aires: Pearson.
- Gouveia, V. y Ros, M. (2000). Hofstede and Schwartz's models for classifying individualism at the cultural level: their relation to macro-social and macro-economic variables. *Psicothema*. Vol. 12, Suplemento, 25-33.
- Grad, H. (2001). Los significados de la identidad nacional como valor personal. En Ros y Gouveia (Coords.). *Psicología social de los valores humanos. Desarrollos teóricos, metodológicos y aplicados*, 265-284. Madrid, Biblioteca Nueva.
- Herranz, J.K. y Basabe, N. (1999). Identidad nacional, ideología política y memoria colectiva. *Psicología Política*, N° 18, 31-47.
- Jaguaribe, Helio (2004). La clave es la integración. Corre el reloj para el MERCOSUR. En: Fórum 2004 Barcelona. *El Observador*. Pp. 14-15.
- Javaloy, F. (1993). El paradigma de la identidad social en el estudio del comportamiento colectivo y de los movimientos sociales. *Psicothema*, vol. 5, Suplemento, 277-286.
- Kelman, H.C. (1983). Nacionalismo e identidad nacional: un análisis psicosocial. En: Torregrosa y Sarabia (eds.) *Perspectivas y contextos de la psicología social*, 241-267. Barcelona: Editorial Hispano Europea.
- Kelman, H.C. (1977). Fuentes del apego al estado nación: visión psicosocial de las dimensiones del nacionalismo. En: Finley y Marín (eds). *Avances en Psicología contemporánea* 142-163. Trillas.
- Koomen, W. y Bahler, M. (1996). National stereotypes: common representations and in group favouritism. *European Journal of Social Psychology*, Vol. 26, 325-331.
- Krueger, J. (1996). Probabilistic national stereotypes. *European Journal of Social Psychology*, Vol. 26, 961-980.
- Luna-Arocas, R., Guzmán, G., Quintanilla, I. y Farhangmehr, M. (2001). The Euro and European identity: the Spanish and Portuguese case *Journal of Economic Psychology*, 22, 441-460.
- Matera, C., Giannini, M., Blanco, A. y Smith, P.B. (2005). Autostereotyping and National Identity in The Spanish Context *Revista Interamericana de Psicología*. Vol. 39, Núm. 1, 83-92.
- Methol Ferré, A. (2004). "El MERCOSUR va hacia la unidad sudamericana o al fracaso absoluto". *dosmil 30 Crónicas Económicas*, N° 18, julio, 4-6.
- Methol Ferré, A. (1988). Desde Bolívar. América Latina y sus "poderes intrínsecos". En *Nexo*, 17, 3-5.
- Montanelli, I. (1994). *Historia de Roma*. Barcelona: Random House Mondadori.
- Montero, M. (1996). La identidad social negativa: un concepto en busca de teoría. En: Morales, Páez, Deschamps y Worchel (eds.) *Identidad Social. Aproximaciones psicosociales a los grupos y a las relaciones entre grupos*, 395-415. Valencia: Promolibro.
- Morales, J. F. (2002). Nuevos desarrollos en identidad social. En: Morales, Páez, Kornblit y Asún (coords.) *Psicología Social*, 387-395. Buenos Aires: Pearson.
- Morales Solá, J. (2006, Febrero 22). La sombra del fracaso sobrevuela el Mercosur. *La Nación*, p. 27.
- Oakes, P., Haslam, S. y Turner, J.C. (1996). Un análisis de la prototipicidad desde la perspectiva de la categorización del yo. En Morales, Páez, Deschamps y Worchel (eds.): *Identidad Social. Aproximaciones psicosociales a los grupos y a las relaciones entre grupos*, 111-139. Valencia: Promolibro.
- Pacheco, G. y Jiménez, B. (comp.) (1990). *Ignacio Martín-Baró (1942-1989): Psicología de la liberación para América Latina*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, ITESO.
- Peiró, J.M., Morales, J.F. y Fernández-Dols, J.M (eds.) (1996). *Tratado de Psicología Social. Madrid: Síntesis*.
- Pennebaker, J.W. y Basanick, B. (1998). Creación y mantenimiento de memorias colectivas. En: Páez, Valencia, Pennebaker, Rimé y Jodelet.: *Memorias colectivas de procesos culturales y políticos*. 31-47. Bilbao, Universidad del País Vasco.
- Pettigrew, T. (1998) Applying Social Psychology to International Social Issues. *Journal of Social Issues*. 54 (4), 663-675.
- Ramírez, S. (1992). *Hacia una Psicología Social del Nacionalismo*. Universidad Complutense de Madrid.
- Ramírez, S. y Torregrosa, J.R. (1996). Psicosociología de las relaciones internacionales. En Alvaro, Garrido y Torregrosa (coords.): *Psicología Social Aplicada*, 199-217. Madrid: McGraw-Hill/ Interamericana de España.
- Reicher, S., Cassidy, C., Wolpert, I., Hopkins, N. y Levine, M. (2006). Saving Bulgaria's Jews: An analysis of social identity and the mobilisation of social solidarity. *European Journal of Social Psychology*, 36, 49-72.
- Reyes Abadie, W. (1988) El proyecto bolivariano (IV), *Nexo* N° 17, pp. 45- 72.
- Rodríguez, R. y Moya, M. (1998) España vista desde Andalucía. Estereotipos e identidad *Psicología Política*, N° 16, 27-48.
- Rodríguez, A.; Betancor, V.; Rodríguez, R.; Quiles, M.; Delgado, N. y Coello, E. (2005) El efecto de las identidades nacionales con distintos niveles

- de inclusividad en el prejuicio hacia exogrupos. *Psicothema*, Vol. 17, n° 3, pp. 441-446.
- Ros, M. y Huici, C. (1998). Identidad nacional y supranacional: la investigación sobre identidad comparativa. En: Baron y Byrne, *Psicología Social*, 191-195. Madrid: Prentice Hall Iberia.
- Ros, M. y Huici, C. (1993). Identidad comparativa y diferenciación intergrupal. *Psicothema*, vol. 5, Suplemento, 225-236.
- Ros, M., Azurmendi, M.J., Bourhis, R. y García, I. (1999). Identidades culturales y lingüísticas en las Comunidades Autónomas Bilingües (CAB) de España: antecedentes y consecuencias. *Revista de Psicología Social*, (14) 1, 69-86.
- Rosa, A.; Blanco, F.; Travieso, D. y Huertas, J.A. (2000) En: Rosa, Bellelli y Bakjurst (Eds.), *Memoria colectiva e identidad nacional*. 349-384 Madrid, Biblioteca Nueva.
- Rosa, A.; Bellelli, G. y Bakjurst, D., (2000). En: Rosa; Bellelli y Bakjurst (Eds.), *Memoria colectiva e identidad nacional*. 41-90 Madrid, Biblioteca Nueva.
- Rutland, A. y Brown, R. (2001). Stereotypes as justifications for prior intergroup discrimination: Studies of Scottish national stereotyping. *European Journal of Social Psychology*, 31, 127-141.
- Sabucedo, J. M., Klandermans, B., Rodríguez, M. y Fernández, C. (2000). Identidad social, valoración política y movilización colectiva en un contexto supranacional. *Revista de Psicología Social* (15) 3, 269-279.
- Salazar, J.M. (coord.) (2001). *Identidades nacionales en América Latina*. Caracas, Universidad Central de Venezuela.
- Salazar, J. M. (1996a). Identidad Social e Identidad Nacional. En: Morales, Páez, Deschamps y Worchel (eds.) *Identidad Social. Aproximaciones psicosociales a los grupos y a las relaciones entre grupos*, 495-515. Valencia: Promolibro.
- Salazar, J.M. (1996b). Ubicuidad y persistencia del apego a lo nacional *Revista de Psicología Social Aplicada* Vol. 6, n°3.
- Salazar, J.M. (1994). Sobre la viabilidad psicológica del "latinoamericanismo" *Anthropos*. 156, 53-59.
- Salazar, J.M. y Salazar, M.A. (1998). Estudios recientes acerca de identidades nacionales en América Latina. *Psicología Política*, N° 16, 75-94.
- Sangrador, J. L. (1996). *Identidades, actitudes y estereotipos en la España de las autonomías*. Opiniones y actitudes N° 10. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Silva, Antonio (1988). Historia y raíces de la gran aventura. *Nexo*, 17, 31-41.
- Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder.
- Tajfel, H. (1983). Psicología social y proceso social. En: Torregrosa y Sarabia (eds.) *Perspectivas y contextos de la psicología social*, 177-215. Barcelona: Editorial Hispano Europea
- Techio, E.M. y Calderón-Prada, A. (2005). Relaciones intergrupales, valores, identidad social y prejuicio en España después del atentado terrorista del 11 de Marzo. *Revista de Psicología Social*, 20, (3), pp. 277-287.
- Turner, J. C. (1990). *Redescubrir el grupo social*. Madrid: Morata.
- Van Oudenhoven, J.P., Askevis-Leherpeux, F., Hannover, B., Jaarsma, R. y Dardenne, B. (2002). Asymmetrical international attitudes. *European Journal of Social Psychology*, 32, 275-289.
- van Rijswijk, W., Haslam, S. & Ellemers, N. (2006). Who do we think we are? The effects of social context and social identification on in-group stereotyping *British Journal of Social Psychology*; Vol.45, p. 161-174.
- Villegas, J. F. y Salazar, J.M. (2002). Construcción de identidad supranacional en Chile y Venezuela. En. Morales, Páez, Kornblit y Asún, *Psicología Social*, 359-366 Buenos Aires: Pearson.
- Voci, A. (2006). The link between identification and in-group favouritism: Effects of threat to social identity and trust-related emotions. *British Journal of Social Psychology*, Vol. 45 Issue 2, 265-284.
- Zaiter, J. (1992). *La identidad social y nacional de la República Dominicana. Un análisis psicosocial*. Universidad Complutense de Madrid.
- Zúñiga, C. y Asún, R. (2004). Diseño y validación de una escala de identidad regional. *Revista de Psicología Social*, 19 (1), 35-49.