

Del estudio de los estereotipos al estudio de la identidad nacional

José Miguel Salazar

Instituto de Psicología

Universidad Central de Venezuela

Resumen

Se hace un relato de diversas investigaciones realizadas por el autor a partir de 1970 concentradas en explorar lo venezolano. Se sintetizan los resultados obtenidos en diferentes investigaciones, comenzando con estudios acerca de los auto-estereotipos o imágenes nacionales, tanto en poblaciones estudiantiles nacionales, becarios que habían realizado sus estudios en el extranjero, como en muestras representativas de la población de Caracas, que evidenciaron una fuerte tendencia a expresar minusvalía nacional; luego se relatan otros estudios en diferentes países latinoamericanos buscando precisar la generalidad de los resultados y posibles explicaciones del fenómeno; y finalmente estudios orientados por la teoría de la identidad social centrados en dilucidar los elementos relacionados con diferentes grados de identificación con las categorías nacionales o supra-nacionales.

Palabras claves:

Estereotipos, Identidad Nacional, Nacionalismo

La investigación ideal y la investigación real

En este artículo haré un recuento de algunas de las direcciones que he seguido en el desarrollo de mis actividades de investigación a lo largo de 25 años. Trataré de ser cándido en mis comentarios y revelar algo de como ha ido cambiando mi línea de trabajo y como el azar o la casualidad (o para usar un término en inglés y por lo tanto más elegante la "serendipity") me ha ido guiando en muchas oportunidades.

Para comenzar debo señalar que en lo que llamamos investigación hay tres procesos, relacionados entre sí, pero que no son idénticos.

En primer lugar está la elaboración de un proyecto para ser sometido a consideración de un ente financiador o de uno académico que emita un visto bueno para conceder los fondos necesarios para un proyecto o para la realización de una tesis de grado...Lo que allí se produce es algo de carácter ideal, que busca la perfección y que tiene que acomodarse a un marco teórico, bien substanciado y bien documentado. Este proyecto muy rara vez se lleva a cabo...en la forma que se ha planeado. Es una mentira bien intencionada...pues si preguntamos a los investigadores acerca de sus "intenciones" la gran mayoría respondería que piensan seguir los pasos que se han trazado.

En el otro extremo está el reporte de la investigación, que por diversas razones (por ejemplo, acomodarse a la extensión exigida por una revista; no considerar importante algunos hechos, etc.) se peca de mentira por omisión. El reporte selecciona los datos, ignora aquellas cosas que no cuadran; y en el caso de tratarse de un informe final de investigación para el ente financiador, se dedica gran esfuerzo a dar vuelta a las cosas para demostrar que se ha

cumplido con los objetivos originalmente previstos.

En medio de estas dos mentiras a medias está el proceso real de investigación, que a veces obvia lo primero (si lo hacemos sin necesidad de financiamiento o de obtener un grado) y con demasiada frecuencia no llega a publicarse y por lo tanto resulta en una investigación inconclusa.

Debo confesar que he incurrido en todos los pecados implícitos en lo señalado arriba, pero no es mi intención hacer aquí un mea culpa: Solo quiero transmitir a mis lectores que no deben sentirse culpables por incurrir en estos tipos de deslices, que ocurren frecuentemente, pero son pocas veces reconocidos.

El relato que haré tiene que ver con mi línea principal de trabajo (aun cuando por diversas razones he seguido también otras) y es la relacionada con lo que podemos llamar la idiosincrasia venezolana.

¿Cómo somos los venezolanos ?

Cuando uno ha estado fuera de Venezuela por muchos años no deja de impresionar, al volver a la patria, el contrastar la forma de ser del venezolano con lo que ha observado en otras latitudes. Eso me ocurrió a mí en 1957, cuando volví después de nueve años afuera. Lo que me impresionó fue lo que sólo podía describir como el "pájaro-bravismo" del venezolano: la búsqueda de la ventaja personal, sin importar contravenir las normas formales. Esa inquietud la plasmé en mi primera intervención en un simposio, allá por el año 1959 y en que planteaba la realización de una investigación acerca del "carácter nacional venezolano", utilizando un concepto muy aceptable en la época, pero hoy en día definitivamente pasado de moda. Ese

proyecto de investigación no trascendió más allá de la publicación en la revista CUADERNOS DE PSICOLOGIA (Salazar, 1960), dedicada a reportar ese evento: EL PRIMER SEMINARIO DE PSICOLOGIA EN VENEZUELA, realizado por cinco viernes a las 8 de la noche en la flamante Sala C de la Biblioteca Central del 26 de octubre al 27 de noviembre de 1959.

En esa época las posibilidades de financiamiento para proyectos como esos eran casi nulos; además las exigencias de la docencia y de creación de una Escuela de Psicología no permitían ir más allá de hacer planes generales que sonaran bien en eventos como ese Seminario de Psicología.

Es sólo cuando centrado en la actividad de docencia, a la cual quería darle un poco de forma activa, donde comencé a trabajar en la línea de investigación. Al final de los sesenta, en la clase en que explicaba el problema de los estereotipos sociales, decidí hacer un ejercicio con los estudiantes pidiéndoles que describieran a los venezolanos, los italianos y los norteamericanos, utilizando una lista de adjetivos. Siguiendo el procedimiento sugerido por Katz y Brailey (1947) pedí a un grupo que seleccionara los cinco adjetivos que mejor describieran cada nacionalidad y a otro grupo de estudiantes que evaluaran la lista de adjetivos utilizados. Lo interesante del ejercicio fue que contrario a lo planteado por la tesis del etnocentrismo, asumida y evidenciada por Katz y Brailey en sus estudios, no se obtuvo la valoración positiva de la auto-imagen de los connacionales, ya que los adjetivos utilizados más frecuentemente para describir los venezolanos incluían dos negativos (flojos e impulsivos) y uno neutro (temperamentales); mientras que la descripción de los italianos y de los norteamericanos se incluían tres

positivos, lo cual significaba una percepción relativamente negativa de nosotros mismos (Salazar, 1970).

Por supuesto que la muestra utilizada en este trabajo era terriblemente restringida y fue sólo varios años después cuando pude demostrar que el fenómeno se repetía en muestras más representativas.

Venezolanos y colombianos

En 1973 fui invitado a una reunión muy importante de la mayoría de los para entonces psicólogos sociales de Latinoamérica, bajo los auspicios de la Editorial Trillas, de México, quien con criterio empresarial quería saber cuáles eran los libros que debía traducir o qué libros podríamos publicar nosotros los profesionales de la Psicología Social, para su comercialización en el continente. Lo interesante de este encuentro fue que nos reunió por primera vez y nos hizo adquirir una identidad social importante: la de psicólogos sociales latinoamericanos; además permitió el establecimiento de amistades y dio pie para la formación de la Asociación Latinoamericana de Psicología Social. En ese contexto conocí a Gerardo Marín, por entonces profesor de la Universidad de Los Andes de Bogotá, quien se mostró incrédulo acerca de que los venezolanos se minusvaloraran, pues la imagen corriente en su país acerca de los venezolanos, por el contrario señalaba cierta pedantería y autosuficiencia. La única forma en que quien se precie de científico puede resolver un desacuerdo como ese es llevando a cabo una investigación, que realizamos casi inmediatamente después y presentamos por primera vez en 1974 tanto en Bogotá como en Kingston, Ontario, Canadá, en un Congreso de Psicología Transcultural (Salazar y Marín, 1975a, 1975b).

El resultado de la investigación fue bastante interesante pues como utilizamos, ya no el procedimiento de Katz y Brailey, sino en una parte escalas de diferencial semántico (Santoro, 1970) y en otra respuestas abiertas, pudimos evidenciar claramente el fenómeno de la "imagen en espejo", ya observado por Bronfenbrenner (1961) entre soviéticos y norteamericanos, en la parte del diferencial semántico con una autoimagen positiva y una heteroimagen negativa en ambos grupos (de casi igual magnitud).

En cierto sentido Gerardo tenía razón: los venezolanos sí pueden evaluarse positivamente, pero podemos añadir ahora en lo que concierne lo afectivo, pues las escalas del diferencial semántico utilizadas tenían justamente ese carácter (simpático-antipático; bueno-malo; deseable-indeseable; querido-odiado). En el caso de los adjetivos abiertos (estereotipos descriptivos) hubo bastante coincidencia en las auto descripciones más frecuentes. Tanto los venezolanos como los colombianos se auto describían como flojos, alegres y simpáticos, lo cual pudiera indicar la pertenencia a una super-categoría, acerca de lo cual hablaremos más adelante, y que también evidencia que las auto descripciones incluyen elementos positivos y negativos.

Becarios en el extranjero

En 1974, al finalmente instaurarse el nuevo pensum de estudios de la Escuela de Psicología, aprobado durante el proceso de renovación académica de 1969-1970, se organizan los Departamentos dentro de la Escuela y se convierte en necesario hacer realidad uno de los objetivos de ese proceso de Renovación: la integración de la investigación y la docencia. La

solución que le dimos en el Departamento de Psicología Social, fue el requerir a los estudiantes del curso del quinto semestre participar en un proyecto de investigación bajo la dirección de su profesor, de esta forma teníamos "ayudantes" que en su proceso de aprendizaje nos permitían realizar investigaciones que nos resultaban factibles y muy económicas.

Ayudado por esta nueva situación realicé una investigación en 1977 con becarios del CONICIT, que habían regresado de USA, Francia o Inglaterra. En esta exploración, aun cuando en el fondo se seguía trabajando con estereotipos o imágenes, introduje nuevamente variantes. Además de las escalas de diferencial semántico para evaluar a los venezolanos y a los habitantes de los otros países; se incluyó la evaluación de los países (como entidades geográfico-políticas). La razón de dicha diferenciación vino dada por los resultados de otro trabajo anterior en el cual se evaluaban las distancias entre conceptos relacionados con lo nacional utilizando escalas del diferencial semántico y el procedimiento sugerido por Osgood, Suci y Tannenbaum (1957); en base a dicho análisis se evidenció la diferenciación entre la gente, el país y el estado como objetos de actitud (Salazar, 1974).

En dicho trabajo con los becarios se introduce el modelo multiplicativo del valor/creencia para medir actitud, con el cual entramos en contacto a través de una charla dictada por Harry Triandis, a quien invitamos al país en relación con el proceso de gestación de la Maestría en Psicología Social (Triandis, 1971). Es decir que cada una de las creencias es evaluada en una escala de Bueno-Malo, además de considerarse como verdadera-falsa en relación con el objeto actitudinal. Por una sumatoria de productos puede obtenerse una

indicación de la actitud hacia el objeto. Esta investigación, que por cierto nunca publicamos en forma completa, pero a la cual hemos hecho referencia en diversas oportunidades obtuvimos unos resultados que en el momento nos parecieron excepcionales. La actitud expresada por los sujetos hacia el país donde habían realizado sus estudios (ya fuese los Estados Unidos, Inglaterra o Francia) era más favorable que la expresada hacia Venezuela; pero lo interesante es que esto ocurría en 100% de los sujetos, algo poco frecuente en la investigación social y que nos permitía prescindir de la estadística para llegar a conclusiones. Los becarios tenían una actitud más negativa hacia Venezuela (como país) que hacia el país donde habían estudiado. Lo curioso es que entre ellos no se estuviese dando el fenómeno de la fuga de cerebros...

Por cierto repetí la recolección de datos con estudiantes universitarios que no hubiesen vivido nunca en el exterior, para propósitos de contraste y curiosamente se obtuvieron resultados bastante parecidos: 97% repetían el patrón ya mencionado, lo cual indica que aun cuando si hay un cierto efecto de la experiencia en creencias concretas que diferenciaban los dos grupos (los que habían estado afuera consideraban a Venezuela un país menos rico, más libre y más desorganizado que los que no lo habían hecho), había un fuerte elemento ideológico o de los medios de comunicación masivos en la formación de las imágenes globales tanto del país propio como del ajeno.

Nuevamente estábamos ante el fenómeno de la autoimagen minus valorada. Y queríamos poder decir algo, no ya referido a poblaciones estudiantiles, sino que tuviese un asidero poblacional mas sólido.

La primera encuesta poblacional

Con la idea de tener datos que nos permitieran hablar con más certeza, solicito por primera vez un financiamiento del CDCH en 1978, lo cual por cierto coincide con mi nombramiento como Director del Instituto de Psicología, lo cual, me descarga de obligaciones docentes de pregrado. Así realizo el primer estudio con muestra representativa de la población de Caracas. Allí nuevamente incluí como objetos de consideración tanto la gente como los países, y tanto países desarrollados como otros países latinoamericanos, particularmente Colombia. Se fue también muy cuidadoso en la selección de las creencias, realizándose pruebas preliminares de tipo abierto. Ya para ese entonces estábamos también metidos en una orientación teórica, que solo podríamos definir como cognitivo-conductual, una de cuyas más claras expresiones era lo que en esa época se llamaba "el modelo de Fishbein" y que luego se conoció como la Teoría de la Acción Razonada (Fishbein & Ajzen, 1975). En función de eso se incluyó en la encuesta, no sólo las creencias y la valoración de los atributos, sino también una lista de posibles conductas, que también surgieron a través de encuestamientos de tipo abierto.

El resultado de dicha encuesta que luego publicamos, en un libro con un título en realidad poco adecuado: **Bases Psicológicas del Nacionalismo**, que apareció en 1983, sirvió para ratificar lo que habíamos encontrado anteriormente, pues la actitud hacia Venezuela (y hacia el venezolano) era en efecto claramente minus valorada en relación con los Estados Unidos (e Inglaterra), pero mostraba todas las características de etnocentrismo cuando se comparaba con la que se tenía en relación con Colombia. Lo que parecía una contradicción ya no lo era: no es todo lo extranjero que

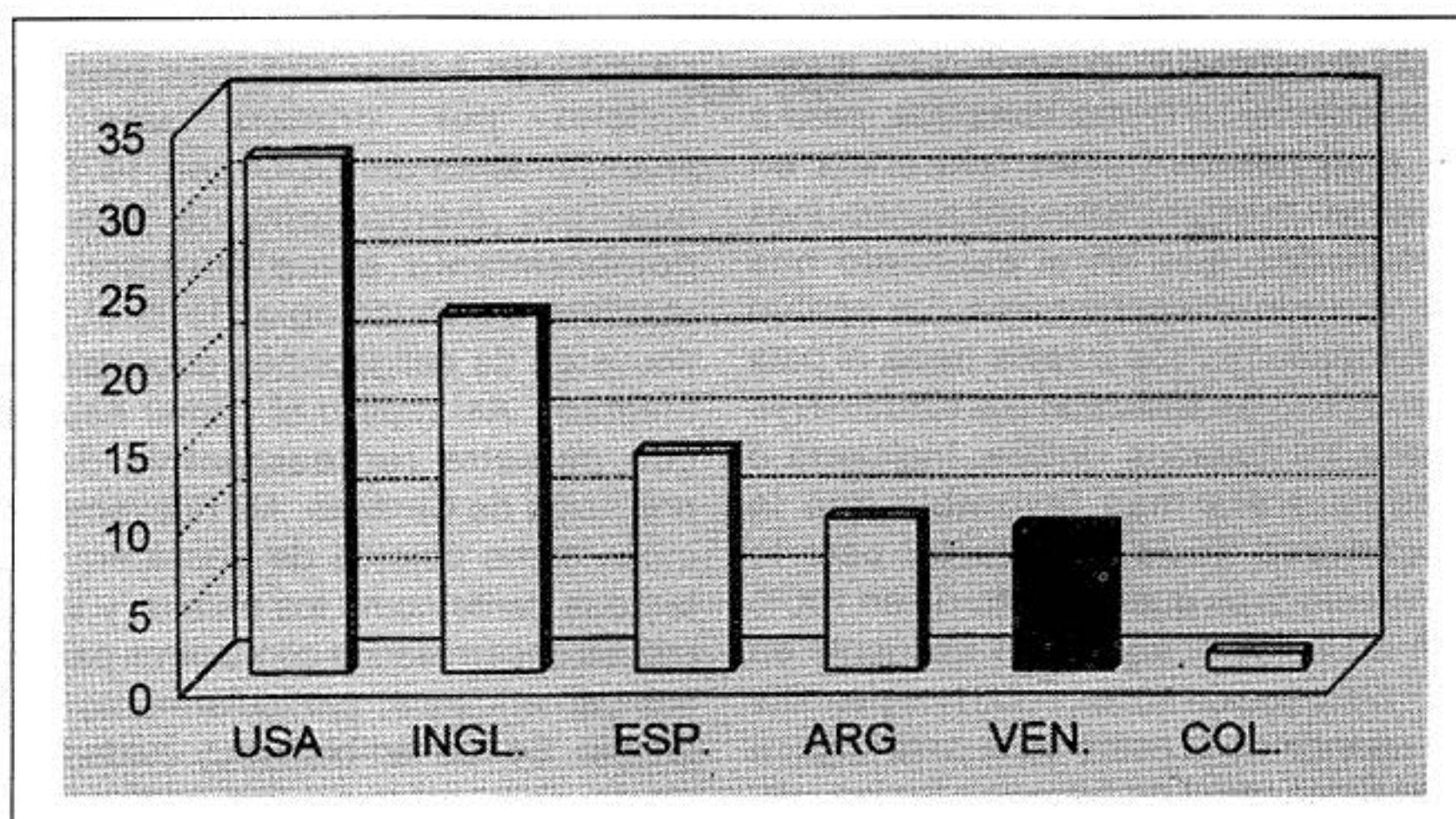


Figura 1. Actitud hacia los diferentes países en Caracas en 1979

es mejor, ni peor; no es un altercentrismo generalizado, sino que es una valoración, que como veremos más adelante está aparentemente relacionada con el "progreso". En la Figura 1 se presenta en forma gráfica las actitudes promedio hacia los seis países incluidos en el estudio

El fenómeno podría enmarcarse dentro de los lineamientos de la teoría de la dependencia, a la manera de Cardoso y Faletto (1968), que en el plano ideológico implica la internalización de una valoración del "progreso" definido en los centros hegemónicos. Esta subyacente valoración del progreso, como factor explicativo de nuestros resultados la analizamos en una ponencia que presentamos mucho después en las VI Jornadas de AVEPSO (Salazar, 1989).

Sin embargo la teorización e interpretación de estos resultados no fue la línea que seguimos para nuestro trabajo; simplemente nos asomamos a ella, pero sentimos que nos llevaría demasiado hacia lo sociológico y luego de enunciar una "ideología de la dependencia" implícito en nuestros

resultados, decidimos concentrarnos en precisar las relaciones creencia-conducta, pues en ese momento también teníamos la idea de la posibilidad de ir más allá de la mera descripción y buscar la forma de intervenir... Y las técnicas de intervención en nuestras manos requerían precisar lo más posible las relaciones entre creencias y conducta y buscar cambiar las creencias en base a información o procedimientos de persuasión.

Las relaciones entre creencias y conducta

Realizamos otra encuesta sobre una muestra representativa de Caracas, en 1981 en la cual se precisó mejor aspectos conductuales, elaborándose para tal propósito índices compuestos y estableciendo ciertas relaciones, utilizando regresiones múltiples, entre índices conductuales, actitudes y creencias. Estábamos preparándonos para poner en práctica nuestra soñada estrategia de intervención, inspirada por el dictum: "No es suficiente conocer la naturaleza, hay que transformarla".

Pero un importante acontecimiento fuera de nuestro control afectó importantemente nuestro plan de trabajo: este tuvo que ver con la crisis económica del 83: el famoso viernes negro...

Habiendo obtenido la información relativa a las creencias relacionadas con consumo de productos nacionales, había decidido centrarme en el consumo de ropa venezolana o extranjera, en base a las variabilidades obtenidas y la riqueza de información, pues se encontró que un alto porcentaje de los sujetos prefería comprar prendas de vestir importadas y en relación con dicha conducta las relaciones entre los elementos analizados eran más claros. ¿Cómo hacer que la gente cambiara esa conducta?: Persuasión, discusión de grupo, información audio-visual. Una profunda discusión teórico/empírica puede generarse alrededor de esta pregunta. Pero mientras nos la estábamos haciendo y planificando nuestra línea de acción, llegó el 13 de febrero de 1983 y de repente la gente cambió su conducta, sin necesidad de apelar a técnicas psicológicas... Por lo menos por un tiempo, el consumo de prendas de vestir importadas se convirtieron en prohibitivas para la mayoría de la población... y yo engaveté mi plan original de trabajo (que desempolvé años después, pero cuyos resultados dejaré para relatarlos en otra oportunidad).

Toda la planificación psicológica se cayó ante un evento social, de carácter económico-político, que fue mucho más efectivo que todas nuestras técnicas de intervención psicosociales...

La apertura hacia Latinoamérica

Pero dejemos por un momento esa línea de trabajo y hablemos un poco de otra investigación que surgió como una

posibilidad de ver cuan generalizables eran nuestros resultados en otros países. Nuevamente nuestra asociación con Gerardo Marín, ya para entonces emigrado en los Estados Unidos y la existencia de ALAPSO habría la posibilidad de esa línea de investigación. Así que en 1982 acometimos una investigación en seis países latinoamericanos y en los Estados Unidos.

La idea era por un lado determinar hasta que punto el fenómeno de la negatividad de las imágenes estaba relacionado con la distancia (o mejor dicho con la cercanía); y explorar si el fenómeno de la minusvalía nacional se relacionaba con el grado de desarrollo de los países de comparación. Se tomaron en cuenta como variables dependientes tanto el afecto, evaluado directamente con escalas del diferencial semántico, como lo que llamamos "actitud" en base a creencias y la valoración de esos atributos. Las dos medidas están relacionadas entre sí, pero no lo suficientemente como para ser consideradas iguales. Ya a estas alturas estábamos convencidos que el modelo del balance afectivo-cognitivo no funcionaba suficientemente bien en nuestras poblaciones y que entre poblaciones latinas el querer lo bueno y odiar lo malo no se da en la misma forma que en poblaciones sajonas, donde las teorías del balance fueron desarrolladas.

Se encontró que no hay relación entre el grado de desarrollo y el afecto. Sin embargo si lo hay entre grado de desarrollo y actitud: la evaluación de los países más desarrollados incluyen características consideradas más positivas. Los resultados de las regresiones múltiples se presentan en la Figura 2.

Por lo tanto se encontró que el fenómeno de la minusvaloración nacional (basado en la atribución de

características consideradas negativas) en relación con USA está generalizado en los diferentes países Latinoamericanos, no es un fenómeno característico de los venezolanos (y ni siquiera son los venezolanos los que lo manifiestan en mayor grado).

Se corrobora que ni el etnocentrismo, ni el altercentrismo, planteado como fenómenos generales, pueden servir para explicar lo que encontramos. Pareciera existir un etnocentrismo afectivo y un altercentrismo cognoscitivo, derivado de una valoración del progreso, un fenómeno tan ideológico como

cualquier otro, pero tan naturalizado y engranado en nuestra historia que pocos cuestionan. Lo que también se corrobora es la baja relación entre los dos fenómenos. Contrario a lo que plantean las teorías del balance si podemos querer lo malo... Si podemos sentir afectividad positiva hacia objetos que evaluamos negativamente.

También se encontró que el fenómeno de la imagen de espejo, basado en la afectividad, se da no solo entre Venezuela y Colombia, sino entre USA y México y entre USA y la República Dominicana, países entre los

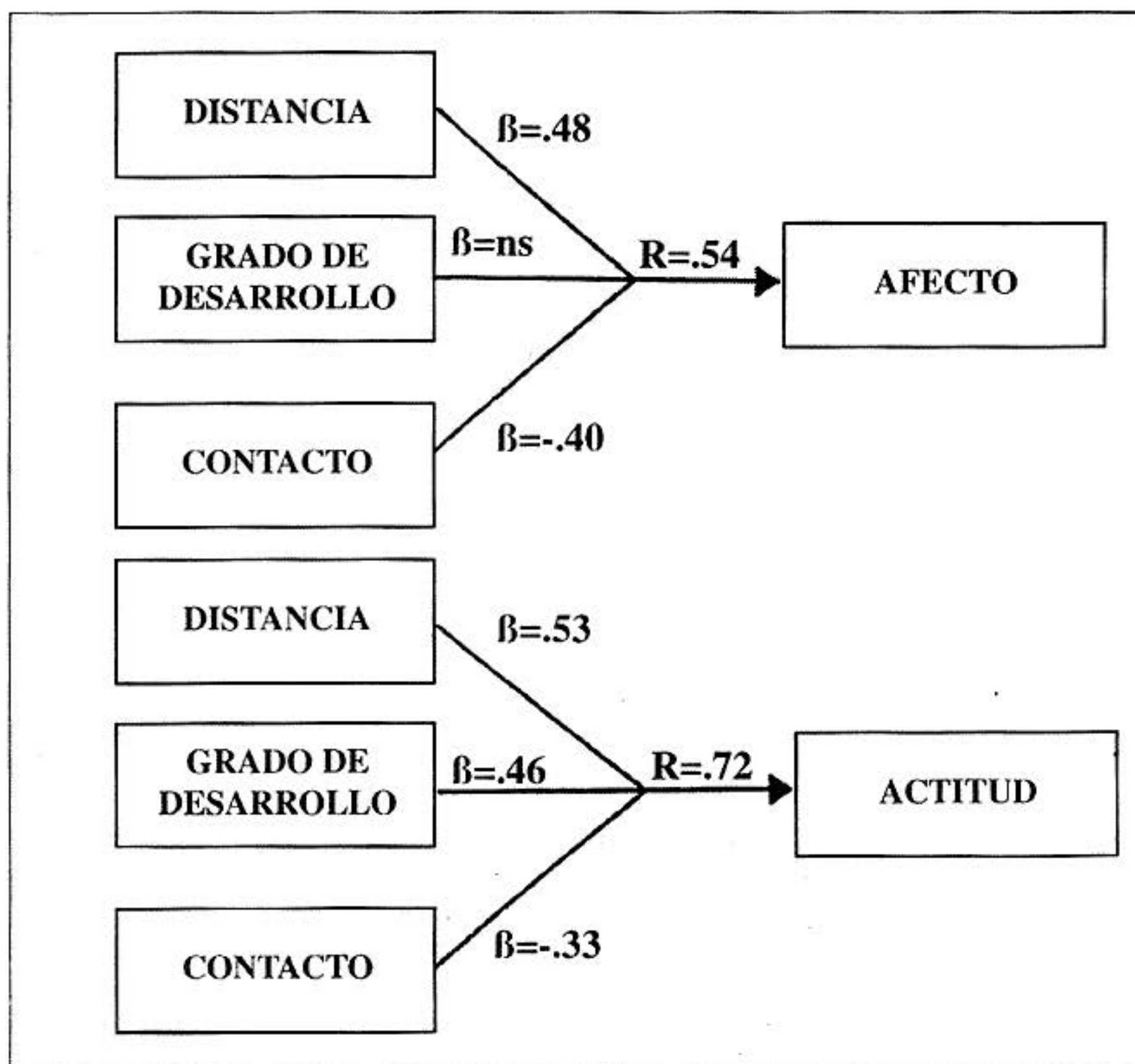


Figura 2. Regresiones múltiples de las variables relacionadas con afecto y con actitud hacia diferentes países americanos

cuales ha existido una historia de conflicto; y que en nuestra muestra son los más cercanos entre sí. En efecto tanto la actitud como el afecto es más positivo hacia los países más lejanos y con los cuales se tiene menor contacto...

La identidad nacional

En ese momento de mi vida me fui por primera (y única vez) de año sabático formal en 1982 de nuevo a Inglaterra. Había realizado allí mi entrenamiento en los 50's y había vivido un exilio a finales de los 60's. En esa oportunidad entré en contacto con la teoría de la identidad social de Henry Tajfel(1981), que me pareció muy apropiada por varias razones. El aspecto de asumir para sí una etiqueta e imbuirla de afecto me sonó bien. Y aunque no planifiqué una línea de investigación ciñéndome a dicho concepto, si la tome posteriormente por dos razones.

En primer lugar, debo mencionar, que en la investigación de los países latinoamericanos recogimos cierta información que nada tenía que ver con nuestras hipótesis o con nuestro planteamiento teórico, y que a mi me gusta siempre incluir para ver "que pasa". Y en este caso era evaluar, no sólo los ciudadanos de los países que participaban en el estudio (recuérdese que estábamos trabajando básicamente con estereotipos nacionales) sino que se pidió que se evaluara al "latinoamericano". Lo interesante fue constatar que la actitud hacia el latinoamericano fue mejor que la actitud hacia los connacionales. Esto puede verse en la Figura 3.

Esto despertó nuestra curiosidad por explorar la identidad social en relación con la etiqueta latinoamericano (por cierto que es una etiqueta que se siente particularmente cuando uno esta lejos de Latinoamérica,

en Europa, por ejemplo).

El asunto de la identidad social latinoamericana tomó precedencia para mí en ese momento, y tuve oportunidad de hacer algunas consideraciones teóricas al respecto en el **International Social Science Journal**, (Salazar, 1983) y en el XIX Congreso Interamericano de Psicología que se realizó ese mismo año en Buenos Aires, y que se publicó posteriormente en la **Revista de Psicología de El Salvador** (Salazar, 1990).

Ahora bien al cambiar nuestro foco del estudio de los estereotipos o imágenes, al estudio de la identidad era indispensable explorar la vía metodológica más adecuada. Muchas veces se confunde estereotipo (o imagen) e identidad. Es cierto que autoimagen e identidad están relacionadas, pero no son la misma cosa.

Metodológicamente el estudio de las imágenes o estereotipos es uno de los procedimientos más sencillos, y existen variantes muy claras: con listas cerradas, con escalas bi-polares, con preguntas abiertas sometidas posteriormente a análisis de contenido, etc. Pero esto nos dice muy poco acerca de la "identidad social", es decir hasta qué punto el sujeto acepta para sí la etiqueta. Existe evidencia que si utilizamos escalas como flojo-trabajador y le pedimos a los sujetos que evalúen en dicha escala al venezolano, la calificación promedio estará del lado de flojo; pero si se le pide a esos mismos sujetos (seleccionados como venezolanos por nacimiento) que se evalúen a sí mismos, la respuesta promedio estará del lado trabajador...Es evidente que estamos ante dos fenómenos distintos y consideramos que es muy importante evaluar el grado de identidad social, el grado de identificación con la categoría. En términos de predicción conductual tal

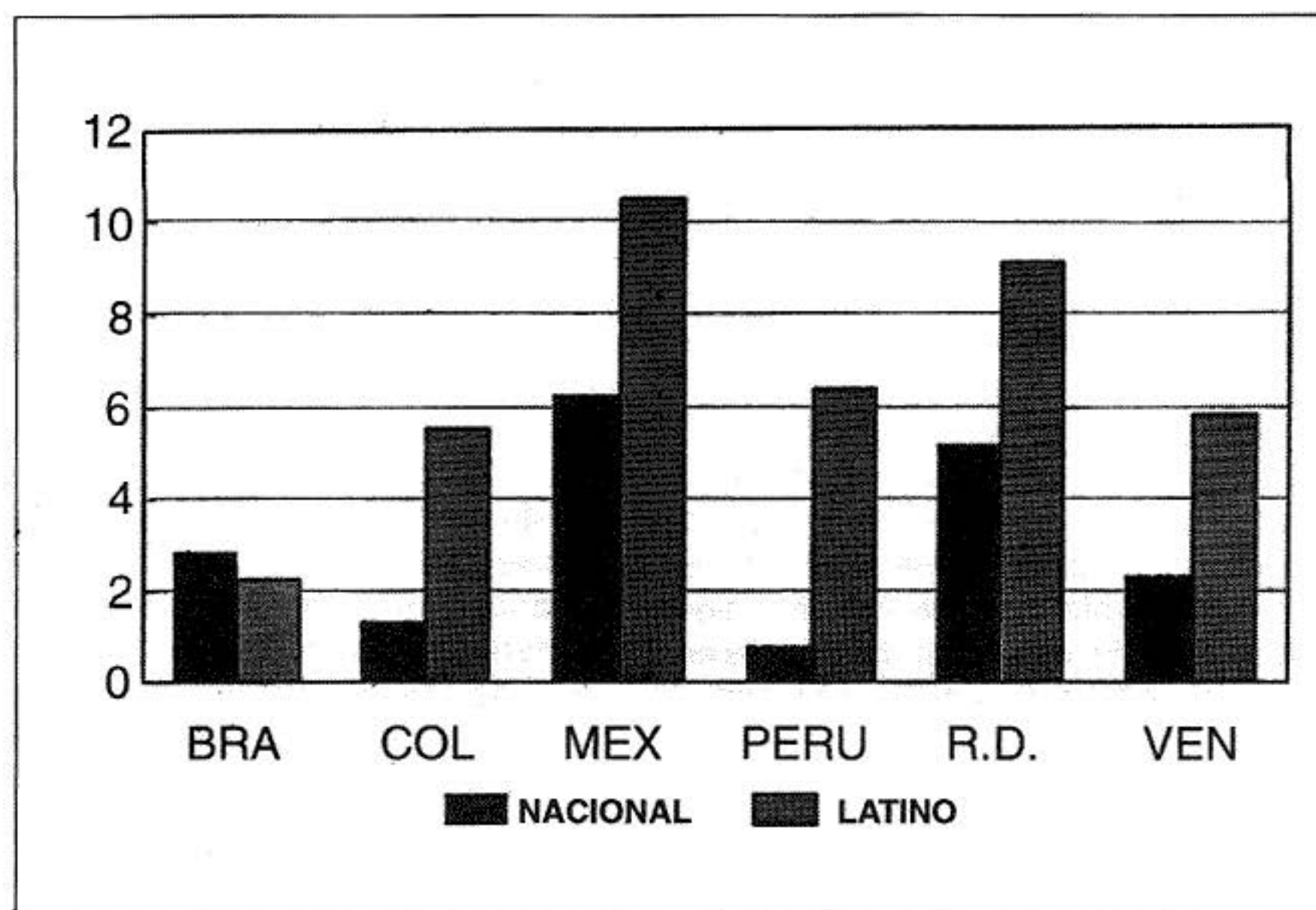


Figura 3. Actitudes hacia el connacional y hacia el latinoamericano en seis países

esto sea más importante que el conocimiento minucioso de creencias específicas: son a nuestro entender las creencias globales y el grado de afectividad hacia la categoría que pudiera tener importancia (aun si la categoría es juzgada negativamente).

Pues bien hemos estado explorando diferentes formas de llegar a evaluar la identidad social.

En un estudio que realizamos en 1985 (Salazar y Banchs, 1985) trabajamos alrededor tanto de la identidad venezolana como de la identidad latinoamericana; aún cuando el grupo de sujetos era bastante pequeño, utilizando un cuestionamiento más a profundidad se pudo constatar algo bastante curioso, en que la identidad con la categoría latinoamericano se asentaba en características más positivas que las de

la identidad venezolana. Cuando se consideraron las valoraciones atribuidas a los adjetivos asignados a nosotros los latinoamericanos y a nosotros los venezolanos, 61% de los sujetos atribuyeron más características positivas a nosotros los latinoamericanos y solo 16% expresaron la tendencia contraria. Como dijimos en nuestras conclusiones de ese trabajo: "parece que la latinoamericanidad sintetiza lo bueno, lo positivo de nosotros mismos; mientras la identidad nacional concreta, aun cuando incluye algunos de los elementos más importantes, también incluye aquellas cosas que menos nos gustan de nosotros mismos".

Sin embargo bueno es anotar que los sujetos de esta investigación fue un selecto grupo de estudiantes de postgrado en ciencias sociales, que por cierto no era nada representativo de la

población general y tenía una fuerte orientación política. La importancia de lo político pudo ser corroborado en otro estudio transcultural que realizamos en Chile, Colombia y Venezuela (Salazar, 1989b), al contrastarse las respuestas de sujetos con un alto grado de identificación con la categoría Latinoamericano con aquellos con una baja identificación.

En el momento, estamos empeñados en contrastar las identidades sociales que consideramos nacionales y cuasi-nacionales: la centrada en la región del país, la centrada en Venezuela y la centrada en Latinoamérica. Igualmente queremos contrastar grupos, en base a su nivel educativo, sobre todo por lo que la idea de Latinoamérica pudiera estar afectada. Hasta ahora sólo hemos recogido datos en Caracas y en Oriente, aunque tenemos planificado realizarlo por lo menos en seis regiones del país.

Por ahora nuestro énfasis está en determinar la estructura cognoscitiva que lleva al establecimiento de las categorizaciones. Como se construyen los límites de las categorías y el grado en que se asumen.

Creemos que el asumir las categorías es de suma importancia. Y el cómo lograr que se refuerce dicha categorización puede ser vital; tal vez más que las creencias específicas relacionadas con la conducta.

Ante el problema de la minusvalía nacional, y ante la evidencia que esa minusvalía se deriva de una valoración del progreso y la percepción de que somos atrasados; podríamos tomar un camino post-moderno para enfatizar los aspectos positivos de nuestra manera de ser. El otro camino, sería reforzar la identidad social supranacional, en este caso la latinoamericana, en la cual hay atisbos de positividad, sin importarnos que algunos cretinos nos llamen idiotas (como diría Manuel Caballero).

La globalización y el final de las identidades nacionales

Viendo ahora hacia atrás considero que la línea de trabajo que asumí me ha dejado muchas satisfacciones, aun cuando posiblemente hubiese sido más productiva si desde el principio hubiese tenido un marco teórico más sólido. A lo mejor sí, a lo mejor no...

También creo que la problemática que he abordado ha sido y sigue siendo importante. Algunos piensan que es una temática pasada de moda y que con la llegada de la llamada globalización debemos decir adiós a las diferencias nacionales y prepararnos a vivir en un mundo de "ciudadanos cosmopolitas".

Discrepo de tal posición pues no creo que la globalización implique la pérdida de las identidades nacionales. Hay por lo menos tres formas de globalización: la comunicacional, la económica y la psicológica, que mejor podríamos llamar cosmopolitanización, que implicaría la desaparición o por lo menos debilitamiento de las identidades nacionales. Sin embargo las dos primeras no conducen necesariamente a la tercera. Es cierto que a través de la **globalización comunicacional** estamos en contacto con todas partes del mundo y no solamente los miembros de la elite, sino cualquier persona en capacidad de comprarse un aparato receptor de televisión. Sin embargo la existencia de esa información puede tener no un efecto homogeneizador, sino todo lo contrario. Puede tener el efecto de resaltar las diferencias y no sólo las similitudes. La familiaridad con un objeto no implica necesariamente una afectividad positiva hacia él o un modelaje. Puede ser, y en efecto ocurre que mientras más se conozca acerca de un grupo determinado, más se desee diferenciarse de él.!!! Por su parte la **globalización económica** que plantea

el neoliberalismo no es más nada que la trasnacionalización y el fortalecimiento de un gran mercado englobando, Europa, Norte América y el Japón. Pudiera entonces lograrse una homogeneización en esa parte del mundo, pero el resto quedaría marginado y las diferencias entre la dos partes del mundo tenderían a aumentar y a diferenciarse más, no menos.

En cuanto a la **globalización psicológica** o cosmopolitanización. Esto implica la copia de ciertos modelos, por supuesto de los países desarrollados. Este fenómeno es evidente en ciertos grupos sociales en los cuales las facilidades de trasladarse de un sitio a otro, gracias al invento de los jets, y el acceso a recursos económicos que le permiten acceder a las mejores cosas del "mundo", los

convierte en un grupo transnacionalizado. Su comportamiento, su mentalidad se diferencia más del resto de sus connacionales que los de sus colegas de clase de otras partes del mundo y en efecto están siendo cada vez más cosmopolitas. Pero creo que está a muchos años luz el que este tipo de fenómeno pueda darse en forma masiva y que conlleve a la desaparición de las identidades nacionales.

La persistencia de las identidades nacionales parece una perspectiva que se mantendrá presente en el futuro próximo. Es el reconocimiento de las diferencias y la recuperación del orgullo de tenerlas la única vía posible. Sigue por lo tanto siendo importante el estudio de esa identidad nacional y espero que muchos más de las jóvenes generaciones se aboquen a su estudio.

Referencias

Bronfenbrenner, U. (1961). *The mirror image in Soviet-American relations: A social psychologist's report*. *Journal of Social Issues*, 17, 45-46.

Cardoso, F.H. & Faletto, E. (1968). *Dependencia y desarrollo en América Latina*. En J. Matos Mar (Ed.). *La dominación en América Latina*. Buenos Aires: Amorrortu.

Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Katz, D. & Braly, K.W. (1947). *Verbal stereotypes and racial prejudice*. En T. M. Newcomb & E. L. Hartley, *Readings in Social Psychology*. New York: Henry Holt.

Marín, G. y Salazar, J.M. (1985). *Determinants of hetero and autostereotypes: Distance, level of contact and socioeconomic development in seven nations*. *Journal of Cross Cultural Psychology*, 1985, 16, 403-422.

Osgood, C.E., Suci, G.T. & Tannenbaum, P.H. (1957). *The measurement of meaning*. Urbana: University of Illinois Press.

Santoro, E. (1970). *El diferencial semántico: Una técnica de medida*. Caracas: UCV.

Salazar, J.M. (1960). *La psicología social y las posibilidades de investigación sobre el carácter nacional venezolano*. *Cuadernos de Psicología*, 2, (5-6), 175-181.

Salazar, J.M. (1970). *Aspectos psicológicos del nacionalismo. Autoestereotipos del venezolano*. *Revista de Psicología*, 1(1), 15-18.

Salazar, J.M. (1974). *Orientaciones políticas y actitudes hacia lo nacional*. *Psicología*, 1 (1), 7-15.

Salazar, J.M. & Marín, G. (1975a). *El fenómeno de la imagen de espejo en las percepciones mutuas de colombianos y venezolanos*. *Psicología*, 1975, 2(4), 3-12.

Salazar, J.M. & Marín, G. (1975b). *Stereotypes and Mirror Image*. En J.W. Berry & W.J. Lonner, W.J. (Eds). *Applied Cross-Cultural Psychology*. Amsterdam: Swets and Zeitlinger.

Salazar, J.M. (1983a). *Bases Psicológicas del Nacionalismo*. México: Trillas.

Salazar, J.M. (1983b). *On the psychological viability of Latin Americanism. International Social Science Journal*, 35, 295-308.

Salazar, J.M. y Banchs, M.A. (1985). *Supra-Nacionalismo y Regionalismo*. Caracas: CDCH, Colección Monográfica.

Salazar, J.M. (1989a). *La Valoración del Progreso en Venezuela, Conferencia por Invitación. VI Jornadas Nacionales de Avepso*. Caracas, Mayo.

Salazar, J.M. (1989b). *Niveles de identificación y estructura cognocitiva en relación con el latinoamericano. Revista de Psicología Social*, 4, 13-21.

Salazar, J.M. (1990). *Latinoamérica: Sueño, mito o realidad. Revista de Psicología de El Salvador*, 9, 177-186.

Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories*. Cambridge: Cambridge University Press.

Triandis, H. (1971). *Attitudes and attitude change*. New York: Wiley.

Deporte...
Calor... Sudor...
¡¡HONGOS!!

elimíinalos con
Tralen[®]
TIOCONAZOL

Con una o dos aplicaciones
al día disponible en variedad
de presentaciones



PFIZER S.A. VENEZUELA
*Marca de Pfizer, Inc., New York, NY
©PFIZER S.A. 1995 - TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS