

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS**

**IDENTIDAD SOCIAL E IDENTIDAD
NACIONAL EN UNA MUESTRA DE
TRICICLISTAS EN JULIACA**

Tesis para optar el Título de Licenciado en Psicología con Mención en
Psicología Social

AGUSTÍN ESPINOSA PEZZIA

LIMA - PERÚ

2003

*A mis padres.
A Virginia.*



Agradecimientos

Al Centro de Promoción Urbano Rural de Juliaca (CPUR), y especialmente a Teófilo Rivera; por estimular la investigación social con su apoyo, confianza e interés por el proyecto.

A Jorge Yamamoto, por la orientación constante.

A Alicia Calderón, por la revisión y comentarios a las innumerables versiones escritas de este proyecto y su apoyo en los momentos más difíciles.

A Gabriel Tincopa, por la asesoría estadística.

Y a todos aquellos que participaron en el estudio.

TABLA DE CONTENIDOS

Introducción _____	I
Capítulo 1: Identidad social: la pertenencia a una categoría social _____	1
Capítulo 2: El proceso de categorización social: la construcción del “nosotros”, del “ellos” y el establecimiento de los límites y características de las categorías sociales _____	9
2.1. Autocategorización	11
Capítulo 3: Comparación social: nosotros versus ellos, la evaluación del desempeño de la categoría social _____	14
Capítulo 4: Identidad social negativa: la pertenencia insatisfactoria a una categoría social _____	17
Capítulo 5: Otros contenidos asociados a la identidad social _____	21
5.1. Influencia de la identidad social en el comportamiento	21
5.2. Relación entre la identidad social y las orientaciones motivacionales y axiológicas	23
5.3. Relación entre la identidad social y nuestras actitudes y creencias	26
Capítulo 6: la identidad social como punto de partida para definir la identidad nacional _____	32
6.1. Planteamiento del problema	36
6.1.1. Objetivos de la investigación	36
Capítulo 7: Metodología _____	38
7.1. Participantes	38
7.2. Instrumentos	39
7.2.1. Ficha de datos	40
7.2.2. Guía de entrevista en profundidad	40
7.2.3. Cuestionario estructurado de formato cerrado	42

7.3. Procedimiento de campo	44
7.3.1. Fase cualitativa	44
7.3.2. Fase cuantitativa	45
Capítulo 8: Resultados y Discusión	47
8.1. Características sociodemográficas	48
8.1.1. Fase cualitativa	48
8.1.2. Fase cuantitativa	50
8.2. Identidad social espontánea	52
8.2.1. Los vecinos y el barrio como elementos de identificación social	56
8.2.2. Los amigos como facilitadores de la identidad social	58
8.3. Identidad social en triciclistas	60
8.3.1. Pertenencia a la categoría social triciclista	60
8.3.1.1. Tipología 1: Triciclistas buenos y triciclistas malos	63
8.3.1.2. Tipología 2: Seis subcategorías de triciclistas	64
8.3.1.3. Razones para juntarse con otros triciclistas	65
8.3.1.4. Intereses, metas y objetivos comunes de los triciclistas	68
8.3.1.5. Razones para no compartir intereses, metas y objetivos con otros triciclistas	71
8.3.2. Contenidos asociados a la categoría social triciclista	74
8.3.2.1. Aspectos positivos y aspectos negativos de ser triciclista	91
8.3.2.2. Los modelos y antimodelos de los triciclistas	97
8.3.2.3. Movilidad social en triciclistas	101
8.3.2.4. Percepción de la situación actual y expectativas hacia el futuro	104
8.4. Identidad nacional	114
8.4.1. Pertenencia a la categoría “peruano”	114
8.4.2. Contenidos asociados a la categoría social “peruano”	117
8.4.2.1. Aspectos positivos y aspectos negativos del ser “peruano”	131
8.4.2.2. Modelos y antimodelos de los peruanos	136
8.4.2.3. Percepción de la situación actual y expectativas hacia el futuro	143
8.4.2.4. Movilidad social en los peruanos	152
8.4.2.5. Diferencias y similitudes entre los peruanos	156
8.4.2.6. Sentimientos asociados a ser peruano	158
Referencias bibliográficas	161

ANEXOS	167
Anexo 1: Ficha de datos del entrevistado	168
Anexo 2: Guía de entrevista para la fase cualitativa	169
Anexo 3: Encuesta para la fase cuantitativa	173



Introducción

El presente estudio, a través del marco conceptual de la teoría de la identidad social, propone la indagación de los elementos asociados a la pertenencia a las categorías sociales *triciclista* y *peruano*, para evaluar cómo la construcción de la identidad social o nacional en contextos de crisis influye en nuestro comportamiento y en nuestra concepción del mundo que nos rodea.

Desde la perspectiva de la psicología social, esta evaluación resultará una herramienta fundamental en la comprensión de algunos problemas que afectan (y caracterizan) actualmente al país, permitiendo a partir de un diagnóstico acertado tomar las medidas propicias para revertir los aspectos negativos asociados a nuestra pertenencia a las categorías sociales referidas.

En ese sentido, el marco teórico de este estudio supone una revisión del concepto de identidad social propuesto por Tajfel en 1972, como punto de partida para el reconocimiento de la identidad social y nacional en triciclistas.

El primer capítulo introduce una definición general de lo que entendemos por identidad social, para luego, establecer su relación con el sí mismo.

Los capítulos 2 y 3, presentan los conceptos de categorización social y comparación social, ya que sin el marco explicativo de los mismos, la identidad social no podría ser cabalmente entendida.

El capítulo 4 introduce el concepto de identidad social negativa, que establece los criterios para definir una identidad social no deseada por quienes la poseen. La introducción de este concepto es relevante para el caso de los triciclistas y de los peruanos, puesto que ambas categorías sociales han sido construidas en contextos de crisis.

El capítulo 5 propone la introducción de conceptos generales de la psicología social, como son los valores, las actitudes y las creencias entre otros, para comprender el impacto de la identidad social en los mismos y viceversa.

Finalmente, el capítulo 6 propone de una definición de identidad nacional, en función a la teoría de base, que permita comprender bajo que contenidos se sustenta este concepto en la realidad.

1. **Identidad social: la pertenencia a una categoría social.**

A lo largo de nuestra vida, pertenecemos a diversos grupos o categorías sociales que de alguna manera influirán en los contenidos de nuestros valores, creencias y actitudes en un sentido amplio y determinarán nuestros patrones de comportamiento. Nuestro “yo” se embebe del “nosotros” y pasamos naturalmente de una dimensión a otra para actuar de acuerdo a ambos lados de una misma entidad.

Esto implica un proceso (a veces problemático) de autodefinición para un individuo, que necesita saber quién es, en un contexto social cambiante (Howard, 2000). Cuando se concreta este proceso es reconocido como **identidad social** (Tajfel, 1984).

Tajfel en 1972 introduce la más clásica y difundida definición de identidad social, entendiéndola como “aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento o reconocimiento de su pertenencia a un grupo [o categoría social] junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia” (Tajfel, 1972 **citado por:** Abrams & Hogg, 1990).

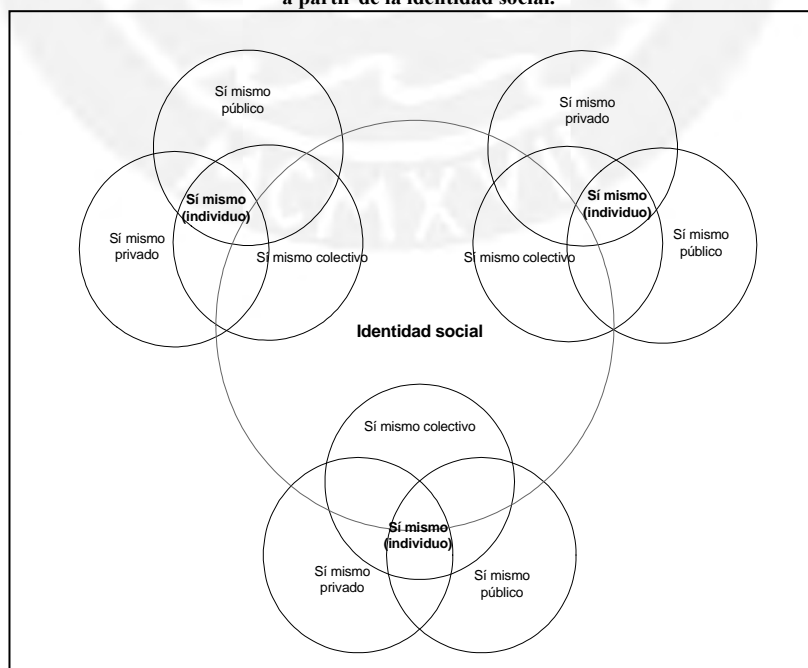
Se concluye entonces, que la identidad social está basada en una autopercepción del individuo cuyo proceso refiere: 1) la presencia de creencias, asumidas por el individuo como válidas (o al menos transitoriamente válidas) acerca de cómo se percibe y cómo percibe a su grupo o categoría social; y 2) la presencia de un conjunto de afectos y actitudes hacia sí mismo (Yamamoto, 2000a; Tajfel, 1981 **citado por:** Ashmore, Jussim & Wilder, 1999) en relación con el grupo o categoría social al que pertenezca. Este proceso estará incluido entonces por el **autoconcepto** (creencias y cogniciones) y la **autoestima** (actitudes y emociones).

De lo anterior podemos afirmar, que la identidad social puede y debe ser entendida como un concepto contenido en el **sí mismo**, concepto que a su vez puede ser definido como la totalidad de las experiencias personales (Moghaddam, 1998) pasadas, presentes y que se espera ocurran en un futuro (Kunda, 2001) que construyen y son construidas por la propia imagen (autoconcepto) (Demo, 1992; Hattie, 1992) y los significados emocionales asociados a esta (autoestima) (Hattie, 1992). El sí mismo presenta tres dimensiones principales que ejercen una influencia mutua entre ellas y que son: el **sí mismo privado**, el **sí mismo público** y el **sí mismo colectivo** (Triandis, 1989).

Una breve definición de estas dimensiones nos permite establecer que el sí mismo privado implica la autoatención, la autoestima, la introspección y la decisión individual. El sí mismo público considera la percepción de los otros, la reputación, las expectativas y las impresiones que pudiéramos originar (Triandis,

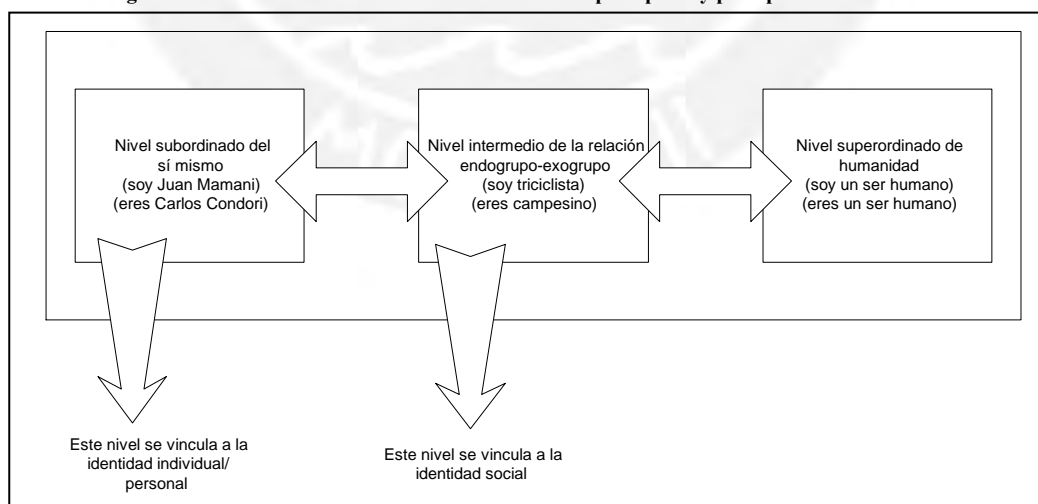
1989). Sin embargo, la relación entre la identidad social y el sí mismo, es especialmente relevante en la definición teórica de la dimensión colectiva del segundo, que involucra la pertenencia a un grupo y que resulta una construcción que no habita en ningún sí mismo individual concreto pero influye en todos los sí mismos que interactúan al interior de su campo de acción (Yamamoto, 2000b). La identidad social adquiere desde esta perspectiva el carácter de mediadora entre el individuo y el grupo, convirtiéndose en el punto de partida que permite a las personas aprehender la noción de ser parte de una realidad que los trasciende como individuos. Los introduce en grupos o categorías sociales, que a su vez les dará sentido como individuos. Asimismo, el concepto de identidad social será herramienta fundamental para sistematizar en la investigación psicológica todos los aspectos derivados de la pertenencia a un grupo ya que la descripción del sí mismo colectivo debe inferirse de la identidad social tal como lo demuestra el siguiente diagrama.

Diagrama 1. la construcción del sí mismo colectivo a partir de la identidad social.



Una visión complementaria del sí mismo propone que éste vendría a estar conformado por autoimágenes que varían en términos de la extensión de su establecimiento, la complejidad y la riqueza de sus contenidos (Abrams & Hogg, 1990). Asimismo, estas autoimágenes se encuentran ubicadas en un continuo que va desde el extremo individual hasta un extremo social. De acuerdo con Rosch (1978) las personas pueden categorizarse a sí mismas y a otros en diferentes niveles de abstracción, pero los tres más importantes en el autoconcepto son los siguientes: el **nivel superordinado de humanidad**, que define la identidad humana de uno; el **nivel intermedio de la relación endogrupo-exogrupo**, que define la identidad social de uno; y el **nivel subordinado del sí mismo** como único en comparación con otros miembros del endogrupo, definiendo la identidad personal (Rosch, 1978 citado por: Hogg & McGarty, 1990). El siguiente diagrama ejemplifica mejor cómo funciona esta interacción entre los diferentes niveles descritos:

Diagrama 2. Interacción de los distintos niveles de autopercepción y percepción de los individuos



La introducción de los conceptos del sí mismo en general, y del sí mismo colectivo en particular, nos permiten superar las limitaciones del concepto de identidad social inicialmente propuesto por Tajfel. Limitaciones que de acuerdo con el autor, son deliberadas puesto que permiten un ordenamiento y una aprehensión más clara de la identidad a pesar que no existe duda de que “la imagen que un individuo pudiera tener de su persona resulta infinitamente más compleja tanto en sus contenidos como en sus derivaciones” (Tajfel, 1984).

En ese sentido, la teoría de la identidad social nos otorga un marco conceptual simple y eficaz para establecer cómo las personas llegan a sentirse parte de un grupo u otro; y la teoría del sí mismo nos otorga elementos de interpretación a través de los conceptos de autoconcepto y autoestima.

Según Baumeister (1998), el autoconcepto busca satisfacer algunas motivaciones subyacentes al individuo, entre las cuales se encuentran el autoconocimiento (retroalimentación, saber quien soy como individuo), el reforzamiento (mantener una autopercepción positiva que asegure un sí mismo relativamente estable), la consistencia (manteniendo una coherencia entre ambas) en un proceso que se denomina autorregulación (Kunda, 2001). Es decir, existe un impulso hacia la consistencia y estabilidad entre cogniciones (Demo, 1992; Hattie, 1992; Markus, 1989). Esto último, no quita que el autoconcepto sea discontinuo y esquemático (Markus, 1977 **citado por:** Yamamoto, 2000; Demo, 1992; Markus, 1989).

Markus & Kitayama (1991), mencionan que las culturas tienden a desarrollar dos formas de autoconcepto. El primero, es el de independencia, entendido como la atención a uno mismo y su individualidad; el segundo, es el de interdependencia, que es la atención hacia los otros y la relación con el grupo. Las formas referidas, correspondiendo a un continuo personal-social pueden presentar variaciones en la percepción social y el comportamiento. Cuando la identidad social es saliente uno actúa como miembro de un grupo, en cambio, cuando la identidad personal es saliente uno no lo hace (Abrams & Hogg, 1990; Abrams, 1990). El predominio de alguna de estas tendencias estará determinado por el contexto y la cultura respectivamente.

Por otra parte, la autoestima es el correlato emocional del autoconcepto (Yamamoto, 2000) y resulta una evaluación de éste (Kunda, 2001). La autoestima no es causa de estados positivos sino efecto de éstos; es decir, una autoestima apropiada se construye en función a situaciones de logro y éxito sistemáticos (Baumeister, 1998; Bee, 1987).

Por otra parte, la baja autoestima puede ser producida por una comparación desfavorable con las personas alrededor, generando un reflejo distorsionado del autoconcepto, donde se magnifica las debilidades y se minimiza las fortalezas, dando como resultado una fuerte sensación de insuficiencia (Mc Kay & Fanning, 1991).

La teoría de la identidad social implica tres hipótesis relacionadas con la autoestima cuando esta es baja, éstas son las siguientes:

- a) La baja autoestima de un grupo promueve la discriminación hacia otros grupos (Hogg & Abrams, 1990).
- b) La discriminación ejercida por un grupo refuerza su identidad social y su autoestima (Hogg & Abrams, 1990).
- c) La autoestima podría ser elevada sólo por la simple pertenencia a la categoría saliente (Oakes & Turner, 1980 **citado por:** Hogg & Abrams, 1990). Según los autores, en este caso la certeza de pertenecer a un grupo superior en una característica evaluada positivamente por consenso, asegura la autoestima sin necesidad de recurrir a comportamientos discriminadores.

Los dos primeros puntos están relacionados con la evidencia existente acerca de la asociación entre la identificación con la discriminación en el comportamiento de los grupos sociales. En algunos casos, los sujetos presentan una preferencia hacia el exogrupo, en otros, ellos muestran un sesgo hacia el endogrupo en dimensiones seleccionadas de comparación. Generalmente, la correlación entre la identificación y el sesgo hacia el endogrupo es débil pero positiva (Abrams & Hogg, 1990).

Finalmente, en la búsqueda de establecer una visión más integrada de la identidad social con la realidad que nos rodea, el marco teórico introduce otros

constructos psicosociales relevantes que facilitan la comprensión de la construcción de la identidad social tales como la **categorización social** y la **comparación social** (referidos en capítulos posteriores). Igualmente, conceptos que enriquecen la discusión sobre los contenidos asociados a la pertenencia a un grupo o categoría social tales como los **valores**, las **actitudes**, las **creencias**, los **estereotipos** y los **prejuicios**, entre otros, son tratados más adelante.



2. El proceso de categorización social: la construcción del “nosotros”, del “ellos” y el establecimiento de los límites y características de las categorías sociales.

La teoría de la identidad social asigna un rol central al proceso de **categorización** en el cual la información que obtenemos del mundo es desagregada en unidades comprensibles de información social (Abrams & Hogg, 1990). Esto ocurre bajo el supuesto de que las capacidades cognitivas humanas son limitadas y que nosotros procesamos información como “ahorradores” cognitivos que racionan información para manejar las demandas de la interacción diaria; y que siguiendo esta necesidad de eficiencia cognitiva categorizan información acerca de personas, objetos y situaciones antes que la memoria de engranaje o los procesos inferenciales. (Kunda, 2001; Howard, 2000).

El concepto de categorización es uno de los constructos clave de la ciencia cognitiva y adquiere particular relevancia para nuestro caso, cuando las unidades de información a integrar al interior de una categoría son individuos y los atributos que los caracterizan (o que transitoriamente creemos que los caracterizan). Cuando los objetos de categorización son las personas, el proceso se denomina **categorización social**.

La categorización social implica un proceso de unificación de objetos y acontecimientos sociales en grupos que resultan equivalentes con respecto a las acciones, intenciones y sistema de creencias del individuo (Fiske, 1998; Tajfel, 1984) en el caso de las personas, el proceso facilita la identificación de las mismas como miembros de grupos sociales, tomando en cuenta que ellos comparten ciertas características que son típicas de un grupo (Smith & Mackie, 1999)

Tajfel y Wilkes (1963) mencionan que este proceso produce la acentuación de las diferencias entre categorías y la disminución de las diferencias entre los objetos al interior de las mismas. (Tajfel & Wilkes, 1963 **citado por:** Moghaddam, 1998; Abrams & Hogg, 1990) Luego, al interior de cada categoría, se organiza la información en nuevas categorías, lo que da como resultado sistemas de categorías complejos y jerárquicamente organizados (Huici, 1999)

Un componente importante en la teoría de la identidad social es su modelo de la psicología de la estructura social (Tajfel, 1974 **citado por:** Abrams & Hogg, 1990); el cual enfatiza que los grupos y las categorías sociales están en una relación de estatus unas con otras y están constantemente en competencia por recursos, derechos y poder. Los individuos son psicológicamente conectados con estructuras sociales a través de sus autodefiniciones como miembros de categorías que conforman el sí mismo colectivo. Esto no es lo mismo que la conciencia de clase, donde no hay implicación de que las personas están en lo correcto o equivocadas acerca de la estructura social, simplemente esto permite que los

individuos puedan tener una vaga concepción de la estructura social, en las cuales se encuentra su identidad social como miembro de una categoría social. (Abrams & Hogg, 1990).

La identidad social se vuelve relevante cuando una de las categorías (grupales) incluyen a uno mismo. El interés y el orgullo, pueden ser derivados del conocimiento de compartir la membresía a una categoría social con otros. Aún sin la necesidad de tener una relación interpersonal cercana con ellos, o conocer o tener algún interés personal en sus respuestas (Abrams y Hogg, 1990). Esto es el punto de partida de lo que denominaremos el **sesgo endogrupal** en un fenómeno denominado el **paradigma del grupo mínimo**, que consiste en la preferencia por aquellas personas con las que se comparte una categoría social aún cuando esta categoría haya sido establecida bajo un criterio trivial (Tajfel & Turner, 1979; Tajfel, 1970)

El proceso de identificación social asume que un individuo pertenece a un grupo cuando este se identifica como miembro de un grupo o categoría, pero en ocasiones este reconocimiento es insuficiente y debe ser avalado por otras personas que conforman ese grupo e incluso los miembros de otros grupos.

2.1. Autocategorización

Como hemos revisado, el proceso de identidad social, viene acompañado de un proceso de categorización social, en el cual nos sentimos parte de un grupo o categoría social. Esta categoría social, debe ser reconocida tanto por los miembros

del propio grupo, como los del grupo con el cual interactuamos. Evidentemente, la percepción de ambos grupos sobre la misma categoría social no va a ser idéntica. Sin embargo, comparten algunos aspectos mínimos en común.

La categorización del sí mismo y de otros (al nivel de relaciones endogrupo-exogrupo), acentúa el prototipo, los estereotipos y norma (masifica) a las personas al interior del grupo. Este proceso conlleva a que el individuo sea perceptiva y conductualmente despersonalizado en cuanto al prototipo relevante para el endogrupo. Para la teoría de la autocategorización, la despersonalización es el proceso que está sobre la base de los fenómenos grupales (estereotipos sociales, cohesión grupal y etnocentrismo, cooperación y altruismo, contagio emocional y empatía, comportamiento colectivo, normas compartidas y proceso de influencia mutua, entre otros) (Turner, 1985 **citado por:** Hogg y McGarty, 1990). Sin embargo, la teoría de la autocategorización incorpora el concepto de disponibilidad cognitiva en orden de considerar las variaciones del comportamiento endogrupal y además reconocer que los diferentes miembros del grupo podrían percibir el grupo de manera diferente dependiendo de la situación de estos al interior del mismo (Turner & cols, 1997 **citado por:** Hogg & McGarty, 1990).

Como hemos visto, existe una tendencia en los humanos a categorizarse entre ellos (y a sí mismos). Cuando la categorización implica la saliencia de la relación endogrupo-exogrupo, suele representar una ventaja del endogrupo (Reynolds, Turner & Haslam, 2000), entonces, a este nivel, la autocategorización resulta de

asociaciones más positivas y un punto de vista más benevolente hacia el “nosotros” (autocategorización), en comparación con el “ellos” (categorización de otros). Este fenómeno se agudiza, cuando al momento de categorizar, existe una percepción de homogeneidad exogrupal sustentada en la idea de “todos ellos son iguales”, lo que facilitaría el prejuicio hacia el otro grupo, con la excepción de algunas culturas colectivistas como la china que tienden a ver la homogeneidad endogrupal como algo positivo (Moghaddam, 1998). La investigación sugiere que esta tendencia a homogenizar el exogrupo y heterogeneizar el endogrupo, es el punto de partida para la formación de estereotipos (Kunda, 2001; Smith & Mackie, 1999; Fiske, 1998).

En palabras generales, se puede apreciar que la autocategorización, a pesar del proceso de despersonalización, suele ser menos estereotipada que la percepción de otros grupos, pues en comparación con ellos, la información poseída con relación al propio grupo, resulta mayor y más profunda lo que permite un mejor proceso de selección de aquella información que resulte acorde al propio grupo o categoría social.

3. Comparación social: nosotros versus ellos, la evaluación del desempeño de la categoría social.

La teoría de la identidad social propone que una identidad social específica es puesta en evidencia a través de la **comparación social** (Hinkle & Brown, 1990). Por su parte, la teoría de la comparación social de Festinger (1954), propone que las personas tenemos una tendencia a compararnos en dimensiones relevantes con otros individuos. Estas comparaciones sociales facilitan la autoevaluación de habilidades, opiniones y experiencia (Festinger, 1954 citado por: Abrams y Hogg, 1990). Lo anterior supone que sólo podemos conocer nuestro desempeño social (en diferentes contextos) tomando como referencia otros individuos o grupos.

Generalmente, en el ámbito de las relaciones intergrupales, la comparación ocurre entre el endogrupo y el exogrupo. Los deseos individuales de una autoevaluación positiva proveen la base motivacional para la diferenciación entre éstos. La diferenciación es considerada importante en dimensiones de un valor social general o de particular importancia para el endogrupo, como el estatus, el poder, la legitimidad de la situación social y la estabilidad de la situación social del grupo (Tajfel, 1984).

La comparación, como es de esperar, se da especialmente en dimensiones en las cuales el endogrupo es estereotipadamente positivo (Abrams & Hogg, 1990). El favoritismo respecto al propio grupo responde a la necesidad de mantener una diferenciación positiva del mismo. Esto es, que cuando se lleven a cabo comparaciones con otros grupos, se distinga el propio de forma positiva, pues ello tiene consecuencias para la autoestima del sujeto asociada a la pertenencia a una categoría específica. Un concepto clave es el de competición social definida por Turner (1975) como contrapropuesta a la competición instrumental o conflicto de intereses, y que tendría como meta el logro de una identidad social positiva. Ello se obtiene a través de lograr [sostenidamente] una diferencia favorable para el propio grupo en una dimensión positivamente valorada por consenso social. (Turner, 1975 **citado por:** Huici, 1999). En ocasiones los individuos y los grupos de personas tienden a identificarse con situaciones de logro triviales y poco estables en el tiempo. Como producto de este proceso podemos establecer una autoestima inflada. La autoestima, debe ser diferenciada del narcisismo y de la autoestima inflada (Baumeister, 1998) pues éstas, a diferencia de la primera, no reflejan un ajuste apropiado al medio y se manifiestan en reacciones agresivas y poco tolerantes.

Por otra parte, si un grupo no encuentra una dimensión de comparación favorable, entonces los sentimientos de desvalorización podrían incrementarse afectando la autoestima y el autoconcepto, lo que a su vez podría derivar en una **identidad social negativa**.

La comparación social, suele darse en múltiples dimensiones relevantes, entonces es de esperar que en algunas de ellas resulte una evaluación más favorable del exogrupo (Hinkle & Brown, 1990), aunque finalmente todo el proceso siempre otorgue una evaluación ponderada favorable al propio grupo. Sin embargo, en ocasiones la preferencia global del exogrupo se sustenta y se observa en una percepción más favorable del mismo en una serie de atributos relevantes como el estatus y el poder y en una autoestima no necesariamente consolidada en nuestro propio grupo; un agudo ejemplo de esto lo encontramos en la siguiente cita del cuento *Alienación* de Julio Ramón Ribeyro:

“A pesar de ser zambo y apellidarse López, quería parecerse cada vez menos a un zaguero de Alianza Lima y cada vez más a un rubio de Filadelfia. La vida se encargó de enseñarle que si quería triunfar en una sociedad colonial más valía saltar las etapas intermediarias y ser antes que un blanquito de acá un gringo de allá”. (p.262)

Si la identidad social es una consecuencia de la pertenencia a un grupo, su carácter positivo o negativo será consecuencia del resultado de la comparación de ese grupo con otros grupos relevantes en un determinado contexto social (Huici, 1999).

4. Identidad social negativa: la pertenencia insatisfactoria a una categoría social.

El concepto de **identidad social negativa**, es introducido al interior de la teoría de la identidad social como una herramienta que nos permitirá comprender qué ocurre en aquellos casos en donde el grupo o categoría social a la que pertenecemos no posee el poder, los recursos, el prestigio o el estatus deseado dentro del medio en que nos desenvolvemos.

Es importante tomar en cuenta este aspecto, pues dentro de ciertos contextos de relaciones intergrupales, es frecuente el caso de un grupo que tiene más recursos, poder, estatus y prestigio. Al interior de esa lógica, los grupos más poderosos generalmente persisten en mantener el sistema bajo la idea de “para qué cambiarlo si así estamos bien” (Crocker, Major & Steele, 1998). En ese sentido, el grupo “dominante” impone su propio sistema de valores e ideología y los grupos subordinados que son o que se sienten obligados a acatarlos en determinados contextos, podrían potencialmente adquirir una identidad social negativa, especialmente si los valores del grupo dominante son aceptados (Abrams & Hogg, 1990) y si además son distintos a los de los grupos dominados.

Según Tajfel y Turner (1986), la identidad social negativa resulta ser un riesgo potencial en el autoconcepto y la autoestima de los individuos que perciben una desventaja o una posición inferior del propio grupo en comparación con otro (Tajfel & Turner, 1986 **citado por:** Mummendey, Kessler, Klink & Mielke, 1999). Hablamos de un riesgo potencial pues la percepción de desventaja resulta ser una condición necesaria pero no suficiente para la aparición de esta autopercepción negativa. En todo caso, un grupo con una capacidad de ajuste, entendida como la adaptación saludable a su medio, va a presentar mayores recursos cognitivos y emotivos para evitar sentimientos de desvalorización hacia el propio grupo y comportamientos asociados a estos sentimientos.

Para eliminar la posibilidad de poseer o estar permanentemente en un grupo o categoría social con identidad social negativa, la teoría plantea algunas estrategias que los miembros de los grupos en desventaja llevan a cabo. Las estrategias planteadas por Tajfel y Turner (1979) son las siguientes:

- a) **Movilidad social del individuo:** que consiste en el abandono de un individuo del propio grupo (Huici, 1999; Moghaddam, 1998) este tipo de acciones pueden ejemplificarse en algunos casos de “arribismo” social, sin considerar un carácter evaluativo del término, en que una persona de bajos recursos desea acceder a una situación social (y un grupo) de mayor estatus, de manera individual.

La movilidad social del individuo como una estructura de creencia, sostiene que los límites entre los grupos son permeables y los individuos pueden pasar de un grupo a otro ya sea por elección o esfuerzo (Abrams & Hogg, 1990)

b) Creatividad social: que implica alterar los términos de la situación comparativa con el grupo ante el cual nos sentimos en desventaja. (Huici, 1999; Moghaddam, 1998) Este aspecto puede a su vez lograrse de distintos modos, entre los más importantes están:

- Buscar nuevas dimensiones de comparación sobre aspectos en las que el propio grupo no quede en desventaja (Howard, 2000; Huici, 1999; Moghaddam, 1998) El caso del voleibol peruano en la década de los años ochenta es un buen ejemplo de este proceso. En un país donde el fútbol siempre ha sido el deporte con mayor aceptación popular, el 'voleibol' ha logrado en ocasiones desplazarlo o reemplazarlo como el icono deportivo del Perú en el ámbito internacional. Evidentemente esta situación, sólo se ha dado en aquellos momentos en que la selección nacional de voleibol ha obtenido triunfos importantes internacionalmente; sin embargo, una vez que el nivel de competición en este deporte decae, el interés en el mismo como una nueva dimensión de comparación decae también.
- Modificar los valores asociados con ciertos atributos de grupo (Howard, 2000, Huici, 1999, Moghaddan, 1998), es decir, lo que

antes era negativo, ahora podría tener un carácter positivo; En el caso peruano un ejemplo de esto es la llamada “picardía” criolla, en la que el rompimiento de algunas reglas (en ocasiones por convención social) es un atributo socialmente aceptado a tal punto que aquél que no infringe las normas es percibido como tonto.

- Cambiar el exogrupo con el cual se hace la comparación. (Huici, 1999, Moghaddan, 1998) considerando que en este punto la comparación podría hacerse de dos maneras. La primera bajo la lógica de “ellos están tan mal o tan bien como nosotros” y la segunda esperando que el nuevo grupo con el cual nos comparemos se encuentre en desventaja ante el nuestro.

c) **Competición social:** consiste en superar al otro grupo en los aspectos en que anteriormente tenía ventaja.(Huici, 1999; Moghaddam, 1998).
Generalmente, este aspecto es resultado del esfuerzo colectivo.

Existen indicios para afirmar que la sensación de pertenecer a un grupo socialmente desvalorizado, genera sensaciones de frustración, un refuerzo en la imagen deteriorada del propio grupo (Mummendey, Kessler, Klink & Mielke, 1999; Huici, 1999; Banchs, Cadenas, Domínguez & Montero, 1993; Tajfel, 1984). y una visión pesimista del futuro, con pocas expectativas de lograr un cambio de la situación desventajosa o deficitaria en el mismo (Montero, 1996).

5. Otros contenidos asociados a la identidad social.

5.1 Influencia de la identidad social en el comportamiento.

Durante la últimas dos décadas, científicos sociales y del comportamiento han referido el rol del sí mismo y de la identidad social en las causas y consecuencias del comportamiento intergrupales con especial énfasis en temas relacionados con el conflicto entre grupos (Jussim, Ashmore & Wilder, 1999). En ese contexto, la teoría de la identidad social surge como una de las aproximaciones teóricas más importantes para la comprensión de las relaciones intergrupales en general y del comportamiento intergrupales en particular.

De acuerdo con la teoría de la identidad social, cuando las personas se perciben a sí mismas y a otros en función de su membresía a una categoría social, más que en términos de sus atributos individuales, sus comportamientos y reacciones están organizados en función de esas categorías. Es decir, cuando la autoimagen de uno como miembro de un grupo es saliente, este tenderá a comportarse como miembro del grupo (Abrams, 1990; Abrams & Hogg, 1990).

Pero no basta considerarse miembro de un grupo para legitimar nuestra pertenencia al mismo. Considerando que el autoconcepto (como parte de la

identidad social) se construye en comparación con los demás y tomando en cuenta las opiniones y reacciones de otros (Baumeister, 1998), entonces resulta necesario que un individuo se comporte bajo los patrones socialmente aceptados por los miembros de dicho grupo o categoría. Por ejemplo, no sería consistente que un miembro de la sociedad protectora de animales, maltratara a su mascota.

Uno de los temas más trabajados por la teoría de la identidad social en relación con el comportamiento intergrupar es el de la discriminación, entendida como el comportamiento asociado a buscar una diferenciación positiva de un grupo o categoría social distinta a la propia (Abrams, 1990). Como hemos referido anteriormente, ya sea que uno discrimina o es discriminado, nuestros autoconcepto y autoestima, se verán afectados.

Ahora, la identidad social, no sólo influye en nuestro comportamiento intergrupar, sino que puede ser apreciada como un importante referente de nuestro comportamiento intragrupal. Evidentemente este tipo de comportamiento va a variar tomando en cuenta nuestra autoimagen saliente (identidad personal versus identidad social), nuestra capacidad de auto enfoque (alto versus bajo), el dominio de atención (público versus privado), los posibles estándares en que nos podemos desenvolver (ninguno, rutinario, desinhibido, por normas generales, por normas locales, por normas endogrupales, por actitudes autodefinidas, por actitudes socialmente definidas, entre otros) para que finalmente se efectúe el comportamiento de acuerdo a las siguientes características: ninguno, rutinario, desinhibido, socialmente deseable, personalmente consistente, despersonalizado,

desinhibido, estereotipado, cumpliendo con el endogrupo, diferenciándose al interior del endogrupo, mostrando conformidad con las normas del endogrupo (Abrams, 1990).

5.2 Relación entre la identidad social y las orientaciones motivacionales y axiológicas.

El tema de valores representa otro de los aspectos relevantes al considerar nuestra pertenencia a un grupo. Es importante a tal punto, que resultaría prácticamente imposible de concebir que queramos identificarnos con un grupo o categoría social cuyos miembros tienen valores completamente diferentes a los nuestros. Por ejemplo, resultaría imposible concebir para un ateo militante, considerarse miembro del Opus Dei y viceversa.

Tomando nuevamente en cuenta que la identidad se valida con otros, el sentido de coherencia de la misma debe estar organizado de manera integral. De hecho un fuerte conflicto de valores al interior de un grupo puede determinar el abandono del mismo, o el temor a fuertes sanciones sociales por querer hacerlo. (Tajfel, 1984)

Por otro lado, hay indicios para pensar que las orientaciones motivacionales y axiológicas de algunas culturas facilitan o disminuyen la posibilidad de identificarse con el grupo de pertenencia (Markus & Kitayama, 1991). En sociedades cuyas orientaciones son colectivistas, la identificación con el grupo suele ser mayor (o al menos más evidente); Kashima & Kashima (1998)

encontraron que culturas en cuyo lenguaje se usan más pronombres en vez de nombres propios (por ejemplo: decir él en vez de Carlos) tienden a ser menos individualistas que aquellas culturas que priorizan el uso de los nombres propios. Este aspecto aparentemente irrelevante, muestra como la influencia de la cultura transmite los valores en la medida en que las personas reproducen su identidad a través del habla (Howard, 2000).

Sobre el mismo tema, en culturas individualistas, los aspectos más salientes de las experiencias emocionales son las reacciones internas (síntomas corporales, tono hedonista, reacciones subjetivas), apreciándose una expresión de atributos internos. Por el contrario en culturas colectivistas la representación del sí mismo, tiene sus raíces en la relación entre los sujetos al interior de un grupo, por lo que se tornan más sensibles a los aspectos externos y las relaciones sociales de la experiencia emocional (antecedentes sociales, comportamiento abierto y regulación). En la misma línea, culturas individualistas como la estadounidense, promueven la distancia, la autosuficiencia, la expresión del conflicto, su confrontación abierta, el trabajo instrumental y el logro como preferibles a la sociabilidad. De manera inversa, culturas colectivistas como la asiática (Markus & Kitayama, 1991), la andina (Ortiz, 2001), y la latinoamericana en general (Sánchez-Burks, Nisbett & Ybarra, 2000), enfatizan en relaciones interdependientes dentro de los grupos naturales, promueven la evitación del conflicto, la comprensión, la empatía afectiva, se expresan abiertamente los afectos positivos, que constituyen la base del mantenimiento de buenas relaciones interpersonales; y se refuerza asimismo, el escenario cultural de ser simpático

(Gissi, Zubieta & Páez, 2002; Kimble, Hirt, Díaz-Loving, Hosch, Lucker & Zárate, 2002) en una clara preferencia por la estabilidad y armonía del grupo sobre la persona, aún a costa de la satisfacción individual.

Brewer (1991) propuso la teoría de la diferenciación óptima (optimal distinctiveness theory), en la cual sugiere que los individuos están motivados a lograr un equilibrio entre la oposición de sus necesidades de asimilación (pertenencia a grupos) y diferenciación (manteniéndose independiente de los grupos). Para Triandis (1995) la evidencia sugiere que en culturas colectivistas las personas sienten la necesidad de establecer lazos muy fuertes con pocos grupos de pertenencia, mientras que en culturas individualistas las personas sienten la necesidad de tener una pertenencia más casual a muchos grupos, pero manteniendo una mayor independencia de cualquiera de ellos (Triandis, 1995 **citado por:** Moghaddam, 1998)

En relación con la manifestación de los valores, también hay que considerar que los miembros de ciertos grupos con orientaciones individualistas, tienden a presentar espontáneamente menos identificación con el propio grupo, pero cuando esta identificación se hace evidente; su comportamiento, suele estar más orientado hacia el beneficio del propio grupo que en miembros de grupos con orientaciones colectivistas. (De Cremer & Van Vugt, 1999)

5.3. Relación entre la **identidad social** y **nuestras actitudes y creencias**.

Algunas de nuestras **actitudes** son aprendidas socialmente. Asimismo, otras de nuestras actitudes se forman por comparación con los miembros de nuestro grupo de referencia (Sia, Lord & Lepper, 1999; Shaver, 1993 **citado por:** Baron & Byrne, 1999) lo que de alguna forma nos permite mantener cierto acuerdo con el mismo y evaluar si nuestra perspectiva es correcta y por ende socialmente aceptada. Por otra parte, Duck, Hogg & Terry (1998) han encontrado que al momento de procesar un mensaje, tiene más credibilidad y capacidad de influir en nosotros una fuente similar o que consideremos del propio grupo.

De hecho, algunas funciones de las actitudes nos permiten establecer que en alguna medida éstas se encuentra influenciadas por el grupo de pertenencia. Así, las actitudes permiten una valoración del objeto, lo que en términos de identidad social podría ser visto como la identificación y valoración de aquellos objetos que tienen implicancias favorables para el para el grupo; asimismo, las actitudes proveen un medio para expresar valores grupales, produciendo satisfacción en las personas y grupos generando efectos positivos en la autoestima y autoconcepto colectivos. Adicionalmente, las actitudes cumplen una función de ajuste social, en la cual median las relaciones entre individuos y grupos, produciéndolas, fortaleciéndolas o eliminándolas; finalmente, las actitudes cumplen con una defensa del sí mismo, que relacionado al tema del **prejuicio** y la desvalorización de otros individuos o grupos, refuerzan aspectos positivos de uno mismo o del grupo de pertenencia. Sin embargo, este intento de refuerzo de aspectos positivos no garantiza un impacto saludable en términos de autoestima, pues en ocasiones lo

que se produce es una autoestima inflada o una estrategia grupal de protección contra la autoestima baja, que a su vez refuerzan ideas y actitudes negativas que adquieren cierta estabilidad (entendidas como estereotipos y prejuicios respectivamente) y comportamientos discriminadores, en un efecto de bola de nieve.

Los **estereotipos** (como **creencias**) pueden ser definidos como un conjunto de atributos asignados a un grupo o categoría social y mantenidos por una persona en relación con su grupo social. Algunos estereotipos suelen ser generalizaciones sin fundamento (Moghaddan, 1998) Sin embargo, otros estereotipos, sí tienen un fundamento en la realidad (ya sea que la generalicen o la distorsionen) y eso les otorga gran utilidad en términos de aproximación cognitiva a nuestro medio social reduciendo el uso de recursos cognitivos para tal fin (Stangor, 2000). El prejuicio es el correlato afectivo del estereotipo y de acuerdo con Moghaddam (1998) este sería una actitud hacia otros basada solamente en la membresía a un grupo. De acuerdo con Stangor (2000) el prejuicio suele tener una carga afectiva negativa. En ese sentido, el racismo o el sexismo son ejemplos de formas de prejuicio asociados a categorías salientes como son la raza o el género respectivamente.

Los estereotipos implican una búsqueda selectiva de información que presenten una preferencia en la evaluación del propio grupo en comparación con el otro grupo, en un proceso que anteriormente hemos denominado sesgo endogrupal.

Los estereotipos y sobretodo los prejuicios provienen de las amenazas percibidas de otros grupos y como se refiere a manera de hipótesis, la aparición de la discriminación, que es el correlato comportamental del prejuicio, y de los prejuicios en sí, se puede interpretar como una estrategia de comparación que desvalore los atributos de otros grupos para resaltar y mantener las características positivas del propio grupo (Fein & Spencer, 1997; Abrams & Hogg, 1990) o para ocultar las características negativas del mismo (Ruggiero & Marx, 1999). Este automantenimiento del sí mismo se complementa con una autoestereotipia (autocategorización) selectiva en que se percibe al propio grupo de manera más positiva (Biernat, Green & Vescio, 1996).

Esta situación parece tener un impacto en la autoestima, en términos de inflarla (no consolidarla saludablemente); esto a su vez, significa una protección del sí mismo individual y colectivo. La discriminación suele aparecer como un elemento de reducción de culpa o fracaso. Así, Ruggiero & Marx (1999) encontraron que los miembros de un grupo de alto estatus, solían culpar a los miembros de grupos de estatus inferior de sus fallas. Por otra parte, Moghaddam (1998) refiere que existe un correlato entre el estado de ánimo de las personas y la manifestación del prejuicio e inclusive de la discriminación, observándose que ante sensaciones de malestar y amenaza percibida por parte de otros grupos, la prevalencia del prejuicio resulta mayor.

Se ha encontrado que los individuos víctimas del prejuicio y discriminación suelen aliviar la sensación de rechazo en un proceso de identificación con el grupo

de pertenencia, generalmente minoritario, o con personas que posean características similares a las suyas, sobre todo en aquellos casos en que se posee un atributo estigmatizante saliente (Branscombe, Schmitt & Harvey, 1999; Frable, Hoey & Platt, 1998; Baron & Byrne, 1998)

La estereotipia como proceso de identificación se basa en tres categorías principales que son la raza, el género y la edad. Sin sesgos, estas categorías adquieren importancia ya que son visualmente accesibles, significativas culturalmente y relevantes interaccionalmente. Generalmente, se aprecia un sesgo a favor de los varones (género), blancos (raza) (Biernat, Crandall, Young, Kobrunowicz & Halpin, 1998) y jóvenes (edad).

Pero por otro lado, no siempre las categorías resultan tan fáciles de identificar. Por ejemplo, Ortiz (1998) refiere que para el caso peruano, segregamos según nuestra imaginación, y añade que esto es producto de una percepción circunstancial y poco clara. Un claro ejemplo de esto se aprecia en la falta de consenso para decir quienes son cholos, blancos o mestizos, concluyendo que nuestra blancura o “choledad” no es de la piel, sino una categoría sociocultural (aunque, en este caso, secundariamente la piel pueda ayudar a confirmar o modificar una condición social).

Lo anterior se explica tomando en cuenta la afirmación basada en el paradigma del grupo mínimo (Tajfel, 1970) en la cual se sugiere que la categorización social y por ende la identidad social, resulta un antecedente suficiente para la

discriminación hacia otro grupo y el favoritismo hacia el propio (Gaertner & Insko, 2000; Stangor 2000). Esto implicaría que si creamos una categoría ‘cholo’, sin una definición racial o cultural clara (que es lo que ocurre en el Perú) nosotros implícitamente podríamos negarnos a ser parte de esa categoría que de por sí carga con una connotación negativa en el país y podemos huir exitosamente de dicha categoría al menos que en algún contexto específico, otras personas y miembros de otros grupos (e incluso del propio) confirmen nuestra pertenencia a la categoría cholo (aún contra nuestra voluntad).

Los estereotipos influyen en las relaciones intergrupales entre grupos de alto y bajo estatus. De hecho, las sospechas o creencias de los miembros de un grupo de alto estatus acerca de cómo son percibidos por miembros de grupos de bajo estatus (meta estereotipo), influyen en la manifestación de prejuicios. En primer lugar se encontró que sentirse estereotipado por parte del grupo de menor estatus está asociado con emociones negativas acerca de la interacción intergrupal, así como un decrecimiento en la claridad de la autoestima y el autoconcepto. En todo caso, se encontró que personas altamente prejuiciosas se sienten estereotipadas, mientras que las personas poco prejuiciosas sienten que ellos convergen en una impresión contraestereotipada (Vorauer, Main & O’Connell, 1998) siendo esta condición relevante ya que existen ligeros indicios de que algunas características de personalidad facilitan la pertenencia a determinados grupos con personas de características similares, especialmente en torno al tema del prejuicio (Pettigrew, 1958), relacionado a este punto tenemos que personas que se sienten estereotipadas por otras personas o miembros de categorías sociales distintas a las

propias suelen ser más prejuiciosas hacia aquellos con quienes supuestamente ocurre dicha interacción. (Stangor, 2000).



6. La identidad social como punto de partida para definir la identidad nacional.

Al igual que la identidad social, la identidad nacional puede convertirse en una abstracción difícil de aprehender, más aún si la nación que se investiga como categoría social se caracteriza por tener una condición pluriétnica y multicultural. (Vives, 1994).

Definir la identidad nacional, para el caso peruano, resultará una tarea complicada en la medida en que la misma continúe siendo una abstracción geopolítica, más que un compromiso cohesionado de pertenencia a lo peruano, que está aún por descubrirse (Yamamoto, 2000).

Lo anterior nos hace reflexionar sobre la imperante necesidad de definir un concepto preliminar de identidad nacional que permita analizar, sin perder la riqueza de los contenidos, los posibles resultados que encontremos para el caso específico peruano; no sólo en la muestra que compete al estudio actual sino en muestras que se utilicen en estudios posteriores.

Entonces, para la presente investigación proponemos la siguiente definición: “reconocimiento de pertenencia a la categoría social peruano y los contenidos asociados a dicha pertenencia”. Esta definición copia en esencia el concepto clásico de identidad social propuesto por Tajfel y como tal presenta limitaciones debido a su generalidad. Pero partiendo del mismo criterio propuesto por Tajfel (1972 **citado por:** Abrams & Hogg, 1990) una definición de éstas características nos permite iniciar el camino sin caer en relativismos culturales, étnicos, sociales o incluso individuales.

Sabemos que la pregunta de rigor no es sobre la existencia de una sola identidad nacional, sino, sobre la posibilidad de construirla y en caso positivo, de cómo concretarla sobre la base de una autoestima y un autoconcepto colectivos saludables (Yamamoto, 2000a). Para tal finalidad, esta definición es transitoriamente una buena alternativa pues nos permite dar el primer paso para conocer las imágenes, opiniones y representaciones sociales más típicas que la gente de una o varias culturas tiene de sí misma (Mendoza Pinto, 2002) con relación a su pertenencia a nuestra nación sin cometer sesgos previos al levantamiento de información.

La relación con nuestro medio social, nos hace pensar que el Perú y el ser peruano como categorías deben tener diferentes interpretaciones dependiendo del lugar donde evaluemos las mismas. En ese sentido, el presente estudio además de introducir una evaluación de la categoría social “peruano” plantea un análisis de la categoría social “triciclista”, que describe la actividad productiva que los

participantes en la investigación realizan en la ciudad de Juliaca. La introducción de la categoría “triciclista” como elemento de análisis se sustenta en dos razones principales.

La primera razón considera la relación de dos niveles de identificación en un sistema de categorías complejo (Huici, 1999) que nos permitan ocasionalmente entender aspectos de la teoría, que con el solo levantamiento de la categoría peruano no podríamos precisar.

La segunda razón escapa a los alcances de la presente tesis y se propone como un objetivo a largo plazo. La sugerencia en este sentido es evaluar la pertinencia de la definición establecida para la tarea propuesta. Así, quizás en el futuro, podamos comparar los resultados sobre identidad nacional que en esta ocasión obtuvimos en triciclistas con otros grupos o categorías sociales de interés (por ejemplo: estudiantes universitarios, empresarios, choferes de combi y otros más que nuestra imaginación nos permita establecer) relacionando como influyen algunas variables sociales, culturales o económicas asociadas a la categoría de base, en la percepción de la categoría peruano y en la construcción de la identidad nacional.

Si en el futuro resultara posible encontrar un denominador común compartido entre todos estos grupos acerca de lo que significa ser peruano, se podría intentar poner en marcha procesos para el reforzamiento o la construcción de una identidad nacional común, sustentada en el respeto a las diferencias puesto que no

se pretende definir una identidad nacional monolítica o excluyente, ya que eso sería una necesidad. Lo que se busca es identificar un pilar común a todos los peruanos que nos permita construir más adelante diversas concepciones de los que significa ser peruano que a la larga nos permitan poseer “autoconceptos” y “autoestimas” positivos. Esto último es especialmente importante, porque a pesar de los pocos o nulos antecedentes académicos que desde la perspectiva de la psicología social sugieren sobre qué variables se sustenta la identidad nacional y el ser peruano como categoría social, existen elementos empíricos que nos permiten observar que los contenidos asociados a esta categoría social no son muy halagüeños. Un ejemplo de esto es el resultado de un estudio de la empresa Apoyo Opinión y Mercado (2001), en la que se les preguntó a adultos jóvenes limeños sobre sus expectativas hacia el futuro del país. Encontrándose que una proporción considerable de éstos (38%) pensaba que la situación nacional sería igual o peor que en la actualidad, en una clara manifestación de uno de los rasgos de identidad social negativa que es la visión pesimista sobre el futuro. (Montero, 1996)

En síntesis, lo que se pretende es presentar un criterio metodológico que nos permita identificar cómo nos vemos como peruanos y que evaluación hacemos respecto a esta autopercepción. Para de ahí, tratar de rescatar las fortalezas de esta autopercepción y atacar las debilidades la misma.

6.1 Planteamiento del problema

Sabemos que difícilmente una investigación como la propuesta puede responder todas las preguntas o solucionar todos los problemas relacionados a la identidad nacional. Sin embargo, por lo anteriormente referido creemos que es importante dar con urgencia los primeros pasos en la enorme tarea de construcción (o reconstrucción de la identidad nacional) y esto pasa por un reconocimiento actualizado del problema que venimos confrontando con esta pertenencia.

Es entonces que como punto de partida nos planteamos la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo es la identidad social y nacional en una muestra de triciclistas de Juliaca?

6.1.1. Objetivos de la Investigación

La presente investigación tiene como objetivos:

1. Indagar si existe identificación social con la categoría social triciclista en la muestra estudiada.
2. Describir y analizar los contenidos asociados a la identificación social con la categoría social triciclista en la muestra estudiada.
3. Indagar si existe identificación social con la categoría social peruano en la muestra estudiada.

4. Describir y analizar los contenidos asociados a la identificación con la categoría social peruano en la muestra estudiada.



7. Metodología.

Estudios relacionados con el tema de la identidad nacional desde la perspectiva de la psicología social en nuestro medio, son escasos. En ese sentido, la presente investigación resulta ser una aproximación exploratoria de nivel descriptivo (Hernández, Fernández & Baptista, 1991) al tema de interés. Asimismo, la investigación es de tipo no experimental puesto que no hay manipulación de variables (Kerlinger, 1988), en ninguna de sus etapas.

El diseño de la investigación comprendió dos etapas de estudio secuenciales. La primera, de índole cualitativa estuvo orientada a obtener una descripción detallada del fenómeno de estudio, para una mejor comprensión del contexto y los significados asociados al mismo (Martínez, 1996). La segunda etapa, de índole cuantitativa, fue elaborada sobre la base de los resultados de la primera y estuvo orientada a asignar soporte estadístico y una descripción del fenómeno de estudio a partir de una muestra mayor.

7.1. Participantes.

Los participantes del estudio fueron varones entre los 15 a 65 años, que se dedican total o parcialmente a la actividad del triciclo en la ciudad de Juliaca.

El acceso a la población de triciclistas fue facilitado por el Centro de Promoción Urbano Rural de Juliaca, institución que patrocinó el estudio.

El muestreo de la fase cualitativa, fue de tipo no probabilístico accidental (Kerlinger, 1988) pues los casos fueron seleccionados en función a su disponibilidad (Fisher, Laing, Stoeckel & Townsend, 1995) al momento de asistir al servicio de comedor¹ y a los programas de capacitación para triciclistas del Centro de Promoción Urbano Rural de Juliaca. Un muestreo de las mismas características fue utilizado para la fase cuantitativa del estudio.

En la primera fase, la muestra estuvo conformada por 40 triciclistas, en la segunda fase la muestra la conformaron 200 participantes.

7.2 Instrumentos.

En la fase cualitativa del estudio, se utilizaron como instrumentos de recolección de datos (ver anexo 1), una ficha de datos y una guía de entrevista en profundidad semiestructurada (ver anexo 2). En la fase cuantitativa del estudio, se aplicó un cuestionario estructurado con opciones “cerradas” de respuesta (ver anexo 3).

7.2.1 Ficha de datos.

Una ficha de datos fue aplicada a los participantes de la fase cualitativa del estudio para recabar información personal y sociodemográfica de los mismos.

Los datos recogidos por el instrumento eran los siguientes: nombre (utilizado exclusivamente para evitar duplicidad de casos), edad en años, lugar de nacimiento, lugar de residencia, tiempo de residencia en Juliaca, nivel educativo, estado civil, número de hijos vivos, actividades a las que se dedica (además del triciclo), tiempo que trabaja como triciclista y afiliación al Centro de Promoción Urbano Rural de Juliaca. La aplicación de este documento se realizaba al final de la aplicación de la entrevista en profundidad, con la finalidad de evitar posibles sesgos en la misma, derivados de algunos datos sociodemográficos.

7.2.2. Guía de entrevista en profundidad

La guía de entrevista en profundidad estuvo compuesta por 42 preguntas abiertas que indagaban aspectos de la identificación social en tres niveles. Éstos niveles fueron: identidad social espontánea, identidad social como triciclistas y la identidad nacional.

El criterio de validez de la guía se subsume a la revisión teórica realizada para elaborar el marco conceptual de la investigación. En ese sentido, la evaluación de

¹ Los asistentes al servicio de comedor del Centro de Promoción Urbano Rural de Juliaca son triciclistas, éstos en su mayoría no son asociados a los grupos de triciclistas al interior de la institución.

la validez se asume en función de los resultados obtenidos, consistentes ciertamente con la teoría de base.

La confiabilidad de la entrevista, se controló a través de la aplicación piloto de la misma a 10 casos con personas de la población objetivo. Sobre los resultados obtenidos por esta aplicación se afinaron elementos lingüísticos para una mejor comprensión de la entrevista. Durante la aplicación del piloto, se seleccionó deliberadamente triciclistas de bajos niveles de escolaridad (sin educación o primaria incompleta), asumiendo que si éstos lograban comprender las preguntas de la entrevista, el resto de triciclistas entrevistados también lo podría hacer. Asimismo, se seleccionó triciclistas con niveles educativos altos con relación a la muestra (secundaria completa o educación superior), esperando que a través de sus respuestas (las cuales se esperaban fueran más complejas), se pudieran sugerir algunos elementos adicionales de indagación que previamente no hubiesen sido considerados.

El tiempo de duración de la aplicación de la entrevista iba de los cuarenta y cinco minutos a una hora y treinta minutos. En todos los casos se grabó la información, previo consentimiento de los entrevistados, para obtener sistemas de registro más confiables.

Una vez culminada la entrevista, el registro fue “desgrabado” por las mismas entrevistadoras, quienes entregaban el documento escrito y la grabación

correspondiente, para una supervisión de calidad de la información provista y los análisis correspondientes.

7.2.3 Cuestionario estructurado de formato cerrado.

El cuestionario estructurado aplicado en la fase cuantitativa, fue elaborado siguiendo la estructura de la guía de entrevista en los niveles de identidad social como triciclistas e identidad nacional.

Constó de 56 preguntas generales, que a su vez se desagregaban en 630 variables de análisis. Las opciones de respuesta introducidas en este cuestionario fueron extraídas del análisis de contenido de los resultados de la fase cualitativa. En ese sentido, es un cuestionario “ad hoc” para la población estudiada.

La única pregunta nueva en comparación con la entrevista en profundidad es: si tuviera la posibilidad de volver a nacer, ¿en qué país le gustaría hacerlo?.

En el cuestionario se encuentran hasta 3 tipos de preguntas:

Las preguntas generales, que eran de opción simple (sólo se podía marcar una respuesta) y que encabezaban un segmento de preguntas asociadas a la misma. Un ejemplo de estas preguntas sería:

pg. 18. Si tuviera la posibilidad, ¿dejaría de ser triciclista?		
	Si	1
	No	0

Las preguntas con escalas tipo Likert, que generalmente precedían a una pregunta general. Un ejemplo de éstas sería:

<i>Usted dejaría de ser triciclista:</i>					
		De todas maneras	Probablemente	difícilmente	De ninguna manera
19.1	Por mejorar	4	3	2	1
19.2	Por otro trabajo	4	3	2	1
19.3	Para evitar problemas de salud	4	3	2	1
19.4	Porque ya no tengo fuerza	4	3	2	1

Preguntas con estructura ipsativa: similares a las utilizadas para establecer la jerarquización de valores., en este tipo de preguntas, se esperaba que el encuestado vaya asignando distintos valores numéricos de manera excluyente entre distintos atributos a modo de establecer la jerarquía entre sus opiniones. Una pregunta de este tipo sería:

Pg15. Y de lo malo, ¿qué sería lo peor de ser triciclista?		
15.1	El maltrato de los pasajeros/personas	
15.2	Es un trabajo cansador	
15.3	Pasajeros inconscientes (pagan poco)	

Para este cuestionario, el criterio de validez también subsume la revisión teórica, e implica adicionalmente una validez aparente, que consiste en la observación de similitudes manifiestas que se han descubierto en las situaciones o respuestas cuya relación funcional se haya podido demostrar (Peak, 1992) en la teoría. En ese sentido, la validez del cuestionario no ha sido controlada a priori, sino corroborada (parcialmente) a posteriori con algunos aspectos de la teoría.

La confiabilidad del cuestionario de formato cerrado se controló a través de la aplicación de un piloto con 10 casos para evaluar y en caso necesario realizar mejoras orientadas a garantizar la comprensión del mismo. Como veremos en el capítulo de resultados, han existido algunas discrepancias en los tipos de respuesta observados entre el estudio cualitativo y el cuantitativo. Discrepancias atribuibles por Montero (1996) al sesgo en los tipos de pregunta realizadas: abiertas versus cerradas.

La aplicación de este cuestionario tomaba de cuarenta y cinco minutos a una hora y treinta minutos aproximadamente.

7.3. Procedimientos de campo.

7.3.1 Fase cualitativa.

El levantamiento de información de la fase cualitativa se realizó durante el mes de Junio del 2002 y se contó con la participación de tres entrevistadoras especialmente capacitadas para realizar esta actividad.

Las entrevistas se realizaron en el local institucional del Centro de Promoción Urbano Rural de Juliaca, que garantizaba las condiciones de comodidad para la realización adecuada de las entrevistas.

La convocatoria de los participantes era realizada por personal del Centro de Promoción Urbano Rural de Juliaca, quienes captaban a los triciclistas que acudían a diversas actividades en las instalaciones de la institución. La

convocatoria de los triciclistas podía ser inmediata (si el triciclista refería tener tiempo en ese momento), o se podía concertar una cita con el mismo para otro momento.

Personal del CPUR presentaba a los entrevistadores ante los triciclistas con la siguiente consigna: *“Buenos días, tardes señor _____ hoy venimos a visitarlo con la señora _____ quien están trabajando aquí en el Complejo haciendo unas entrevistas sobre la vida cotidiana en la comunidad, y nos gustaría ver si estaría dispuesto a conversar con ellos (...) Bueno, señor _____, por qué no se presenta usted mismo y nos cuenta algo sobre usted”*. La consigna aludida implicaba el punto de partida de la entrevista, en el tema de la identidad social espontánea. Posteriormente el responsable del CPUR se retiraba y la entrevista proseguía.

Una vez culminada la entrevista, la entrevistadora procedía a llenar la ficha de datos del triciclista.

7.3.2 Fase cuantitativa.

El levantamiento de información de la fase cuantitativa se realizó entre los meses de noviembre del 2002 y enero del 2003, contándose para esta etapa con tres encuestadoras especialmente capacitadas para la actividad.

Las encuestas también fueron realizadas en las instalaciones del Centro de Promoción Urbano Rural de Juliaca, pero la convocatoria de los encuestados dependió directamente de las encuestadoras.

El reclutamiento de los encuestados fue similar al de la etapa cualitativa, aunque en ocasiones, hubo que reclutar triciclistas que pasaran por la calle (sobre todo en aquellos momentos en que habían pocos triciclistas en las instalaciones del CPUR) para hacer las encuestas.



8. Resultados y discusión.

El presente acápite consiste en la presentación simultánea y complementaria de los resultados obtenidos en las fases cualitativa y cuantitativa del estudio.

Es importante aclarar que los resultados de la fase cuantitativa asociados a variables que describen atributos están generalmente presentados como promedios de escalas cuyos valores están entre los 1 y 4 puntos. En menor medida, algunos análisis descriptivos son presentados en términos porcentuales. Por otro lado, análisis estadísticos más complejos son descritos al momento de ser introducidos en el presente capítulo.

El análisis cualitativo por su parte, refiere tendencias preliminares de la percepción de los triciclistas en función al análisis de contenido, el cual posteriormente sirve para sustentar interpretaciones inferidas del análisis cuantitativo

8.1. Características sociodemográficas.

8.1.1. Fase cualitativa.

La muestra de la fase cualitativa de investigación, estuvo conformada por 40 participantes, todos varones, cuyas edades se encontraban entre los 21 y 56 años, con una edad media de 35 y una mediana de 32 años.

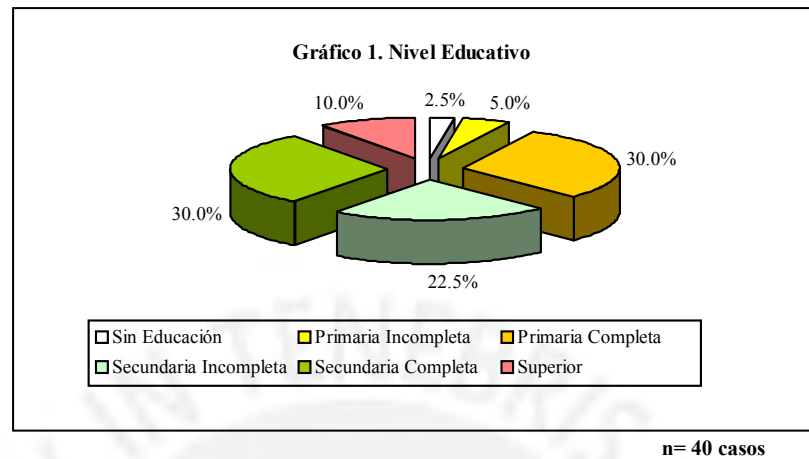
La mayoría de los entrevistados (92.5%) reside permanentemente en Juliaca. El 7.5% restante lo hace de manera compartida entre Juliaca y su lugar de origen. Generalmente, el retorno al lugar de origen responde a la necesidad de realizar actividades agropecuarias o comerciales.

El 90% de los entrevistados, refiere haber migrado a Juliaca de diversas provincias, principalmente del departamento de Puno. Es importante resaltar que sólo uno de los entrevistados refiere haber nacido en la ciudad de Juliaca, lo que hace pensar que la actividad del triciclo es casi exclusiva de la población migrante de bajos recursos.

El tiempo de residencia en Juliaca es variable y fluctúa entre los meses (menos de 1 año) y los 44 años, con una media de 10 años y una mediana de 8.

En cuanto al nivel educativo, se encuentran entrevistados que no han recibido educación (2.5%), entrevistados que han logrado cursar sólo la primaria (35%), participantes que han cursado la secundaria (52.5%), y finalmente aquellos que

han accedido a educación superior (10%). La siguiente gráfica presenta una descripción más detallada del nivel educativo de los participantes:



En cuanto a la actividad productiva, el 50% de los entrevistados se dedica exclusivamente al triciclo. Un 40% refiere dedicarse mayormente al triciclo pero suele compartir esta actividad con otras (especialmente la agricultura, el comercio y la construcción civil) y finalmente un 10% de los entrevistados refiere que el triciclo es un complemento de otras actividades productivas.

En cuanto al tiempo que los participantes llevan dedicándose a esta actividad, se puede apreciar una gran dispersión en los resultados, que van desde los meses (menos de 1 año) hasta los 30 años, con una media de 6 y una mediana de 3 años. Esto último nos hace pensar que la actividad es relativamente reciente en la mayoría de los entrevistados y parece coincidir con el incremento de triciclistas observado² en los últimos años.

Finalmente, de los entrevistados un 38.9% menciona estar asociado al Centro de Promoción Urbano y Rural de Juliaca, organización no gubernamental que patrocinó el presente estudio.

8.1.2. Fase cuantitativa.

En la segunda fase del estudio, se aplicó un cuestionario a 200 participantes, todos varones cuyas edades iban de los 15 a los 65 años, con una media de 34 años.

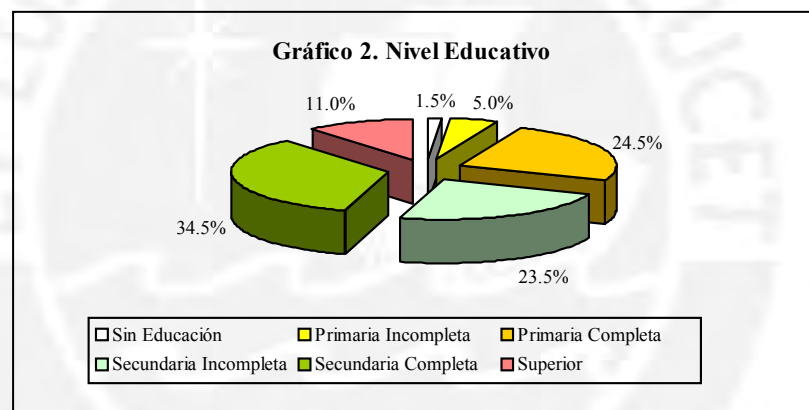
El 77.4% de los participantes refirió vivir exclusivamente en la ciudad de Juliaca, un 21.1% expresó que vivía la mayor parte del tiempo en Juliaca, pero que además se trasladaba a otros lugares temporalmente y sólo el 1.5% de la muestra mencionó que vivía la mayor parte del tiempo en un lugar distinto a Juliaca.

En cuanto al lugar de nacimiento, sólo un 17.5% de los encuestados refiere ser oriundo de Juliaca, el 82.5% restante es en su mayoría migrante de provincias del departamento de Puno (incluidos algunos distritos de la provincia de San Román) lo que corrobora la presunción que la actividad es realizada mayormente por población migrante de bajos recursos.

²El incremento observado ha sido referido por el Centro de Promoción Urbano Rural de Juliaca (CPUR), institución a través de la cual se realiza un seguimiento a la población de triciclistas.

El tiempo de residencia en la ciudad de Juliaca resulta variable, observándose casos que van desde los meses (menos de 1 año) hasta los 47 años de residencia, con una media de 13 años.

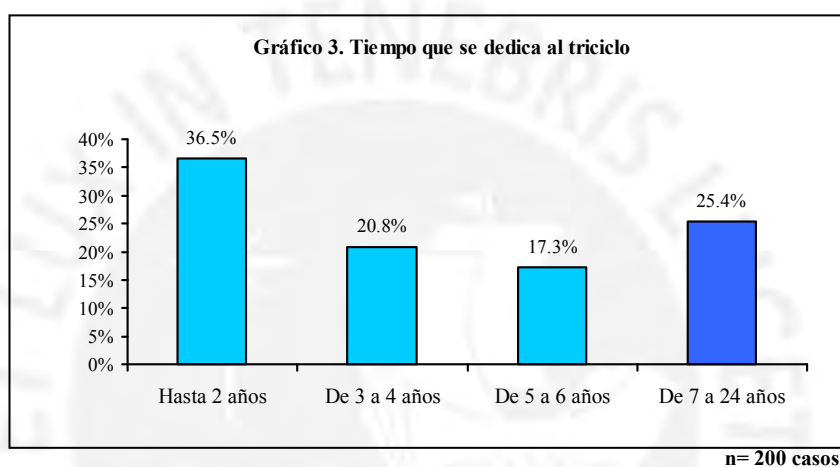
En relación con el nivel educativo, se aprecia cierta dispersión en los resultados. Así, un 1.5% de los participantes no cuenta con escolaridad, un 29.5% tiene nivel primario y un 58% nivel secundario. Además, un 11% refiere haber alcanzado educación superior. La siguiente gráfica refleja de manera más detallada la situación educativa de los participantes:



n= 200 casos

En cuanto a la actividad productiva, el 47.6% de los encuestados refirió dedicarse exclusivamente al triciclo; un 44% mencionó que se dedicaba mayormente al triciclo pero que complementaba esta actividad con otras. Finalmente, el 8.4% restante refirió que el triciclo era una actividad complementaria a otro trabajo (generalmente el comercio, la construcción civil o algunas actividades agropecuarias).

El tiempo que llevan dedicándose a la actividad del triciclo, va desde los meses (menos de 1 año) hasta los 24 años, con una media de 5 años. Al igual que en la fase cualitativa del estudio, los resultados que presenta la siguiente gráfica nos hacen pensar que esta es una actividad cuyo incremento de participantes es un fenómeno de los 6 últimos años, período de tiempo sobre el cual un 74.6% de la muestra refiere haberse iniciado en la actividad.



Finalmente, en relación con el tema de la afiliación; encontramos que el 18.5% de los encuestados se encuentran asociados al Centro de Promoción Urbano Rural. Asimismo, encontramos que un 19.5% de la muestra se encuentra afiliado a algún comité o paradero de triciclistas de la ciudad.

8.2. Identidad social espontánea.

Durante la fase cualitativa del estudio se indagó con los participantes por aquellos grupos o categorías con los que presenten algún nivel de identificación. Así, se realizaron dos preguntas que con fines de análisis se integran en este punto. En la primera, se les pedía a los entrevistados que se presentaran y que nos

contaran algo sobre ellos que les pareciera relevante; en la segunda, se les preguntaba directamente sobre las personas o grupos con que solían juntarse y se indagaba sobre algunos aspectos de esta relación.

Los niveles de identificación hallados para la primera pregunta se presentan en las siguientes categorías, en orden descendente por cantidad menciones:

- 1) **Identidad Individual**, que corresponde a una autopresentación dando su nombre y en ocasiones su apellido.
- 2) **Triciclista**, esta categoría corresponde a una autopresentación relacionada con la actividad que habitualmente realizan y que adicionalmente fue motivo de su convocatoria.
- 3) **Lugar de Residencia**, la aparición espontánea de esta categoría refiere un nivel de proximidad al barrio o vecindario.
- 4) **Lugar de Origen**, esta categoría refiere un nivel de proximidad principalmente con la ciudad o comunidad de origen.
- 5) **Pertenencia al Complejo Socio Cultural**³, esta categoría está referida a la membresía al Centro de Promoción Urbano Rural de Juliaca, institución que convocó a los participantes y que como refiriéramos previamente, patrocinó el presente estudio. Esta categoría principalmente apareció en triciclistas asociados a dicha institución. En el caso de los participantes no asociados, se identificó una categoría

³ Las instalaciones del Centro de Promoción Urbano Rural de Juliaca, son reconocidas por los triciclistas como el Complejo Socio Cultural.

que no implica la pertenencia sino el *deseo de pertenecer al Complejo Socio Cultural*.

- 6) *Familia*, esta categoría aparece haciendo alusión al rol familiar (principalmente de padre) y las responsabilidades con la misma.

Entre otras respuestas, aparecieron la *asistencia al comedor del Complejo* y la referencia de *otro trabajo* y *otra profesión*. Es importante mencionar que las categorías no resultan ser excluyentes razón por la cual, generalmente, un individuo se autopresentaba en más de una.

Más adelante, cuando se preguntaba directamente a los individuos sobre las personas o grupos con las cuales se juntaban se identificaron las siguientes categorías como las más importantes:

El 60% de los entrevistados refirió juntarse con *triciclistas en general*, de éstos un 18.6% expresa su relación con un *grupo al interior del Complejo*⁴ y un 10.2% hace lo propio con una *asociación o comité de triciclistas*.

Una segunda dimensión está relacionada con *los vecinos y el barrio*, referida como categoría de identificación por un 45% de los entrevistados.

La familia (43%) es otra de las instancias relevantes. Generalmente se inicia en la identificación con la familia nuclear y se complementa con algunos parientes

(tíos, primos, cuñados, etc) importantes para el entrevistado. De acuerdo con Arellano (2000), la familia es uno de los aspectos más importantes en siete de nueve segmentos identificados por el autor en los estilos de vida más representativos de los peruanos.

Algunos entrevistados expresan categorías más amplias como los *amigos* (33%), que socialmente es difícil ubicarla en un contexto específico ya que corresponde a varios. Por ejemplo, es posible que un triciclista tenga amigos en su barrio o en el trabajo, y aunque no necesariamente todos los amigos pertenecen a un mismo círculo social, la categoría es la misma para todos.

Por otra parte, un 14% de los entrevistados suele participar en *grupos religiosos*, principalmente de orientación evangélica o adventista.

Luego, un 10% de los entrevistados refiere su contacto con *paisanos*, que además pueden ser amigos, vecinos o compañeros de trabajo entre otros. Esta asociación con paisanos resulta interesante pues puede observarse como el mantenimiento de los vínculos con la comunidad en la ciudad refuerza elementos colectivistas, propios de la cultura andina de base.

Otras categorías encontradas son: *conocidos* (7%), *compañeros de estudio* (7%), *profesionales/ gente superior a uno* (7%), *personas buenas* (5%), *banda musical* (5%) entre otras de menor mención.

⁴ El Centro de Promoción Urbano Rural de Juliaca trabaja en proyectos de capacitación y desarrollo con triciclistas asociados a la institución en grupos de aproximadamente 15 personas. El

De las categorías encontradas son tres las que han proveído de información más completa en términos de identidad social. Éstas son: 1) *los triciclistas* (que será tratada en un capítulo aparte); 2) *los vecinos y el barrio*, y 3) *los amigos*.

8.2.1. Los vecinos y el barrio como elementos de identificación social

De manera general, algunos entrevistados mencionaban “el barrio” como un punto de referencia que los podría identificar socialmente. Así, testimonios como los siguientes, “*Mi nombre es R.M.A. Soy del barrio 9 de octubre*” o “*Yo me llamo V.M y vivo por la salida a Puno (...)por la urbanización concordia*” resultaron frecuentes en las entrevistas a profundidad.

En relación con el barrio, se han identificado dos niveles de proximidad que corresponden a distintas metas e intereses compartidos.

La primera aproximación, la denominaremos *vecindad extensa* y contiene la necesidad de organización vecinal para lograr de manera conjunta una serie de beneficios que individualmente no se podrían conseguir. En ese sentido, es frecuente encontrar que los entrevistados refieran participar de reuniones vecinales con la finalidad de promover la ejecución de obras de infraestructura, saneamiento y servicios en el barrio, tal como lo refiere el siguiente testimonio: “*... ahora nos estamos reuniendo para pedir mercado y para esas cositas nomás, a veces [nos reunimos] nomás para pedir apoyo*” .

contacto de estos grupos con el CPUR es constante.

En esta primera aproximación se aprecia una necesidad de afiliación que satisfaga fines pragmáticos. Esta aproximación puede atenuarse si se logran concretar los objetivos en común y no se encuentran nuevas metas que compartir, tal como se aprecia en la siguiente cita: *“Casi ya no hay [metas en común] porque a veces cuando recién compramos terrenito, así por los servicios nos reuníamos estrictamente. De ahí cuando lo completamos todo eso hay veces también ya no tienen interés [de reunirse] ni del aniversario del barrio”*.

El segundo nivel de identificación observado, al cual denominaremos **vecindad nuclear**, no ocurre con todos los vecinos o todo el barrio, sino con aquellos percibidos como más cercanos, vecinos con quienes se logra establecer un vínculo de confianza; aquellos a quienes se les puede pedir un favor y a quienes se les debe hacer el favor cuando lo necesitan. En este segundo nivel de afiliación se aprecia también una finalidad pragmática, pero con vínculos emocionalmente más sólidos y duraderos. En este nivel, los entrevistados refieren juntarse con los vecinos buenos (reconociendo implícitamente el hecho de que también existen vecinos malos). Un vecino bueno se define como aquella persona que es respetuosa y confiable, que no hace escándalo y que no es borracha, que es trabajadora. Lo que a su vez refiere alguna preferencia por aquellas personas con las cuales los entrevistados perciben cierta homogeneidad endogrupal.

La fuerte orientación colectivista observada como característica de ambos niveles de identificación con el barrio tiende a formar y mantener relaciones sociales por el bien común al interior del mismo. En este punto, es importante

detenerse a pensar en la importancia social y cultural que se le asigna al barrio en el Perú. Esta situación parece trascender a la muestra estudiada y podría tener su origen en el carácter colectivista de las culturas locales (especialmente la cultura andina) en donde, por ejemplo, en una comunidad, el sujeto está subordinado a la relación social (Ortiz, 2000; Ortiz y Yamamoto, 1999). Asimismo, la importancia del barrio puede identificarse en contextos urbano marginales, e incluso delictivos como el descrito por Pérez Guadalupe (1994) en su etnografía “Faites y Atorrantes”.

8.2.2. Los amigos como facilitadores de la identidad social

Como mencionáramos anteriormente, los amigos conforman una categoría social que no suele estar adscrita a un solo contexto, sino que debe ser entendida en función a otras categorías observadas.

Un individuo puede hacer y tener amigos en el barrio, en el centro de estudios, en el trabajo, etcétera. Lo que convierte a la categoría, en una característica de otras categorías.

Los triciclistas entrevistados, suelen realizar distinciones bipolares y así como tuvimos una distinción entre los vecinos buenos y los malos, existen amigos buenos y amigos malos (éstos últimos al final no resultan ser tan amigos). Los amigos buenos, al igual que los vecinos buenos, son respetables, trabajadores, no son borrachos y te ayudan cuando lo necesitas, en términos de conveniencia

pragmática, un amigo muy bueno puede llegar a convertirse en compadre, asumiendo otro estatus dentro de la relación amical.

Con los amigos, se comparte tiempo libre, apareciendo como una actividad especial el fútbol. En otras ocasiones dicen los entrevistados que uno *“puede tomarse una gaseosita con los amigos y se habla de deportes, de política o de cómo va el trabajo”*.

En general, se aprecia una preferencia y actitudes más positivas hacia la pertenencia a una categoría social, donde hayan amigos. En ese sentido, la presencia de amigos al interior de un grupo o categoría social, estimula su saliencia e intensifica los sentimientos positivos hacia la misma. Un buen ejemplo de esto lo presenta un entrevistado, en cuyo caso, sobresale la pertenencia a su grupo musical más que la pertenencia a otros grupos o categorías sociales y cuya preferencia por este grupo se expresa en las siguientes líneas: *“Yo soy de la banda Super Rumba Armonía (...) en general ellos son buenos, son de bromas todos y todos somos jóvenes, todos nos comprendemos...”* .

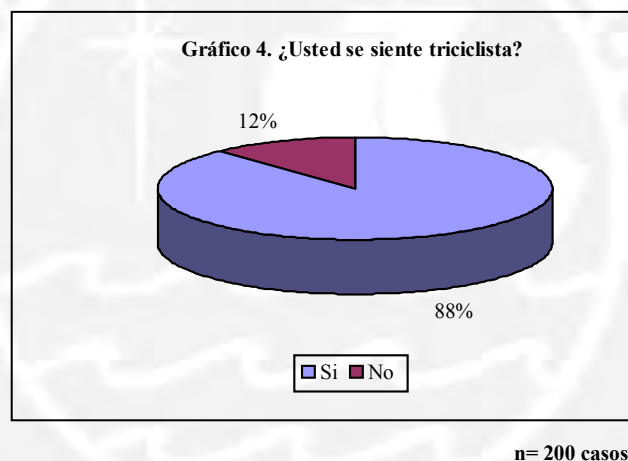
En el caso de la muestra estudiada, se puede establecer que las relaciones amicales se suelen dar con grupos de personas con quienes se perciba cierta similitud, especialmente en los atributos positivos. Esto ocurre porque aquí también existe una valoración positiva de la homogeneidad endogrupal.

Por otra parte, algunos entrevistados buscan mejorar su posición social a través de la búsqueda de amigos que pertenezcan a grupos o categorías sociales de mayor estatus en una clara estrategia de movilidad social (Tajfel & Turner, 1979).

8.3. Identidad social en triciclistas.

8.3.1 Pertenencia a la categoría social triciclista.

En la fase cualitativa del estudio la pertenencia a la categoría triciclista surgió mayoritariamente de manera espontánea y en la fase cuantitativa del mismo, un 88% de los encuestados refirió sentirse parte de esta categoría social tal como lo muestra el siguiente gráfico:



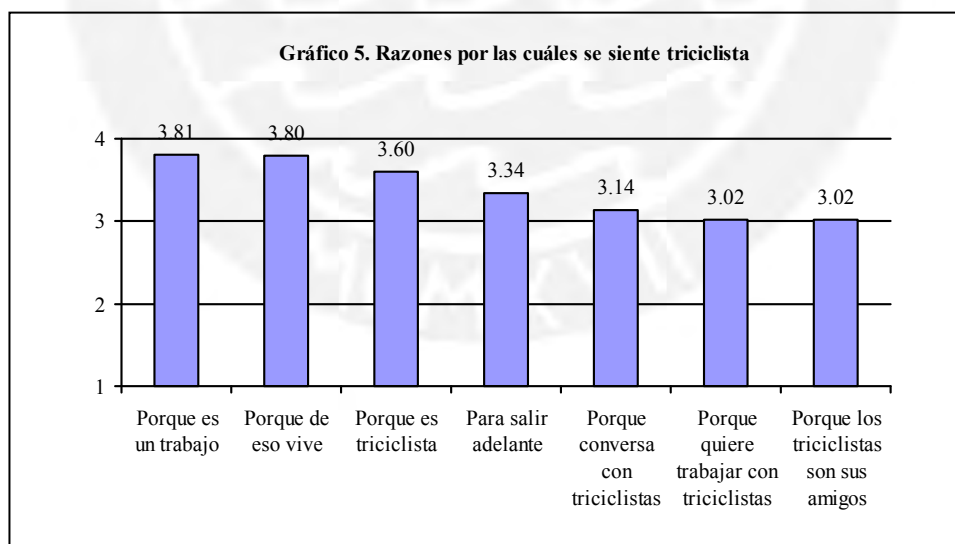
Las razones referidas por los participantes en la fase cualitativa del estudio acerca de porqué se sienten triciclistas, son descritas en el siguiente cuadro:

Cuadro 1. Razones por las que se siente triciclista

#	Razón
1	porque es un trabajo.
2	porque de eso vive.
3	porque es triciclista.
4	para salir adelante.
5	porque conversa con los triciclistas.
6	porque quiere trabajar con triciclistas.
7	porque los triciclistas son sus amigos.
8	porque le gusta trabajar en triciclo.
9	porque quiere trabajar en triciclo.
10	porque está asociado a un grupo o comité.

n= 40 casos

De las 10 respuestas mencionadas y sobre la base de los resultados de la fase cuantitativa del estudio, se seleccionaron como las más importantes, aquellas razones que en una escala del 1 al 4, donde uno era el total desacuerdo con la alternativa y 4 era el total acuerdo con la misma, tuvieran valores promedio iguales o mayores que 3, obteniéndose bajo este criterio las 7 respuestas que se pasan a describir en el siguiente gráfico de acuerdo a su orden de importancia:



n= 200 casos

El gráfico nos muestra que las razones por las cuales los triciclistas se identifican con la categoría, parecen estar más motivadas por la necesidad que por

el deseo. De las 7 características relevantes; 3 de las 4 primeras razones, están directamente relacionadas con la necesidad de tener un trabajo y una fuente de sustento o progreso. Sin embargo, las tres últimas razones sí presentan elementos positivos de la identificación, como querer ser parte del grupo o disfrutar pertenecer al mismo.

Los elementos positivos antes descritos parecen reforzar la identidad social. Mientras tanto, la ausencia de elementos negativos que justifiquen la pertenencia a la categoría triciclista podría interpretarse como un producto de lo que se denomina sesgo endogrupal y que consiste en una visión estereotipadamente favorable del propio grupo con la finalidad de no percibirlo de manera deficitaria.

La mayoría de los triciclistas que participaron del estudio, se identifican con la categoría en cuestión. Sin embargo, el hecho de juntarse con otros triciclistas (como un comportamiento concreto), está determinado por el tipo de triciclistas que ellos perciban ser. Sobre la base de esto, el estudio cualitativo permitió establecer dos tipologías de triciclista.

La existencia de las dos tipologías previamente referidas con relación a la categoría triciclista corresponde a la introducción de lo que la teoría de la autocategorización denomina disponibilidad cognitiva. La disponibilidad cognitiva permite a los triciclistas identificarse como algo homogéneo a la vez de considerar las variaciones del comportamiento endogrupal y reconocer que los diferentes miembros del grupo podrían percibir la categoría de manera diferente

dependiendo de la situación de estos al interior de la misma (Turner & cols, 1997 **citado por:** Hogg & McGarty, 1990).

8.3.1.1. Tipología 1: triciclistas buenos y triciclistas malos

La primera tipología, se establece en función a un criterio dual que es aplicable a otras categorías (como vecinos y amigos). Esta comprende la existencia de *triciclistas buenos* y *triciclistas malos* y existe consenso al referirla. Desde la perspectiva de los entrevistados, *“los buenos [triciclistas], consideran a la persona adulta, respetan a los mayores, no hacen tanta bulla con su claxon, [y] esas cositas”* mientras que *“los malos son aquellos triciclistas que a veces las personas se olvidan sus cosas en el espaldar, no se lo devuelven, se lo llevan, también chocan por ahí”*.

Los triciclistas malos, según los entrevistados, son una minoría, pero han generado una imagen negativa de los triciclistas en general. Este aspecto parece haber originado que la población de Juliaca los considere como un grupo socialmente desvalorizado que suele estar conformado por gente mal educada, ociosa y agresiva, que en ocasiones llega a robar a los clientes tal como lo refiere el siguiente testimonio: *“los triciclistas rateros y como esos no [debemos ser] por[que] eso nos hacen quedar mal a nosotros y por eso nos dicen taxi cholos y así”*.

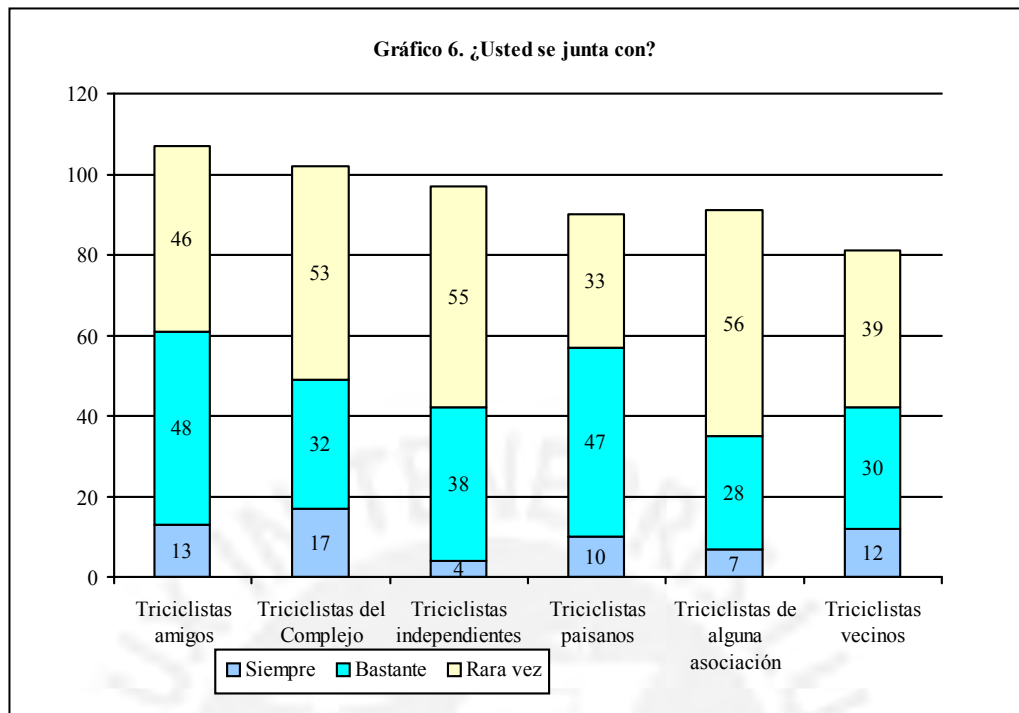
En general, es esperable que la identificación sea con los triciclistas buenos y que mayormente los entrevistados refieran juntarse con ellos; ya sea por deseabilidad social o por autoprotección del sí mismo.

8.3.1.2. Tipología 2: Seis subcategorías de triciclistas⁵.

La segunda tipología, establece que la categoría triciclista, contiene 6 subcategorías, entre las que podemos identificar las siguientes: *triciclistas amigos*, *triciclistas del Complejo*, *triciclistas paisanos*, *triciclistas independientes*, *triciclistas vecinos* y *triciclistas de alguna asociación*.

El estudio cualitativo refleja que las subcategorías presentadas no son excluyentes entre sí, razón por la cual, un entrevistado puede pertenecer a varias de ellas en un mismo período de tiempo, e incluso la relación entre estas subcategorías puede resultar tan intensa que sería difícil desagregarlas en la realidad. Así por ejemplo, existe evidencia que algunos triciclistas de la misma comunidad o ciudad (paisanos), se asocian en conjunto al Centro de Promoción Urbano Rural y además entre ellos se establece un vínculo amical sólido. En ese caso, estaríamos ante triciclistas que son paisanos, asociados al CPUR y amigos a la vez.

El siguiente gráfico, presenta el número de personas que refieren juntarse con miembros de alguna de las subcategorías referidas y la frecuencia con que se da este comportamiento:



n= 200 casos

El gráfico tiende a corroborar una mayor frecuencia en el contacto con triciclistas que sean amigos, lo que refuerza la idea de que la amistad al interior de un grupo o categoría social estimula la identificación con la misma.

8.3.1.3. Razones para juntarse con otros triciclistas.

La fase cualitativa del estudio, nos permite reconocer aquellas razones por las cuales los entrevistados se juntan con otros triciclistas.

Entre las respuestas obtenidas, se observan razones asociadas a la amistad que fortalecen la identificación con la categoría triciclistas en un sentido positivo.

⁵ Es importante aclarar que la definición de las subcategorías de triciclistas son resultante del análisis de la fase cualitativa del estudio. Asimismo, los datos estadísticos asociados a estas

Entre estas razones se encuentran que se juntan entre ellos: *por conversar/ pasar el rato, por amistad, porque se ayudan, porque se dan importancia⁶ y por el deporte.*

Otras respuestas tales como: *porque son ordenados en el paradero, para negociar con autoridades y para obtener préstamos*, reflejan motivaciones pragmáticas al momento de juntarse con otros triciclistas.

En la fase cuantitativa del estudio, un análisis de regresión lineal permitió establecer que no todas las razones referidas resultaban relevantes para explicar porqué un triciclista se juntaba con miembros de alguna de las subcategorías propuestas.

Al respecto, sólo dos de las seis subcategorías propuestas generaron modelos de regresión lineal que permitieran concluir cuáles eran las razones de asociación más relevantes para cada caso. Estas subcategorías fueron: triciclistas del Complejo y triciclistas de una asociación o comité.

Para la subcategoría triciclistas del complejo, el modelo de regresión lineal identificó como variables relevantes las siguientes:

subcategorías corresponden al análisis de la fase cuantitativa del estudio.

⁶ El *darse importancia* sugiere desde la perspectiva de Branscombe, Schmitt & Harvey, (1999) la necesidad de aliviar la sensación de rechazo que los triciclistas pudieran sentir como miembros de un grupo socialmente estigmatizado.

Cuadro 2. Razones relevantes para juntarse con triciclistas del Complejo

Razón	Beta	t	Sig.
Son ordenados en el Paradero	.157	1.897	.061
Para obtener préstamos	.295	2.089	.039
Porque se ayudan entre ellos	.371	2.828	.006

R Cuadrado =.389
n= 102 casos

Estos resultados proponen una aproximación netamente pragmática al momento de juntarse con triciclistas del Complejo. Siendo el *orden en el paradero*, la *obtención de préstamos* y la *ayuda mutua*, los mejores predictores al momento de establecer la asociación entre los triciclistas de esta subcategoría. Esto más allá del discurso de los propios triciclistas.

En el caso de los triciclistas de un comité o asociación, los resultados del modelo de regresión lineal son similares, identificándose las siguientes razones como los mejores predictores para que los triciclistas de esta subcategoría se junten entre ellos:

Cuadro 3. Razones relevantes para juntarse con triciclistas de una asociación o comité

Razón	Beta	t	Sig.
Son ordenados en el Paradero	.346	3.602	.001
Para conversar pasar el rato	.200	1.670	.099

R Cuadrado =.309
n= 91 casos

Nuevamente se aprecia una tendencia a juntarse con otros triciclistas por razones pragmáticas como principal explicación de dicho comportamiento.

Para el caso de los triciclistas que refieren juntarse con miembros de las otras subcategorías, el análisis de regresión lineal no permitió identificar claramente

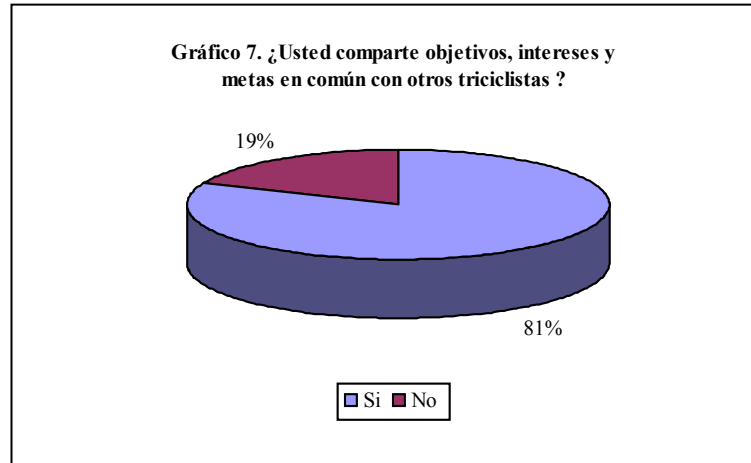
modelos predictores de dicho comportamiento a través de las razones presentadas en el cuestionario.

Sin embargo, los resultados anteriores (aunque de manera limitada) nos sugieren que los triciclistas se juntan entre ellos y se identifican con la categoría y sus subcategorías más por la necesidad que por el deseo. Así, un triciclista no se identifica con la categoría porque inicialmente desea hacerse amigo de otros triciclistas. La identificación responde a una necesidad laboral y material, que en alguna medida “obliga” a los triciclistas a dedicarse a esta actividad. La amistad con otros triciclistas vendrá más adelante como un elemento para tratar de reforzar positivamente la identificación con la categoría.

8.3.1.4 Intereses, metas y objetivos comunes de los triciclistas.

Como estrategia adicional para evaluar el sentido de pertenencia a la categoría triciclista, se preguntó a los participantes del estudio si compartían objetivos, intereses y metas en común con otros triciclistas.

La mayoría de los participantes en la fase cualitativa y un 80.5% de los participantes en la fase cuantitativa respondieron afirmativamente a esta interrogante como se aprecia en el siguiente gráfico:



n= 200 casos

Sobre lo anterior, en la fase cualitativa del estudio, se llegaron a observar hasta 9 objetivos, intereses o metas que se compartían entre triciclistas. Las respuestas obtenidas son presentadas en el siguiente cuadro:

Cuadro 4. Objetivos, intereses y metas compartidas por los triciclistas.

#	Objetivos, intereses o metas
1	El conversar
2	El orientarse mutuamente
3	El trabajar juntos
4	El deporte (el fútbol)
5	Almorzar juntos en el Complejo
6	Asociarse u organizarse
7	Capacitarse
8	Participar de los programas de formación del Complejo
9	Dejar de ser triciclistas

n= 40 casos

Las respuestas previas pueden ser útiles para definir los niveles de intensidad en la identificación. El *conversar*, se suele compartir con triciclistas con los que se perciba un nivel de confianza o mucha proximidad. El *orientarse mutuamente*, corresponde también a un nivel de confianza e introduce elementos amicales en la identificación. El *trabajar juntos*, es una descripción más general, donde la actividad compartida con otros es el elemento mínimo compartido, apreciándose la aparición del paradigma del grupo mínimo (Tajfel, 1970). El *deporte*, refiere

dos niveles de aproximación, uno cercano, con el propio equipo y un segundo que puede ser cercano o no, dependiendo del contexto en que se desarrolle la actividad deportiva; generalmente, los equipos de fútbol, los conforman amigos, paisanos o asociados a un grupo del Complejo Sociocultural o a un comité o paradero. *Almorzar juntos en el Complejo*⁷, corresponde a una descripción muy concreta que muchos triciclistas comparten; sobre este punto, es difícil precisar el nivel de proximidad existente pues se ha observado que algunos triciclistas asisten a almorzar y aprovechan para departir en ese momento con sus compañeros y amigos, reforzando a través de la interacción con otros triciclistas durante el almuerzo, la identificación con la categoría social; sin embargo, otros triciclistas simplemente asisten para consumir su almuerzo, sin compartir siquiera una conversación con los demás comensales. El siguiente aspecto comprende la *necesidad de asociación u organización entre triciclistas*; y al igual que en el vecindario, esta necesidad se encuentra motivada por la posibilidad de lograr beneficios mutuos producto de la asociación; los triciclistas, consideran deseable organizarse o asociarse entre todos, pero la desconfianza producida por malas experiencias, los hacen asociarse sólo con personas en las que puedan confiar como amigos o paisanos.

Un grupo, considera que comparte la motivación por *capacitarse*, la capacitación será vista como una alternativa para abandonar la actividad por algo mejor, o al menos para conseguir actividades de sustento complementarias. Adicionalmente, la motivación por mejorar producto de la capacitación permite a

⁷ El Centro de Promoción Urbano Rural de Juliaca cuenta con un comedor que brinda desayunos y almuerzos a los triciclistas. Este servicio entre otros objetivos, busca introducir una dieta

los triciclistas establecer una percepción positiva del endogrupo, ya que sus miembros son percibidos como dispuestos a automejorarse. Sobre este punto, la expectativa de mejora asociada a la capacitación no implica un interés por beneficiarse junto al grupo, puesto que el individuo una vez capacitado debe ver como aprovecha las oportunidades por su cuenta. Esto en alguna medida refiere una estrategia de movilidad social (Tajfel & Turner, 1979) que rompe con esquemas de desarrollo colectivo. Asociado al tema de la capacitación, algunos refieren compartir, el *participar en los programas de formación del Complejo*⁸, considerados un buen punto de partida para abandonar la actividad del triciclo por otras más rentables.

Desde otra perspectiva, algunos triciclistas mencionan espontáneamente compartir, *el querer dejar de ser triciclistas*; este aspecto no refiere falta de identificación con la categoría, sino una identificación no deseada con la misma e integra entre otras estrategias de movilidad social, la capacitación previamente descrita.

Finalmente, de los 9 objetivos, intereses y metas compartidos; los resultados de la fase cuantitativa, nos permiten seleccionar como más relevantes a aquellas alternativas que en una escala del 1 al 4, donde 1 significa total desacuerdo con la alternativa y 4 total acuerdo con la misma, presentaran valores promedio iguales o mayores que 3. Estableciéndose las siguientes alternativas como las más

balanceada y se cobra un monto económico que cubre los costos del mismo.

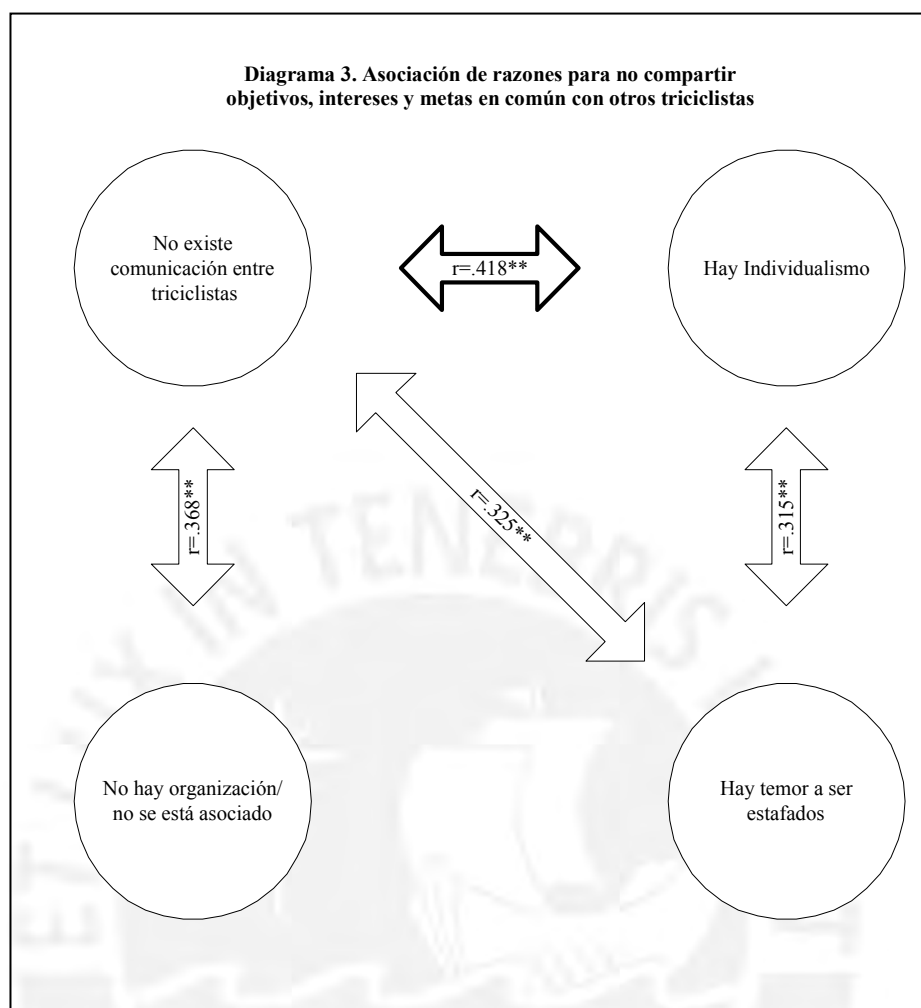
⁸ Los programas de capacitación del Centro de Promoción Urbano Rural, comprenden actividades de enseñanza de nuevos oficios.

importantes: el *conversar* (3.36) y el *orientarse* (3.19) que refuerzan la saliencia de la pertenencia a la categoría social; y el *trabajar juntos* (3.16).

8.3.1.5 Razones para no compartir intereses, metas y objetivos con otros triciclistas.

Al indagar por las razones más importantes que los triciclistas manifiestan para no compartir objetivos, intereses y metas en común con otros triciclistas; la *falta de comunicación entre triciclistas, la percepción de individualismo, el temor a ser estafados* y el hecho de *no estar asociado a un grupo de triciclistas* son los elementos que explican las dificultades de organización al interior de la categoría.

Un análisis de correlación de tipo Pearson nos permite establecer en qué medida las razones para no compartir objetivos, intereses y metas en común con otros triciclistas se encuentran asociadas entre sí, tal como lo demuestra el siguiente diagrama:



Al no tratarse de un modelo estructural capaz de explicar causalidad, simplemente se sugiere como un elemento mediador en la inhibición de compartir objetivos, metas e intereses en común, la falta de comunicación entre triciclistas. Por una parte, esto puede ocurrir porque un triciclista no se encuentra al interior de una asociación o comité y por otra parte, esto se podría explicar por la presencia del individualismo (que aparece como un valor opuesto a la tendencia colectivista de la muestra), lo que a su vez produciría el temor de ser estafados,

por alguien que en beneficio propio trate de perjudicar a los triciclistas como ya ha ocurrido previamente.

8.3.2. Contenidos asociados a la categoría social triciclista.

Una vez reconocida la identificación de los participantes (tanto de la fase cualitativa como de la fase cuantitativa del estudio), con la categoría triciclista, resulta importante definir cuales son los contenidos asociados a dicha categoría.

Al respecto, las respuestas del estudio cualitativo parecieran referir una imagen más negativa en comparación con las respuestas del estudio cuantitativo. Esto tiene que ver con que “los resultados, [especialmente los descriptivos], muestran la influencia del tipo de pregunta, indicando positividad cuando las alternativas son presentadas por quien investiga, y negatividad cuando la respuesta es libre” (Montero, 1996) situación que como hemos descrito en el capítulo de metodología ha ocurrido de manera similar.

En la fase cualitativa del estudio, se pidió a los entrevistados que refirieran palabras o frases que reflejen cómo son los triciclistas. Los resultados presentaron 32 palabras o frases que cumplían este objetivo. Éstas a su vez, podían reagruparse en conceptos positivos, conceptos neutros, conceptos negativos, tal como lo muestra el siguiente cuadro:

Cuadro 5. Palabras y frases que reflejan cómo son los triciclistas

Conceptos Positivos	Conceptos Neutros	Conceptos Negativos
Es alternativa de trabajo	Son padres de familia	Hay demasiados triciclistas
Son trabajadores	Son trabajadores particulares	Hacen trabajo duro
Son normales	Hacen transporte de pasajeros	No tienen trabajo seguro
Son buenos	Hacen movilidad menor	Son explotados
Son honrados	Son estudiantes	Tienen vida triste
Son humildes ⁹	Hacen transporte de carga	Sufren enfermedades
Son tranquilos	Tienen título en mano (son profesionales)	Son mal vistos
Están conformes con su trabajo		Son maltratados
Hacen trabajo suave ¹⁰		Les falta conocimiento
		Sufren accidentes
		Son víctimas de robos
		Son malos
		Son ladrones/ roban
		Discuten/ maltratan al pasajero
		Son sobrados
		Son mal educados con los pasajeros

n= 40 casos

Los conceptos positivos contienen dos dimensiones de análisis. La primera, es la percepción de la actividad como una alternativa de trabajo, para personas que son trabajadoras y honestas. La segunda dimensión, alude un poco más a las características personales de los triciclistas, que presentan un sesgo hacia el tipo de triciclista bueno, quien es *honrado*, *humilde* y *tranquilo*.

Los aspectos neutrales son sumamente descriptivos. Por una parte, describen en qué consiste la actividad: *movilidad menor de personas* o *carga*, hecha por *trabajadores particulares*. Por otro lado, se describen características generales de

⁹ El término *humilde* hace alusión a una forma de ser que no resulta ostentosa o “sobrada”. Para los entrevistados, influenciados por una cultura colectivista, esta es una característica socialmente deseable porque facilita la armonía, el equilibrio y mantiene las relaciones sociales al interior de un grupo, dado que no produce percepciones de excesivo bienestar o malestar en uno de sus miembros, sino más bien una situación de equidad, donde uno no se siente más o menos que otro. Este aspecto parece estar relacionado con una percepción favorable de la homogeneidad endogrupal (Moghaddam, 1998).

¹⁰ La percepción de que *el trabajo es suave* o sencillo ocurrió en 2 entrevistados durante el estudio cualitativo. En general, esta no resulta ser una características representativa del ser triciclista .

los triciclistas que no significan necesariamente un juicio de valor: *son padres de familia*, algunos *son estudiantes* y algunos *son profesionales*.

En cuanto a las características negativas, estas parecen representar también dos dimensiones: la primera alude a las dificultades propias del trabajo como la excesiva competencia, que no sea seguro, que sea un trabajo duro, en el cual existen riesgos relacionados como sufrir accidentes, enfermedades o peor aún ser víctimas de robo. Todas estas dificultades sugieren una autopercepción de desvalorización que los hace afirmar que tienen vida triste y que son explotados; la segunda dimensión alude a características negativas propias de los triciclistas malos, quienes son ladrones, discuten o maltratan a los pasajeros y son malcriados con ellos. Con esta última dimensión no existe una identificación muy fuerte y se reconoce su existencia pero se afirma que no es mayoritaria ni representativa de los triciclistas.

Ahora, las características negativas, neutras y positivas, resultan ser complementarias antes que excluyentes con excepción de aquella dimensión que integraría a los triciclistas malos, que desde la perspectiva de los entrevistados representan una tendencia marginal al interior de la categoría.

Los resultados de la fase cuantitativa del estudio permiten corroborar a través de un análisis factorial, la interpretación de los resultados cualitativos, especialmente para las dimensiones negativas.

Así, en un proceso de reducción de información, las 32 respuestas que referían cómo son los triciclistas, fueron sometidas a un análisis factorial, que finalmente permitió identificar las 10 características más importantes del ser triciclista agrupadas en dos factores.

El procesamiento estadístico del análisis factorial “es una técnica matemática (...) cuyo principio es detectar la existencia de ciertos patrones subyacentes en los datos de manera que éstos puedan ser reagrupados en un conjunto menor de factores” (Padua, 1993)

En nuestro caso, el procesamiento del análisis factorial se realizó sin tomar en cuenta aquellas variables que presentaban un valor de extracción menor que 0.4, en la tabla de comunalidades.

Simultáneamente, se aplicó el análisis de confiabilidad Alpha de Cronbach. Y bajo este procesamiento, se fueron eliminando aquellos factores cuyos coeficientes de confiabilidad resultaran menores que 0.7. En función a este análisis, también se eliminaron variables que eventualmente influyeran negativamente en la confiabilidad de algún factor.

Posteriores procesamientos, se realizaron para 8, 6, 3 y 2 factores usando los criterios mencionados.

Después de los procedimientos descritos, las variables que fueron sometidas al análisis factorial final fueron:

Cuadro 6. Palabras y frases seleccionadas para el análisis factorial

#	Características
1	Los triciclistas discuten/ maltratan al pasajero
2	Los triciclistas son mal educados con los pasajeros
3	Los triciclistas son ladrones/ roban
4	Los triciclistas son explotados
5	Los triciclistas tienen vida triste
6	Los triciclistas son maltratados
7	Los triciclistas son mal vistos
8	Los triciclistas son víctimas/ les roban
9	Los triciclistas sufren enfermedades
10	Los triciclistas sufren accidentes

n= 200 casos

Las 10 características seleccionadas para procesar el análisis factorial son conceptos negativos en su totalidad. La ausencia de características positivas y neutrales se explica por la falta de consistencia en los patrones de agrupación de estas características, que generalmente se juntaban en factores cuyo carácter interpretativo resultaba confuso.

Las 10 características seleccionadas se agruparon finalmente en 2 factores, que en total explican el 57.99% de la varianza. El factor 1 por su parte cuenta con un coeficiente de confiabilidad de .8280 y el factor 2 cuenta con un coeficiente de confiabilidad de .7873.

El siguiente cuadro refleja la asignación de las características y su correlación con el factor que les corresponde:

Cuadro 7. Matriz factorial rotada de componentes principales

	Factor	
	1	2
Los triciclistas discuten/ maltratan al pasajero		.884
Los triciclistas son mal educados con los pasajeros		.878
Los triciclistas son ladrones/ roban		.686
Los triciclistas son explotados	.747	
Los triciclistas tienen vida triste	.753	
Los triciclistas son maltratados	.714	
Los triciclistas son víctimas/ les roban	.734	
Los triciclistas son mal vistos	.637	
Los triciclistas sufren enfermedades	.644	
Los triciclistas sufren accidentes	.630	.324

Método de extracción: Análisis de Componentes Principales.

n= 200 casos

Método de Rotación: Varimax, con Normalización de Kaiser.

a. la rotación convergió en 3 iteraciones

El factor 1, fue denominado *percepción estigmatizada*, y alude a la condición de discriminación social de la cual se perciben como víctimas los triciclistas, este factor contiene asimismo las percepción de dificultades asociadas al trabajo y el impacto en su vida cotidiana. Los contenidos asociados a este factor nos hacen pensar que los triciclistas presentan un autoconcepto negativo y una baja autoestima, producto de la pertenencia a la categoría triciclista.

Por otra parte, el factor 2, denominado *percepción de marginalidad y delincuencia*, comprende los elementos propios de los triciclistas malos. En general, esta percepción suele ser un refuerzo del estereotipo del triciclista como alguien problemático, que maltrata y discute con los pasajeros, que es mal educado con los mismos y que en el aspecto más marginal de la actividad, es ladrón.

Ambos factores presentan fuertes coincidencias con las dimensiones asociadas a los conceptos negativos, establecidas en el análisis cualitativo.

Aunque los factores encontrados describen percepciones de los triciclistas, el hecho que los contenidos asociados a los mismos sean negativos, nos da un interesante elemento de interpretación y es que los triciclistas perciben la categoría de pertenencia como socialmente desvalorizada, y aunque probablemente no se identifiquen a nivel individual con las características antes descritas, el impacto de estas percepciones en el sí mismo, debe ser negativo. Esto en cierta medida explica que la pertenencia a la categoría no surja porque los entrevistados desean ser triciclistas, sino porque necesitan serlo.

En función a las dos percepciones derivadas del análisis factorial, se realizó un análisis de conglomerados de K-medias. Cuatro procesamientos de dicho análisis fueron necesarios para establecer que 3 conglomerados representaban la mejor aproximación de los triciclistas a las percepciones referidas por el análisis factorial.

La definición de los conglomerados, se realizó estableciendo como punto mínimo de asignación a los mismos, una correlación de $|.7|$ que explicará la asociación entre el conglomerado procesado y los factores descritos. La siguiente tabla permite ver con mayor claridad como se dio esta asociación:

Cuadro 8. Centros finales de los conglomerados

Factor	Conglomerado		
	1	2	3
Percepción estigmatizada	-1.44444	.28466	.78438
Percepción de marginalidad y delincuencia	-.34648	1.00610	-.97702

n= 200 casos

Sobre la información del cuadro previo, se procedió a definir a los conglomerados obtenidos de la siguiente manera.

Al conglomerado 1, se le denominó, *negadores del estigma*, este conglomerado concentró a 52 triciclistas cuya percepción esta orientada rechazar los aspectos de discriminación y maltrato asociados al ser triciclista por el factor 1 (percepción estigmatizada).

El conglomerado 2, se denominó, *reconocedores de la marginalidad y la delincuencia* y concentró a 82 triciclistas. Estos triciclistas aceptan los elementos asociados a los triciclistas referidos en el factor 2 (percepción de marginalidad y delincuencia)

Finalmente, el conglomerado 3 fue denominado *reconocedores del estigma y negadores de la marginalidad* y concentró 66 casos. Los miembros de este segmento reconocen los contenidos del factor 1 y rechazan los del factor 2, como representativos de la imagen de los triciclistas.

A partir de este punto, se tratarán de realizar análisis independientes para los conglomerados identificados con la finalidad de establecer las posibles diferencias que pudieran existir entre ellos.

Una variable sociodemográfica de interés para interpretar los conglomerados obtenidos, es la descripción de la actividad que los encuestados realizan. El siguiente cuadro resume cómo se distribuyen bajo esta variable los tres segmentos identificados.

Cuadro 9. Conglomerados por actividad a la que se dedica

		Conglomerado		
		Negadores del estigma	Reconocedores de la marginalidad y la delincuencia	Reconocedores del estigma y negadores de la marginalidad
Actividad a la que se dedica	Sólo al triciclo	40%	56.8%	41.7%
	Mayormente triciclo y otras	32%	42%	56.7%
	Mayormente otras y triciclo	28%	1.2%	1.7%
Total		100%	100%	100%

Chi Cuadrado=37.528; Sig.= .000
n= 200 casos

Los miembros del conglomerado 2, que perciben a sus compañeros de actividad como marginales o delincuentes, conforman el segmento con más miembros en su interior (82 triciclistas) y adicionalmente este es el conglomerado con la mayor cantidad de personas dedicadas exclusivamente al triciclo. Es decir, los “más triciclistas” en términos sociodemográficos. La evidencia sugiere, que aunque los triciclistas de este conglomerado no se perciban en el ámbito individual como personas problemáticas e incluso delincuentes, su percepción de la categoría social es sumamente negativa. Los elementos de desvalorización al

respecto pueden tener un impacto negativo en la autoestima de los miembros de este conglomerado y hay indicios de identidad social negativa, aunque no se puede corroborar totalmente esto último.

Por otro lado, los miembros del conglomerado 1 (negadores del estigma), son quienes forman parte del conglomerado más pequeño (52 casos). Éstos se caracterizan por compartir el triciclo con otras actividades. En términos sociodemográficos, este segmento estaría conformado por los “menos triciclistas” de los participantes del estudio y paradójicamente, su percepción de la situación de los trabajadores del triciclo, niega la percepción estigmatizada de los mismos y ni siquiera introduce en su concepción de cómo son los triciclistas la percepción de marginalidad. La negación del estigma y la falta de identificación con la percepción de marginalidad en este segmento pueden estar asociadas al hecho de que sus miembros deben ser los que menos interacción diaria deben tener con la población y en ese sentido son los que menos expuestos quedan al maltrato y la estereotipia del público usuario del servicio. Por otra parte, su nivel de identificación con la categoría podría ser menos intenso, razón por la cual los problemas asociados a la misma no afectarían su sí mismo colectivo, en la misma medida que afecta a otros triciclistas más relacionados e identificados con la actividad.

El conglomerado 3 conformado por los reconocedores del estigma y negadores de la marginalidad, contiene a aquellos triciclistas cuya relación con la actividad es intermedia. Éstos, también suelen compartir el triciclo con otras actividades

económicas, pero en este caso, queda claramente establecido, que el triciclo es la actividad más importante. En el caso de éstos, el reconocimiento de las dificultades asociadas al trabajo y del maltrato sufrido surge como una postura opuesta a la percepción de marginalidad y delincuencia atribuida a los triciclistas. Esta percepción contiene elementos de desvalorización pero no resulta en términos evaluativos tan negativa porque implícitamente contiene la idea de que los triciclistas sufren maltrato pero al menos están haciendo algo honesto. En este grupo es posible la presencia de baja autoestima colectiva, pero la presencia de una identidad social negativa es discutible.

Un análisis descriptivo de las características que asocian al triciclista con la delincuencia, la marginalidad y el maltrato a los pasajeros, nos refiere que los valores promedio alcanzados por las palabras que componen esta dimensión son bajos (menores que 2, en una escala del 1 al 4). Esto sugiere que, a nivel general, los triciclistas encuestado no comparten que los triciclistas *son ladrones* (1.79), que *discuten o maltratan al pasajero* (1.71) y que *son malcriados con los pasajeros* (1.63). En parte porque estas características no son representativas de los triciclistas en general.

Un análisis de varianza sugiere diferencias estadísticamente significativas respecto a estos aspectos en los tres segmentos identificados tal como lo muestra el siguiente cuadro:

Cuadro 10. Puntaje promedio de características negativas de los triciclistas por conglomerado

Característica	Conglomerado	N	Media	D.S	F	Sig.
Los triciclistas discuten/ maltratan al pasajero	1	52 casos	1.27	.44879	162.559	.000
	2	82 casos	2.43	.54502		
	3	66 casos	1.17	.37553		
Los triciclistas son mal educados con los pasajeros	1	52 casos	1.17	.38200	173.699	.000
	2	82 casos	2.33	.54557		
	3	66 casos	1.12	.32887		
Los triciclistas son ladrones/ roban	1	52 casos	1.87	.52502	61.457	.000
	2	82 casos	2.15	.41935		
	3	66 casos	1.29	.48880		

n= 200 casos

El cuadro anterior nos permite corroborar que la percepción más negativa (en términos de marginalidad y delincuencia), corresponde consistentemente a los miembros del conglomerado 2. Sin embargo, los niveles de identificación de los triciclistas en general con estas características suelen ser relativamente bajos, independientemente del conglomerado al que se encuentren asignados y esto podría deberse a la negación de poseer atributos considerados socialmente negativos, como un elemento de deseabilidad social. Aún así, la autopercepción de marginalidad y delincuencia ya empieza a calar en algunos triciclistas (especialmente los más relacionados con la actividad, que son los miembros del conglomerado 2) siendo estos los que más riesgo corren de caer en una identidad social negativa.

Volviendo a la fase cualitativa del estudio, se pidió a los entrevistados que mencionaran palabras o frases que identificaran a un triciclista. En la fase cualitativa del estudio, se observaron 26 palabras o frases que pueden ser agrupadas bajo los tres siguientes criterios: conceptos positivos, conceptos neutros y conceptos negativos, tal como se aprecia en la siguiente tabla:

Cuadro 11. Palabras que identifican a los triciclistas

Conceptos positivos	Conceptos neutros	Conceptos negativos
Fuertes	Tricis	Ganan poco
Luchadores	Brindan servicio	Taxicholos
Amigos	Triciclistas	Malos
Trabajadores	Trabajan con triciclo	Estorbadores
Buenos	Jóvenes	Alocados
Conscientes	Cargadores	Careros
Honrados	Tricitaxista	Flojos/ ociosos
Caballeros		Borrachos
Compañeros		
Señor		

n= 40 casos

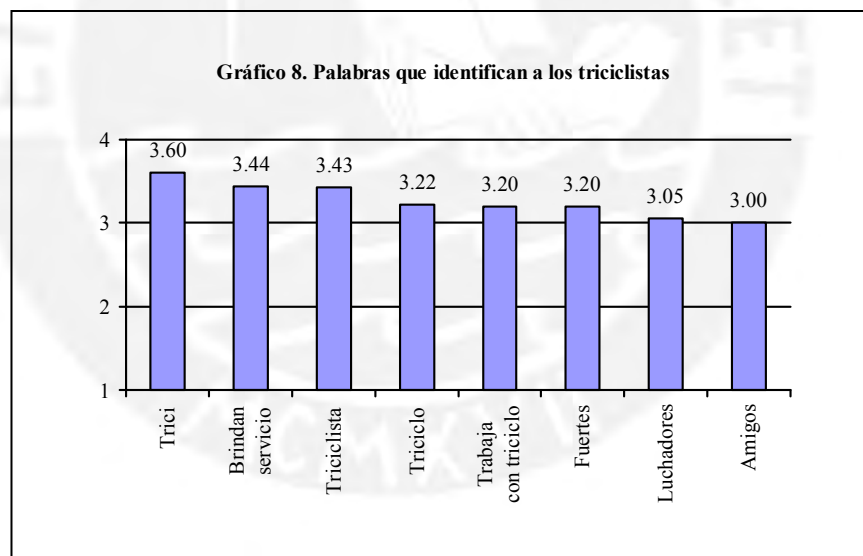
En este caso, los conceptos positivos abarcan tres dimensiones. La primera, considera las características propias de las personas que se dedican a la actividad: *fuertes* (físicamente), *luchadores*, *trabajadores*, *conscientes* (respetan las normas y al usuario) y *honrados*. Una segunda dimensión contiene un aspecto desiderativo, que es cómo les gustaría que los traten: *caballero* o *señor*. Finalmente, la tercera dimensión, establece la saliencia de la *amistad* y *el compañerismo* como un elemento que hace más aceptable la identificación con la categoría.

Los conceptos neutros, son netamente concretos y descriptivos. Concretos porque se utilizan hasta 3 palabras para definir a la persona que trabaja en la actividad: *trici*, *triciclista*, y *tricitaxista*); y descriptivos porque se definen características de la actividad como: *trabajar con triciclo*, *brindar un servicio*, que es *mayormente hecho por jóvenes*).

Los conceptos negativos, introducen 2 dimensiones, la primera relacionada con la tipología del mal triciclista y el factor 2 previamente definido, la definición

abarca contenidos como en que se refiere que los triciclistas son *malos*, *estorban* (el tránsito en la ciudad y generan caos), *son alocados* (al conducir), *son careros* (inconscientes para cobrar), *son flojos* y *borrachos*. Y la segunda, asociada al factor 1, considera problemas de la actividad como que *se gana poco* y *los llaman taxicholos*¹¹.

En la fase cuantitativa del estudio se evaluaron las palabras que mejor identifican a los triciclistas, seleccionándose aquellas cuyos promedios en la escala del 1 al 4, sean iguales o superiores a los 3 puntos. Bajo ese criterio, de las 26 palabras identificadas en la fase cualitativa, nos quedamos con 8, que son las que muestra el siguiente gráfico:



n= 200 casos.

Las respuestas obtenidas en la fase cuantitativa del estudio que mejor identifican a los triciclistas, evidencian una representación muy concreta de la

¹¹ el uso del término *taxicholo* es peyorativo desde la perspectiva de algunos entrevistados. No obstante esta situación, algunos triciclistas ya se han habituado al uso de esta expresión

categoría analizada, con la aparición de tres palabras para referir como se llama a quien realiza la actividad: *trici*, *triciclistas* y *triciclo*. Dos palabras, describen la actividad: *se brinda un servicio* (de transporte) y *trabaja con triciclo*. Finalmente, las 3 palabras restantes, refieren aspectos positivos de la actividad: *fuertes*, *luchadores* y *amigos*.

De manera más precisa pasamos a describir con el siguiente cuadro cuáles son las características más relevantes para los segmentos encontrados en el estudio:

Cuadro 12. Palabras que identifican a los triciclistas por conglomerado

Conglomerado 1		Conglomerado 2		Conglomerado 3	
Palabra	Media	Palabra	Media	Palabra	Media
Trici	4	Luchador	3.12	Trici	3.9
Triciclo	3.94	Brindan servicio	3.09	Fuertes	3.8
Tricilistas	3.71	Triciclistas	3.06	Brindan servicio	3.71
Trabaja con triciclo	3.34	Trici	3.04	Ganan poco	3.70
Amigos	3.27	Fuertes	3.03	Triciclo	3.68
		Trabajadores	3.01	Triciclista	3.67
		Buenos	3.00	Luchador	3.49
				Trabaja con triciclo	3.40
				Trabajador	3.35
				Amigos	3.08

n= 200 casos

El conglomerado 1, conformado por los negadores del estigma, refiere una descripción muy concreta de los triciclistas. La introducción del concepto amigos, en este caso facilita la saliencia de la categoría. Por tratarse de los “menos triciclistas” de toda la muestra sus percepciones pueden ser menos precisas y más neutrales. Lo que sugiere la idea que este grupo es el menos identificado con la categoría y el menos relacionado con la misma, lo que consecuentemente los lleva

considerándola común.

a tener una percepción menos negativa de la misma por no estar confrontados constantemente a su problemática.

Los miembros del conglomerado 2, que corroboran la percepción de marginalidad y violencia, dan una descripción un poco más detallada de las palabras que identifican a los triciclistas, asignándole a la misma características positivas que contrarresten el carácter deficitario asociado a esta percepción estereotipada y muy negativa de los triciclistas. La introducción de características como *luchadores*, *fuertes*, *trabajadores* o *buenos*, parece cumplir una función de defensa del sí mismo, reduciendo al menos transitoriamente el impacto negativo de esta visión de marginalidad y delincuencia en la autoestima. Adicionalmente a esto, este grupo comparte con los otros conglomerados, la percepción concreta de la actividad

El tercer conglomerado, conformado por aquellos que reconocen el estigma pero niegan la marginalidad es el que provee más información. En concordancia con los conglomerados anteriores, introduce conceptos muy concretos acerca de lo que son los triciclistas. Sin embargo, un análisis más minucioso, nos permite observar que efectivamente aparecen algunos elementos asociados a la dificultad del trabajo, como el hecho de que *ganan poco*. Se resaltan asimismo características positivas como la *lucha* y la *amistad*. Esta última orientada quizás a mantener cierta satisfacción en la pertenencia con la categoría.

Un análisis conjunto de los contenidos obtenidos en la fase cualitativa del estudio sobre las interrogantes acerca de cómo son los triciclistas y qué palabras describen mejor a los mismos, nos permite apreciar que los triciclistas reconocen algunas características favorables propias de la actividad como: *tener una alternativa de trabajo*; reforzadas por algunas características positivas propias de los individuos que realizan la actividad como: *luchadores, honestos, fuertes, trabajadores*, entre otras. La introducción de estos elementos positivos en la autopercepción, podría estar orientada a afrontar la percepción negativa que otros tienen de ellos, en un proceso de autoestereotipia (autocategorización) selectiva en que se percibe al propio grupo de manera positiva (Biernat, Green & Vescio, 1996). Paradójicamente, los atributos positivos han sido los que menos consistencia han mostrado como características representativas de los triciclistas, una vez que fueron sometidos a análisis estadísticos multivariados¹². En ese sentido, las percepciones de estigmatización y marginalidad son las más representativas de los triciclistas (desde su propia perspectiva).

Algunos triciclistas que se sienten marginados y víctimas de prejuicio y discriminación refieren en el estudio cualitativo, buscar alivio a esta sensación de rechazo en un proceso de identificación con la categoría de pertenencia (Branscomb, Schmitt & Harvey, 1999; Frable, Hoey & Platt, 1998; Baron & Byrne, 1998) pues “entre ellos se dan importancia”.

¹² Análisis factorial.

8.3.2.1. Aspectos positivos y aspectos negativos de ser triciclista.

Otro aspecto relevante para la descripción de los contenidos asociados a la categoría triciclista, está relacionada con la indagación acerca de lo bueno y lo malo de ser triciclista. En la fase cualitativa del estudio, los entrevistados refirieron 10 características positivas versus 14 negativas. Un análisis global de esto sugiere que la actividad tiene más desventajas que ventajas y esto nos permite comprender porqué la pertenencia a esta categoría no sería necesariamente deseada.

En concordancia con lo anterior, una revisión más detallada de los aspectos positivos y negativos nos permite establecer que los aspectos negativos resultan ser más precisos y verificables en hechos concretos que los aspectos positivos. Y más bien, éstos últimos parecen atribuir a la categoría triciclista (en el ejercicio de autocategorización), características más abstractas y estereotipadamente favorables, para que la pertenencia a la misma no sea percibida de manera deficitaria y su impacto en el sí mismo no sea negativo.

El siguiente cuadro, nos ayuda a presentar los aspectos positivos y negativos de ser triciclistas:

Cuadro 13. Lo bueno y lo malo de ser triciclista

Lo bueno de ser triciclistas	Lo malo de ser triciclista
Tener trabajo	Hay mucha competencia
Poder conseguir algo para el sustento	Es un trabajo cansador
Trabajar con libertad (de horarios y tiempo)	Pasajeros pagan poco
Brindar un servicio a la comunidad	Condiciones climáticas (lluvia, barro, frío)
Conocer gente distinta	No se gana lo suficiente
Trabajar en la calle	El trabajo te ensucia la ropa
La gente ve bien a quien trabaja	Se malogra el triciclo
Pertenecer a una asociación o comité	Se sufren abusos
El trabajo permite estar en buena condición física	Hay problemas de salud por el triciclo
Es un trabajo suave/ fácil	El maltrato de los pasajeros / personas
	Hay malos triciclistas
	Se sufren accidentes
	Se sufren asaltos
	Se les acusa de robo

n= 40 casos

Es pertinente aclarar que las características positivas y negativas de ser triciclista no son excluyentes entre sí.

Los atributos negativos del ser triciclista tienden a corroborar la percepción estigmatizada de los triciclistas (similares al factor 1), asociada con las dificultades y maltratos que deben afrontar los mismos en su labor cotidiana. Por otro lado, los elementos asociados a la percepción de marginalidad y violencia (similares al factor 2), molestan a los entrevistados, no porque ellos sean marginales o violentos, sino porque el público los relaciona con eso.

Sendos análisis de varianza, nos permiten establecer la existencia de diferencias estadísticamente significativas entre las percepciones de lo bueno y lo malo de ser triciclista en los distintos conglomerados observados.

Cuadro 14. Lo bueno de ser triciclista por conglomerado

Conglomerado 1		Conglomerado 2		Conglomerado 3	
Lo bueno	Media	Lo bueno	Media	Lo bueno	Media
Conseguir algo para el sustento	3.73	Tener trabajo	3.79	Tener trabajo	3.88
Tener trabajo	3.58	Trabajar con libertad de horarios y tiempo	3.68	Poder conseguir algo para el sustento	3.85
Trabajar con libertad de horarios y tiempo	3.58	Conseguir algo para el sustento	3.65	Brindar un servicio a la comunidad	3.55
Estar en buena condición física	3.54	Conocer gente distinta	3.16	Trabajar con libertad de horarios y tiempo	3.29
Conocer gente distinta	3.52	Trabajar en la calle	3.09	Conocer gente distinta	3.22
Trabajar en la calle	3.42	Brindar un servicio a la comunidad	3.07	Trabajar en la calle	3.17
La gente ve bien a quien trabaja	3.33	La gente ve bien a quien trabaja	3.01	La gente ve bien a quien trabaja	3.09
Brindar un servicio a la comunidad	3.33				
Pertenecer a una asociación o comité	3.23				

n= 200 casos

Con excepción de los resultados obtenidos para las siguientes respuestas: *tener un trabajo, conseguir algo para el sustento y trabajar con libertad de horarios y tiempo*. Los resultados de los negadores del estigma (conglomerado 1), nos presentan sistemáticamente puntajes promedio más altos que los obtenidos por los otros conglomerados en los atributos positivos asociados a ser triciclista, además de presentar dos atributos relevantes más que sus contrapartes.

Se aprecia en ese sentido que los miembros del conglomerado 1 tienen una percepción más positiva de la actividad. En términos de identidad social, este grupo presenta la imagen menos deteriorada y deficitaria de los 3 segmentos hallados con relación a la categoría triciclista. En la medida en que en este grupo se encuentran los “menos triciclistas” de los tres segmentos, la explicación de

estos resultados apunta a confirmar que la identificación con la categoría triciclista, se presenta como un aspecto necesario, pero finalmente transitorio. Así, tiene sentido que en su percepción de tener un trabajo a través del triciclo y de conseguir algo para el sustento los puntajes promedio obtenidos por este grupo, sean menores que los de los otros segmentos. Ya que al parecer, para los miembros de este segmento, la actividad del triciclo y la identificación con la misma no resultan ser tan importantes (al menos en estos términos) y más bien, la percepción tiende a ser favorable, pues a pesar de darse por necesidad (y no por quererlo), como complemento económico de otras actividades resulta eficiente a tal punto que pueden prestar atención a otros elementos favorables de la actividad que sus compañeros de los otros conglomerados no aprecian, tales como que la actividad les permite estar en buena condición física.

Los conglomerados 2 y 3, asignan una especial importancia al hecho de tener trabajo y en general salvo algunas modificaciones en el orden de los aspectos positivos de ser triciclistas, éstos son esencialmente lo mismo. En general, se aprecia que los miembros del grupo 3 presentan una autopercepción de mayor sacrificio, propia del reconocimiento del estigma que se da en este grupo. Así, la importancia del atributo “brindar un servicio a la comunidad” les permite establecer una autopresentación de humildad que por una parte contradice la percepción de marginalidad y delincuencia, que este grupo rechaza y por otra refuerza la percepción de esfuerzo y sacrificio que por la comunidad, ellos hacen.

Al no haber aspectos positivos asociados, a la percepción de marginalidad, los miembros del conglomerado 2 parecen haber elaborado sus respuestas en función

a los beneficios concretos de la actividad. Reflejando en los puntajes promedio obtenidos para los atributos evaluados, valores menores que sus compañeros de los conglomerados 1 y 3. Esto en alguna medida, sugiere la idea de que son los triciclistas de este conglomerado los que menos aspectos positivos perciben y por ende menos satisfacción registran en su pertenencia a la categoría, a pesar de ser “los más triciclistas” de todos.

En cuanto a lo malo de ser triciclista, los miembros del conglomerado 1 y 2 perciben en general menos aspectos negativos que los miembros del conglomerado 3, tal como lo muestra el siguiente cuadro:

Cuadro 15. Lo malo de ser triciclista por conglomerado

Conglomerado 1		Conglomerado 2		Conglomerado 3	
Lo malo	Media	Lo malo	Media	Lo malo	Media
Hay mucha competencia	3.88	Hay mucha competencia	3.88	Hay mucha competencia	3.98
Se malogra el triciclo	3.64	Es un trabajo cansador	3.67	Pasajeros inconscientes pagan poco	3.85
El clima	3.42	Pasajeros inconscientes pagan poco	3.17	El clima	3.69
Pasajeros inconscientes pagan poco	3.35	No se gana lo suficiente	3.17	Es un trabajo cansador	3.65
Es un trabajo cansador	3.33	El clima	3.12	No se gana lo suficiente	3.64
Se ensucia la ropa*	3.25	Se ensucia la ropa*	3.07	El maltrato de las personas	3.24
No se gana lo suficiente	3.12	Problemas de salud por el triciclo	3.06	Se ensucia la ropa*	3.21
Hay malos triciclistas	3.08	Sufrimos abusos	3.04	Problemas de salud por el triciclo	3.18
				Se malogra el triciclo	3.11
				Los accidentes	3.06

*este atributo no presenta diferencias estadísticamente significativas
n= 200 casos

Los aspectos negativos de ser triciclista referidos por lo miembros del conglomerado 3, alimentan la idea de un reforzamiento en la percepción

estigmatizada y de esfuerzo de los mismos. En general, la visión más negativa de la actividad surge de este conglomerado, al menos, en lo que a este punto refiere.

Los conglomerados 1 y 2, refieren en cantidad menos aspectos negativos que el conglomerado 3. lo que en términos generales nos lleva a pensar que en este punto la percepción sobre la categoría es menos negativa. La referencia de aspectos negativos en estos conglomerados apunta a los problemas para ganar dinero en contraposición con la percepción de maltrato o abuso recibido que aparece en el conglomerado 3.

De manera general, es consistente afirmar que lo mejor de ser triciclistas para la mayoría de los encuestados es tener un trabajo, esta percepción es la más importante en los miembros de los conglomerados 2 y 3. Sin embargo, para los miembros del conglomerado 1, lo mejor de ser triciclista es poder conseguir algo para el sustento. Esta diferencia observada en los triciclistas del conglomerado 1 propone la idea, de que esta actividad no es su único trabajo, ni el principal, y si recordamos que este grupo está conformado por los “menos triciclistas” de la muestra, entonces, podríamos pensar que la motivación de este grupo por trabajar con el triciclo es lograr un complemento de la canasta familiar a través de una nueva actividad.

Asimismo, el tener un trabajo sí refleja lo más positivo de ser triciclista para los miembros de los conglomerados 2 y 3, con especial énfasis en el segundo segmento, pues éstos sí dependen del triciclo como una actividad casi exclusiva, o

como la más importante. En el caso de estos segmentos, el segundo atributo considerado más positivo, es la posibilidad de conseguir algo para el sustento. Aportando a la idea de que la identificación social en estos casos esta principalmente determinada por la necesidad.

Por otra parte, lo peor es que en esta actividad haya demasiada competencia. Este aspecto si es compartido consistentemente por todos los triciclistas, independientemente del conglomerado al que pertenezcan puesto que el exceso de competencia, afecta las posibilidades de trabajar y por ende reduce la rentabilidad de la actividad, haciendo más insatisfactoria la pertenencia a la misma.

De lo anterior, podemos considerar que si las posibilidades de una mejora pecuniaria existiesen en la actividad, podrían atenuarse los aspectos negativos de la misma, pues el esfuerzo desplegado en realizarla quizás valdría la pena. En todo caso, esta reflexión queda simplemente en el campo de la conjetura.

8.3.2.2. Los modelos y antimodelos de los triciclistas

Como la identidad social se evidencia por comparación social se consideró pertinente realizar una pregunta para establecer a quiénes se deberían parecer y a quiénes no deberían de parecerse los triciclistas, tratando de identificar así la autopercepción de su ubicación en una escala social.

En la fase cualitativa del estudio, los triciclistas refieren que deben parecerse a las *personas sanas y que no toman*, a las *personas honestas*, a las *personas*

educadas, a los *buenos triciclistas*, a los *triciclistas de un comité* o a los *triciclistas del Complejo*. Hasta este punto, las respuestas apuntan a tratar de escindir cualquier tipo de relación con los triciclistas malos.

Luego, los triciclistas refieren que deben parecerse a los *estudiantes* y a los *profesionales* porque los perciben en una situación social ventajosa en comparación con la suya (observándose evidencias de cierto sesgo exogrupal).

El siguiente cuadro resume los principales modelos a seguir para los distintos conglomerados identificados:

Cuadro 16. A quienes deben de parecerse los triciclistas por conglomerado

Conglomerado 1		Conglomerado 2		Conglomerado 3	
Deben parecerse a:	Media	Deben parecerse a:	Media	Deben parecerse a:	Media
Personas honestas	3.73	Personas sanas/ que no toman	3.71	Personas honestas	3.82
Personas sanas/ que no toman	3.71	Triciclistas del Complejo	3.68	Personas sanas/ que no toman	3.79
Personas educadas	3.63	Personas honestas	3.60	Personas educadas	3.71
Triciclistas de un comité	3.35	Personas educadas	3.40	Buen triciclista	3.65
Buen triciclista	3.33	Buen triciclista	3.35	Triciclistas que han dejado de serlo	3.29
Triciclistas del Complejo	3.13	Triciclistas de un comité	3.20	Triciclistas del Complejo	3.29
		Profesionales	3.09		
		Estudiantes	3.04		

n= 200 casos

En el caso de los triciclistas en general, y los miembros del conglomerado 2 en particular, los triciclistas deben parecerse principalmente a personas sanas y que no toman. En cierta medida esta respuesta advierte sobre el riesgo de consumir alcohol, pues de acuerdo con testimonios de la fase cualitativa, este es el punto de partida para caer en una vida de marginalidad y delincuencia.

Para los miembros del conglomerado 2, como esta situación de marginalidad se percibe ya dada en cierta medida, es necesario que los triciclistas rompan con la misma y no se parezcan a algo que aparentemente ya son. Se infiere al respecto que la percepción de marginalidad predominante en los miembros del segmento es un atributo no deseado de la categoría que se espera superar.

Por otro lado, las respuestas referidas sobre a quiénes no deberían parecerse los triciclistas, refuerzan los resultados observados en el párrafo anterior. Nuevamente, los triciclistas tratan de escindir algún tipo de relación con *delincuentes, ladrones, corruptos, borrachos, ociosos y personas malas* en general, así como *triciclistas malos* en particular. En otro sentido, los triciclistas refieren no tener que parecerse a personas que son percibidas en un estatus social inferior a ellos como los *analfabetos* y la *gente del campo*.

Los resultados del estudio cualitativo refieren que los triciclistas son capaces de identificar grupos de estatus social inferior al de ellos; como la gente del campo, los analfabetos o los delincuentes. Y de manera específica, la relación entre los triciclistas y campesinos resulta interesante, ya que los triciclistas sienten un trato despectivo por parte de los campesinos, pero aún así, los perciben de un estatus social inferior, por eso afirman que la gente del campo es ignorante y maleducada. Esto coincide con los hallazgos de Ruggiero & Marx (1999) quienes sugieren que un grupo de mayor estatus (en nuestro caso los triciclistas), culpa de sus fallas y de su situación a un grupo de bajo estatus (los campesinos). Esta

capacidad de identificar grupos de menor estatus con quienes compararse, propone que los triciclistas no se ven socialmente deficitarios en algunas dimensiones de comparación. Este caso sugiere de manera implícita la existencia de baja autoestima, y da evidencia de que las hipótesis que relacionan la autoestima con la discriminación (Abrams & Hogg, 1990), tienen asidero en este contexto. Así, aparentemente los triciclistas suben su autoestima en comportamientos discriminadores y una comparación social con los campesinos, que les resulta favorable. Paradójicamente, algunos testimonios de los triciclistas entrevistados dan indicios para pensar que los campesinos utilizan esta misma estrategia contra los triciclistas.

De lo anterior, se establece que los triciclistas parecen percibirse como un grupo social de bajo estatus que en una pirámide social, se ubica en los últimos niveles de la misma, sólo sobre los campesinos, los analfabetos o personas totalmente marginales como los delincuentes.

Diagrama 4. Ubicación de la categoría triciclista en la pirámide social.

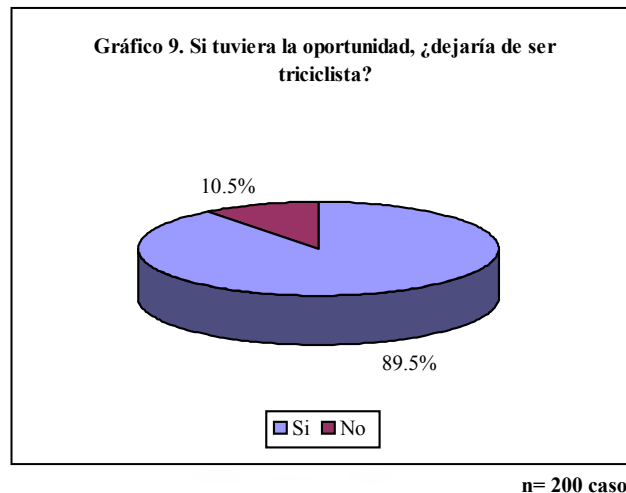


Los resultados, de la fase cuantitativa del estudio corroboran lo anteriormente mencionado con cierto énfasis en la necesidad de escindir la relación observada entre los triciclistas y aquellos aspectos que podrían identificarlos con los triciclistas malos y todo el criterio de marginalidad.

Así, los triciclistas no deben parecerse, a los *delincuentes y ladrones* (3.91), a *los corruptos* (3.89), a *los borrachos* (3.82), a *los ociosos* (3.82), a las *personas mal educadas* (3.74) y a *los triciclistas malos* (3.64) y en general, esta tendencia es común a todos conglomerados identificados en el análisis.

8.3.2.3. Movilidad social en triciclistas.

Un elemento adicional que tiende a confirmar que la pertenencia a la categoría social triciclista no es deseada, nos la da la respuesta a la pregunta sobre si dejarían de ser triciclistas si se les presentara la oportunidad. La mayoría de los participantes en el estudio cualitativo y un 89.5% de los participantes del estudio cuantitativo, respondieron afirmativamente a esta interrogante tal como se refiere en el siguiente gráfico:



Con relación a los distintos conglomerados estudiados, las respuestas a esta pregunta no reportan diferencias estadísticamente significativas, por lo que se puede afirmar que todos aquellos involucrados e identificados (en mayor o menor medida) con la actividad están dispuestos a abandonarla.

Entre las razones referidas para querer dejar de ser triciclista se identificaron las siguientes: *mejorar, tener otro trabajo, tener otro trabajo menos cansador, evitar problemas de salud, ser triciclista no es rentable* y el hecho de *no tener fuerza física* para continuar con la actividad, situación que ocurre principalmente con los triciclistas de mayor edad.

En la fase cualitativa del estudio se observó que la idea de mejorar, es general pero principalmente contiene un elemento económico, lo que es comprensible, pues este elemento es visto como el punto de partida en el acceso a un mejor estatus social. Sin embargo, las dificultades para alcanzar esta mejora económica, son referidas como aspectos desfavorables de la actividad y este punto resulta paradójico, pues los triciclistas realizan la actividad y asumen su identificación

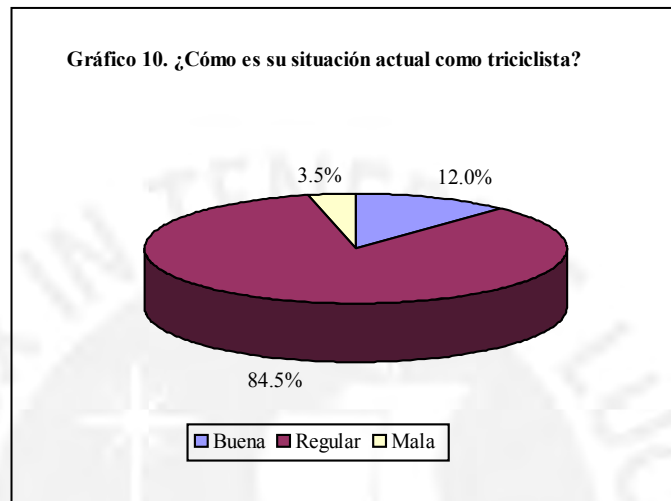
por una motivación económica que garantiza la subsistencia pero no una mejora considerable de su situación. Evidentemente, el hecho de que continúen desempeñándose en la actividad responde a que no hay otra alternativa y al menos, con esta tienen un trabajo, que a su vez los diferencia positivamente de los delincuentes y marginales.

La idea de tener otro trabajo, va en la misma línea y aparentemente, lo que se busca son dos cosas, algo más rentable (ya que ser triciclista no lo es) y una actividad menos desvalorizada en la pirámide social. Generalmente, las preferencias suelen ser por mantenerse en el sector transporte, como chofer de combi. Por otra parte, algunos refieren que tener cualquier otro trabajo (siempre y cuando no sea ser triciclista) sería bueno.

La percepción de esfuerzo físico, el agotamiento y el riesgo de contraer enfermedades asociadas a la actividad, se convierten en otras razones importantes para querer dejarla, más aún si es poco rentable y la situación no tenderá a mejorar conforme un triciclista se vuelve mayor. En ese sentido, si los triciclistas permanecen en el futuro relacionados con la actividad e identificados con la categoría corren el riesgo de adquirir una identidad social negativa, en la medida, en que el panorama de la actividad en adelante es más pesimista.

8.3.2.4. Percepción de la situación actual y expectativas hacia el futuro.

En cuanto a la autopercepción de la situación individual actual. La mayoría de los entrevistados en el estudio cualitativo y un 84.5% de los participantes de la fase cualitativa refirieron, que esta era regular:



n= 200 casos

No se aprecian diferencias estadísticamente significativas por los distintos segmentos identificados, en la tendencia referida por el gráfico.

El 12% que refiere una situación actual buena sustenta esta percepción en las siguientes razones: *tiene lo necesario* (3.54), lo que significa que sus necesidades materiales básicas están cubiertas; *no lo controlan* (3.42), es decir tiene libertad de horarios en el trabajo; *algo está ganando* (3.38), lo que significa que la actividad ha resultado relativamente rentable; *está trabajando* (3.38), lo que refuerza una autoimagen positiva, ya que las personas ociosas o que no producen, social y culturalmente no son valoradas en la región donde se realizó el estudio; *su familia está bien* (3.33), lo que evidencia el valor del entrevistado como

proveedor material de la familia; *tiene una buena relación familiar* (3.29), lo que permite evaluar el aspecto emocional de la relación con la familia, la cual provee estabilidad y soporte al triciclista; *porque es triciclista* (3.21), aspecto que evidencia que a un grupo de triciclistas, les puede ir bien dentro de la actividad, lo que incrementa una identificación positiva con la misma.

En el lado opuesto, el 3.5% de personas que refieren tener una situación mala consideran que esto ocurre porque: *la plata no alcanza* (4); *el trabajo es duro* (3.71), lo que corrobora las respuestas previas, sobre la exigencia física y otros problemas asociados como las enfermedades o los accidentes; *no tiene trabajo seguro* (3.57), este punto alude al tema de la rentabilidad, pues al no tener un número de servicios asegurado por día, las posibilidades de ganar dinero, son variables y no otorgan estabilidad económica al triciclista; *no tiene capacitación* (3.29), aspecto que responde a una autopercepción de poca preparación en términos de educación formal, lo que dificulta su posibilidad de acceder a un trabajo mejor; *no encuentra apoyo* (3.29), situación que refleja una visión pesimista sobre la posibilidad de salir adelante sólo con el esfuerzo propio. En alguna medida, esta última percepción se ha visto reforzada por acciones que han logrado establecer fuertes vínculos de dependencia con el estado o con instituciones no gubernamentales a través de políticas sociales paternalistas.

El 84.5% que refiere tener una situación regular, brinda una respuesta estereotipada y socialmente deseable dentro de las características culturales de la muestra puesto que en una cultura de arraigado origen andino, al igual que en

culturas colectivistas como la china se tiende a ver la homogeneidad endogrupal como algo positivo (Moghaddam, 1998) por tal razón se cree que casi todos los encuestados han respondido de la misma manera a una pregunta de estas características.

Un análisis más exhaustivo de las razones por las cuáles los encuestados perciben que su situación es regular nos permite identificar si el sentido de esta “regularidad” es más positivo que negativo o viceversa. El siguiente cuadro presenta las alternativas que de acuerdo con la fase cuantitativa del estudio son las más relevantes en y refiere su carácter positivo o negativo con fines de interpretación.

Cuadro 17. ¿Por qué su situación es regular?

#	Respuesta	Valoración	Puntaje
1	Porque el trabajo es duro	negativa	3.39
2	Porque no tengo trabajo seguro	negativa	3.27
3	Porque algo está ganando	positiva	3.22
4	Porque está trabajando	positiva	3.20
5	Porque tiene buena relación familiar	positiva	3.19
6	Porque es triciclista ¹³	negativa	3.08
7	Porque su familia está bien	positiva	3.05
8	Porque la plata no alcanza	negativa	3.01
9	Porque no encuentra apoyo	negativa	3.00
10	Porque no tiene capacitación	negativa	3.00

n= 200 casos

De las 10 respuestas seleccionadas que reflejan porqué la situación es regular, se aprecian 6 alternativas negativas y 4 positivas. Nuevamente, se aprecia una percepción negativa del trabajo, como algo *duro* (en términos físicos principalmente) y que *no es seguro*, puesto que no garantiza un ingreso estable a

¹³ Se asume la respuesta triciclista como una razón negativa, tomando en cuenta que la pertenencia a dicha categoría no es socialmente deseada.

quien lo realiza. Las alternativas número 3 y 4 son positivas y evalúan los aspectos más favorables de ser triciclista, que son. El hecho de *poder ganar algo de dinero* y la *valoración del trabajo*. Estas últimas alternativas, atenúan una percepción totalmente negativa de la actividad del triciclo además de estar en concordancia con los valores de la población estudiada.

Las alternativas posteriores evalúan la situación desde una perspectiva familiar, generalmente evaluada como positiva por los entrevistados, y una perspectiva social, más general, en la que se perciben problemas de índole económica, la cual está relacionada con la autopercepción de falta de recepción de apoyo (en una visión de autodesvalorización reforzada por patrones paternalistas de interacción con el estado o algunas organizaciones no gubernamentales) y falta de capacitación.

No obstante lo anterior, un análisis de varianza refiere diferencias estadísticamente significativas en la valoración que los miembros de los distintos conglomerados dan a las razones de porqué su situación es regular, lo que establece ligeras diferencias para la interpretación de los datos.

Cuadro 18. Por qué su situación es regular por conglomerados

Conglomerado 1		Conglomerado 2		Conglomerado 3	
Su situación es regular por:	Media	Su situación es regular por:	Media	Su situación es regular por:	Media
Porque está trabajando	3.62	Porque el trabajo es duro	3.53	Porque el trabajo es duro	3.63
Porque algo está ganando	3.55	Porque la plata no alcanza	3.27	Porque no tiene trabajo seguro	3.44
Porque tiene buena relación familiar	3.52	Porque no tiene trabajo seguro	3.11	Porque tiene lo necesario	3.40
Porque no tiene trabajo seguro	3.33	Porque no lo controlan	3.07	Porque la plata no alcanza	3.24
Porque es triciclista	3.24	Porque algo está ganando	3.05	Porque algo está ganando	3.19
Porque su familia está bien	3.19	Porque tiene buena relación familiar	3.05	Porque tiene buena relación familiar	3.11
Porque no tiene capacitación	3.14	Porque no encuentra apoyo	3.04	Porque está trabajando	3.09
Porque no lo controlan	3.05	Porque no es triciclista	3.04	Porque no encuentra apoyo	3.09
		Porque está trabajando	3.03	Porque es triciclista	3.00
		Porque su familia está bien	3.03		

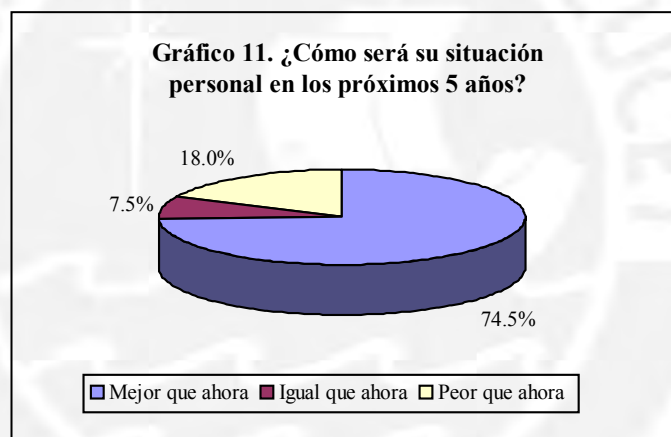
n= 200 casos

El cuadro nos permite apreciar, que incluso en la percepción generalizada de regularidad, hay diversos matices determinados por la pertenencia a los distintos segmentos identificados. Se puede observar, que los miembros del conglomerado 1, tienen una visión ligeramente más positiva de la situación que sus compañeros de otros conglomerados. Esto se afirma por la introducción de más características positivas, la intensidad en los promedios de las mismas, y el orden relativo en que son presentadas. En alguna medida, este patrón de respuestas se sugiere por el hecho de que ellos no se sienten totalmente triciclistas.

Los conglomerados 2 y 3, refieren características más negativas y muchas de éstas son atribuibles a la actividad que realizan, lo que resulta interesante, porque son justamente los miembros de estos conglomerados los que se identifican más

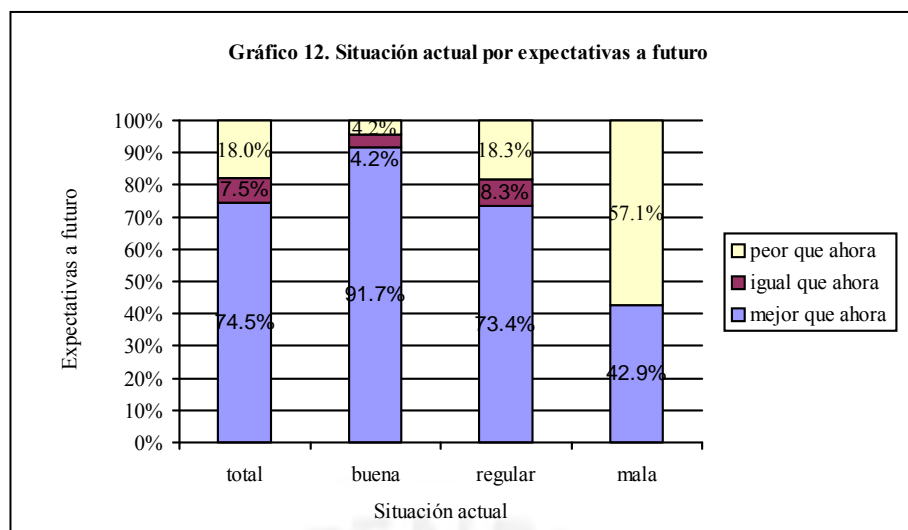
intensamente con la categoría triciclista. Esta tendencia es especialmente marcada en los miembros del conglomerado 2, que siendo los más triciclistas, relacionan más atributos negativos asociados a la actividad con su situación actual.

No obstante esta autopercepción mayoritaria de una situación regular, las expectativas a futuro distan de ser negativas, puesto que la mayoría de los participantes en el estudio cualitativo y un 74.5% de los participantes en la fase cuantitativa, consideran que su situación en los próximos años tenderá a ser mejor que ahora tal como lo muestra el siguiente gráfico:



n= 200 casos

Es importante mencionar que la percepción que se tenga sobre la situación actual de uno, influye en las expectativas a futuro. Así, quienes perciben tener actualmente una percepción favorable, son en su conjunto más optimistas hacia el futuro que aquellos que tienen una percepción regular o mala de su situación actual, como lo muestra el siguiente gráfico:

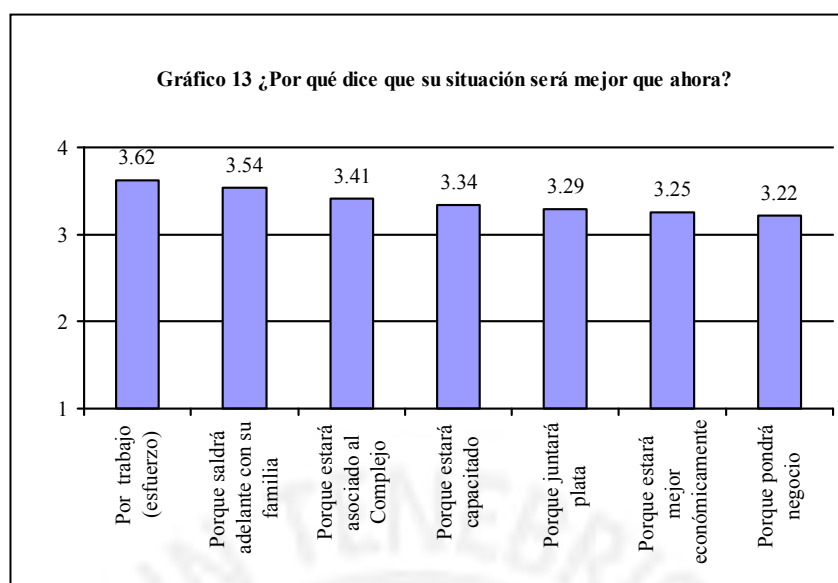


Chi Cuadrado= 11.459; Sig .002¹⁴
n= 200 casos

En cuanto al tema de las expectativas a futuro, durante el estudio cualitativo se identificaron 11 razones que explican porque la situación de los entrevistados sería mejor que en la actualidad. Estas razones serían las siguientes: el *trabajo* (esfuerzo), el *salir adelante con la familia*, el *estar asociados al Complejo*, el *estar capacitados*, el *juntar dinero*, el *estar mejor económicamente*, el *poner negocio*, el *dejar el triciclo*, el *estar asociados a un comité* y el *tener suerte*. De estas 11 razones, a través de la fase cuantitativa del estudio se ha logrado identificar aquellas 7 más relevantes. Seleccionando aquellas que en una escala del 1 al 4, donde 1 es total desacuerdo con la alternativa y 4 total acuerdo con la misma, presentan puntajes promedio iguales o mayores que tres.

Así, las razones por las cuales se cree que la situación personal mejorará en los próximos años son las siguientes:

¹⁴ La aplicación del estadístico Chi Cuadrado para determinar diferencias estadísticas en la percepción de mejora por la percepción de la situación actual, es meramente referencial, ya que los números de casos de quienes perciben su situación actual como buena y mala, son menores que n= 30.



n= 200 casos

La primera alternativa del gráfico, enfatiza el esfuerzo como herramienta para mejorar la situación de los triciclistas. Esto parece estar relacionado con la estrategia de movilidad social del individuo (Tajfel & Turner, 1979), en la cual los individuos pueden cambiar de estatus por su propio esfuerzo. Por otro lado, la segunda y la tercera alternativa, ponen énfasis en las redes de soporte social, que van de la familia a asociarse al Complejo. El Complejo en este contexto, parece ser visto como un vehículo de progreso, que permite a los triciclistas capacitarse para quizás poner un negocio y mejorar económicamente (dejando el triciclo).

No obstante lo anterior, un análisis de varianza nos permite establecer que las razones asociadas a un futuro mejor difieren en los conglomerados definidos, tal como lo muestra el siguiente cuadro:

Cuadro 19. Por qué su situación será mejor que ahora por conglomerados

Conglomerado 1		Conglomerado 2		Conglomerado 3	
Su situación será mejor por:	Media	Su situación será mejor por:	Media	Su situación será mejor por:	Media
Estará capacitado	3.89	Estará asociado al Complejo	3.43	Por su esfuerzo	3.88
Saldrá adelante con su familia	3.75	Saldrá adelante con su familia	3.39	Porque saldrá adelante con su familia	3.57
Por su esfuerzo	3.75	Por su esfuerzo	3.33	Porque pondrá su negocio	3.23
Porque juntará plata	3.75	Porque estará mejor económicamente	3.21	Estará asociado al Complejo	3.21
Porque estará asociado al Complejo	3.67	Porque estará capacitado	3.19	Porque juntará plata	3.15
Porque estará mejor económicamente	3.53	Porque podrá su negocio	3.15	Porque estará capacitado	3.12
Porque dejará el triciclo	3.36	Porque juntará plata	3.13	Porque estará mejor económicamente	3.12
Porque pondrá su negocio	3.33				
Por suerte	3.28				

n= 200 casos

Los miembros del conglomerado 1, atribuyen su mejoría en el futuro, al soporte familiar y a una serie de condiciones asociadas al trabajo, que pasan por dejar de ser triciclistas. En este grupo, la identificación con la categoría resulta un aspecto transitorio y una vez que sus miembros a través del esfuerzo, el ahorro, un negocio y la suerte logren mejorar económicamente estarán mejor. En este grupo no se considera el ser triciclista una condición permanente lo que explicaría su visión menos negativa de la actividad y un menor riesgo de adquirir una identidad social negativa por realizarla.

Los miembros de los conglomerados 2 y 3, al igual que el grupo anterior atribuyen su mejora a condiciones familiares favorables y al esfuerzo. No obstante, no descartan el continuar como triciclistas, aunque entre sus expectativas

se encuentra poner un negocio que sirva como una actividad económica complementaria.

El caso de los triciclistas del conglomerado 2 es particularmente interesante, porque asocian su perspectiva de logro con el integrarse al Complejo, en una aproximación pragmática a dicha institución. La cual es percibida como punto de partida para el desarrollo individual en función a los programas de capacitación que imparte, y al apoyo económico producto de los préstamos que realiza.

Finalmente, en una visión integral de la problemática de los triciclistas, se puede establecer que éstos si refieren un nivel de identificación con la actividad. Sin embargo, cuanto más intensa es esta identificación el riesgo de presentar baja autoestima e identidad social negativa resulta mayor.

El predominio de dos dimensiones negativas en la percepción de la actividad del triciclo es consistente con lo referido anteriormente. En este contexto, la aparición de algunos atributos favorables de la categoría sugieren una estrategia de defensa del sí mismo antes que una visión realmente favorable del ser triciclista.

La visión pragmática observada en los participantes del estudio ha logrado que los mismos se adapten a una actividad netamente individualista, aún cuando el esquema cultural del que provienen los triciclistas es el colectivista andino. Esta adaptación ocurre porque es necesaria, pero en términos generales resulta

insatisfactoria ya que sugiere un conflicto de valores añadido a todos los problemas asociados con el maltrato y la discriminación entre las otras dificultades percibidas en la actividad.

No obstante lo anterior, los entrevistados no son totalmente pesimistas sobre su futuro, pues consideran que éste puede ser mejor. Todo depende de dejar la actividad, o asumirla como una fuente de ingreso secundaria. En todo caso, la pertenencia a la categoría es vista por un considerable número de triciclistas como transitoria.

8.4. Identidad Nacional.

8.4.1. Pertenencia a la categoría “peruano”

Durante el proceso de investigación no se realizó directamente una pregunta acerca de si los entrevistados se sentían o se juntaban con otros peruanos, tal como sí ocurrió para el análisis de la categoría triciclista. La explicación de este hecho es simple pues ante una pregunta directa se esperaban respuestas afirmativas sesgadas.

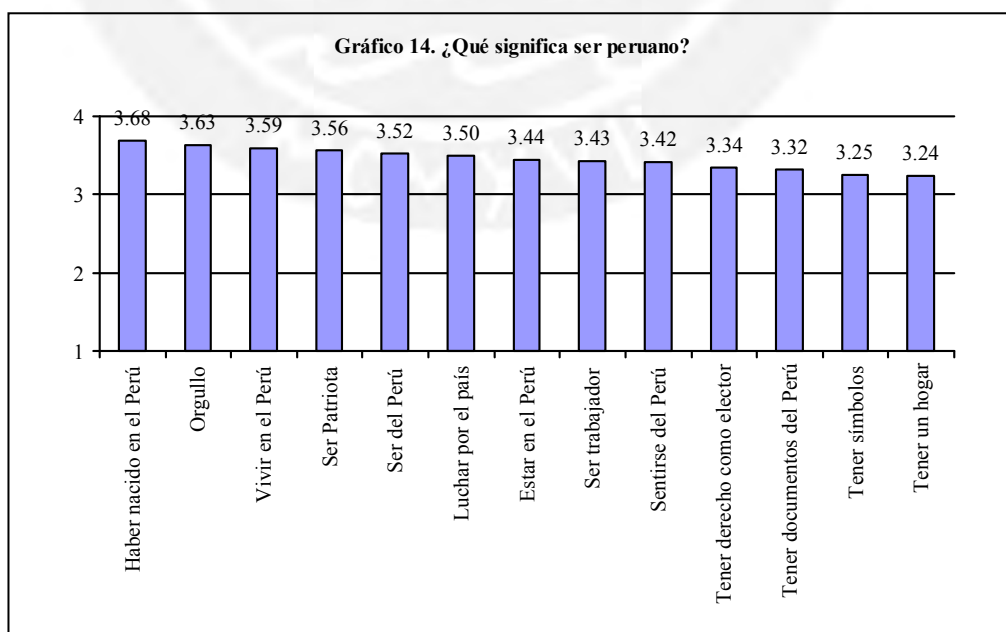
En ese sentido, el análisis de la pertenencia a la categoría peruano se sustenta en la percepción de lo que significa ser peruano para los entrevistados. La fase cualitativa del estudio, nos otorga al respecto 14 aspectos que definen lo que significa ser peruano y éstos son:

Cuadro 20. ¿Qué significa ser peruano?

#	Atributos
1	Haber nacido en el Perú
2	Ser del Perú
3	Sentirse del Perú
4	Vivir en el Perú
5	Orgullo
6	Ser patriota
7	Tener documentos del Perú
8	Ser trabajador
9	Estar en el Perú
10	Tener un hogar
11	Luchar por el país
12	Tener bandera/ escudo
13	Tener derecho como elector
14	Algo que no se puede cambiar

n= 40 casos

En función a los resultados de la fase cuantitativa del estudio, se seleccionaron para el análisis aquellos aspectos que en una escala del 1 al 4, donde 1 es total desacuerdo con la característica y 4 total acuerdo con la misma, tuvieran un puntaje promedio igual o mayor que 3. Finalmente, 13 de los 14 aspectos inicialmente propuestos parecen ser representativos de lo que significa ser peruano, en la muestra estudiada. El siguiente gráfico presenta estas respuestas y su orden de importancia:



n= 200 casos

De las 13 respuestas definidas como relevantes, existen 5 que sugieren que los entrevistados sí se sienten identificados con el Perú y la categoría social peruano. Estas respuestas en orden de importancia son: haber nacido en el Perú, vivir en el Perú, ser del Perú, estar en el Perú y tener documentos del Perú.

El criterio para tal afirmación se sustenta en el hecho concreto que los entrevistados en su totalidad han nacido en el Perú, viven en el Perú, son peruanos, están actualmente en el Perú y tienen documentos del país. Adicionalmente, esta idea se ve reforzada al encontrar que haber nacido en el Perú, es uno de los aspectos más representativo de lo que significa ser peruano observándose que esta opinión es compartida por el 99.5% de los participantes en el estudio cuantitativo.

Los aspectos como el orgullo, ser patriota, luchar por el país, ser trabajador, tener derechos como electores, tener símbolos y tener un hogar; referirán por su parte la intensidad de la identificación y algunas emociones asociadas al ser peruano.

Sobre, lo anterior, el significado acerca de ser peruano refiere más elementos concretos que abstractos, lo que nos permite afirmar a su vez, que espontáneamente no hay una noción clara sobre elementos emocionales asociados a la categoría. Razón por la cual, preguntas adicionales al respecto son imprescindibles y se trabajarán en el siguiente capítulo.

8.4.2. Contenidos asociados a la categoría social “peruano”

Al igual que en el análisis descriptivo de los contenidos asociados a la categoría triciclista, el análisis realizado para la categoría peruano refleja un sesgo por el tipo de pregunta realizada, apreciándose una percepción más negativa cuando las respuestas son obtenidas de manera espontánea, tal como ocurrió en el estudio cualitativo versus, respuestas más positivas cuando las alternativas son presentadas a los entrevistados, tal como ocurrió en el estudio cuantitativo.

En relación con el tema de los contenidos, la primera pregunta realizada fue cómo son los peruanos. El estudio cualitativo encontró 21 respuestas, que podían ser subdivididas en conceptos positivos y conceptos negativos, tal como lo demuestra el siguiente cuadro:

Cuadro 21. ¿Cómo somos los peruanos?

Conceptos Positivos	Conceptos Negativos
Alegres	Desunidos
Tranquilos	Siempre están en problemas
Buenos	Quedados/conformistas
Humildes ¹⁵	Fracasados/ atrasados
Trabajadores	Malos
Capaces	Caprichosos/ tercos
Sencillos ¹⁶	Sin visión de futuro
Honrados	Flojos/ ociosos
Recios	Borrachos
	De mal vivir
	Rateros/ delincuentes
	Diferentes entre nosotros

n= 200 casos.

¹⁵ El término *humilde* hace alusión a una forma de ser, que no es ostentosa o “sobrada”. Para los entrevistados, influenciados por una cultura colectivista, esta es una característica socialmente deseable porque facilita la armonía, el equilibrio y mantiene las relaciones sociales al interior de un grupo, dado que no produce percepciones de excesivo bienestar o malestar en uno de sus miembros, sino más bien una situación de equidad, donde uno no se siente más o menos que el otro.

¹⁶ La interpretación del concepto *sencillo* va en la misma línea de la interpretación consignada para el concepto *humilde*.

De las 21 respuestas, 8 resultan positivas versus 13 negativas, lo que en un balance general propone indicios para considerar que estamos ante una situación de autodesvalorización como peruanos.

Los aspectos positivos resultan difíciles de agrupar con fines de interpretación, sin embargo, se resaltan características que son socialmente deseables en una cultura colectivista como la estudiada. Por un lado, se refuerza la *alegría* como un elemento que transmite simpatía, la *tranquilidad*, la *bondad*, la *humildad*, la *sencillez* y la *honestidad*. En general, algunos de estos aspectos parecen orientados a establecer relaciones sociales armoniosas y estables.

Por otro lado se valora, la motivación por el trabajo, al referir que los peruanos son *trabajadores*, *recios* y *capaces*. Lo que refiere el fuerte espíritu progresista observado en los miembros de la muestra, de quienes se puede afirmar (al menos para una proporción considerable de casos) que son trabajadores y recios (físicamente hablando).

Los aspectos negativos por otro lado, son más consistentes entre sí y es más fácil definirlos en tres dimensiones. La primera alude a los peruanos malos. Esta dimensión, es producto de la tendencia andina a hacer un mundo dual (Ortiz, 2001) en la cual observamos previamente vecinos buenos y vecinos malos, triciclistas buenos y triciclistas malos; para ahora con los peruanos malos tener por oposición, implícitamente, una idea de los peruanos buenos, que son aquellos

quienes buscan mantener las relaciones sociales y la armonía, con un comportamiento socialmente aceptado. Los peruanos malos por su parte, serán aquellos definidos como *flojos, borrachos, delincuentes y de mal vivir* y al menos, en el ámbito individual, los miembros de la muestra no se identifican mayormente con éstos.

La segunda dimensión negativa de la peruanidad, contempla las deficiencias de los peruanos no por maldad sino por incapacidad. En ese sentido, se define a los peruanos como *quedados/ conformistas, atrasados/ fracasados*, que *siempre están en problemas* y que *no tienen visión de futuro*. Se observa en las respuestas indicios de una autoestima colectiva baja en función a la pertenencia a la categoría social peruano; a la cual se asocia con un ideas de subdesarrollo, fracaso y conformismo.

Finalmente, la tercera dimensión alude a aspectos negativos que parecen ser causa y consecuencia de la situación negativa que se percibe en el país. Por un lado, se aprecia *diferencias entre los peruanos*, las cuales como veremos más adelante se explican en función a variables sociales, económicas y culturales, y por otra parte se aprecia *desunión* entre los peruanos, que en su sentido más negativo y extremo parece convertirse en el individualismo negativo descrito por Ortiz & Yamamamoto (1999) como aquél individualismo basado en el debilitamiento de las redes de parentesco, en la negación a asumir que haya una responsabilidad individual compartida, y que busca la realización del individuo con o contra la colectividad .

Para el caso de la “peruanidad”, los aspectos positivos y negativos, no necesariamente implican exclusión, sino complementariedad.

Los resultados de la fase cuantitativa del estudio permiten corroborar a través de un análisis factorial la interpretación de los resultados cualitativos.

Así, en un proceso de análisis similar al aplicado para la categoría social triciclista, las 21 respuestas que referían cómo son los peruanos, fueron sometidas a un análisis factorial que finalmente permitió identificar las 11 características más importantes del ser peruano agrupadas en cuatro factores.

El procesamiento estadístico del análisis factorial consistió en ir eliminando aquellas características que presentaban en la tabla de comunalidades un valor de extracción menor que 0.4.

Simultáneamente, se aplicó el análisis de confiabilidad Alpha de Cronbach. Bajo este análisis estadístico se fueron eliminando aquellos factores cuyos coeficientes de confiabilidad resultaran menores que .7. Adicionalmente, bajo este criterio también se eliminaron características que eventualmente influyeran negativamente en la confiabilidad de un factor.

Posteriores procesamientos de análisis factorial, se solicitaron para 5, 4, 3 y 2 factores. Las variables que se utilizaron en el análisis factorial definitivo fueron la siguientes:

Cuadro 22. Palabras y frases seleccionadas para el análisis factorial

#	Características
1	Los peruanos son rateros/ delincuentes
2	Los peruanos son de mal vivir
3	Los peruanos siempre están en problemas
4	Los peruanos son flojos/ ociosos
5	Los peruanos son fracasados/ atrasados
6	Los peruanos son quedados/ conformistas
7	Los peruanos son diferentes entre si
8	Los peruanos son borrachos
9	Los peruanos no tienen visión de futuro
10	Los peruanos son alegres
11	Los peruanos son tranquilos

n= 200 casos

9 de las 11 características seleccionadas refieren elementos negativos asociados a la peruanidad. La poca presencia de características positivas después del procesamiento del análisis factorial, responde a la falta de consistencia en los patrones de agrupación de dichas características, lo que originaba que las mismas formaran factores de interpretación confusa, lo que originó su eliminación.

Finalmente, las 11 características seleccionadas se agruparon en 4 factores, descartando aquellos análisis solicitados previamente para un menor número de factores. Los 4 factores obtenidos en total explican el 68.78% de la varianza. Individualmente, los niveles de varianza explicada por factor son: factor 1 (33.89%), factor 2 (16.70%), factor 3 (10.16%) y factor 4(9.03%).

El factor 1 por su parte cuenta con un coeficiente de confiabilidad de .7904, el factor 2 con uno de .7720, el factor 3 con uno de 6735 y el factor 4 con uno de .4643.

A pesar de los criterios previamente definidos para la eliminación de factores cuyos coeficientes de confiabilidad resultaran menores que 0.7, finalmente se decidió mantener los factores 3 y 4, porque procesamientos de menor número de factores, generaban resultados confusos y asociaciones de atributos forzadas haciendo que éstas carezcan de sentido interpretativo.

El siguiente cuadro refleja la asignación final de las características y sus correlaciones con sus factores correspondientes:

Cuadro 23. Matriz factorial rotada

	Factor			
	1	2	3	4
Los peruanos son rateros/delincuentes	.833			
Los peruanos son de mal vivir	.806			
Los peruanos son borrachos	.655		.341	
Los peruanos son fracasados/ atrasados		.830		
Los peruanos son quedados/ conformistas		.771		
Los peruanos no tienen visión de futuro		.764		
Los peruanos son flojos/ ociosos	.461	.559		
Los peruanos son tranquilos			.846	
Los peruanos son alegres	.349		.795	
Los peruanos son diferentes entre sí				.846
Los peruanos siempre están en problemas				.684

Método de extracción: Análisis de Componentes Principales.
Método de Rotación: Varimax, con Normalización de Kaiser.
a. la rotación convergió en 6 iteraciones

n= 200 casos

El factor 1, fue denominado *percepción de marginalidad y delincuencia*, y comprende elementos propios de los peruanos malos. Es una percepción

sumamente negativa, ya que atribuye a la peruanidad elementos delincuenciales. Como percepción se infiere de este factor elementos de identidad social negativa.

El factor 2, fue denominado *percepción de subdesarrollo y atraso*, y comprende elementos asociados a la incapacidad de los peruanos por salir adelante. A este nivel se refleja una baja autoestima, en la medida en que somos fracasados y atrasados (siendo importante recordar que la autoestima es consecuencia de situaciones de logro). La percepción también introduce estereotipos asociados a la ociosidad y el conformismo de los peruanos que derivan en la mediocridad. De este factor también se infiere una identidad social negativa, en la medida en que los peruanos no tienen visión de futuro y por ende no hay posibilidad de cambiar la situación.

El tercer factor fue denominado *percepción de tranquilidad y alegría* y es el único de los cuatro factores obtenidos que contiene elementos positivos asociados a estados emocionales favorables.

Finalmente el cuarto factor fue denominado *percepción de las diferencias y los problemas*, es un factor con contenidos negativos y aunque su importancia es menor que la de los anteriores, pone énfasis en que las diferencias generan problemas en el Perú. Esto podría asociarse, a la idea de que la diferencia genera patrones de exclusión social (Sasaki & Calderón, 1998) que en un sentido extremo producen individualismo [negativo], lo cual se contrapone a los valores colectivistas de la cultura de base de la muestra estudiada.

De las cuatro percepciones derivadas del análisis factorial, se realizó un análisis de conglomerados de K-medias. Cuatro procesamientos de dicho análisis fueron necesarios para establecer que 4 conglomerados o segmentos representaban la mejor aproximación de los triciclistas a las percepciones sobre el ser peruano.

La definición de los conglomerados, se realizó estableciendo como punto mínimo de asignación a los mismos, una correlación de $|0.7|$ que explicara la asociación entre el conglomerado procesado y los factores descritos. La siguiente tabla permite ver con mayor claridad como se dio esta asociación:

Cuadro 24. Centros finales de los conglomerados

Factor	Conglomerado			
	1	2	3	4
Percepción de marginalidad y delincuencia	.13457	-.31049	-.22641	1.49560
Percepción de subdesarrollo y atraso	-.00238	-.89215	.79525	.24267
Percepción de tranquilidad y alegría	1.68255	-.39648	-.55835	-.13996
Percepción de las diferencias y problemas	.39073	-.19287	.34666	-1.29382

n= 200 casos

Sobre la base de los resultados obtenidos, se procedió a definir a los conglomerados obtenidos de la siguiente manera:

El conglomerado 1, se denominó *reconocedores de la alegría y tranquilidad* y concentró a 52 triciclistas. Los miembros del conglomerado asocian entonces a los peruanos y a la peruanidad a atributos positivos como la alegría y la tranquilidad (factor 1). Éstos atributos son socialmente valorados porque estimulan las relaciones sociales, bajo la esencia del ser simpático (Gissi, Zubieta & Páez, 2000) y atenúan el conflicto con un carácter tranquilo.

El conglomerado 2, se denominó, *negadores del subdesarrollo y el atraso* y concentró a 68 triciclistas. En este grupo encontramos a los triciclistas que se resisten a asociar a la peruanidad y a los peruanos con esta visión de subdesarrollo motivada por la ociosidad, el conformismo, el fracaso y la falta de visión de futuro (factor 2). En general, los miembros de este segmento, tienden a presentar una visión sistemáticamente más favorable del país y del ser peruano.

El conglomerado 3 fue denominado *reconocedores del subdesarrollo y el atraso* y concentró 70 casos. Este conglomerado resulta completamente antagónico al conglomerado definido previamente. Por oposición, este grupo refiere una dimensión negativa de la peruanidad, con elementos de desesperanza aprendida elaborados en función. Al respecto se aprecian asociados a estas características y en este grupo, indicios de identidad social negativa.

El cuarto conglomerado, se definió como *reconocedores de la marginalidad y la negación de la diferencia y los problemas*. Este conglomerado concentró a 21 triciclistas. En general la percepción de este grupo de triciclistas sobre los peruanos y la peruanidad establece un patrón delincucional (en términos de corrupción, estafas, etc) generalizado, puesto que no somos diferentes, y que no genera problemas a quienes actúan de tal forma. De las cuatro perspectivas, esta podría considerarse la más negativa y peligrosa pues sugiere la idea de que el comportamiento antisocial tiene beneficios (o al menos no tiene perjuicios para quien lo ejerce). Aquí se afrontan básicamente dos problemas, uno es el de la identidad social negativa con el reforzamiento de una imagen muy deteriorada de

los peruanos; y el otro comprende el riesgo de adquirir una estima inflada, que refuerce aún más estos comportamientos negativos (como de hecho ocurre en algunos sectores de la sociedad peruana) y un cambio social en los valores, para que se produzcan actitudes favorables hacia los comportamientos orientados al rompimiento de las normas. Esta modificación en los valores sería un riesgo potencial como parte de un proceso de creatividad social (Tajfel & Turner, 1979), orientada a reducir en el sí mismo, los efectos negativos de pertenecer a una categoría social tan desvalorizada.

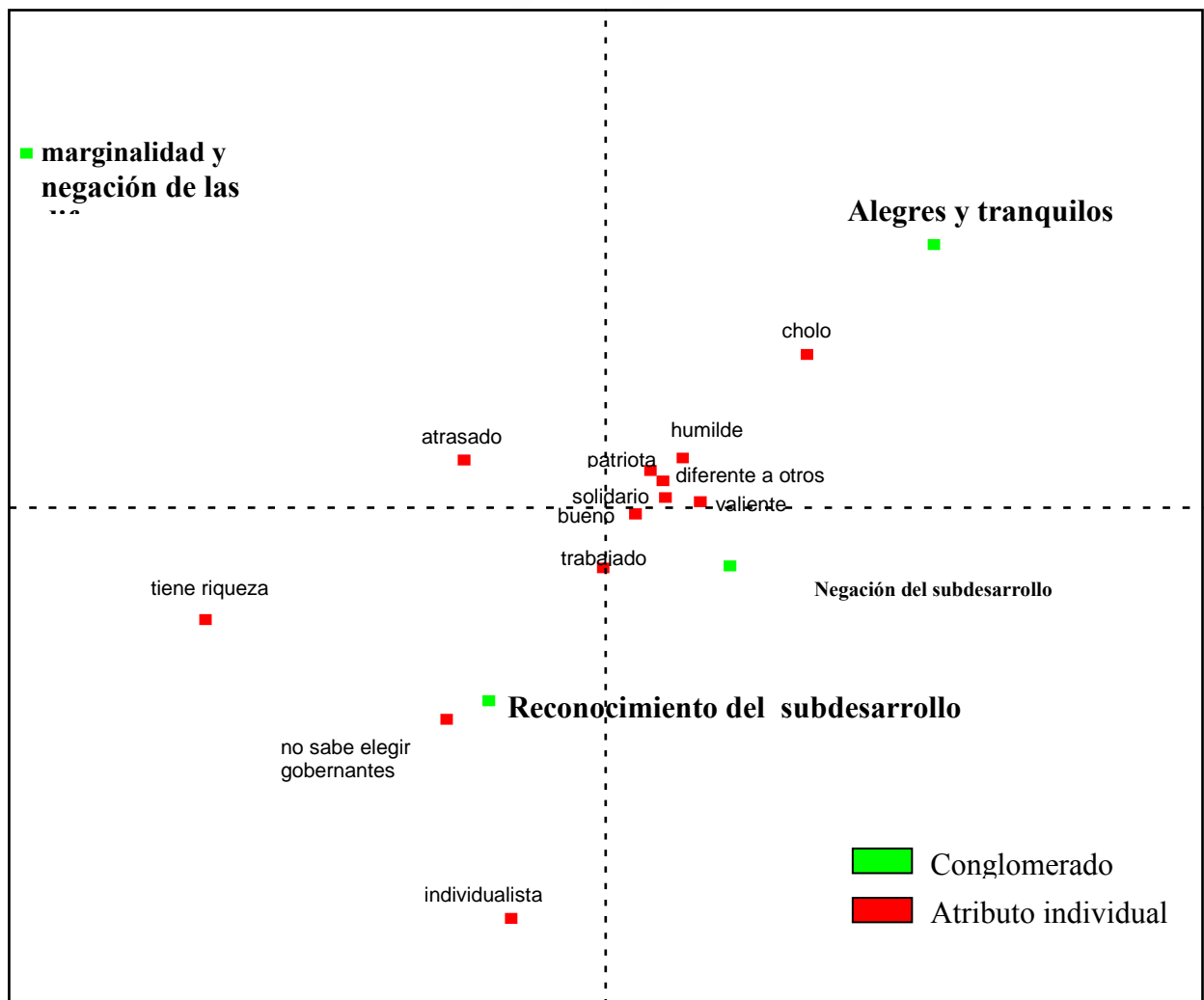
A partir de este punto, se tratarán de realizar análisis independientes para los conglomerados identificados con la finalidad de establecer las posibles diferencias que pudieran existir entre ellos.

A través de un análisis de correspondencia, se observa que son los miembros del conglomerado 2 (negadores del subdesarrollo y el atraso), aquellos que en el ámbito individual, se autoperciben más favorablemente. Este conglomerado entonces está conformado por personas que mayoritariamente se definen a sí mismas como *patriotas, valientes, humildes, buenas y trabajadoras*.

Los miembros del conglomerado 3 (reconocedores del subdesarrollo), presentan una mayor incidencia en la autopercepción de *incapacidad para elegir gobernantes, posesión de riqueza e individualismo*.

Los conglomerados 1 (reconocedores de la alegría y tranquilidad) y 4 (reconocedores de la marginalidad), tienen entre sus miembros a aquellos triciclistas que en conjunto, no se autoperciben (a nivel individual) fuertemente asociados ni a atributos positivos, ni a atributos negativos, tal como lo demuestra el siguiente mapa perceptual:

Gráfico 15. Relación entre conglomerados y características individuales de los encuestados



n= 200 casos

Los resultados previos sugieren que los miembros del conglomerado 2, son aquellos a quienes la pertenencia a la categoría social peruano menos impacto negativo les genera en su autopercepción individual.

En general, la autopercepción individual predominantemente positiva de los miembros del conglomerado 2, podría estar asociada a estados de ánimo positivos, que predisponen a romper con visiones estereotipadamente negativas (Park & Banaji, 2000) como la idea del subdesarrollo en el caso peruano.

Más adelante, se indagó por las palabras que describen mejor al peruano. Los resultados del cualitativo nos permiten observar nuevamente el hallazgo de 21 respuestas. Que pueden ser agrupadas en conceptos positivos neutrales y negativos tal como lo demuestra el siguiente cuadro:

Cuadro 25. Palabras que identifican a los peruanos

Conceptos Positivos	Contenidos Neutrales	Conceptos Negativos
Patriotas	Cholos	No sabemos elegir a nuestros gobernantes
Valientes		
Tienen riqueza (recursos naturales)		Diferentes entre nosotros
Trabajadores		Individualistas/ personalistas
Humildes		Atrasados
Buenos		Egoístas
Solidarios		Envidiosos
Recios		Malos
		Caprichosos/ tercos
		No tienen inteligencia
		Nos dicen terroristas
		Flojos/ ociosos
		Rateros/ delincuentes

n= 40 casos

Nuevamente un balance general, nos hace pensar que 8 características positivas versus 13 características negativas nos confrontan como peruanos a un autoconcepto y una autoestima deficitarios y por ende a un riesgo potencial de adquirir una identidad social negativa, riesgo observado en la constante aparición de atributos negativos asociados a la “peruanidad”.

Los aspectos positivos pueden ser entendidos en 3 dimensiones. La primera dimensión corresponde al peruano bueno quien es además *humilde* y *solidario*. La segunda dimensión, refiere las características asociadas al peruano progresista como *trabajador* y *recio*. Y finalmente, la tercera dimensión, introduce “clichés” históricos y sociales, como la *valentía*, el *patriotismo* y la percepción de que *tenemos riqueza* (natural).

Los aspectos negativos también refieren 3 dimensiones. La primera establece una percepción general de nuestro atraso. Desde esta perspectiva, los peruanos *son atrasados, no saben elegir sus gobernantes y les falta pensamiento*. Esta perspectiva está asociada al factor 1.

La segunda dimensión introduce el concepto del peruano malo quien es *ratero/ delincuente, terrorista, envidioso y flojo*; esta dimensión está asociada al factor 2. La imagen del peruano malo no se considera mayoritaria en el país, pero la existencia de este tipo de personas no se niega y los triciclistas consideran que sí influye en la percepción que otros pudieran tener de los peruanos en general.

Una tercera dimensión identifica las dificultades para consolidar una identidad nacional sólida y estos aspectos son: los peruanos *somos diferentes entre nosotros* y la existencia del *individualismo*. Esta percepción no se ha visto reflejada claramente en los factores previamente definidos, por lo que se asume como una tendencia menos representativa (aunque no menos importante) de ver la peruanidad.

Un análisis de varianza nos permite identificar que existen diferencias estadísticamente significativas en la evaluación de las palabras que de acuerdo con los miembros de los segmentos obtenidos identifican mejor a los peruanos. Un análisis detallado de las palabras más representativas para cada grupo es presentado en el siguiente cuadro:

Cuadro 26. Palabras que identifican a los peruanos por conglomerado

Conglomerado 1		Conglomerado 2		Conglomerado 3		Conglomerado 4	
Palabra	Media	Palabra	Media	Palabra	Media	Palabra	Media
Cholos	3.93	Patriotas	3.73	Diferentes entre sí	3.49	No sabemos elegir a nuestro gobernantes	3.48
Tienen riqueza ¹⁷	3.68	Valientes	3.66	No sabemos elegir nuestros gobernantes	3.43	Tienen riqueza	3.48
Patriotas	3.66	No sabemos elegir a nuestros gobernantes	3.64	Tienen riqueza	3.27	Cholos	3.48
Humildes	3.59	Cholos	3.36	Patriotas	3.19	Patriotas	3.29
Diferentes entre sí	3.56	Trabajadores	3.15	Cholos	3.13	Atrasados	3.14
Trabajadores	3.34	Buenos	3.03	Buenos	3.10	Diferentes entre sí.	3.05
Atrasados	3.09	Diferentes entre sí	3.01	Trabajadores	3.05		
Buenos	3.04	Solidarios	3.01	Valientes	3.05		
Valientes	3.02	Humildes	3.01	Individualistas	3.01		
				Atrasados	3.01		
				Humildes	3		

n= 200 casos

¹⁷ El concepto de **tienen riqueza**, corresponde principalmente a cantidad y variedad de recursos naturales que posee el país.

Del cuadro anterior, se observa que los miembros del conglomerado 2 (negadores del subdesarrollo y atraso), refieren una asociación y una identificación más positiva con la categoría social peruano. En general, salvo la percepción de no saber elegir a los gobernantes y la percepción de las diferencias, el resto de atributos relevantes tienden a dar una representación positiva de la categoría.

Desde otra perspectiva, los miembros de los conglomerados 1, 3 y 4, presentan una percepción menos favorable del ser peruano al introducir ideas asociadas al subdesarrollo y al atraso.

8.4.2.1. Aspectos positivos y aspectos negativos del ser “peruano”

Más adelante, en la fase cualitativa del estudio, se pidió a los entrevistados que describieran lo bueno y lo malo de ser peruano. El siguiente cuadro muestra las respuestas obtenidas:

Cuadro 27. Lo bueno y lo malo de ser peruano

Lo bueno de ser peruano	Lo malo de ser peruano
Es tener patria	No hay trabajo
Es la riqueza del país	No aprovechamos nuestra riqueza
Vivir en el Perú	No sabemos elegir nuestros gobernantes
Los peruanos son alegres	Somos quedados/fracasados
Nuestros símbolos	No producimos cosas en el Perú
Los peruanos son progresistas	Somos individualistas/personalistas
Los peruanos son luchadores	Nos falta pensamiento
Los peruanos son trabajadores	Nos miran como terroristas
Los peruanos son humildes	Los peruanos son corruptos/ rateros
Los peruanos son respetuosos	Los peruanos son mentirosos e incumplidos
Hay profesionales	Los peruanos son borrachos
	Los peruanos son ociosos
	Los peruanos hacen cosas malas

n= 40 casos

Los aspectos positivos y negativos de ser peruano, no siempre resultan excluyentes. Pero en aquellos casos en que existe interacción entre lo positivo y lo negativo, parece darse un predominio de lo segundo. Así por ejemplo, algo bueno de ser peruano es la riqueza del país, pero de poco o de nada sirve si no se sabe aprovecharla. En esa misma línea, las respuestas previas nos introducen a una visión pesimista de nuestra realidad, donde los atributos positivos, resultan insuficientes ante los negativos. Así, de qué sirve tener patria, si no hay trabajo o de que sirve ser respetuoso si existen personas corruptas que malogran nuestra imagen.

La ocurrencia de los aspectos negativos está implícitamente justificada en algunas situaciones. Esto ocurre en un procesamiento de información que exige a los entrevistados de la responsabilidad en los problemas observados en el país, atribuyendo dichos problemas a condiciones externas.

No obstante lo anterior, un análisis de las características positivas y negativas en los conglomerados observados, nos permiten tener una aproximación más precisa a las distintas percepciones que al respecto se tienen.

Cuadro 28. Lo bueno de ser peruano por conglomerado

Conglomerado 1		Conglomerado 2		Conglomerado 3		Conglomerado 4	
Lo bueno es:	Media	Lo bueno es:	Media	Lo bueno es:	Media	Lo bueno es:	Media
Los peruanos son alegres	3.85	Tener patria	3.5	Tener patria	3.67	Los peruanos son alegres	3.52
Tener patria	3.83	La riqueza del país	3.46	La riqueza del país	3.63	La riqueza del país	3.48
Vivir en el Perú	3.71	Vivir en el Perú	3.38	Vivir en el Perú	3.40	Vivir en el Perú	3.48
Nuestros símbolos	3.68	Los peruanos son luchadores	3.31	Nuestros símbolos	3.11	Tener patria	3.43
La riqueza del país	3.54	Los peruanos son progresistas	3.26	Los peruanos son alegres	3.11	Nuestros símbolos	3.36
Los peruanos son humildes	3.49	Los peruanos son trabajadores	3.26	Los peruanos son luchadores	3.09	Los peruanos son progresistas	3.14
Los peruanos son progresistas	3.37	Los peruanos son alegres	3.13	Los peruanos son trabajadores	3.07	Los peruanos son luchadores	3.10
Los peruanos son respetuosos	3.22	Nuestros símbolos	3.10	Los peruanos son progresistas	3.06		
Los peruanos son luchadores	3.22	Hay peruanos profesionales	3.06	Hay peruanos profesionales	3		
Los peruanos son trabajadores	3.15	Los peruanos son respetuosos	3.04	Los peruanos son humildes	3		
		Los peruanos son humildes	3.01				

n= 200 casos

En general existe consistencia en la percepción de los aspectos positivos de la peruanidad y básicamente las diferencias están asociadas a la interpretación de los mismos. Así, el conglomerado 1, presenta un énfasis especial en la alegría de los peruanos, siendo esta percepción consistente con la definición original del segmento (reconocedores de la alegría y la tranquilidad). Por otro lado, la tranquilidad podría asociarse al hecho de tener patria y poder vivir en ella.

Los conglomerados 2 y 3, presentan resultados descriptivos muy similares en este punto, pero una interpretación sutil nos hace pensar que los miembros del conglomerado 2, tratan de negar el atraso y el subdesarrollo en función a sus respuestas, mientras que los miembros del conglomerado 3 corroboran su percepción de subdesarrollo, aún a pesar de que en el Perú hay algunas características positivas.

El caso del conglomerado 4, es particularmente interesante, por tratarse del segmento que menos atributos positivos ha asociado a la peruanidad. Adicionalmente, este es el único grupo que no refiere la humildad como un elemento positivo relevante. La omisión de la humildad puede tomarse con preocupación, pues su ausencia podría significar un punto de partida de comportamientos individualistas [negativos] y un antecedente para la aparición de la estima inflada, que se manifiesta en reacciones agresivas y poco tolerantes hacia los demás (Baumeister, 1998).

Con relación a las características negativas, los resultados por conglomerado presentan diferencias más claras, tal como lo muestra el siguiente cuadro:

Cuadro 29. Lo malo de ser peruano por conglomerado

Conglomerado 1		Conglomerado 2		Conglomerado 3		Conglomerado 4	
Lo malo es:	Media	Lo malo es:	Media	Lo malo es:	Media	Lo malo es:	Media
No hay trabajo	3.93	No hay trabajo	3.72	No hay trabajo	3.91	No hay trabajo	3.52
No producimos cosas en el Perú	3.83	No aprovechamos nuestras riquezas	3.49	No aprovechamos nuestras riquezas	3.76	No aprovechamos nuestras riquezas	3.52
No aprovechamos nuestra riqueza	3.81	No sabemos elegir a nuestros gobernantes	3.38	No producimos cosas en el Perú	3.41	No sabemos elegir a nuestros gobernantes	3.29
No sabemos elegir nuestros gobernantes	3.20	No producimos cosas en el Perú	3.13	No sabemos elegir nuestros gobernantes	3.26	No producimos cosas en el Perú	3.19
Nos miran como terroristas	3.17			Los peruanos son fracasados	3.13	Los peruanos son fracasados	3.10
Los peruanos son individualistas	3.12			Los peruanos son individualistas	3.10	Los peruanos son mentirosos e incumplidos	3.05
Los peruanos son mentirosos e incumplidos	3.02						

n= 200 casos

Lo peor de ser peruano es que en el país no hay trabajo y esto es una percepción compartida (y experimentada) por los encuestados independientemente del conglomerado al que pertenezcan. No obstante lo anterior, se puede establecer que los miembros del conglomerado 2, son los que refieren la menor cantidad de aspectos negativos asociados a la peruanidad, lo que refleja una vez más su afán por lograr una diferenciación positiva de la categoría, rechazando la condición de subdesarrollo, que otros triciclistas (como los del conglomerado 3) sí atribuyen.

Los miembros del conglomerado 1, consideran negativo en los peruanos, todo aquello que atente contra la alegría (falta de trabajo, falta de producción, etc) y la tranquilidad del país (terrorismo, individualismo, el incumplimiento y la mentira).

Los patrones de respuesta del conglomerado 4, son similares a los de los miembros del conglomerado 1, pero aparentemente el énfasis es más descriptivo. Así, por ejemplo pareciera que se asume la mentira y el incumplimiento como una realidad y no como un riesgo potencial.

En cuanto a lo mejor de ser peruano, tenemos nuestra riqueza, y esta respuesta tiene asidero en la realidad y en un refuerzo mediático a través de la famosa frase de Antonio Raimondi, en la que describía al Perú como un mendigo sentado en un banco de oro.

8.4.2.2. Modelos y antimodelos de los peruanos.

En cuanto a la comparación social, cuando se preguntó a los participantes de la fase cualitativa del estudio como quién o quiénes deberían de ser los peruanos, se encontraron 17 respuestas de nuestros posibles referentes.

Un grupo de estas alternativas, implicaban dar una mirada al interior del país e indagar en su cultura e historia, para obtener los referentes locales deseados. Así, los peruanos bajo esta perspectiva deberíamos ser como los *peruanos buenos*, como *los incas*, como los *juliaqueños* o como los *héroes nacionales*.

Una segunda agrupación de respuestas nos permite pensar que debemos imitar a un ideal de personas, que *sepan pensar* (característica que no es precisamente atribuible a los peruanos por la muestra) y que *sean profesionales*, lo que nos

permite identificar una importante asociación entre la formación superior y la necesidad percibida de tener capacitación.

Una tercera instancia de análisis, corresponde a la comparación con otros países. En este punto, aquellos países que deberían servir como modelo a los peruanos serían: *cualquier país desarrollado, Japón, China, Estados Unidos, Brasil, Chile, Argentina y Bolivia*, entre otros de menor mención. La elección de cada país parece tener una motivación especial. De Japón y China, se aprecia el hecho que produzcan cosas. El sesgo favorable hacia estos países parece estar asociado a la experiencia de los Juliaqueños con el comercio y el contrabando, puesto que las marcas de muchos de los productos que comercializan son chinas o japonesas. La importancia asignada a Estados Unidos, responde a la percepción de este país como el polo de desarrollo más importante del mundo. Referentes más cercanos son Brasil, Argentina, Chile y Bolivia; específicamente el caso de Chile fue el más importante en el estudio cualitativo y se valoraba de este país el orden y el respeto a la legalidad. Bolivia por otra parte, era interesante para los triciclistas entrevistados pues éstos referían que allí las cosas eran más baratas y que vivir resultaba más fácil, sin embargo, en su discurso con relación a Bolivia, no se apreciaba admiración, siendo el sentido pragmático característico de los entrevistados lo que la hacía atractiva para ellos. Como veremos más adelante, los referentes latinoamericanos de desarrollo son cambiados por otros referentes en el estudio cuantitativo.

Una cuarta instancia de análisis, agrupa aquellas respuestas que nos orientan a imitar a aquellas *autoridades que son buenas*, en un aspecto más desiderativo que realista.

En una quinta agrupación apreciamos respuestas que nos orientan a imitar instancias que contribuyan a fortalecer patrones colectivistas como la solidaridad, entre estas respuestas se aprecian las *instituciones que ayudan a los demás* y el *Complejo Sociocultural*. Es importante resaltar que la aparición de esta dimensión probablemente se ha visto sesgada por la experiencia directa e indirecta de los triciclistas entrevistados con el Complejo.

Finalmente, un grupo minoritario de entrevistados refirieron que *no hay a quien imitar*, y otro grupo igual de pequeño refirió que los peruanos *no tenemos porque imitar*, ya que con lo nuestro tenemos suficiente. En ambos casos, se aprecia una percepción favorable de la categoría peruano, pero el aspecto minoritario de esta respuesta no permite afirmar que esta idea funcione como una protección del autoconcepto para la totalidad de los entrevistados.

Los resultados de la fase cuantitativa del estudio sugieren, más similitudes que diferencias en los conglomerados encontrados, especialmente en la cantidad de modelos a seguir. No obstante, el orden de preferencias puede variar tal como lo muestra el siguiente cuadro:

Cuadro 30. A quien deben parecerse los peruanos por conglomerado

Conglomerado 1		Conglomerado 2		Conglomerado 3		Conglomerado 4	
Deben parecerse	Media	Deben parecerse	Media	Deben parecerse	Media	Deben Parecerse	Media
A peruanos buenos	3.71	A países adelantados	3.84	A personas que sepan pensar	3.56	Al Complejo	3.55
A gobierno bueno	3.71	A un gobierno bueno	3.78	A un gobierno bueno	3.42	A un gobierno bueno	3.52
A profesionales	3.66	A personas que sepan pensar	3.77	Al Complejo	3.38	A personas que sepan pensar	3.48
Al Japón	3.63	Al Japón	3.35	A países adelantados	3.34	A peruanos buenos	3.43
A personas que sepan pensar	3.63	A los héroes nacionales	3.35	A peruanos buenos	3.30	A países adelantados	3.33
A países adelantados	3.46	A los peruanos buenos	3.35	A los profesionales	3.16	A instituciones que ayudan a los demás	3.29
A instituciones que ayudan a los demás	3.46	A China	3.30	A instituciones que ayudan a los demás	3.10	A profesionales	3.24
A Estados Unidos	3.39	Al Complejo	3.27			A los incas	3.14
A los incas	3.32	A los Juliaqueños	3.26				
Al Complejo	3.17	A los incas	3.21				
		A instituciones que ayudan a los demás	3.21				
		A Estados Unidos	3.15				

n= 200 casos

En general, los modelos para los peruanos son esencialmente locales y el clamor de los triciclistas entrevistados apunta a tener gente que sepa pensar y que sea buena. También se aprecia en todos los grupos respuestas favorables a aquellas instancias que estimulen el colectivismo.

Cambiando de tema, las dimensiones de comparación acerca de cómo quien o quienes no debemos de ser los peruanos observadas en la fase cualitativa del

estudio, presentan referentes de comparación que explican (por oposición) las respuestas sobre los modelos a seguir. Así, se identificaron 18 personas o grupos a los cuáles no nos deberíamos parecer.

En primer lugar, se rechazan como grupos de identificación a todos aquellos grupos o tipos de personas que dañan la imagen del país y al país mismo. En ese sentido, la experiencia demuestra que los peruanos no deben ser como *los delincuentes, los terroristas*, las *personas que hacen daño o matan* y en un aspecto más doméstico como *los borrachos*. Todos estos grupos, percibidos al margen de lo socialmente establecido conforman diversas tipologías de lo que en general sería el peruano malo.

Una segunda dimensión de análisis, a cuyos elementos no es deseable parecerse, es la de las *autoridades y políticos* que tenemos o hemos tenido. Así, los peruanos no deberían ser como algunos personajes políticos tales como *Fujimori, Montesinos* y actualmente *Toledo*, de quien se dice que es mentiroso e incumplido, atributo que como hemos visto antes está asociado en alguna medida a los peruanos en general. Tampoco es deseable ser como *el ex alcalde de Juliaca*, que bajo los patrones de respuesta de los entrevistados, podría haber sido cualquier alcalde de dicha ciudad.

De las dos primeras dimensiones analizadas, podemos afirmar que ambas son producto de la experiencia de los peruanos en los últimos años. Por un lado la

violencia política y social y por otro lado, la corrupción y el mal liderazgo del país.

Más adelante, una tercera dimensión de comparación, la establecen algunos *países atrasados*, como *Bolivia*, que es percibido por un grupo de la muestra del estudio cualitativo, como un país pobre.

Una cuarta dimensión de comparación también es a nivel de países, en este caso los peruanos no deberíamos ser como *los países que hacen daño o matan*, o como los *Estados Unidos*, país percibido como abusivo puesto que no nos deja progresar (en una respuesta de corte ideológico).

Otras respuestas son difíciles de agrupar, pero entre ellas tenemos la crítica a quienes son *individualistas*, asociando el individualismo con el egoísmo; a *los abogados* y a los mismos *peruanos*.

En cuanto a los antimodelos para los peruanos, el siguiente cuadro refiere las respuestas relevantes para los miembros de los distintos conglomerados:

Cuadro 30. A quien no deben parecerse los peruanos por conglomerado

Conglomerado 1		Conglomerado 2		Conglomerado 3		Conglomerado 4	
No deben parecerse	Media	No deben parecerse	Media	No deben parecerse	Media	No deben Parecerse	Media
A los corruptos	3.95	A delincuentes rateros	3.97	A los terroristas	3.99	A los delincuentes rateros	3.62
A las personas que hacen daño	3.85	A Montesinos	3.93	A los borrachos	3.99	A los corruptos	3.48
A los delincuentes	3.83	A personas que hacen daño	3.91	A personas que hacen daño	3.96	A los países que hacen daño	3.38
A los terroristas	3.76	A los terroristas	3.91	A los corruptos	3.94	A los terroristas	3.29
A los borrachos	3.76	A los corruptos	3.90	A personas individualistas	3.91	A los borrachos	3.24
A las personas individualistas	3.73	A países que hacen daño	3.88	A los delincuentes	3.90	A países atrasados	3.19
A países que hacen daño	3.71	A los borrachos	3.88	Al gobierno de Toledo	3.83	A personas individualistas	3.19
A países atrasados	3.56	A países atrasados	3.87	A Montesinos	3.80	A personas que hacen daño	3.14
A Montesinos	3.51	A personas individualistas	3.85	A Toledo	3.74	A Montesinos	3.10
Al gobierno de Toledo	3.39	A Fujimori	3.29	A países que hacen daño	3.64	A los políticos y autoridades	3
A Toledo	3.34	A los políticos y autoridades	3.21	A países atrasados	3.50	Al gobierno de Toledo	3
A Fujimori	3.20	Al gobierno de Toledo	3.15	Al ex alcalde de Juliaca	3.49		
		Al ex alcalde de Juliaca	3.15	A Bolivia	3.34		
		A Toledo	3.13	A los abogados	3.29		
		A los abogados	3.02	A los políticos y autoridades	3.24		

n= 200 casos

Es sorprendente observar, como sistemáticamente en todos los conglomerados evaluados se refieren como antimodelos de los peruanos, a figuras de autoridad política. De alguna manera, esto corrobora el hecho de que la pérdida del principio de autoridad que pudiera darse en el país está asociada a la poca legitimidad de sus dirigentes nacionales y regionales. Se observa al respecto una percepción de corrupción enquistada en el sistema.

En la misma línea de lo anterior, los resultados, tanto de la fase cualitativa como de la cuantitativa, curiosamente no enfatizan exclusivamente en categorías equivalentes al ser peruano, como lo serían otros países. Sino que introducen otras categorías de análisis, que en alguna medida representan nuestros problemas sociales más graves y recurrentes y que justamente, refieren como no deben ser los peruanos. En oposición a esto, los modelos de los peruanos, son la potencial solución a nuestros problemas.

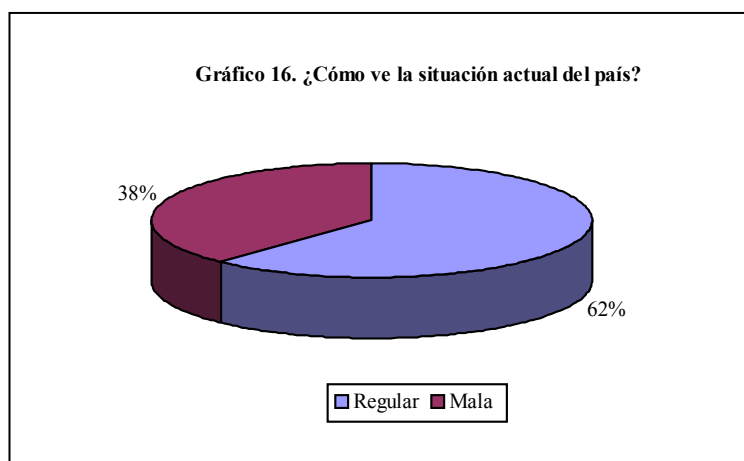
El siguiente cuadro, es un resumen de los grupos a los cuales no deberíamos parecernos y a cuales sí, y claramente se aprecia que los primeros son parte de nuestro problema, generalmente de manera concreta y los segundos son la solución esperada.

Cuadro 31. Relación entre nuestros modelos y antimodelos.

A quienes no debemos parecernos (Problema)	A quienes debemos parecernos (Solución)
A los corruptos, Montesinos, Gobierno de Toledo, Toledo, Ex alcalde de Juliaca, Fujimori, Políticos y autoridades	A un gobierno bueno, personas que hagan bien las cosas, como los Incas, como los héroes nacionales
A los delincuentes, Terroristas, Personas que hacen daño, Borrachos	Los peruanos buenos, los profesionales, a los Juliaqueños, como los héroes nacionales
A países atrasados	Japón, China, Países adelantados
Personas individualistas	El Complejo, Instituciones que ayuden a los demás

8.4.2.3. Percepción de la situación actual y expectativas hacia el futuro.

La percepción de una realidad problemática, acompaña la percepción actual sobre el país. Así, en la fase cuantitativa, se apreció que los encuestados veían la situación actual del mismo como regular en un 62% y como mala en el 38% restante, tal como lo demuestra el siguiente gráfico:



n= 200 casos

Con relación a este tema, el estudio cualitativo identificó 15 razones que explicaban porqué la situación del país es mayormente percibida como regular. Estas razones a su vez, pueden ser explicadas en términos de positivas y negativas, marcando con mayor claridad la tendencia del rótulo “regular”.

El siguiente cuadro resume, las razones dadas por los entrevistados:

Cuadro 32. ¿Por qué dice que la situación del país es regular?

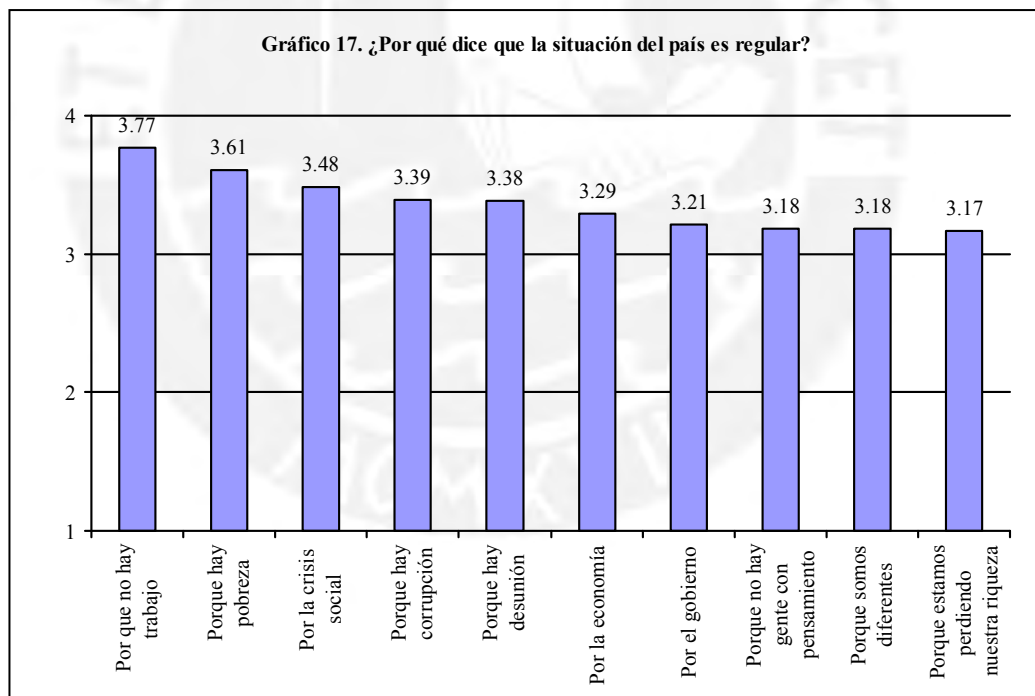
Razones positivas	Razones negativas
Porque algo tenemos/ tenemos lo necesario	Porque no hay trabajo
Porque hay riqueza	Porque hay pobreza
Porque hay tranquilidad	Por la crisis social
Porque hay trabajo	Porque hay corrupción
Porque hay unión	Porque hay desunión
	Porque la economía no alcanza
	Por el gobierno
	Porque somos diferentes
	Porque estamos perdiendo nuestra riqueza
	Porque no hay gente con pensamiento/ capacitada

n= 40 casos

Observando el cuadro se aprecia una tendencia mayormente negativa en los contenidos de la situación regular y para este caso, los contenidos positivos y negativos sí resultan excluyentes entre sí, identificándose en la fase cualitativa del

estudio que aquellos entrevistados que brindan las respuestas con razones negativas son un grupo considerablemente mayor a aquellos que brindan respuestas con contenidos positivos.

Por su parte, la fase cuantitativa del estudio, nos permitió establecer aquellas razones que los encuestados consideraron más relevantes para referir porqué la situación del país es una situación regular. Al no apreciarse diferencias estadísticas por conglomerado en la mayoría de atributos relevantes, se presenta el siguiente gráfico con las razones seleccionadas como más relevantes para el total de la muestra.

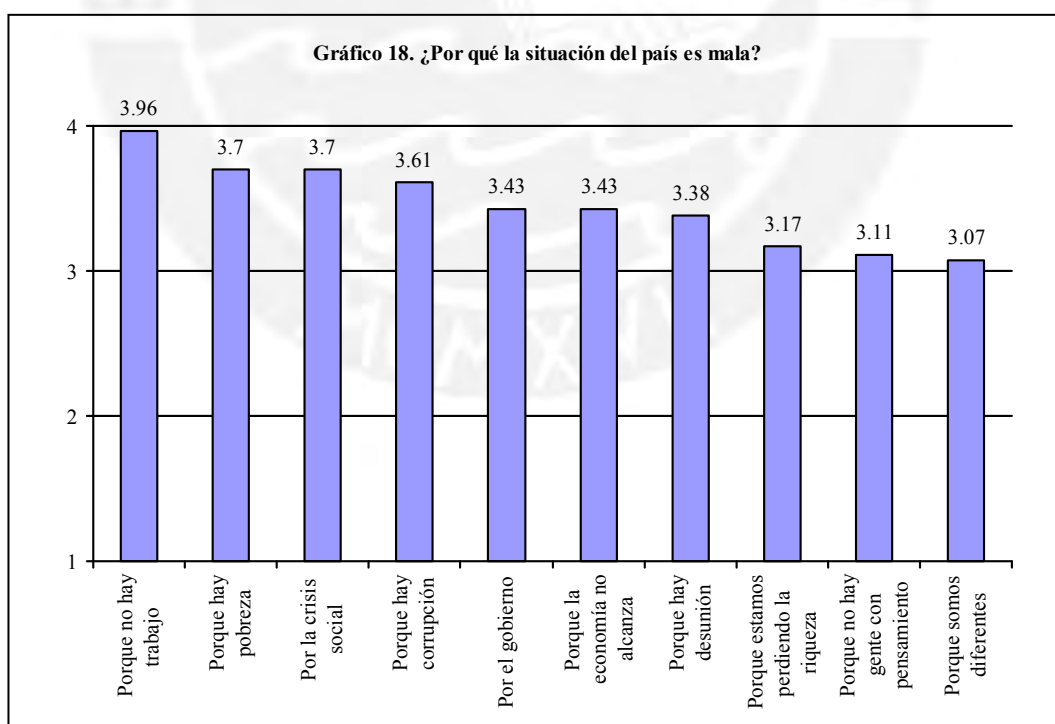


n= 124 casos

El gráfico nos permite observar que las razones asociadas con la situación “regular” del Perú, son todas aquellas definidas en el estudio cualitativo como

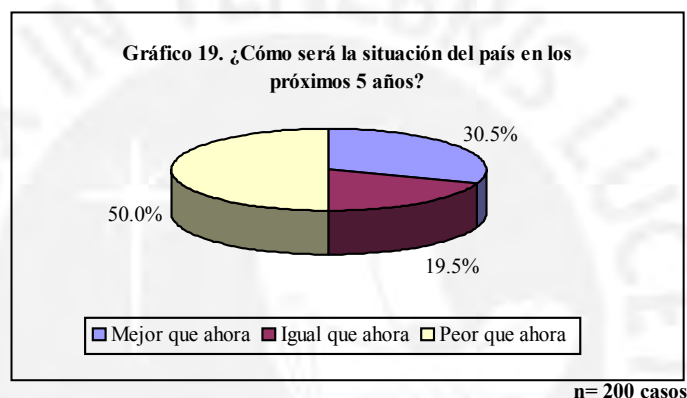
negativas. Nuevamente, los resultados corroboran la percepción deficitaria del país y los problemas asociados a estar y ser parte del mismo. Siguiendo en la misma línea pero con una percepción negativa más intensa, hemos visto que un 32% de los encuestados refiere que la situación actual del país es mala. Entre las razones identificadas para realizar tal aseveración encontramos que: *no hay trabajo, hay pobreza, hay crisis social, hay corrupción, el gobierno, hay desunión, estamos perdiendo riqueza, no hay gente con pensamiento y que los peruanos somos diferentes.*

Las respuestas obtenidas previamente coinciden con aquellos aspectos que definiéramos como la tendencia negativa de la evaluación regular. De acuerdo con el estudio cuantitativo, todas las razones para afirmar que nuestra situación es mala resultaron relevantes, tal como lo muestra el siguiente gráfico:

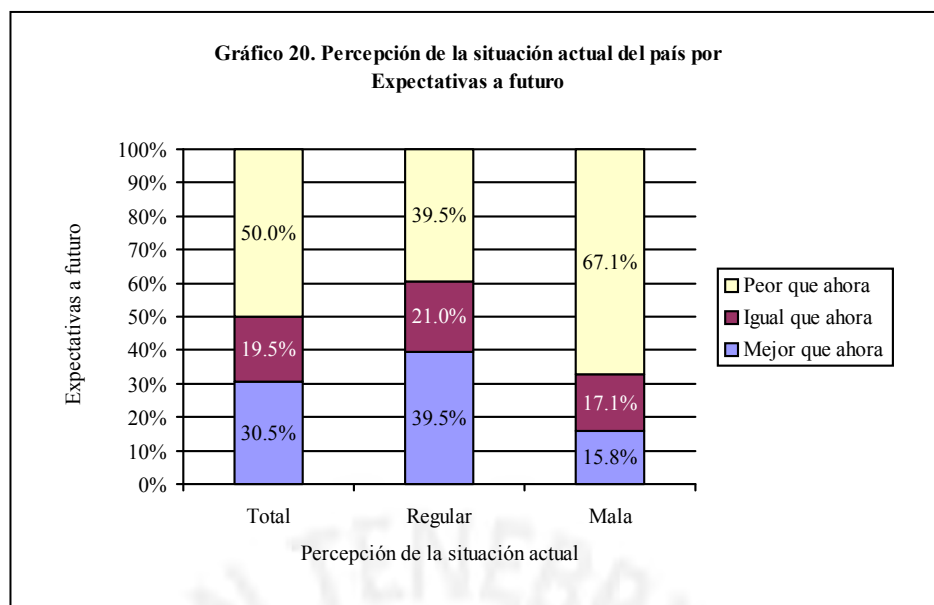


n= 76 casos

La percepción regular o negativa de la situación actual del país es sólo una parte del problema. Si tomamos en cuenta los resultados obtenidos sobre las expectativas en relación con la situación del país en los próximos 5 años, la mayoría de los entrevistados del estudio cualitativo refirió que estaríamos peor o igual que ahora. Resultados similares se encontraron en la fase cuantitativa, en la cual un 50% de los entrevistados refiere que estaremos peor y un 19.5% igual que ahora, tal como se aprecia en el siguiente gráfico:



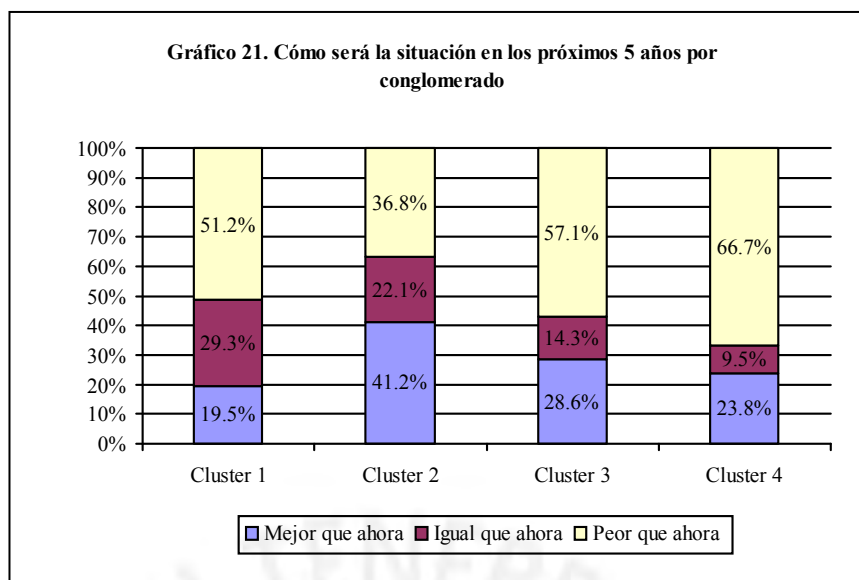
Sobre este punto podemos afirmar que las expectativas a futuro se ven influenciadas por la percepción actual del país, encontrándose que quienes poseen una percepción de que la situación actual es mala, presentan expectativas más pesimistas que aquellos que poseen una percepción de regularidad en la situación actual. El siguiente gráfico nos muestra con más claridad esta situación:



Mann-Whitney U= 3249.500; Sig.=.00
n= 200 casos

Los resultados obtenidos, nos hacen pensar en la presencia de una baja autoestima nacional y en la existencia de una identidad social negativa, asociada a la pertenencia a la categoría peruano, esta afirmación se aprecia en la percepción mayoritariamente pesimista sobre el futuro.

Un análisis por conglomerados nos permite identificar diferencias estadísticamente significativas entre los mismos. Así, el siguiente gráfico, nos muestra la tendencia sobre las expectativas a futuro en cada segmento:



Kruskal-Wallis= 8.237; Sig.=.041
n= 200 casos

A pesar que en los 4 conglomerados existe una tendencia a evaluar de manera pesimista el futuro del país, esta tendencia resulta menos intensa para los negadores del subdesarrollo y el atraso (conglomerado 2), siendo este el segmento que sistemáticamente ha referido la identificación menos negativa con la categoría social peruano a lo largo del estudio. Caso contrario es el del conglomerado 4, cuya perspectiva sobre el futuro es la más pesimista de todas y es el grupo que se encuentra en mayor riesgo de adquirir una identidad social negativa, si esto no ha ocurrido ya.

Cambiando de tema, aquellos que respondieron que la situación del país sería mejor en los próximos 5 años, sustentan su opinión en tres razones. La primera, es la esperanza de *tener un mejor gobierno* (3.69); luego tenemos, que la situación mejorará *si hay apoyo en el futuro* (3.49), y finalmente, se encuentran ciertas esperanzas en el *gobierno actual* (3.28).

Si analizamos con detenimiento, estas razones, las dos que presentan promedios más altos en una escala del 1 al 4, proponen una mejora en la situación del país, en función al cumplimiento de unas condiciones específicas, como lo son: tener un mejor gobierno y esperar a que haya apoyo.

Por otro lado, como veremos más adelante, las respuestas de aquellos que consideran que la situación será igual o peor que ahora, están basadas en hechos más concretos y observables en nuestra realidad como lo evidencia el siguiente cuadro:

Cuadro 33. Razones por las que la situación del país será igual o peor que ahora

¿Por qué razones la situación del país será igual que ahora?	¿Por qué razones la situación del país será peor que ahora?
Porque no hay/habrá trabajo (3.67)	Porque no hay/habrá trabajo (3.79)
Por el gobierno (3.67)	Por el gobierno (3.66)
Porque hay/habrá corrupción (3.54)	Porque habrá más población (3.63)
Porque habrá más población (3.49)	Porque hay/habrá corrupción (3.50)
Por intereses personales (3.46)	Porque nunca se ven cambios o progreso (3.45)
Porque nunca se ven cambios o progreso (3.41)	Por la mala economía (3.31)
Por la mala economía (3.28)	Por intereses personales (3.27)
Porque habrá violencia (3.13)	Porque no hay pensamiento (3.09)

n= 139 casos

Como mencionáramos líneas antes, casi todos los aspectos referidos en el cuadro son replicables en nuestra realidad. Así, la percepción de falta de trabajo está relacionada con las tasas de desempleo y subempleo existentes en el país .

En el caso del gobierno, la experiencia nos enseña que no sabemos elegir a nuestros gobernantes, aspecto que además nos define como peruanos de acuerdo a los participantes del estudio. La experiencia más reciente de desengaños ocurre

con el gobierno de Toledo, de quien se dice que es mentiroso e incumplido por sus ofrecimientos electorales.

El tema de la corrupción, también es un elemento de la vida cotidiana en el país, que va desde el abuso que los triciclistas perciben con los policías (a quienes es necesario coimear para no tener problemas) hasta las más altas esferas de los distintos gobiernos que han pasado tanto a nivel central como regional.

La atribución de la situación problemática en el país a intereses personales, hace alusión a aquellas personas que monopolizan el poder político y económico. Desde la perspectiva de los encuestados y entrevistados, se puede inferir que este es un aspecto más del individualismo que afecta el desarrollo del país.

El incremento de la población se aprecia como otro elemento problemático que está asociado a la cantidad de hijos que una familia habitualmente tiene y las dificultades para mantenerla si esta es numerosa. Pero además el incremento de la población conlleva a otra preocupación con una base más etológica y que responde a la preocupación por la escasez y el agotamiento de los recursos para mantener a más gente sobre todo en ámbitos donde éstos son escasos.

La mala economía del país es otra razón para tener una visión pesimista del futuro. A pesar que algunas cifras macroeconómicas han mejorado en los últimos meses, los entrevistados y encuestados no perciben una mejoría en su situación personal.

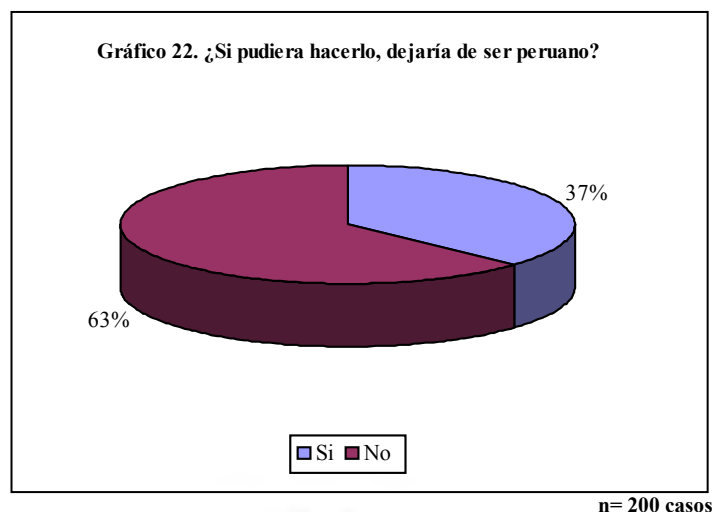
Otro elemento que genera una visión pesimista, está asociada a la violencia que se percibe en el Perú. Por una parte la confrontación con el incremento de la delincuencia común (sobre todo en las ciudades) y el temor a un rebrote de los grupos subversivos como una situación factible establecen una percepción de desintegración social y caos hacia el futuro.

Finalmente, la percepción de que las cosas no mejoran y que nunca se ven cambios y progreso, sintetiza las razones previas. En ese sentido, se puede hablar de un proceso de desesperanza aprendida con relación a la posibilidad de que el país mejore.

En general, la percepción pesimista hacia el futuro del país está reforzada por un proceso de desesperanza aprendida y por la percepción de que la mejora del país no depende de los participantes del estudio, quienes consideran que esta situación escapa completamente a su control o a sus posibilidades de hacer algo.

8.4.2.4. Movilidad social en los peruanos

Otro aspecto de la identidad nacional, está relacionado con la motivación de dejar de ser peruano si se presentara la oportunidad de hacerlo. Así, ante la pregunta: si pudiera hacerlo. ¿dejaría de ser peruano?, un 63% respondió negativamente y un 37% respondió que sí lo haría tal como lo demuestra el siguiente gráfico:



En aquellos entrevistados y encuestados que sí dejarían de ser peruanos, se aprecia que el cambio de categoría social responde a un proceso de movilidad social y entre las razones que sustentan esta respuesta están: la motivación de irse *por trabajo, por mejora económica, por mejora* en general, o *porque se es joven* (o si se fuera joven), otros adicionalmente lo haría *si pudieran irse con su familia*.

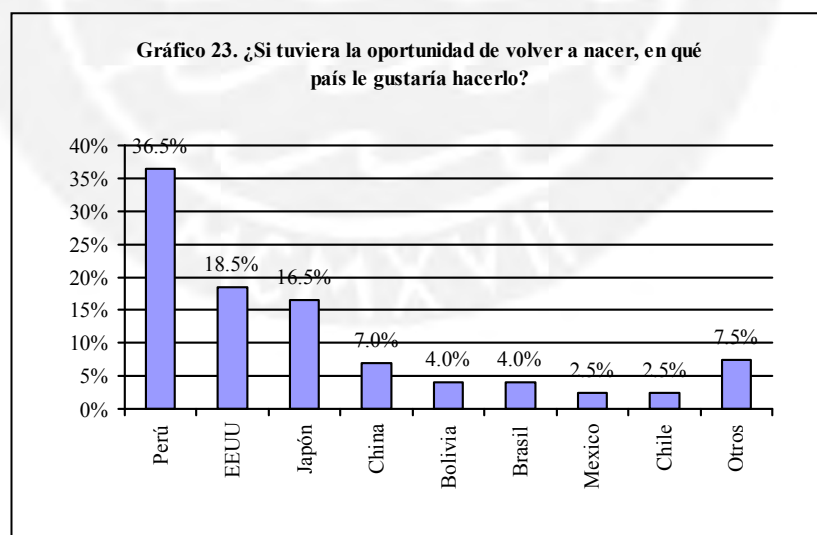
Aquellos que refieren que no dejarían de ser peruanos, parecen sustentar su respuesta más en la imposibilidad o el temor de hacerlo, antes que en el hecho de no querer hacerlo. Así, de las nueve razones por las cuales lo participantes no dejarían de ser peruanos identificadas en el estudio cualitativo, sólo una refleja con absoluta claridad un contenido favorable hacia la categoría social peruano como razón para no dejar de pertenecer a ella: *ser peruano es bueno*.

Cinco razones responden al temor de cambiar de grupo o categoría social y éstas son: *afuera hay maltrato a los peruanos, no creen que haya oportunidades,*

no tiene especialidad o capacitación y el hecho de *no tener una edad apropiada*¹⁸ para emprender la “aventura”.

Las tres razones restantes son sumamente concretas lo que nos sugiere que aquellos que dieron estas respuestas consideran que la condición de ser peruano no es susceptible de ser cambiada: *soy del Perú, los peruanos deben quedarse y tengo documentos del Perú.*

No obstante lo anterior, en el estudio cuantitativo ante la pregunta ¿Si tuviera la oportunidad de volver a nacer en que país le gustaría hacerlo?, el 36.5% de los entrevistados refirió que volvería a nacer en el Perú versus un 63.5% que refirieron desear nacer en otros países. El siguiente gráfico, nos muestra algunos de los países referidos por los encuestados en orden de importancia:



n= 200 casos

¹⁸ La alusión a no tener la edad apropiada responde a la autopercepción de ser una persona de edad avanzada.

Los resultados de la gráfica, nos permiten establecer, que la proporción de personas dispuesta a cambiar la nacionalidad es mayor de lo que inicialmente se pensaba (63.5%). Entre los referentes más importantes se consideran países de Latinoamérica como Bolivia, país del cual se piensa es bueno para vivir, porque el costo de vida es mucho menor que en Perú. Los casos de Chile y Brasil hacen alusión a que esos países son ordenados y sus gobernantes no son corruptos. Los casos de EEUU, China y Japón, son también interesantes. A éstos países se atribuye orden, autoridades no corruptas, producción industrial (y por ende trabajo), entre otras características. Los casos de China y Japón como explicáramos en un acápite previo parecen ser introducidos por el sesgo comercial; dado que Juliaca es una ciudad que vive del comercio por contrabando y muchos de los productos comercializados son fabricados en estos países.

Al respecto, el siguiente cuadro resume las preferencias predominantes entre los miembros de los diferentes conglomerados asociados a la categoría peruano con relación al lugar donde les gustaría nacer:

Cuadro 34. Si volviera a nacer, en qué país le gustaría hacerlo por conglomerado

Conglomerado 1	Conglomerado 2	Conglomerado 3	Conglomerado 4
Estados Unidos (29.26%)	Perú (54.41%)	Perú (27.14%)	Perú (42.85%)
Japón (24.39%)	Japón (16.17%)	Japón (17.14%)	Estados Unidos (28.57%)
Perú (19.51%)	Estados Unidos (10.29%)	Estados Unidos (17.14%)	Bolivia (9.5%)/ Japón (9.5%)

n= 200 casos

En general, el grupo de los reconocedores de la alegría y tranquilidad (conglomerado 1), es el que refiere el mayor deseo de haber nacido fuera del país y probablemente la menor identificación con el mismo. El lado opuesto lo

representan los negadores del subdesarrollo y el atraso (conglomerado 2), quienes mayoritariamente refieren que de poder volver hacerlo, les gustaría nacer en el Perú.

En un punto intermedio, los reconocedores del subdesarrollo (conglomerado 3) y los reconocedores de la marginalidad y las diferencias (conglomerado 4), refieren porcentajes considerables de personas que hubiesen preferido nacer en otro país si hubiesen tenido la oportunidad de hacerlo, aunque el predominio en las preferencias lo mantiene el Perú.

8.4.2.5. Diferencias y similitudes entre los peruanos.

Un aspecto fundamental para comprender porqué nuestra identidad nacional esta sustentada en elementos muy concretos y no existen contenidos muy elaborados asociados a la misma, es el de la percepción de las diferencias al interior del país, diferencias que difícilmente permiten compartir a los peruanos algo más que un territorio.

La mayoría de los entrevistados en el estudio cualitativo y un 77.5% de los encuestados en el estudio cuantitativo afirman que los peruanos somos diferentes tal como lo demuestra el siguiente gráfico:



n= 200 casos

A pesar del reconocimiento de las diferencias, al introducir un punto de vista intermedio, la totalidad de los encuestados refieren que los peruanos tenemos algunas cosas en común y algunas diferencias. La siguiente tabla nos presenta las similitudes y las diferencias existentes entre los peruanos:

Cuadro 35. Diferencias y similitudes entre los peruanos.

Similitudes	Diferencias
El gobierno	Pensamiento
Queremos salir adelante	Costumbres
Las carreteras	Cultura
El País/ el territorio	Economía/ el dinero
Tratamos de trabajar	El carácter
	La raza
	La salud
	El trabajo.

n= 40 casos

En general, las diferencias percibidas se establecen en función a opuestos como los que tienen y los que no tienen pensamiento, los que tienen y no tienen carácter, los que tienen y no tienen dinero, los que tienen y no tienen salud o los que tienen y no tienen trabajo.

Otras características como la raza y las costumbres introducen una mayor variedad de elementos de diferenciación, sin embargo, en esta tendencia a homogenizar el endogrupo, el reconocimiento de la categoría cholo (en su acepción neutral), parece jugar un papel integrador.

Con relación al tema de las diferencias, en el estudio cualitativo, se identificó una crítica hacia algunos sectores de la sociedad peruana (generalmente los percibidos con un mayor bienestar económico y social), a los cuales se atribuye un componente de individualismo, lo que corrobora en término de orientaciones motivacionales, el predominio del colectivismo (o al menos su valoración) en el grupo estudiado. De acuerdo con los entrevistados, este individualismo, no permite un desarrollo conjunto, lo que agudiza las diferencias, sobre todo económicas y sociales. Este aspecto se contrapone al colectivismo, incluso aquél con fines pragmáticos, que sirve para consolidar objetivos comunes.

En cuanto a las similitudes, éstas son más limitadas y concretas que las diferencias. Los resultados sugieren al respecto, que lo único que tenemos en común es el territorio, las carreteras y algunas motivaciones genéricas como el querer salir adelante o el tratar de trabajar.

8.4.2.6. Sentimientos asociados a ser “peruano”

Entre los sentimientos asociados a ser peruano, el estudio cualitativo identificó doce respuestas. De éstas, cinco características son positivas, cuatro son negativas y tres neutrales, como lo demuestra el siguiente cuadro:

Cuadro 36. ¿Cómo se siente siendo peruano?

Sentimientos positivos	Sentimientos neutrales	Sentimientos negativos
Patriotismo	Acostumbrado	No hay trabajo
Orgulloso	Conforme	No conforme
Contento	Regular	Preocupado/ triste
Tranquilo		Mal
Bien		

n= 40 casos

El estudio cuantitativo por su parte, tiende a mostrar un sesgo más favorable en las respuestas. Manteniendo como relevantes aquellas cuyos promedios en una escala del 1 al 4, son iguales o mayores que 3. De lo anterior, se seleccionaron mayormente respuestas correspondientes a sentimientos positivos tal como lo muestra el siguiente cuadro:

Cuadro 37. Cómo se siente siendo peruano por conglomerado

Conglomerado 1	Conglomerado 2	Conglomerado 3	Conglomerado 4
Patriotismo (3.71)	Acostumbrado (3.76)	Acostumbrado (3.31)	Orgulloso (3.62)
Acostumbrado (3.51)	Patriotismo (3.71)	Patriotismo (3.23)	Patriotismo (3.43)
Orgulloso (3.41)	Orgulloso (3.65)	Orgulloso (3.19)	Acostumbrado (3.10)
Tranquilo (3.41)	No hay trabajo (3.40)	No hay trabajo (3.03)	Bien (3.10)
Bien (3.33)	Alegre (3.05)		Alegre (3.05)
Alegre (3.05)			

n= 40 casos

Los sentimientos asociados al ser peruano que los triciclistas refieren, parecen estar constituidos por tres variables principales que son el patriotismo, el orgullo y la costumbre. Pero estas características finalmente no parecen ser suficientes para

confrontar la identidad social negativa y la baja autoestima colectiva asociadas a la categoría peruano.

De la muestra estudiada, quizás los negadores del atraso y del subdesarrollo (conglomerado 3), sean los que han logrado elaborar un proceso de identificación más favorable con la categoría social peruano. Siendo el grupo que podría presentar los recursos adaptativos más apropiados para contrarrestar una identidad social negativa.

El resto de conglomerados (y por ende la mayoría de los participantes del estudio), refieren una autopercepción como peruanos negativa, que de manera similar a los resultados de Montero (1996) para el caso venezolano, suponen una identidad social negativa, ya concretada por lo que difícilmente el autoengaño con respuestas estereotipadamente positivas acerca de las emociones que generan el ser peruano, pueda revertir el daño producto de una autoestima baja y de la pertenencia a una categoría socialmente desvalorizada.

Referencias Bibliográficas

- Abrams, D. y Hogg, A. (1990). An introduction to the social identity approach. En: Abrams D. y M.A. Hogg (Eds.) (1990). *Social Identity Theory: Constructive and Critical Advances*. New York: Harvester Wheatsheaf. 1-9.
- Abrams, D. (1990). How do group members regulate their behaviour? An integration of social identity and self-awareness theories. En: Abrams D. y M.A. Hogg (Eds.) (1990). *Social Identity Theory: Constructive and Critical Advances*. New York: Harvester Wheatsheaf. 89-112.
- Apoyo Opinión y Mercado (2001). Perfil del adulto joven. Lima: Apoyo.
- Arellano, R. (2000). Los Estilos de Vida en el Perú: Cómo somos y pensamos los peruanos del siglo XXI. Lima: Consumidores y Mercados Perú S.A.
- Banchs, M.A.; Cadenas, J.M.; Domínguez D. y Montero, M. (1993). Identidad Nacional: Permanencia y cambio. *Revista Interamericana de Psicología*, 27(1), 107-114.
- Baron, R. A. y Byrne D. (1998). *Psicología Social*. Madrid: Prentice Hall.
- Baumeister, R.F. (1998). The Self. En: Gilbert, D.; Fiske, S.; Lindzey G. (Eds.) *Handbook of Social Psychology*. Boston: The McGraw-Hill Companies. I, 680-740.
- Bee, H. (1987). El desarrollo del niño. México D.F.: Harla.
- Biernat, M.; Crandall, C.S.; Young, L.V; Kobryniewicz, D. y Halpin, S. (1998). All that You Can Be: Stereotyping of Self and Others in a Military Context. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(2), 301-317.
- Biernat, M.; Vescio, T.K. y Green M.L. (1996). Selective Self-Stereotyping. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(6), 1194-1209.
- Branscombe, N.R.; Schmitt, M.T. y Harvey, R.D. (1999). Perceiving Pervasive Discrimination Among African Americans: Implications for Group Identification and Well-Being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(1), 135-149.

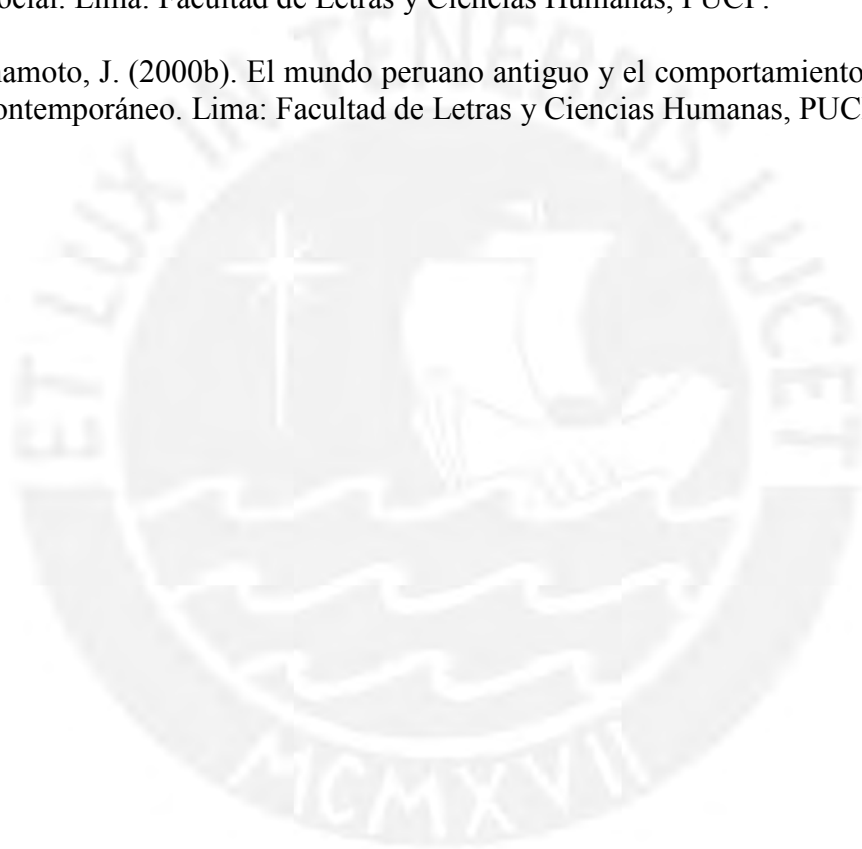
- Brewer, M.B. (1991). The Social Self: On Being the same and Different at the same Time. En: Hogg, M.A. y D. Abrams (2001) (Eds.). *Intergroup Relations: Key Readings in Social Psychology*. Philadelphia: Psychology Press. 245-253.
- Crocker, J.; Major, B. y Steele, C. (1998). Social Stigma. En: Gilbert, D.; Fiske, S.; Lindzey G. (Eds.) *Handbook of Social Psychology*. Boston: The McGraw-Hill Companies, II, 504-553.
- De Cremer, D. y Van Vugt, M. (1999). Social identification effects in social dilemmas: a transformation of motives. *European Journal of Social Psychology*, 29, 871-893.
- Demo, D.H. (1992). The Self-Concept Over Time: Research Issues and Directions. En: *Annual Review of Sociology*, 18, 303-326.
- Duck, J.M.; Hogg, M.A. y Terry, D.J. (1998). Perceived self-other differences in persuasibility: the effects of interpersonal and group-based similarity. *European Journal of Social Psychology*, 28, 1-21.
- Fein S. y Spencer, S. (1997). Prejudice as Self-Image Maintenance: Affirming the Self Through Derogating Others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 31-44.
- Fisher, A.; Laing, J; Stoeckel, J. & J. Townsed (1995). Manual para el diseño de investigación operativa en planificación familiar. México D.F.: The Population Council.
- Fiske, S. (1998). Stereotyping, Prejudice, and Discrimination. En: Gilbert, D.; Fiske, S.; Lindzey G. (Eds.) *Handbook of Social Psychology*. Boston: The McGraw-Hill Companies, II, 357-412.
- Frable, D.E.; Platt L. y Hoey, S. (1998). Concealable Stigmas and Positive Self-Perceptions: Feeling Better Around Similar Others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(4), 909-922.
- Gaertner, L. e Insko, C. (2000). Intergroup Discrimination in the Minimal Group Paradigm: Categorization, Reciprocation, or Fear?. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(1), 77-94.
- Gissi, J; Zubieta, E. y Páez, D. (2002) Cultura y Valores: La identidad social y cultural de América Latina. En: Morales, Francisco J y Cols. (Eds.) *Psicología social*. Buenos Aires: Pearson Education. 201-222.
- Hattie, J. (1992). Self-Concept. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hernández, R.; Fernández, C. & P. Baptista (1991). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill.

- Hinckle, S. y Brown, R. J. (1990). Intergroup comparisons and social identity: Some links and lacunae. En: Abrams D. y M.A. Hogg (Eds.) (1990). *Social Identity Theory: Constructive and Critical Advances*. New York: Harvester Wheatsheaf. 48-70.
- Hogg, M.A. y Abrams, D. (1990). Social motivation, self-esteem and social identity. En: Abrams D. y M.A. Hogg (Eds.) (1990). *Social Identity Theory: Constructive and Critical Advances*. New York: Harvester Wheatsheaf. 28-47.
- Hogg, M.A. y McGarty, C. (1990). Self-categorization and social identity. En: Abrams D. y M.A. Hogg (Eds.) (1990). *Social Identity Theory: Constructive and Critical Advances*. New York: Harvester Wheatsheaf. 10-27.
- Howard, J.A. (2000). Social Psychology of Identities. En: *Annual Review of Sociology*, 26, 367-393.
- Huici, C. (1999). Las relaciones entre grupos. En: Morales J. F. (1999). *Psicología Social*. Madrid: McGraw-Hill
- Jussim, L; Ashmore, R.D. y Wilder, D. (2001). Introduction: Social Identity and Intergroup Conflict. En: Jussim, L; Ashmore, R.D. y D. Wilder (2001) (Eds.). *Social Identity, Intergroup Conflict, and Conflict Reduction: Rutgers Series on Self and Social Identity*, 3. Oxford: University Press. 3-14.
- Kashima, E. y Kashima, Y. (1998). Culture and language: the case of cultural dimensions and personal pronoun use. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 29, 461-486.
- Kerlinger, F.(1988). Investigación del Comportamiento. México: McGraw-Hill.
- Kimble, C.; Hirt, E.; Díaz-Loving, R.; Hosch, H.; Lucker, G. W. y Zárata, M. (2002). Psicología Social de las Américas. México D.F: Pearson Educación Prentice-Hall.
- Kunda, Z. (2001). Social Cognition: Making Sense of People. Cambridge: The MIT Press.
- Markus, H. (1987). Self schemata and processing information about the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 63-78.
- Markus, H. y Kitayama, S. (1991). Culture and the self: implications for cognition, emotion and motivation. *Psychological Review*, 98, 224-293.

- Martínez, C. (1996). Introducción al trabajo cualitativo de investigación. En: Szasz, I. y S. Lerner. *Para comprender la subjetividad: Investigación cualitativa en salud reproductiva y sexualidad*. México D.F: El Colegio de México.
- Mendoza Pinto, R. (2002). Carácter nacional: de la personalidad cultural a la percepción del si mismo. En: Morales, Francisco J y Cols. (Eds.) *Psicología social*. Buenos Aires: Pearson Education. 95-109.
- Moghaddam, F. M. (1998). *Social Psychology: Exploring Universals Across Cultures*. New York: W.H. Freeman and Company.
- Montero, M. (1996). Identidad Social Negativa y Crisis Socioeconómica: Un estudio Psicosocial. *Revista Interamericana de Psicología*, 30(1), 43-58.
- Morales F. y Huici, C. (1994) Procesos grupales. En: Morales, Francisco J y cols. (Eds.) *Psicología social*. Madrid: McGraw-Hill. 685-745.
- Mummendey, A.; Kessler, T.; Klink, A. y R. Mielke (1999). Strategies to Cope with Negative Social Identity: Predictions by Social Identity Theory and Relative Deprivation Theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(2), 229-245.
- Ortiz, A. (2001). La Pareja y el Mito: Estudios sobre las concepciones de la persona y de la pareja en los Andes. Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Ortiz, A. y Yamamoto, J. (1999). Mixturas. En: *Anthropologica*, 17, 225-244.
- Ortiz, A. (1999). El racismo ilustrado o cuando se ve lo propio con ojos ajenos. En: *Anthropologica*, 17, 407-410.
- Padua, J. (1993). *Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales*. México D.F: Fondo de Cultura Económica.
- Park, J. y Banaji, M.R. (2000). Mood and heuristics: the influence of happy and sad states on sensitivity and bias in stereotyping. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78 (6), 10005-1023.
- Peak, H. (1992). Los problemas de la observación objetiva. En: Festinger, L. & D. Katz (compiladores)(1992). *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*. Barcelona: Paidós. pp.235-285.
- Pérez Guadalupe, J.L. (1994). *Faites y Atorrantes: Una etnografía del penal de Lurigancho*. Lima: Centro de Investigaciones Teológicas.

- Pettigrew, T. (1958). Personality and socio-cultural factors in intergroup attitudes: a cross-national comparison. En: Hogg, M.A. y D. Abrams (2001) (Eds.). *Intergroup Relations: Key Readings in Social Psychology*. Philadelphia: Psychology Press. 18-29.
- Reynolds, K.J.; Turner, J.C. y Haslam, S.A. (2000). When Are We Better Than Them and They Worse Than Us? A Closer Look at Social Discrimination in Positive and Negative Domains. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(1), 64-80.
- Ruggiero, K.M. y Marx, D.M. (1999). Less Pain and More to gain: Why High-Status Group Members Blame Their Failure on Discrimination. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 774-784.
- Sanchez-Burks, J.; Nisbett, R.E. e Ybarra, O. (2000). Cultural Styles, Relational Schemas, and Prejudice Against Out-Groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(2), 174-189.
- Sasaki, N y Calderón, G. (1999). Píuticos y pacharacos: Una aproximación a la exclusión social en las discotecas de Lima. En: *Anthropologica*, 17, 301-352.
- Schneider, D. (1991). Social Cognition. En: *Annual Review of Psychology*, 42, 527-561.
- Sia, T. L.; Lord, C.G.; Blessum, K.A.; Thomas, J.C. y Lepper, M.R. (1999). Activation of Exemplars in the Process of Assessing Social Category Attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(4), 517-532.
- Smith, E. R. y Mackie, D.M. (2000). *Social Psychology*. Philadelphia: Psychology Press.
- Stangor, C. (2000). *Stereotypes and Prejudice: Key Readings in Social Psychology*. Philadelphia: Psychology Press.
- Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales: Estudios de psicología social*. Barcelona : Herder.
- Tajfel, H. y Turner, J. (1979). An Integrative Theory of Intergroup Conflict. En: Hogg, M.A. y D. Abrams (2001) (Eds.). *Intergroup Relations: Key Readings in Social Psychology*. Philadelphia: Psychology Press. 94-109.
- Tajfel, H. (1978). *Introducing Social Psychology*. Middlesex: Penguin.
- Tajfel, H. (1970). Experiments in Intergroup Discrimination. En: Hogg, M.A. y D. Abrams (2001) (Eds.). *Intergroup Relations: Key Readings in Social Psychology*. Philadelphia: Psychology Press. 178-187.

- Triandis, H. (1989). The Self and Social behavior in differing cultural contexts. *Psychological Review*, 96, 506-529.
- Vives, J. (1994). Identidad Mexicana: Un Proceso con Cinco Siglos de Duración. *Psicología Iberoamericana*, 2(3), 14-20.
- Vorauer, J.D.; Main, K. y O'Connell, G.B. (1998). How Do Individuals Expect to Be Viewed by Members of Lower Status Groups? Content and Implications of Meta-Stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(4), 917-937.
- Yamamoto, J. (2000a). Información e identidad: autoestima nacional, identidades sociales e identidad nacional. Separatas del curso de Psicología Social. Lima: Facultad de Letras y Ciencias Humanas, PUCP.
- Yamamoto, J. (2000b). El mundo peruano antiguo y el comportamiento peruano contemporáneo. Lima: Facultad de Letras y Ciencias Humanas, PUCP.





ANEXOS

Anexo 1

Ficha de datos del entrevistado

Nombre del entrevistado:
Edad en años de entrevistado:

Lugar de Nacimiento:	
Provincia	
Ciudad	
Distrito	
Comunidad	

Usted Reside: (marcar una sola alternativa)	
Sólo en Juliaca	1
Mayormente en Juliaca y en otro lugar	2
Mayormente en otro lugar y en Juliaca	3
Sólo en otro lugar	4
Tiempo de residencia en Juliaca (en años):	

Nivel educativo (marcar una sola alternativa)	
Iltrado	1
Primaria incompleta	2
Primaria completa	3
Secundaria incompleta	4
Secundaria completa	5
Superior	6

Estado civil: (marcar una sola alternativa)	
Unido	1
No Unido	0
¿Cuántos hijos vivos tiene?:	

Actividades a las que se dedica: (marcar una sola alternativa)	
Sólo triciclista	1
Mayormente triciclo y otra	2
Mayormente otra y triciclo	3
Otros	(Anular la entrevista)
Tiempo que trabaja como triciclista en años:	

Está afiliado al CPUR (Complejo sociocultural)	
Si	1
No	0

Anexo 2

Guía de entrevista en profundidad

Introducción (con apoyo de algún promotor):

Buenos días, tardes señor _____ hoy venimos a visitarlo con el señor/la señorita _____ quien está trabajando en CPUR haciendo unas entrevistas sobre algunos aspectos de la vida cotidiana en la comunidad, esta entrevista es parte de un proyecto que nos permitirá mejorar nuestro trabajo pues nos dará la posibilidad de conocer de manera más precisa la forma de pensar de los miembros de la comunidad. Me gustaría ver si estaría dispuesto a conversar con el/ella.

Preguntar por la posibilidad de grabar la entrevista

(Si el entrevistado acepta, el promotor continúa) Bueno, señor _____, porque no se presenta usted mismo y nos cuenta algo sobre usted.

Luego, de la presentación, el entrevistador hace una pequeña introducción e inicia las preguntas

- 1) Señor _____ es muy interesante lo que me comenta, ahora me gustaría que me contara un poquito, sobre las personas con las que usted se junta.
 - a) En general, ¿cómo son ellas?
 - b) ¿A que se dedican estas personas?
 - c) ¿Cómo son estas personas en su apariencia física?, ¿cómo lucen?
 - d) ¿Cómo se comportan?
 - e) ¿Son parecidos a usted?
 - ¿En qué se parecen a Usted?
 - ¿En qué no se parecen a Usted?
 - f) ¿Usted siente que forma parte de un grupo con ellos?, ¿Se siente uno más de ellos?
 - ¿Por qué si?, ¿Por qué no?
 - g) ¿Usted comparte con ellos objetivos, metas o intereses en común?
 - ¿Cuáles son éstos objetivos, metas o intereses?, ¿Por qué?
 - ¿Cuáles no comparte?, ¿Por qué?
 - h) ¿Qué es lo bueno de ser?
 - i) Y de estas cosas buenas ¿cuál es la mejor?
 - j) ¿Qué es lo malo de ser...?
 - k) Y de estas cosas malas ¿cuál es la peor?

- 2) Dígame, ¿usted se junta con otros triciclistas/comuneros?
- a) ¿Por que sí?, ¿Por qué no?
 - b) Cuénteme, ¿Cómo es un triciclista/comunero?
 - c) ¿Qué palabras usaría para describir a un triciclista/comunero?
 - ¿Alguna más?
 - ¿Por qué esta palabra identifica o representa al triciclista/comunero?
 - d) ¿Usted se siente parte de los grupos de triciclistas/comuneros?
 - ¿Por que sí?, ¿Por qué no?
 - e) ¿Usted comparte con los triciclistas/comuneros objetivos, metas o intereses en común?
 - ¿Cuáles son esos objetivos, metas o intereses?
 - ¿Por qué cree que los comparte?
 - ¿Por qué cree que no los comparte?
 - f) ¿Qué es lo bueno de ser un triciclista/comunero?
 - ¿Por qué?
 - g) Y de lo bueno, ¿qué cree usted que es lo mejor?
 - ¿Por qué?
 - h) ¿Qué es lo malo de ser un Triciclista/Comunero?
 - ¿Por qué?
 - i) Y de los malo, ¿qué es lo peor?.
 - ¿Por qué?
 - j) ¿Cómo quien o quienes deberían ser los triciclistas/comuneros?, ¿quién o quienes podrían servir de ejemplo a seguir para los triciclistas/comuneros?
 - ¿Por qué?
 - ¿Qué tienen estas personas que no tengan los triciclistas/comuneros?
 - k) ¿Cómo quien o quienes no deberían de ser los triciclistas/comuneros?, ¿Quién o quienes serían un mal ejemplo para los triciclistas/comuneros?
 - ¿Por qué?
 - ¿Qué tienen estas personas que no tengan los triciclistas/comuneros?
 - l) Si tuviera la posibilidad, ¿dejaría de ser Triciclista/Comunero?

- ¿Por qué sí?, ¿Por qué no?
 - ¿Qué le gustaría ser si no fuera triciclista o comunero?
- m) ¿Cómo considera usted qué es su situación actual. Es buena, regular o mala?
- ¿Por qué es así?
 - ¿Qué cree usted que podría hacer para mejorarla?
- n) De acá a unos años como se imagina que será su situación personal. Mejor que ahora, igual que ahora, peor que ahora ¿Por qué? ¿en qué mejorará? ¿en qué empeorará?

3) Cambiando un poco de tema, me gustaría conversar con usted sobre el Perú

- a) ¿Para usted que significa ser peruano?.
- ¿Por qué cree eso?
- b) ¿Cómo son los peruanos?
- c) Según su opinión, ¿qué palabras describen mejor al peruano diga todas las que quiera?.
- d) ¿Usted tiene esas características que menciona?
- ¿Cuáles sí?, ¿Cuáles no?
- e) ¿Qué es lo bueno de ser un peruano?
- ¿Por qué?
- f) Y de lo bueno, ¿qué es lo mejor de ser un peruanos?
- ¿Por qué?
- g) ¿Qué es lo malo de los peruanos?
- ¿Por qué?
- h) Y de lo malo, ¿qué es lo peor?
- ¿Por qué?
- i) ¿A qué persona o personas deberían de parecerse los peruanos?, ¿Quién o quiénes podrían ser un ejemplo para los peruanos?
- ¿Por qué?
 - ¿Qué tienen estas personas que no tengan los peruanos?
- j) ¿A qué persona o personas no deberían de parecerse los peruanos?
- Por qué
 - ¿Qué tienen estas personas que no tengan los peruanos?
- k) ¿Cómo ve usted la situación actual del país. Es buena, mala o regular?.
- ¿Por qué dice que es buena, mala o regular?

- ¿Qué habría que hacer para mejorarla?
- l) En su opinión, ¿durante los próximos 5 años el país estará mejor, igual o peor que ahora? ¿por qué?
- m) ¿Cree usted que todos los peruanos somos iguales?.
- ¿Por qué cree eso?
 - ¿En qué cosas somos iguales?.
 - ¿En qué cosas somos distintos como peruanos?.
 - ¿Por qué no tenemos cosas en común?.
- n) Si pudiera hacerlo, ¿dejaría de ser peruano?
- ¿Por qué sí?, ¿Por qué no?
 - ¿De donde le gustaría ser?
 - ¿Por qué?.
- o) ¿Cómo se siente usted siendo peruano?.
- ¿Por qué se siente así?

