



UNIVERSIDAD  
**SAN IGNACIO  
DE LOYOLA**

**FACULTAD DE HUMANIDADES**

**Carrera de Psicología**

**IDENTIDAD NACIONAL EN ESTUDIANTES  
UNIVERSITARIOS PERUANOS**

**Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en  
Psicología**

**ALMENDRA CRIS GERBI DURAND**

**Asesor:**

**Jorge Enrique Rivas Rivas**

**Lima – Perú**

**2017**

## Resumen

La complejidad de definir una identidad nacional en países multiculturales se presenta también en el caso peruano; más aún, teniendo investigaciones previas que aseguran que nuestra identidad nacional es negativa. Se plantea como objetivo describir la identidad nacional de estudiantes universitarios –como población con próxima participación en asuntos económicos, sociales y políticos del país–, con base en sus tres componentes: identificación con los peruanos, autoestima colectiva y autoestereotipos nacionales. Se logra la participación de una muestra de estudiantes ( $n = 883$ ) de diversos niveles socioeconómicos (NSE) procedentes de los 24 departamentos del Perú. Los resultados demuestran la relación de los componentes de la identidad nacional, a su vez reflejan diferencias ante la variable de estudio entre el NSE y el lugar de procedencia. Se discuten los hallazgos en función de los alcances y las limitaciones dentro del marco de la psicología social.

**Palabras clave:** identidad nacional, identificación con los peruanos, autoestima colectiva, autoestereotipos nacionales, estudiantes universitarios.

## Abstract

The complexity of defining national identity in multicultural countries is also shown in Peruvian cases. Previous investigations affirm that our national identity is negative. The aim of this study is to describe college students' national identity, as they are people who are likely to be involved in the economic, social and political issues of our country. The three components are: Identifications as Peruvians, self-esteem and national self-stereotypes. The sample consists of 883 students of different socioeconomic levels (NSE in Spanish) from the 24 Peruvian departments. The results shows us the relation of the components of national identity, they also reflect the differences to the study variable between the socioeconomic levels and the place of origin. The findings are discussed regarding the reaches and limitations among the framework of Social Psychology.

**Key words:** national identity, identification with Peruvians, collective self-esteem, national self-stereotypes, college students.

## Introducción

La concepción de identidad nacional se encuentra teóricamente inserta en el concepto de identidad social. Esta última se define como el sentido de pertenencia a un grupo con determinadas características culturales, institucionales e históricas junto con el significado valorativo y emocional asociado a esta pertenencia (Guitart, 2008). Dichas características pueden convertirse en un catalizador de filiaciones que, a su vez, permiten que los individuos de una sociedad no solo sientan lealtad por su familia, su pueblo o su ciudad, sino también por otras comunidades culturales del país con quienes mantiene diferentes niveles de identificación (Pastor, 2016).

Por esto, definir una identidad nacional no se trata de un proceso simple ni unilateral (Hoyos, 2000). Incluso, cuando se trata de las categorías empleadas en las ciencias sociales y humanas, puede resultar una abstracción compleja (García, 2006). Más aun cuando esto se da en una nación caracterizada por contar con diversidad de etnias y culturas; tal como ocurre en países latinoamericanos, en donde se presentan grandes territorios con variedad geográfica-cultural bajo un mismo estado político. A lo que se añade niveles de desigualdad social que podrían complejizar el proceso de integración y consolidación de identidades nacionales (Aguilar, Valencia, González & Romero, 2005). Ejemplo de ello es la relación entre la satisfacción personal y satisfacción nacional, la cual es más fuerte en países de bajas condiciones socioeconómicas, mientras que las personas de mejor condición económica relacionan su satisfacción con factores más personales como el trabajo, la salud y el estándar de vida (Morrison, Tay & Diener, 2010).

El caso peruano no escapa de esta complejidad. Incluso se considera que el concepto de nación es relativo o aún se encuentra en construcción (Portocarrero, 2015, citado por Romero, 2015). En este punto “definir la identidad nacional resulta una tarea complicada en la medida en que la misma aparece como una abstracción geopolítica, más que como un compromiso cohesionado de pertenencia al país” (Yamamoto, 2000, citado por Espinosa, 2003, p. 39). Entendiéndose que el sentirse peruano se centra en el reconocimiento de haber nacido en territorio nacional más que a la identificación cultural, patriotismo, estima y orgullo de pertenecer al Perú y a lo que esto implica.

Por otro lado, el tema de la identidad nacional en el Perú podría constituirse en una suerte de deuda histórica. Diversos estudios nacionales; citados por Cueto, Espinosa y Robles (2017); identifican situaciones problemáticas que se rastrean hasta la instauración de la república y que dificultan la consolidación de un sentimiento nacional positivo. La exclusión del peruano indígena en la formación de la nación evidencia el rechazo hacia la diversidad étnica, característica que prevaleció en el territorio antes de la colonización. Al respecto, la construcción de una conciencia nacional se presenta como una tarea difícil, más aún en contextos de racismo y marginación (Salgado, 1999, citada por Espinosa & Tapia, 2011). Incluso, en la actualidad, el rechazo a lo andino e indígena desde la clase media limeña –la cual se consideraba a sí misma como una clara representación de la sociedad peruana– (Espinosa, 2010) es un rezago de los conflictos anteriormente señalados.

Desde un punto de vista político, la construcción de una identidad nacional es de vital importancia para el Estado, ya que a través de ésta puede garantizar formas de articulación y control gubernamental (Aguilar et al., 2005). Por ello, el Estado peruano se plantea la *Afirmación de la Identidad Nacional* a través de la tercera política del Acuerdo Nacional (2014); la cual expresa el compromiso de consolidar un país globalizado y a su vez integrado con sus valores, su patrimonio y su diversidad.

Así, la identidad nacional ha sido objetivo de diversas investigaciones que indican que ésta es percibida con un carácter negativo (Beramendi, 2013; Espinosa, 2003; Espinosa & Calderón-Prada, 2009). Esto es entendido como una identidad que aporta elementos negativos a la construcción del autoconcepto y autoestima colectivos del sujeto (Espinosa & Calderón-Prada, 2009; Montero, 1996, citado por Hoyos, 2001). Sin embargo, otros estudios caracterizan la identidad nacional como ambivalente (Espinosa, 2010; Espinosa & Tapia, 2011; Espinosa et al., 2016) o ambigua (Cueto et al., 2017); esto quiere decir que la autopercepción del peruano, con respecto a su nación, no se define con aspectos positivos ni negativos; sin embargo, también ubica a la identidad peruana bajo una percepción no satisfactoria que, más adelante, pudiese presentarse como una identidad negativa (Espinosa, 2003; Espinosa & Calderón-Prada, 2009, Montero, 1996, citado por Espinosa, 2010). La variedad de los resultados encontrados reafirman la

complejidad de la identidad nacional tanto a nivel teórico como dentro del contexto de investigación.

En el presente estudio, el abordaje de la identidad nacional se realiza desde un enfoque psicológico. Para ello se parte desde el concepto de identidad, el cual permite que las personas configuren su imagen a partir de un conjunto de atributos representativos de sí mismas (Espinosa et al., 2016). Así, Mucchielli (1986, citado por García, 2006) presenta el concepto de identidad como un conjunto de criterios que definen a un sujeto y de sentimientos internos organizados en torno a una voluntad de existir. Mientras que Vignoles, Regalia, Manzi, Golledge y Scabini (2006) la definen como una experiencia subjetiva que se construye en particulares contextos culturales, incluyendo distintos niveles de representación como la autoevaluación, el autoconcepto, la identidad personal y la identidad social.

Ésta última se presenta como la suma de características que hacen posible situar a un individuo o grupo como parte de su sociedad; recogiendo un patrimonio cultural que integra normas, valores y lenguas que unen o diferencian a los grupos humanos (García, 2006). Así, la identidad social es “aquella parte del autoconcepto del individuo la cual deriva del reconocimiento de su pertenencia a un grupo (o grupos) social, junto con el significado valorativo o emocional de dicha pertenencia” (Tajfel 1981, p. 255, citado por Tajfel, 1982).

Uno de esos grupos sociales es la nación la cual, según la definición de Smith (1997, p. 36), es “un grupo humano, designado por un gentilicio, que comparte un territorio histórico, recuerdos históricos y mitos colectivos, una cultura de masas pública, una economía unificada y derechos y deberes legales iguales para todos sus miembros”. Esto ubica a la identidad nacional como un subtipo específico de identidad social (Espinosa & Tapia, 2011), ya que la toma de conciencia, el sentirse y el saberse perteneciente a un grupo son las características que la definen (Pérez Vejo, 1999, citado por Hoyos, 2000). Dentro de esa identidad social también entran en juego la construcción de otras identidades supranacionales tales como la de sudamericano, latinoamericano y otras. La forma como estas identidades sociales se relacionan parece ser bastante compleja. Así, mientras que en países como Venezuela, Brasil, Colombia y Perú se

reportan un sentido de pertenencia más positivo ante la categoría latinoamericanos que ante la categoría de sus propias nacionalidades (Salazar, 1992, citado en Alarcón & Hoyos 2007), en Uruguay se encontraron mayores niveles de identificación con características positivas con la nación antes que con sus regiones de origen (Pérez de León, 2007).

En el Perú, Vicuña (2002) realizó un estudio con el objetivo de describir el nivel de identificación nacional en jóvenes naturales de la provincia de Tarma y de la provincia de Lima. Encontró que existen diferencias en cuanto al sentimiento de aceptación ante los indicadores de identidad nacional (socio-cultural, símbolos patrios, étnicos), sentimiento que es más fuerte en la muestra de Tarma en comparación con Lima; esta misma investigación también presenta diferencias en cuanto al sexo. Si bien esta condición no está considerada entre los factores que intervienen en la construcción de la identidad nacional, Vicuña encuentra diferencias entre hombres y mujeres en cuanto a las actitudes, percepciones, valoraciones e intereses hacia los indicadores de identidad nacional; puesto que las mujeres presentan promedios significativamente mayores que los hombres.

La construcción de una identidad nacional, como un proceso individual, da cuenta del desarrollo de una afiliación psicológica a grandes grupos sociales. Al respecto, se presenta un patrón evolutivo que va desde los 4 años, edad en la cual los niños pueden presentar reacciones negativas hacia grupos étnicos distintos al suyo. Estas actitudes suelen mantenerse hasta los 7 años, donde se va reforzando el apego hacia el propio grupo (Hoyos, 2001). A partir de la adolescencia surge la tarea de los jóvenes de construir su identidad en función de su autonomía, de sus propios valores y proyectos, en el marco de un proceso complejo y característico de esta etapa. Proceso en el cual las condiciones familiares, sociales y la cultura inciden en éste y en las relaciones con las cuales los adolescentes enfrentan los conflictos de su identidad (Díaz, 2006).

Bajo este enfoque, Torres (1994, citado por Hoyos, 2001) señala que la transición de la identidad personal a la identidad nacional es un proceso que involucra múltiples interacciones con consecuencias distintas. De este modo, cada individuo o grupo configura su identidad en función de sus propias condiciones y de las representaciones que definen su cultura local versus la global (Díaz, 2006). De este modo se observa en un

mismo individuo diferentes actuaciones según la situación de pertenencia, sin presentar algún conflicto en el proceso.

El ambiente social ofrece una variedad de posibilidades de construcción individual, ya que las personas se encuentran expuestas a múltiples factores culturales compartidos o no por su entorno familiar, pertenecientes o no a su grupo de edad. Este ambiente, de una u otra forma, selecciona los aspectos dentro de los cuales el individuo optará por los que él considere relevantes, otorgándoles significados para construir lo que para él será su identidad nacional (Hoyos, 2001).

Tal como se presenta, la identidad nacional está compuesta por un conjunto de atributos que describen a la nación y a sus miembros, así como a las emociones asociadas al reconocimiento de pertenencia (Espinosa, 2003). De esta manera, podemos destacar tres componentes para el concepto de identidad nacional: identificación con la nación, la autoestima colectiva o valoración de la pertenencia y el autoconcepto colectivo o atribución de características positivas o negativas (Espinosa, 2003; Espinosa & Calderón, 2007, citados por Genna, 2010; Hoyos, 2001; Vicuña, 2002).

La identificación se lleva a cabo a través de la adjudicación e interiorización (al menos parcial) del complejo simbólico-cultural emblemático de la colectividad (Giménez, 1997). Está vinculada con la apreciación de hechos positivos y la omisión selectiva de eventos negativos sobre el propio grupo, buscando mantener una imagen positiva de la nación y sus miembros (Herranz & Basabe, 1999; Rottenbacher & Espinosa, 2010). La determinación de su intensidad en los individuos es un factor importante al estudiar la identidad nacional, puesto que explora si éstos se ubican dentro de la categoría que están evaluando y en qué medida.

En segunda instancia, la autoestima es la valoración afectiva del autoconcepto. Comprende dos dimensiones: la personal y la colectiva. Esta última se define como la actitud que desarrolla un individuo hacia los grupos a los que pertenece, incluso puede ser un moderador importante de estrategias colectivas (Luhtanen & Crocker, 1992). Aunque Sánchez (1999) también incluye en su definición a la percepción de la evaluación que hacen otros acerca de esos grupos, la ejecución de la autoestima colectiva se

conceptualiza en términos individualistas, enfocándose en el cumplimiento del papel individual dentro de los grupos de referencia (Luhtanen & Crocker, 1992).

En tercer lugar, el autoconcepto es un aspecto importante de la identidad debido a que se va construyendo a lo largo del desarrollo (Hoyos, 2000). Es el conjunto de conocimientos que se tiene de sí mismo, acerca de las características físicas, psicológicas y sociales (Páez, Zubieta & Mayordomo, 2004). Connota una definición cognitiva de los atributos que delimitan al grupo y del conjunto de conocimientos que las personas tienen sobre sus características. La evaluación de los atributos del autoconcepto derivados de la pertenencia a categorías y grupos sociales se denomina autoconcepto colectivo (Páez et al., 2004) y está relacionado con motivaciones como el autoconocimiento, el reforzamiento y la consistencia (Baumeister, 1998, citado por Espinosa, 2003).

El autoconcepto se sostiene sobre los estereotipos construidos por la simplificación y generalización de características a todo un grupo nacional (Torres, 1994; citado por Alarcón & Hoyos, 2007). Así, en el presente trabajo se evaluará el autoconcepto colectivo peruano a través de los estereotipos nacionales, debido que es una de las maneras de estudiar a la identidad nacional (Beramendi, 2013; Espinosa et al., 2016; Espinosa et al., 2017; Galeano, 2014; Pérez de León, 2007; Rottenbacher & Espinosa, 2010). Estos consisten en estructuras cognitivas compartidas por los miembros de una misma cultura (Gómez, 2007), determinan que un individuo forma parte de un grupo social a partir de un conjunto de rasgos manifiestos percibidos como característicos, simplificando las relaciones sociales (Stangor, 2009).

Específicamente, los estereotipos nacionales “proceden de factores muy estables que se asocian con las características objetivas y subjetivas de la identificación nacional, y de otras características menos estables, que se relacionan con los rasgos del contexto particular donde se activa una comparación” (Matera, Giannini, Blanco & Smith, 2005, citados por Beramendi, 2013, p. 56).

Al respecto, se encuentra una consistencia cognitivo-afectiva entre la autoestima colectiva y los autoestereotipos; es decir, una relación directamente proporcional. En el mismo sentido, algunos estudios indican que mientras más clara y certera sea la

información que posea la persona sobre el grupo social al cual pertenece, sus niveles de evaluación y valoración también serán mayores (Espinosa, 2010; Hoyos, 2001).

Es a partir del escenario planteado que se propone la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo es la identidad nacional en los estudiantes universitarios peruanos? Para ello, los objetivos del presente trabajo son los siguientes: describir la identidad nacional en estudiantes universitarios peruanos, por lo cual será necesario determinar el grado de identificación con los peruanos, la autoestima colectiva y autoestereotipos nacionales de dicho grupo de participantes. En segunda instancia se explorarán diferencias entre los componentes de la identidad nacional según el sexo, lugar de procedencia y NSE autopercebido, con la finalidad de conocer variables que puedan intervenir en la construcción de una identidad nacional. Finalmente, se propone describir la relación entre los componentes de la identidad nacional planteados en investigaciones anteriores, con la finalidad de verificar la pertinencia del abordaje del estudio de la identidad nacional desde dicha perspectiva teórica.

Realizar los esfuerzos por dar respuesta a la pregunta de investigación planteada se justifica puesto que, después de la revisión de estudios (Arellano, 2011; Castro, 2014; Cueto et al., 2017; Espinosa, 2010; Espinosa et al., 2016; Espinosa & Calderón-Prada, 2009; Espinosa & Tapia, 2011; Genna, 2010; Rottenbacher & Espinosa, 2010) cuyos objetivos principales eran los de analizar la relación de la identidad nacional con otras variables en distintas muestras nacionales, se observa que presentan resultados de una percepción poco satisfactoria del peruano. Por ello, debido a la naturaleza de los estudios señalados y a la carencia de investigaciones centradas en la descripción de la identidad nacional, se pretende detallar si estos resultados continúan presentándose en una gran muestra de personas que a su vez comparten la categoría estudiantes universitarios.

En este punto, se considera prudente conocer la mirada que tienen los universitarios al respecto, ya que se trata de personas en pleno proceso de formación profesional superior que contribuirán en corto plazo al cambio social y consolidación del proyecto nacional, desarrollando una posición crítica y activa acerca de la realidad peruana. Dicho de otro modo, los participantes forman parte de la generación que está próxima o ya se encuentran formando parte de la fuerza cultural, política, social y

económica del país. Incluso, esta población es frecuentemente estudiada y no cuenta con un marco de referencia acerca de las diferencias que puedan presentarse en función a las variables sociodemográficas tomadas en cuenta en el presente estudio.

## **Método**

### **Tipo y diseño de investigación**

En relación al tipo de investigación, el presente trabajo se enmarca dentro de la tradición descriptiva ya que tiene como objetivo especificar propiedades, características y rasgos importantes en un grupo o población (Hernández, Fernández & Baptista, 2010). En este contexto, se centra en la identidad nacional y sus componentes dentro de un grupo de estudiantes universitarios.

Mientras que, en torno al diseño de investigación, corresponde a un diseño no experimental transversal por cuanto no se recurre a la manipulación de variable alguna, sino se procura observarla en su ambiente natural en un determinado momento (Hernández et al., 2010).

### **Participantes**

Los participantes del estudio fueron estudiantes universitarios de carreras profesionales de distintos departamentos del Perú. Se excluyeron a estudiantes de carreras técnicas y a participantes extranjeros.

La selección de la muestra se llevó a cabo a través de un muestreo no probabilístico; el cual permitió conformar un grupo de 883 participantes, quienes estuvieron de acuerdo con el alcance del estudio y de la confidencialidad de su participación antes de responder al instrumento de investigación. El número de participantes se alcanzó empleando dos técnicas de muestreo: por conveniencia, a estudiantes presentes en el campus de su centro de estudios ( $n = 748$  encuestas válidas) y por el muestreo de bola de nieve discriminatorio exponencial, a través de medios de comunicación digital al enviar la ruta URL de la versión virtual del instrumento ( $n = 135$  encuestas válidas).

Los departamentos de procedencia de los participantes fueron agrupados según su ubicación cardinal de la siguiente manera: Centro (Ancash, Huancavelica, Huánuco, Junín, Pasco y Ucayali), Norte (Loreto, Amazonas, Cajamarca, La Libertad, Lambayeque, Piura, San Martín y Tumbes), Sur (Apurímac, Ayacucho, Cusco, Madre de Dios, Puno, Arequipa, Ica, Moquegua y Tacna) y el departamento de Lima.

En la tabla 1 se observa la composición de la muestra de participantes. Al respecto, las principales características de dicha muestra permiten observar que casi dos tercios de los participantes eran mujeres, 64.3% eran oriundos del departamento de Lima y el 53.1% se ubicaba a sí mismo en el NSE medio.

Tabla 1.

*Composición de la muestra*

Categoría	<i>f</i>	%
<b>Sexo</b>		
Mujer	568	64.3
Hombre	315	35.7
<b>NSE autopercebido</b>		
Bajo	294	33.3
Medio	469	53.1
Alto	120	13.6
<b>Lugar de procedencia</b>		
Centro	130	14.7
Norte	62	7.0
Sur	123	13.9
Lima	568	64.3

*N* = 883

**Instrumentos**

Se aplicaron escalas utilizadas ampliamente para el estudio de la identidad nacional, tanto en el Perú como en Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Venezuela, entre otros países; así como en muestras de distintos NSE.

- Grado de identificación con los peruanos: Consiste en un ítem aplicado por Espinosa (2010) en estudios sobre identidad nacional peruana. Esta medida se realizará a través de la pregunta: “¿Cuál es su grado de identificación con los peruanos?”. La escala de respuestas es de tipo Likert, del 1 al 5, donde 1 es “Nada” y 5 es “Total”. Cuenta con validez de contenido, caracterizado porque ha sido utilizada en distintas investigaciones sobre identidad nacional con estudiantes universitarios obteniendo resultados consistentes (Kerlinger & Lee, 2002).
  
- Escala de Autoestima colectiva peruana: Esta medida proviene de una adaptación de los ítems de la traducción española de la sub-escala de autoestima colectiva privada de Luhtanen y Crocker (1992) a la categoría social peruana realizada por Espinosa (2010) en sus estudios sobre la identidad nacional en este país. Específicamente, la escala posee cuatro ítems que evalúan la relación afectiva de los participantes con respecto a su identificación con los peruanos. La escala de respuesta es tipo Likert, va del 1 al 5, donde 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 es “Totalmente acuerdo”. Los ítems que reflejan una valoración negativa del ser peruano son invertidos para obtener la puntuación general. La escala original posee un Alpha de Cronbach de .76, mientras que para la adaptación peruana de Espinosa fue de .79. Finalmente para el presente estudio el Alpha de Cronbach fue de .79 (Tabla 2).
  
- Escala de Autoestereotipos Nacionales (Espinosa & Beramendi, 2012): Es una adaptación de un instrumento en escala Likert creado por Espinosa en 2003. Esta versión (con un Alpha de Cronbach de .84, Tabla 2) cuenta con 22 pares de adjetivos antónimos en escala de diferencial semántico. Los adjetivos positivos se ubicaban a la izquierda junto con la valoración 1, mientras que los adjetivos negativos se ubicaban en el extremo derecho junto con el valor 7.

En el 2016, Espinosa y sus colaboradores presentan cuatro dimensiones para la escala en un estudio realizado en seis países de Latinoamérica; estas fueron denominadas: *calidez*, *competencia*, *moralidad* y *nacionalismo ideal*. Para el presente estudio se realizó un análisis factorial exploratorio (Tabla 3) con método de rotación Varimax con normalización Kaser de las 883 respuestas válidas, el cual organizó los ítems de la escala en dos dimensiones que explican una varianza del 61.15%. Estas

dimensiones concuerdan con las denominadas *competencia* (15 ítems: adaptativos/flexibles-no adaptativos/rígidos, alegres-tristes/melancólicos, capaces-incapaces, creativos-no creativos, cuestionadores-sumisos, emprendedores/proactivos-no emprendedores/no activos, exitosos-fracasados, expresivos/comunicativos-inexpresivos/no comunicativos, inteligentes-tontos, patriotas-no patriotas, simpáticos-antipáticos, sociables-no sociables, solidarios-egoístas, trabajadores-ociosos/vagos, vivos/piolas/astutos-sonsos/giles) y *moralidad* (7 ítems: confiables-no confiables, considerados/respetuosos-prepotentes/irrespetuosos, cultos-ignorantes, desarrollados-subdesarrollados, honestos-deshonestos, honrados-corruptos, sinceros-mentirosos). En cuanto al análisis de fiabilidad realizado para esta investigación, la escala de autoestereotipos nacionales cuenta con un Alpha de Cronbach de .94 (Tabla 2).

Tabla 2.

*Confiabilidad de los puntajes*

	$\alpha$	N° de ítems
<b>Autoestima colectiva</b>	.79	4
<b>Autoestereotipos nacionales</b>	.94	22
Autoestereotipo nacional: Competencia	.90	15
Autoestereotipo nacional: Moralidad	.90	7

*Nota.*  $\alpha$ : coeficiente de consistencia interna.

Tabla 3.

*Análisis factorial exploratorio del componente Autoestereotipos nacionales*

Ítem	Dimensión 1:	Dimensión 2:
	Autoestereotipo nacional: Competencia	Autoestereotipo nacional: Moralidad
[Solidarios - Egoístas]	.521	
[Honestos - Dishonestos]		.812
[Exitosos - Fracados]	.691	
[Confiables - No confiables]		.743
[Desarrollados - Subdesarrollados]		.640
[Alegres - Tristes/melancólicos]	.852	
[Trabajadores - Ociosos/vagos]	.829	
[Expresivos/comunicativos - Inexpresivos/ no comunicativos]	.757	
[Honrados - Corruptos]		.782
[Emprendedores/proactivos - No emprendedores/no activos]	.828	
[Sociables - No sociables]	.862	
[Cultos - Ignorantes]		.755
[Simpáticos - Antipáticos]	.727	
[Adaptativos/flexibles - No adaptativos/rígidos]	.675	
[Cuestionadores - Sumisos]	.434	
[Considerados/respetuosos - Prepotentes/irrespetuosos]		.704
[Vivos/piolas/astutos - Sonsos/giles]	.772	
[Inteligentes - Tontos]	.787	
[Capaces - Incapaces]	.865	
[Sinceros - Mentirosos]		.767
[Creativos - No creativos]	.884	
[Patriotas - No patriotas]	.654	
<b>Varianza explicada (%)</b>	<b>39.75</b>	<b>21.40</b>
<b>Consistencia interna</b>	<b>.90</b>	<b>.90</b>

### Procedimiento

La recolección de información se llevó a cabo en el transcurso del mes de agosto del año 2017. A los participantes les explicaba el cuestionario que debían completar (Anexo 2) luego de brindar sus datos sociodemográficos.

Las respuestas obtenidas fueron digitalizadas y codificadas para proceder con su análisis a través del programa Statistical Package for Social Science (SPSS Statistics v. 23). Las respuestas ante los ítems “¿Cuál es su grado de identificación con los peruanos?”, “Generalmente me siento bien por ser peruano” y “En general, me siento afortunado por ser peruano” fueron invertidas para obtener que a menor puntuación los reportes de grado de identificación, autoestima colectiva y autoestereotipos nacionales fueran más positivos.

Se procedió al análisis psicométrico de las escalas, obteniéndose los índices de confiabilidad para cada componente y evidencias de validez a través del análisis factorial exploratorio. Para la descripción de resultados se llevaron a cabo análisis descriptivos de medidas de tendencia central y dispersión de los componentes. Luego, se analizó la distribución de las puntuaciones para identificar si presentaban un ajuste a la curva normal con el estadístico de Kolmogorov-Smirnov ( $Z_{KS}$ ), resultados que llevaron a determinar la pertinencia del empleo de estadísticos no paramétricos. Finalmente, se calcularon las correlaciones empleando el Rho de Spearman ( $r_s$ ) entre las variables para establecer las diferencias según sexo, lugar de procedencia y NSE a través de las pruebas  $U$  de Man Whitney y de Kruskal-Wallis respectivamente.

## Resultados

A continuación se exponen los resultados recabados según los objetivos establecidos para esta investigación.

En la tabla 4, según las respuestas de los participantes acerca del grado de identificación, donde 1 es “mucho” y 5 “nada”, se observa que el promedio de las respuestas de los participantes es de 1.99 ( $S = .89$ ). En cuanto a la autoestima colectiva, donde la puntuación mínima de 4 aproxima las respuestas a una alta autoestima colectiva, mientras que la puntuación máxima de 20 a su opuesto; se presenta un promedio de respuestas de 6.69 ( $S = 2.93$ ). Finalmente, teniendo en cuenta cada una de las dimensiones de los autoestereotipos nacionales en las cuales la menos puntuación sugiere la calificación con adjetivos positivos; se tiene que en competencia las puntuaciones van de 15 a 75, teniendo un promedio de respuestas de 53.87 ( $S = 18.87$ ), mientras que en moralidad las puntuaciones van de 7 a 35 y el promedio de respuestas es de 28.35 ( $S = 7.15$ ).

Tabla 4.

*Medidas de tendencia central y dispersión de los componentes de la identidad nacional*

Componentes	$\bar{X}$	S
Identificación con los peruanos	1.99	.89
Autoestima colectiva	6.69	2.93
Autoestereotipo nacional: Competencia	53.87	18.87
Autoestereotipo nacional: Moralidad	28.35	7.15

N = 883

En la descripción del promedio de respuestas de los participantes según el sexo, observamos en la tabla 5 que el grado de identificación con los peruanos de las mujeres ( $\bar{X} = 1.98$ ,  $S = .85$ ) es mayor que el de los hombres ( $\bar{X} = 2.02$ ,  $S = .96$ ); mientras que la

calificación con adjetivos negativos correspondientes a la dimensión competencia de los autoestereotipos nacionales de por parte de las mujeres es más alta ( $\bar{X} = 55.04$ ,  $S = 19.39$ ) que la de los hombres ( $\bar{X} = 51.34$ ,  $S = 17.55$ ). Por otro lado, las respuestas promedio que dieron hombres y mujeres acerca de la autoestima colectiva y la dimensión moralidad de los autoestereotipos colectivos son similares entre sexos.

Tabla 5.

*Medidas de tendencia central y dispersión de los componentes de la identidad nacional según sexo*

Componentes	Sexo	n	$\bar{X}$	s
Identificación con los peruanos	Mujer	568	1.98	.85
	Hombre	315	2.02	.96
Autoestima colectiva	Mujer	568	6.57	2.74
	Hombre	315	6.93	3.23
Autoestereotipo nacional: Competencia	Mujer	568	55.04	19.39
	Hombre	315	51.34	17.55
Autoestereotipo nacional: Moralidad	Mujer	568	28.24	6.72
	Hombre	315	28.49	7.89

N = 883

Se considera adecuado presentar estos resultados, puesto que, si bien se menciona que el sexo no se considera como factor interviniente en la construcción de una identidad nacional, en la investigación se exploraron las diferencias entre hombres y mujeres (ver Anexo 1), hallándose diferencias estadísticamente significativas en cuanto a su evaluación de los autoestereotipos nacionales de la dimensión *competencia* ( $p < .01$ ). Al respecto, se encuentra que las mujeres presentan mayores rangos promedios ( $r_s = 458.42$ ) que los hombres ( $r_s = 412.39$ ); es decir, las mujeres valoran la dimensión mencionada con adjetivos estereotípicos negativos, mientras que los hombres califican a los peruanos con adjetivos positivos correspondientes. No existen diferencias estadísticamente significativas en el resto de variables en función al sexo.

En función al lugar de procedencia de los estudiantes evaluados, en la tabla 6 se observa que en el componente competencia del autoestereotipo nacional se presenta un promedio de respuestas de 59.86 ( $S = 20.04$ ) de quienes son procedentes de la región Norte del país, con amplia diferencia en comparación al resto de participantes de las otras regiones.

Tabla 6.

*Medidas de tendencia central y dispersión de los componentes de la identidad nacional según lugar de procedencia*

Componentes	Lugar de procedencia	n	$\bar{X}$	s
Identificación con los peruanos	Centro	130	1.87	.92
	Norte	62	1.84	.85
	Sur	123	1.77	.78
	Lima	568	2.09	.91
Autoestima colectiva	Centro	130	6.18	2.74
	Norte	62	6.50	2.64
	Sur	123	6.09	2.51
	Lima	568	6.96	3.04
Autoestereotipo nacional: Competencia	Centro	130	53.59	20.58
	Norte	62	59.86	20.04
	Sur	123	51.40	19.42
	Lima	568	53.81	18.11
Autoestereotipo nacional: Moralidad	Centro	130	26.83	7.09
	Norte	62	27.94	7.10
	Sur	123	28.33	7.70
	Lima	568	28.74	7.01

N = 883

Estos datos fueron sometidos a un análisis inferencial (Anexo 1), en donde se evidencian diferencias estadísticamente significativas. Observándose que Lima, en comparación con la agrupación del resto de departamentos, presenta los rangos promedio mayores en cuanto al grado de identificación con los peruanos ( $r_s = 468.25$ ,  $p < .000$ ),

autoestima colectiva ( $r_s = 467.38$ ,  $p < .001$ ) y la dimensión competencia de los autoestereotipos nacionales ( $r_s = 441.72$ ,  $p < .045$ ).

En detalle, la agrupación del Sur cuenta con un rango promedio menor, lo cual indica mayor grado de identificación, seguido por el Norte, el Centro y finalmente Lima; presentando un menor grado de identificación con los peruanos. Referente a la autoestima colectiva, son el Centro y Sur quienes presentan un rango promedio similar, indicando una autoestima colectiva positiva; en contraste con Lima que indica una autoestima colectiva negativa. En el caso de la dimensión autoestereotípica competencia, nuevamente el Sur presenta un rango promedio bajo, lo cual significa que se tiende a calificar a los peruanos con adjetivos positivos referentes a esta dimensión, seguido del Centro y Lima. Es en este componente en donde se observa que el Norte presenta el rango promedio mayor, indicando que califica a los peruanos con adjetivos negativos correspondientes a la dimensión mencionada.

Tabla 7.

*Medidas de tendencia central y dispersión de los componentes de la identidad nacional según NSE autopercebido*

Componentes	NSE	n	$\bar{X}$	s
Identificación con los peruanos	Bajo	294	1.83	.87
	Medio	469	2.07	.88
	Alto	120	2.07	.96
Autoestima colectiva	Bajo	294	6.11	2.56
	Medio	469	6.96	3.03
	Alto	120	7.10	3.16
Autoestereotipo nacional: Competencia	Bajo	294	53.45	20.10
	Medio	469	53.93	18.14
	Alto	120	54.11	18.57
Autoestereotipo nacional: Moralidad	Bajo	294	27.42	7.35
	Medio	469	28.60	6.93
	Alto	120	29.68	7.30

N = 883

En cuanto al NSE autopercebido, en la tabla 7 se describe que los promedios de las respuestas de los participantes son similares en cada componente de la identidad nacional. Sin embargo, al realizar una exploración bajo análisis inferencial sí se presentan algunas diferencias estadísticamente significativas (Anexo 1), en cuanto al grado de identificación con los peruanos ( $p < .000$ ), la autoestima colectiva ( $p < .000$ ) y la dimensión moralidad de los autoestereotipos nacionales ( $p < .002$ ). Siendo las personas del NSE bajo quienes tienen un rango promedio menor ( $r_s = 396.75$ ) a los niveles medio ( $r_s = 466.11$ ) y alto ( $r_s = 458.61$ ); esto quiere decir que se encuentran altamente identificados con los peruanos. En el caso de la autoestima colectiva existen diferencias entre los tres grupos, siendo nuevamente el NSE bajo el cual presenta menor rango promedio ( $r_s = 390.78$ ) indicando que cuenta con una autoestima colectiva más positiva. Por otro lado, el NSE alto indica calificar a los peruanos con adjetivos más bien negativos ( $r_s = 497.78$ ) correspondientes a la dimensión autoestereotípica de moralidad.

Tabla 8.

*Correlaciones de Spearman entre la identificación con los peruanos, la autoestima colectiva y los autoestereotipos nacionales*

Componentes		1	2	3	4
Identificación con los peruanos	$r_s$	—	<b>.490***</b>	<b>.075*</b>	<b>.118***</b>
	$p$	—	< .001	.025	< .001
Autoestima colectiva	$r_s$		—	<b>.067*</b>	<b>.174***</b>
	$p$		—	.044	< .001
Autoestereotipo nacional: Competencia	$r_s$			—	<b>.382***</b>
	$p$			—	< .001
Autoestereotipo nacional: Moralidad	$r_s$				—
	$p$				—

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

Finalmente, al analizar los componentes que conforman la identidad nacional, en la tabla 8 se observa que existe una relación directa y estadísticamente significativa entre ellos, lo cual coincide con lo encontrado en investigaciones previas (Espinosa, 2010; Espinosa et al., 2016). Se encuentra relación entre el grado de identificación con los

peruanos con la autoestima colectiva ( $r_s = .490, p < .001$ ) así como una relación significativa con la dimensión moralidad de autoestereotipos nacionales ( $r_s = .118, p < .001$ ). Esta última se correlaciona, con la misma significancia, con la autoestima colectiva ( $r_s = .174, p < .001$ ) y, con mayor significancia, con la dimensión competencia de los autoestereotipos nacionales ( $r_s = .382, p < .001$ ).

## Discusión

A partir de los datos obtenidos, y en función a los objetivos de investigación planteados, se discuten tres aspectos que han llamado poderosamente la atención a la autora del presente trabajo. El primero de ellos se centra en la identidad nacional y sus componentes, el segundo las diferencias observadas en la identidad nacional según el nivel socioeconómico percibido y en tercer lugar las diferencias observadas entre este constructo en función al lugar de procedencia.

En relación con el primer punto, se observa que los datos recogidos en el presente trabajo concuerdan con los resultados de investigaciones previas en cuanto a la relación entre los componentes de la identidad nacional. Incluso cuando se comparan las respuestas en función al NSE autopercebido y el lugar de procedencia, se mantiene la relación entre el grado de identificación y la autoestima colectiva (Genna, 2010; Espinosa, 2010; Espinosa & Calderón-Prada, 2009; Rottenbacher & Espinosa, 2010, entre otros).

Esta coincidencia con investigaciones previas sugieren que efectivamente hay una marcada tendencia en la forma como se vive ese constructo, es decir, cómo se identifican, se construye la autoestima y el autoconcepto.

En cuanto a los resultados presentados según la comparación por NSE autopercebido, la presencia de un mayor grado de identificación junto con una mayor autoestima colectiva del NSE bajo puede ser explicada desde la relación entre la identidad nacional y el bienestar (Espinosa et al., 2017); puesto que las personas con menores recursos socioeconómicos perciben que su bienestar personal tiene relación con el bienestar nacional (Morrison et al., 2010).

En este punto, cabe mencionar que la muestra de estudiantes cuenta con un importante grupo de participantes que forman parte de Beca 18, del Programa Nacional de Becas y Crédito Educativo (PRONABEC), la cual consiste en un beneficio integral de educación superior que otorga el gobierno peruano a jóvenes con talento académico que se encuentran en condición de vulnerabilidad social y/o pobreza. En ese sentido, si dichos

participantes están incluidos en un programa de beneficios sociales, esto pudiera brindar la sensación de presencia cercana del Estado lo cual podría desarrollar una mayor identificación con el país o cualquier referente nacional significativo.

El nivel socioeconómico es un factor que interviene en la valoración de la identidad del peruano, pues la accesibilidad o no a ciertos beneficios contribuye en el distanciamiento de las personas con su realidad, dificultando la construcción o consolidación de un sentido de identidad (Salgado, 1999, citada por Gnadinger, 2014). Esto permitiría comprender porque la percepción negativa de los peruanos en la dimensión moralidad de los autoestereotipos nacionales se concentra en estudiantes universitarios del NSE alto.

Por otro lado, el mayor grado de identificación, mayor autoestima colectiva y adjetivos positivos de la dimensión competencia de los autoestereotipos nacionales en la agrupación de departamentos del Sur podría responder a una tradición histórica de suma importancia para nuestro país. Esta se remonta desde el desarrollo de civilizaciones prehispánicas o culturas precolombinas, algunas con cierto grado de vigencia hasta la fecha (como los Chopcca, Chankas, Huancas, Huaylas, Kanas, Q'ero y Cañaris), hasta eventos que forman parte de nuestra historia contemporánea (como guerras fronterizas y terrenos nacionales en disputa).

Estos resultados son interesantes teniendo en cuenta que entre los departamentos que ocupan la agrupación del Sur se encuentra Arequipa, el cual es reconocido popularmente por una fuerte identidad regional más que nacional. Debido a que se menciona que la identidad arequipeña ha sido construida sobre el aislamiento geográfico hasta mediados del siglo XIX (Llutari & Turpo, 2016), como consecuencia de la carencia de núcleos indígenas o importantes yacimientos mineros que llevaron al desinterés de la conquista española a establecerse en sus terrenos (Condori, 2010).

Si las personas se identifican con la sociedad como parte de su nación, nace un sentimiento de seguridad y tranquilidad en la medida que asumen que esta no les hará daño y más bien les brindará ayuda cuando sea necesario (Guitart, 2008), es decir, se asume un pacto implícito que subyace bajo una identidad colectiva. Sin embargo, cuando

el día a día y los medios de comunicación retroalimenta que esto no es cierto, y que en cambio nuestro entorno se hace daño de manera mutua y constantemente, se pueden presentar situaciones como las observadas en los resultados del presente estudio: el contraste de una menor autoestima colectiva en el departamento de Lima, en comparación con el resto de agrupaciones departamentales. Lo cual también guarda cierta relación con los resultados de Vicuña (2002) en cuanto al sentimiento de aceptación ante los indicadores de identidad nacional de las provincias de Lima versus Tarma.

La muestra perteneciente al departamento de Lima estuvo compuesta en su mayoría por estudiantes procedentes de su provincia homónima. Esta, al ser capital del país, se encuentra en mayor contacto con el fenómeno de la globalización, el cual influye fuertemente en la construcción de una identidad nacional (Guitart, 2008) mientras disminuye las barreras que diferencian “lo nuestro” de “los otros”.

Además, se encuentra la percepción de adjetivos negativos correspondientes a la dimensión competencia de los autoestereotipos nacionales por parte de la agrupación de departamentos del Norte. La cual se puede interpretar a través del análisis de las últimas décadas, acerca de la desarticulación gradual de los procesos cooperativos y destrucción del soporte social en sus comunidades, lo cual generó que predominen prácticas económicas y sociales consideradas individualistas, y a su vez se vean afectadas algunas expresiones de identificación colectiva (Arellano, 2011).

Los resultados obtenidos en el presente estudio son relevantes en tanto permiten establecer un perfil de las características de la identidad nacional en universitarios peruanos, el cual permitirá observar qué aspectos deben ser tomados en cuenta para futuras investigaciones que requieran realizar análisis más detallados acerca de los factores que intervienen en la consolidación de la identidad nacional en nuestro país. A medida que se produzca mayor conocimiento al respecto, se podrán realizar futuras intervenciones por parte de entidades competentes, ya que de este modo sus planes estarán basados en evidencia.

Como toda investigación, esta no estuvo exenta de limitaciones. Además de las inherentes a un proceso de recolección de datos mediante encuestas de respuestas cerradas

para recabar información de un constructo altamente complejo, ante lo cual se indica que el tipo de preguntas influye en la percepción de la identidad nacional (Alarcón & Hoyos, 2007) ya que se pudo observar que la falta de familiarización de los participantes en el estudio con cuestionarios tipo diferencial semántico llevó a la invalidación de varios protocolos. Del mismo modo, el instrumento utilizado no contaba con estudios que garanticen una correcta interpretación de los resultados, a pesar de haber sido utilizado en diversas investigaciones y tesis doctorales; sin embargo, su fortaleza estaba en la claridad de las preguntas en función a los componentes descritos teóricamente. Esto queda como recomendación para futuros estudios que utilicen este instrumento y mantengan como objetivo la determinación de la orientación de la identidad nacional (optimista, pesimista y ambivalente según estudios previos).

También se recomienda para futuras investigaciones de carácter social, una vez superadas las limitaciones presentadas, estudiar variables asociadas a los factores intervinientes (tales como territorio, recuerdos históricos, mitos colectivos, cultura pública, economía), de modo que puedan evaluarse modelos explicativos, con el fin de intervenir sobre aquellos aspectos más influyentes.

Por último, es recomendable reproducir este estudio empleando muestras alternas, incrementando el número de individuos y poder realizar comparaciones entre otras características distintivas de la muestra (como grado de instrucción, universitarios de entidades públicas versus privadas, procedencia de comunidades rurales versus urbanas), con el propósito de tener un conocimiento más profundo de un país, que resulta tan diverso como para presentar dificultades en la definición de sí mismo como *nación*.

En conclusión, si bien la muestra de estudio reconoce su pertenencia y se encuentra identificada a la categoría social “peruano”, e incluso parece mantener una autoestima colectiva positiva al respecto, el concepto que tiene de sí misma no es precisamente positivo, pues se presenta la tendencia hacia una postura ambivalente en cuanto a la autocalificación estereotípica.

Es decir, a pesar de tener en cuenta que, como personas, los peruanos pueden no reconocer en sí ciertos calificativos positivos, esto no parece afectar su sentido de

pertenencia ni la actitud hacia su grupo social nacional; cumpliéndose lo indicado por la teoría de la identidad social acerca de la tendencia a la protección de una imagen positiva, a pesar de –o incluso omitiendo– hechos negativos que puedan afectar la autoestima.

## Referencias

- Acuerdo Nacional. (2014). *Políticas de Estado del acuerdo Nacional*. Recuperado de <http://acuerdonacional.pe/politicas-de-estado-del-acuerdo-nacional/politicas-de-estado%E2%80%8B/politicas-de-estado-castellano/i-democracia-y-estado-de-derecho/3-afirmacion-de-la-identidad-nacional/>
- Aguilar, J., Valencia, A., González, D. & Romero, P. (2005). Identidad nacional y estereotipos entre estudiantes universitarios. *Psicología y Ciencia Social*, 7(1-2), 13-21.
- Alarcón, Y. & Hoyos, O. (2007). Algunos aportes a la comprensión psicológica de la identidad étnica y nacional: Revisión bibliográfica. *Investigación y desarrollo*, 15(1), 78-123.
- Arellano, J. (2011). *Impacto de publicidades con contenido nacionalista en la valoración de la marca y la identidad nacional*. (Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú). Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/5879>
- Beramendi, M. (2013). *Percepción del sistema normativo, transgresión y sus correlatos psicosociales en Argentina*. (Tesis inédita de doctorado). Universidad de Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Castro, M. A. (2014). *Procesos de comparación social entre Perú y Chile y su influencia en la identidad social peruana*. (Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú). Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/664>
- Condori, J. (2010). Sociedad, identidad y regionalismo en Arequipa, 1780-1830. *Historia*, 9, 47-71.

- Cueto, R., Espinosa, A. & Robles, R. (2017). Narrativas sobre la sociedad peruana y la identidad nacional en universitarios peruanos. *Límite. Revista Interdisciplinaria de Filosofía y Psicología*, 12(38), 07-21.
- Díaz, J. (2006). Identidad, adolescencia y cultura: jóvenes secundarios en un contexto regional. *Investigación temática*, 11(29), 431-457.
- Espinosa, A. (2003). *Identidad social e identidad nacional en una muestra de triciclistas en Juliaca*. (Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú). doi: 10.13140/RG.2.1.1477.3924
- Espinosa, A. (2010). *Estudios sobre Identidad Nacional en el Perú y sus correlatos psicológicos, sociales y culturales*. (Tesis inédita de doctorado). Universidad del País Vasco, San Sebastián.
- Espinosa, A. & Calderón-Prada, A. (2009). Relaciones entre la identidad nacional y la valoración de la cultura culinaria peruana en una muestra de jóvenes de clase media de Lima. *Liber*, 15(1), 21-28.
- Espinosa, A. & Tapia, G. (2011). Identidad nacional como fuente de bienestar subjetivo y social. *Boletín de Psicología*, 102, 71-87.
- Espinosa, A., Acosta, Y., Valencia, J., Vera, Á., Soares da Silva, A., Romero, J. C. & Beramendi, M. (2016). Calidez, competencia, moralidad y nacionalismo ideal como dimensiones autoestereotípicas en seis países de Latinoamérica. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 34(2), 395-413. doi: 10.12804/apl34.2.2016.12
- Espinosa, A., Soares Da Silva, A., Contreras, C., Cueto, R., García, A., Ortolano, F., Valencia, J. & Vera, Á. (2017). Identidad nacional y sus relaciones con la ideología y el bienestar en cinco países de América Latina. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 35(2), 351-374.

- Galeano, C. (2014). *Un estudio sobre la identificación nacional, los auto-estereotipos argentinos, el autoestima colectiva nacional y bienestar social en argentinos del conurbano bonaerense*. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad Abierta Interamericana, Lomas de Zamora.
- García, A. (2006). La construcción de las identidades. *Cuestiones Pedagógicas*, 18, 207-228.
- Genna, K. (2010). *Procesos de comparación social entre Perú y Chile y su influencia en la identidad social peruana*. (Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú). Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/664>
- Giménez, G. (1997) Materiales para una teoría de las identidades sociales. *Frontera Norte*, 9(18), 9-28.
- Gnadinger, M. (2014). *Identidad nacional, tolerancia a la transgresión e ideologías políticas en adultos residentes en Lima*. (Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú). Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5807>
- Gómez, Á. (2007). Estereotipos. En Morales, J., Moya, M., Gaviria, E. & Cuadrado, I. (Ed.), *Psicología Social* (213-241). Madrid: McGraw Hill
- Guitart, M. (2008). ¿Por qué nos importa tanto el tema de la identidad? *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 39, 1-15.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México, D.F: McGraw Hill.
- Herranz, K. & Basabe, N. (1999). Identidad nacional, ideología política y memoria colectiva. *Psicología Política*, 18, 31-47.

- Hoyos, O. (2000). La identidad nacional: Algunas consideraciones de los aspectos implicados en su construcción psicológica. *Psicología desde el Caribe*, 5, 56-95.
- Hoyos, O. (2001). Identidad nacional. Una aproximación cognitiva. *Psicología desde el Caribe*, 8, 1-26.
- Kerlinger, F. & Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Llutari, F. & Turpo, L. (2016). *El movimiento popular de junio de 1950 en Arequipa y su influencia en la formación de la identidad arequipeña en los estudiantes del quinto año de educación secundaria del colegio Independencia Americana de Arequipa*. (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín). Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/1975>
- Luhtanen, R. & Crocker, J. (1992). A collective Self-Esteem Scale: Self-Evaluation of Ones's Social Identity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(3), 302-318. doi: 10.1177/0146167292183006
- Morrison, M., Tay, L. & Diener, E. (2010). Subjective well-being and national satisfaction: Findings from a worldwide survey. *Psychological Science*, 20(10), 1-6. doi: 10.1177/0956797610396224
- Páez, D., Zubieta, E. & Mayordomo, S. (2004). Identidad. Autoconcepto, Autoestima, Autoeficacia y Locus de Control. En Páez, D., Fernández, I., Ubillos, S. & Zubieta, E. (Ed.), *Psicología social, cultura y educación* (125-194). Madrid: Prentice Hall.
- Pastor, G. (2016). Estudio sobre la afirmación de la identidad nacional en el Perú. *Centro de Altos Estudios Nacionales*, 2, 109-134.
- Pérez de León, P. (2007). Identidades, actitudes y estereotipos nacionales y supranacionales en una muestra uruguaya. *Ciencias Psicológicas*, 1(1), 81-102.

- Romero, E. (2005). ¿Existe nación en el Perú? *Hispanic American Historical Review*. Recuperado de <http://hahr-online.com/existe-nacion-en-el-peru/>
- Rottenbacher, J. M. & Espinosa, A. (2010). Identidad nacional y memoria histórica colectiva en el Perú. Un estudio exploratorio. *Revista de Psicología*, 28(1), 147-174.
- Sánchez, E. (1999). Relación entre la autoestima personal, la autoestima colectiva y la participación en la comunidad. *Anales de Psicología*, 15(2), 251-260. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/1288766652?accountid=43847>
- Smith, A. D. (1997). *La Identidad Nacional*. Madrid: Trama Editorial.
- Stangor, C. (2009). The Study of Stereotyping, Prejudice, and Discrimination Within Social Psychology: A Quick History of Theory and Research. En Nelson, T. D. (Ed.), *Handbook of Prejudice, Stereotyping, and Discrimination* (1-22). New York: Psychology Press.
- Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. *Annual Reviews*, 33, 1-39.
- Vicuña, L. (2002). Sentimientos de identidad nacional de púberes y adolescentes de la provincia de Tarma y de la ciudad de Lima. *Revista de Investigación en Psicología*, 5(2), 87-107.
- Vignoles, V., Regalia, C., Manzi, C., Golledge, J. & Scabini, E. (2006). Beyond Self-Esteem: Influence of Multiple Motives on Identity Construction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(2), 308-333.

## Anexos

### Anexo 1: Análisis complementarios

Tabla 9.

*Análisis inferencial de las diferencias en grado de identificación con los peruanos, autoestima colectiva y autoestereotipos nacionales según sexo*

Componentes	Sexo	<i>n</i>	Rango promedio	Suma de rangos	<i>U</i>	<i>Z</i>	<i>p</i>
Identificación con los peruanos	Mujer	568	442.18	252041.5	89306.5	-.218	.827
	Hombre	315	445.88	140899.5			
Autoestima colectiva	Mujer	568	436.88	245198.0	86507.0	-.831	.406
	Hombre	315	451.37	145088.0			
Autoestereotipo nacional: Competencia	Mujer	568	458.42	248103.0	80132.5	-2.570	<b>.01</b>
	Hombre	315	412.39	129902.5			
Autoestereotipo nacional: Moralidad	Mujer	568	437.62	248544.0	86970.0.	-.687	.492
	Hombre	315	449.90	141720.0			

*N* = 883

Tabla 10.

*Análisis inferencial de las diferencias en grado de identificación con los peruanos, autoestima colectiva y autoestereotipos nacionales según lugar de procedencia*

Componentes	Lugar de procedencia	<i>n</i>	Rango promedio	Kruskal-Wallis $\chi^2$	<i>gl</i>	<i>p</i>
Identificación con los peruanos	Centro	130	403.60	19.232	3	<b>.000</b>
	Norte	62	394.31			
	Sur	123	385.39			
	Lima	568	468.25			
Autoestima colectiva	Centro	130	388.18	17.449	3	<b>.001</b>
	Norte	62	424.35			
	Sur	123	390.57			
	Lima	568	467.38			
Autoestereotipo nacional: Competencia	Centro	130	440.17	8.053	3	<b>.045</b>
	Norte	62	518.98			
	Sur	123	406.42			
	Lima	568	441.72			
Autoestereotipo nacional: Moralidad	Centro	130	390.85	7.063	3	.070
	Norte	62	435.16			
	Sur	123	435.28			
	Lima	568	455.91			

*N* = 883

Tabla 11.

*Análisis inferencial de las diferencias en grado de identificación con los peruanos, autoestima colectiva y autoestereotipos nacionales según NSE autopercibido*

Componentes	NSE	<i>n</i>	Rango promedio	Kruskal-Wallis $\chi^2$	<i>gl</i>	<i>p</i>
Identificación con los peruanos	Bajo	294	396.75	15.608	2	<b>.000</b>
	Medio	469	466.11			
	Alto	120	458.61			
Autoestima colectiva	Bajo	294	390.78	18.656	2	<b>.000</b>
	Medio	469	465.92			
	Alto	120	473.99			
Autoestereotipo nacional: Competencia	Bajo	294	434.69	.372	2	.830
	Medio	469	445.13			
	Alto	120	447.67			
Autoestereotipo nacional: Moralidad	Bajo	294	405.11	12.484	2	<b>.002</b>
	Medio	469	450.86			
	Alto	120	497.78			

*N* = 883

## Anexo 2: Presentación del cuestionario

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Se está realizando una investigación que tiene como objetivo **describir la identidad nacional en estudiantes universitarios** por lo que su participación es de sumo interés. Dicha investigación es conducida por **Almendra Gerbi Durand**, Bachiller en Psicología por la Universidad San Ignacio de Loyola. Tiene como asesor al **Mg. Jorge Rivas Rivas**.

Si accede a participar, deberá completar el siguiente cuestionario lo cual tomará aproximadamente **3 minutos** de su tiempo.

La participación es voluntaria y anónima. No se solicitará datos que permitan la identificación del participante. La información que se recoja será CONFIDENCIAL y no se usará para ningún otro propósito fuera de esta investigación.

Agradecemos su participación.

<b>Doy mi consentimiento de participación luego de recibir la información consignada arriba:</b>			( ) Sí ( ) No	
<b>Edad:</b> ____ años	<b>Sexo:</b> ( ) Mujer ( ) Hombre	<b>Departamento de nacimiento:</b> _____		
<b>¿En qué nivel socioeconómico se situaría?</b>				
1. Baja	2. Media	3. Alta		

Responda según sea su caso:

	Nada			Mucho	
¿Cuál es su grado de identificación con los peruanos?	1	2	3	4	5

A continuación, queremos que responda a las siguientes afirmaciones expresando cómo se siente en relación con el Perú, en una escala de 1 a 5.

**Donde: 1 = Totalmente en Desacuerdo 5 = Totalmente de Acuerdo.**

Generalmente, siento que ser peruano <u>no</u> merece la pena.	1	2	3	4	5
Generalmente, me siento bien por ser peruano.	1	2	3	4	5
En general, me siento afortunado por ser peruano.	1	2	3	4	5
A menudo lamento ser peruano.	1	2	3	4	5

Cuando piensa en los peruanos, ¿cuáles son los adjetivos que mejor los describen? A continuación se le presenta un listado con adjetivos opuestos entre sí. Marque el número que más se acerca al adjetivo que refleja su opinión.

**Ejemplo:** adjetivos: cariñoso 1-2-3-4-5-6-7 arisco.

“1” significa muy cariñoso

“4” significa ni cariñoso, ni arisco

“7” significa muy arisco

**Los peruanos somos:**

Solidarios	1	2	3	4	5	6	7	Egoístas
Honestos	1	2	3	4	5	6	7	Deshonestos
Exitosos	1	2	3	4	5	6	7	Fracasados
Confiables	1	2	3	4	5	6	7	No confiables
Desarrollados	1	2	3	4	5	6	7	Subdesarrollados
Alegres	1	2	3	4	5	6	7	Tristes/Melancólicos
Trabajadores	1	2	3	4	5	6	7	Ociosos/Flojos
Expresivos/Comunicadores	1	2	3	4	5	6	7	Inexpresivos/No comunicativos
Honrados	1	2	3	4	5	6	7	Corruptos
Emprendedores/Proactivos	1	2	3	4	5	6	7	No emprendedores
Sociables	1	2	3	4	5	6	7	No sociables
Cultos	1	2	3	4	5	6	7	Ignorantes
Simpáticos	1	2	3	4	5	6	7	Antipáticos
Adaptativos/Flexibles	1	2	3	4	5	6	7	No adaptativos/Rígidos
Cuestionadores	1	2	3	4	5	6	7	Sumisos
Considerados/respetuosos	1	2	3	4	5	6	7	Prepotentes/Irrespetuosos
Vivos/Avivados	1	2	3	4	5	6	7	Moneses/Giles
Inteligentes	1	2	3	4	5	6	7	Brutos/Tontos
Capaces	1	2	3	4	5	6	7	Incapaces
Sinceros	1	2	3	4	5	6	7	Mentirosos
Creativos	1	2	3	4	5	6	7	No creativos
Patriotas	1	2	3	4	5	6	7	No patriotas

El cuestionario ha concluido, gracias por su colaboración.