

IMPACTO DE LA *IMAGEN DE COLOMBIA* EN LA IDENTIDAD Y AUTOESTIMA DE LOS COLOMBIANOS*

Jorge Palacio, Camilo Madariaga,
Raimundo Abello, Colette Sabatier

JORGE PALACIO

DOCTOR EN PSICOLOGÍA, CIENCIAS DEL
COMPORTAMIENTO Y DE LAS PRÁCTICAS
SOCIALES, UNIVERSIDAD DE PARÍS X -
NANTERRE, INVESTIGADOR DEL CENTRO DE
INVESTIGACIONES EN DESARROLLO HUMANO
(CIDHUM), UNIVERSIDAD DEL NORTE
(E-MAIL: jpalacio@uninorte.edu.co)

CAMILO MADARIAGA

CANDIDATO A DOCTOR EN EDUCACIÓN,
UNIVERSIDAD ACADEMIA DEL HUMANISMO
CRISTIANO INVESTIGADOR DEL CENTRO DE
INVESTIGACIONES EN DESARROLLO HUMANO
(CIDHUM), UNIVERSIDAD DEL NORTE
(E-MAIL: cmadaria@uninorte.edu.co)

RAIMUNDO ABELLO

DOCTOR EN EDUCACIÓN, UNIVERSIDAD
ACADEMIA DEL HUMANISMO CRISTIANO
DIRECTOR DE INVESTIGACIONES Y PROYECTOS
E INVESTIGADOR DEL CENTRO DE INVESTIGA-
CIONES EN DESARROLLO HUMANO (CIDHUM),
UNIVERSIDAD DEL NORTE
(E-MAIL: rabello@uninorte.edu.co)

COLETTE SABATIER

PSICÓLOGA PHD - PROFESORA DE
DOCTORADO
UNIVERSIDAD DE PARÍS X - NANTERRE

* Principales resultados de la investigación
realizada entre el laboratorio de
investigación Modelado Cultural de
Conductas, Universidad de París X -
Nanterre y el CIDHUM (Centro de
Investigación en Desarrollo Humano)-
Universidad del Norte

RESUMEN

Se trató de observar si las imágenes negativas difundidas sobre Colombia (narcotráfico, violencia, pobreza) modificaban la Identidad Étnica y la autoestima del colombiano dentro o fuera de su país. Los resultados indican que estas imágenes no modificaron de manera significativa las respuestas de 156 colombianos en Europa y en Colombia (36 y 120, respectivamente) sometidos al cuestionario de Identidad Étnica de Phinney (1992) y al Inventario de Autoestima de Coopersmith (1984). Se encontraron, sin embargo, dos resultados significativos: las mujeres presentaron una Identidad Étnica más elevada que los hombres, mientras que éstos mostraron una tendencia a entrar más fácilmente en contacto con otros grupos étnicos. Los sujetos en Colombia presentaron una autoestima más elevada que los residentes en Europa. Los colombianos asignaron muchos más adjetivos positivos y menos negativos a su propio grupo nacional que a los europeos. En fin, los colombianos perciben a los europeos como individualistas, fríos, trabajadores, inteligentes, desconfiados y pacíficos, mientras que se perciben así mismos como trabajadores, alegres, individualistas, pelioneros, religiosos y expresivos.

PALABRAS CLAVES: Identidad étnica, autoestima-colombianos.

ABSTRACT

We tried to determine whether the negative images vehiculated about Colombia (drugs, violence, poverty) would modify the Colombians' ethnical identity and self-esteem, both inside and outside their own country. The results seemed to indicate that these images have not significantly altered the answers given by 156 Colombians living in Europe and Colombia (36 and 120 respectively), who were submitted to Phinney's Ethnical Identity Test (1992) and Coopersmith's Self-Esteem Inventory (1984). However, two significant aspects were found: First, the women possessed a stronger sense of ethnical identity than men; on the other hand, the latter seemed to come into contact comparatively more easily with other ethnic groups. Second, the subjects of the test living in Colombia possessed a stronger self-esteem than those living in Europe; in addition, they used more positive adjectives and less negative ones when describing Colombians than when describing Europeans. The Colombians see the Europeans as an individualistic, cold, hard-working, clever, distrustful and pacific people, they see themselves as a hard-working, happy, individualistic rowdy, religious and expressive people.

KEY WORDS: *Ethnical identity, colombian-self-esteem.*

INTRODUCCIÓN

La imagen del Tercer Mundo en los medios de comunicación franceses y de los países desarrollados en general se ha relacionado casi siempre con el fracaso y con una fatalidad inexorable a la cual están condenados estos pueblos sin importar los esfuerzos que hagan. A Latinoamérica se la asocia con el sufrimiento y la miseria de sus habitantes, entre los cuales se menciona principalmente aquellos que viven en México, Argentina y Brasil. Con respecto a Colombia, su imagen se relaciona generalmente con la violencia, la pobreza y en especial con el narcotráfico. Se tiene la impresión, tal como se indica en BAROSUD: *la imagen del Tercer Mundo en los medios de comunicación* (1992), que en todos estos países las empresas con futuro, los ingenieros, los agricultores que se adaptan y las noticias que indican la competencia y profesionalismo de los mismos no existieran.

Si bien los habitantes de dichos países son los primeros responsables de los hechos ocurridos, son, en fin de cuentas, los periodistas (quienes también responden a una demanda) los responsables de la manera de comunicar el contenido de las noticias y de sus consecuencias.

Estas imágenes afectan no sólo al país, a su economía y a sus habitantes, sino también a sus inmigrantes. Bourdon (1993) en su artículo sobre el papel de la televisión en el incremento del racismo argumenta que los países del Tercer Mundo son generalmente representados como focos de guerra, de hambrunas y como lugares de intolerancia a nivel político, lo cual se refleja inevitablemente en la imagen de la minoría nacional o étnica del país en cuestión. Tal como lo explica Le Net (1992), el problema de este tipo de imágenes negativas es que ellas generan la incomprensión y la desinformación que alimentan posteriormente el prejuicio y se convierten, en últimas, en un pretexto para condenar indiscriminadamente al grupo cuestionado.

De acuerdo con la teoría de la Identidad Social de Tajfel (1978), la Identidad Social de una persona se relaciona con el status subjetivo del grupo al cual ella pertenece. Si la persona está satisfecha del status social de su grupo, se considera que tiene una Identidad Social positiva. En el caso de los colombianos, nos habíamos preguntado si el hecho de observar la imagen de su país desvalorizada en los medios de comunicación afectaría su Identidad Social. Para responder esta pregunta, Pala-

cio (1994) observó el efecto de la imagen positiva o negativa de Colombia sobre la Identidad Social de 68 inmigrantes colombianos en París. Los resultados indicaron que la imagen de Colombia no modificó de manera significativa la Identidad Social de los sujetos; sin embargo, los inmigrantes en general, y en particular los hombres, dieron respuestas que se inclinaban hacia una Identidad Social negativa según las Matrices de Tajfel, es decir que los colombianos favorecían más a los pertenecientes a otra nacionalidad (francesa) que a sus coterráneos. En este estudio, los inmigrantes colombianos percibieron a los franceses como pacíficos, inteligentes, confiados, individualistas y sucios, mientras que ellos se percibieron a sí mismos como alegres, trabajadores, religiosos, expresivos y desconfiados.

Para continuar el estudio anterior, en esta ocasión se trató de observar si las consecuencias de la imagen negativa de Colombia se reflejaban preferiblemente en la Identidad étnica y la Autoestima de los colombianos que viven en el país y en Europa.

1. LA IDENTIDAD ÉTNICA

Para Phinney (1989), la Identidad Étnica se define como el aspecto étnico de la Identidad Social del sujeto, tal como la definió Tajfel (1972). Es decir que es el sentimiento de pertenecer a un grupo étnico y a lo que involucra los pensamientos, percepciones, sentimientos y comportamientos que se deben a las relaciones con los miembros de ese grupo (Rotheram y Phinney, 1987). En este enfoque, la Identidad Étnica tiene cuatro componentes:

1. *La etnicidad y la autoidentificación étnica*: es la «marca» que los individuos utilizan para definirse a sí mismos. Ejemplo: soy colombiano; soy hispano; soy latinoamericano.
2. *Los comportamientos y las prácticas étnicas*: es la participación en actividades sociales y tradiciones culturales con los miembros del grupo étnico. Ejemplo: celebrar el día de la independencia y las fiestas religiosas, reunirse para degustar los platos típicos o escuchar la música propia de su grupo.

3. *La afirmación y la pertenencia*: es el hecho de sentirse orgulloso de sus antepasados y tener un conocimiento sobre ellos.
4. *La Identidad étnica Plena (realizada o culminada)*: es comprometerse con la cultura de origen, sentir la necesidad de conocer más sobre ella, saber lo que implica para sí mismo y las consecuencias que puede traer en su vida el hecho de pertenecer a un grupo étnico determinado.

De acuerdo con lo expuesto en la teoría de Tajfel (1978), las imágenes desvalorizadas del grupo de pertenencia difundidas en la sociedad podrían afectar la Identidad Étnica de las personas.

2. LA AUTOESTIMA Y LA IDENTIDAD ÉTNICA

Partimos de una hipótesis según la cual las imágenes o expresiones sobre Colombia y sus habitantes, que representa en este caso el grupo étnico de pertenencia, afectarían también la autoestima de los sujetos. Para Coopersmith (1984), la Autoestima es la expresión de una aprobación o desaprobación sobre sí mismos. Ella indica la medida en que un individuo se cree capaz, valorado e importante.

De esta manera se procuró observar el efecto de estas imágenes sobre los sujetos, tanto a nivel social, por medio de la evaluación de su Identidad Étnica, como a nivel individual, por medio de su Autoestima.

En un estudio de Grossman *et al.* (1985), citado por Phinney (1990), con los jóvenes angloamericanos y mexicanos-americanos, se revela una relación positiva entre la autoestima evaluada con la escala de Rosemberg (1979) y la Identidad Étnica evaluada con un grupo de adjetivos sobre el propio grupo étnico. Sin embargo, aún no es claro el papel de la autoestima en la Identidad Étnica de los individuos de grupos minoritarios, ya que ellos utilizarían diferentes tipos de estrategias para protegerse o enfrentarse a la amenaza de su identidad (Hutnik, 1991).

3. LA IDENTIDAD DE LOS COLOMBIANOS

Colombia, de la misma forma que Venezuela, Cuba y Brasil, por

ejemplo, es un país históricamente nuevo, en el cual se ha dado un cruce de razas desde la época del Descubrimiento. En su cultura y en sus gentes se confunden todos estos rasgos, y para muchos, esto, en lugar de enriquecer o fortalecer nuestra identidad, provocó la pérdida de una identidad ancestral específica, clara y uniforme, por un cruce de costumbres y dio origen a una identidad difusa e importada de los países desarrollados que no se define en una cultura o grupo étnico particular. Al igual que los demás países, actualmente Colombia trata de que la identidad de sus pobladores se fortalezca recurriendo a diferentes estrategias. Por ejemplo, es común apelar al deporte y a la cultura como una manera de despertar e incentivar nuestro nacionalismo o patriotismo; igualmente se firman pactos económicos con otros países cercanos buscando una unidad económica supranacional para hacerles frente a las amenazas internas o externas de la soberanía geográfica o ideológica. Debido a estos factores es difícil definir una Identidad Étnica de base para los colombianos, quienes están más familiarizados con los elementos culturales, nacionales, patrióticos y aun más religiosos o deportivos, que no necesariamente son similares para todos, lo cual refuerza mucho más las identidades regionales y locales.

Ocampo (1988) en una investigación realizada con estudiantes de la Universidad del Valle postula que los colombianos han construido un modelo de identificación negativo que refleja su organización política (corrupción, violencia, burocracia, etc.). A pesar de esto, la motivación para encontrar otras salidas persiste en los ciudadanos. Al preguntarles a los sujetos cuál era la nacionalidad preferida por ellos y el porqué de esta preferencia, se encontró que los colombianos se representan de una forma muy favorable el continente europeo, y lo asocian a los ideales de igualdad, democracia y protección del ciudadano, pero al mismo tiempo parecen ignorar los procesos político-económicos que se viven en los países mencionados (Ocampo, 1988) (ver tabla 1).

TABLA 1: PORCENTAJE DE LA NACIONALIDAD PREFERIDA POR LOS SUJETOS EN COLOMBIA

EUROPEA	33 %
LATINOAMERICANA	26 %
NORTEAMERICANA	13 %
ORIENTAL	12 %
CUALQUIERA	3 %
NO CAMBIAN SU NACIONALIDAD	13 %

Los sujetos prefirieron la nacionalidad europea, y entre las razones que los llevaron a escogerla mencionaron: el desarrollo económico, técnico y científico, la posibilidad de progresar, el liberalismo cultural, la confianza en el porvenir, los sistemas políticos más igualitarios, la democracia, la protección del ciudadano, y el hecho de que las personas que poseen estas nacionalidades son aceptadas en todas partes. En esta última respuesta, los sujetos asocian estas nacionalidades a una Identidad Social positiva, y muestran los aspectos negativos de su propia nacionalidad. Igualmente, el deseo o sentimiento de ser más grandes, de estar unidos a otros a través de un gran país —la nacionalidad «supranacional» de América Latina—, que es la segunda preferida, mucho más que la nacionalidad estadounidense.

4. LA IDENTIDAD DE LOS INMIGRANTES COLOMBIANOS

En este estudio se observan los colombianos que viven en Europa, lo cual agrega una variable adicional que es el país de residencia de los sujetos. La Identidad Étnica toma una mayor importancia en la medida que la persona hace parte de un grupo minoritario, o racial o en desventaja con respecto a la sociedad dominante o mayoritaria, lo cual ocurre generalmente en las situaciones de movilidad social o migración. En este caso, la Identidad Étnica sirve de defensa para autoafirmarse frente a la amenaza de su propia identidad (Phinney, 1990).

Además es necesario anotar que en esta situación de inmigración la Identidad Étnica se modela por las relaciones que establece la persona con respecto a su propio grupo y a la sociedad que lo acoge, es decir, de acuerdo al proceso de aculturación. La aculturación trata la dinámica y transformaciones de los valores, actitudes y comportamientos que se producen cuando las personas de un grupo étnico minoritario o do-

minado entran en contacto con las personas de uno mayoritario o dominante Berry (1989). Un modelo del proceso de aculturación, en el cual se presenta la identificación étnica y la adaptación del inmigrante, ha sido expuesto por Berry (1989). Este modelo bi-dimensional sugiere cuatro caminos posibles de adaptación de acuerdo con la intensidad en la identificación (ver tabla 2):

TABLA 2: IDENTIFICACIÓN ÉTNICA Y TIPO DE ADAPTACIÓN EN LOS INMIGRANTES

		IDENTIFICACIÓN CON EL GRUPO MINORITARIO O ÉTNICO	
		FUERTE	DÉBIL
IDENTIFICACIÓN CON EL GRUPO	FUERTE	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN
MAYORITARIO O DOMINANTE	DÉBIL	SEGREGACIÓN	MARGINALIZACIÓN

Una fuerte identificación con ambos grupos indica una **integración** o un bi-culturalismo, en la cual el inmigrante conserva las características de su propia cultura y desea participar al mismo tiempo con los otros grupos étnicos o el grupo mayoritario. Lo contrario sería una **marginalización**, la cual consiste en que el inmigrante ha perdido su Identidad étnica y además no puede o no tiene el derecho de participar en el funcionamiento del grupo mayoritario. Existe **asimilación** cuando el inmigrante abandona su identidad de origen por la del grupo mayoritario o dominante, y se habla de **segregación** o de elevada Identidad Étnica cuando el individuo no trata de establecer relaciones con el grupo mayoritario y busca más bien reforzar su Identidad Étnica oponiéndose a participar con el grupo dominante o los otros grupos étnicos de la sociedad.

A continuación se resumen varios estudios hechos en Venezuela relacionados con la identidad de los colombianos en calidad de inmigrantes.

Montero (1992a) observó que los niños venezolanos de padres colombianos inmigrantes tienen la frecuencia más alta en los sentimientos de compromiso e identificación con Venezuela, pero al mismo tiempo son los únicos en expresar el rechazo de la nacionalidad venezolana, y además tienen expresiones que defienden la nacionalidad de sus padres. Esto se puede explicar, según Montero, por la gran proporción de clandestinos colombianos que en este país constituyen las capas socioeconómicas más desfavorecidas, lo cual mantiene y refuerza el estereotipo

negativo de esta población. Además, los problemas fronterizos entre los dos países han despertado los espíritus nacionalistas de ambos lados. Los sujetos de este estudio critican a Colombia fundamentalmente por sus problemas sociopolíticos (guerrilla, terrorismo, tráfico de drogas, inseguridad), sin embargo, ven muy positivamente a los colombianos.

Barranco (1984), en un estudio citado por Montero (1992a), sobre la noción de sí mismo y el estereotipo de acuerdo con la nacionalidad de los inmigrantes que viven en Caracas, revela que los inmigrantes colombianos no desean dejar Venezuela y además adquieren la nacionalidad venezolana. Aun así su identidad colombiana se mantiene fuertemente, demostrando elevados sentimientos patrióticos, conservando las costumbres y los vínculos familiares en Colombia. En esta investigación se encontró que los venezolanos perciben a los colombianos como trabajadores, y los colombianos se atribuyen a sí mismos esta característica de la misma forma que en el estudio de Montero (1992b).

Salazar y Marín (1983), citados por Rodríguez (1992), en un estudio con sujetos de cinco países latinoamericanos sobre la valorización y la aplicación que ellos hacían de la «marca» de «latinoamericanos», encontraron que los dominicanos, los mexicanos y los venezolanos no establecían diferencias significativas entre la afección expresada por su propio país y el latinoamericano, mientras que los peruanos y los colombianos valoraron de una forma más positiva la *marca* latinoamericana que a su *marca* nacional. Los brasileños mostraron la mayor preferencia por su país.

Salazar (1992) cita varios estudios (Salazar, 1983; Salazar y Banchs, 1985; Salazar, 1989) que confirman lo anterior, en los cuales se encuentra que los sujetos de diferentes países latinoamericanos, entre ellos los colombianos, presentan una mayor identificación con el latinoamericano más que con su propio país.

VARIABLES

En este estudio se utilizaron dos variables independientes con dos modalidades cada una. La primera es la **Imagen de Colombia**, con dos modalidades, que son la imagen positiva y la imagen negativa. La imagen de Colombia se define como toda información que se refiere al país

o a los colombianos y que es percibida positiva o negativamente por ellos. La segunda variable independiente es el **País de residencia** de los sujetos, el cual es de dos modalidades: Colombia y Europa.

Se observaron dos variables dependientes por medio de tres instrumentos aplicados en forma de cuestionario:

- **La Identidad Étnica**, la cual se observó a través del MIEM (*Multigroup Ethnic Identity Measure*) de Phinney, J. S. (1992) (ver anexo 1), el cual evalúa los cuatro componentes de la Identidad Étnica ya mencionados. Las respuestas se hacen en una escala de 4 puntos. Al valor de 1 le corresponde una Identidad Étnica MUY BAJA, 2: Identidad Étnica MEDIO BAJA, 3: Identidad Étnica MEDIO ALTA, 4: Identidad Étnica MUY ALTA.
- **La Autoestima**: se evaluó a través del Inventario de Autoestima (S.E.I.) de Coopersmith (1984) (ver anexo 2), el cual tiene 58 preguntas que describen los sentimientos, las opiniones o las reacciones de orden individual sobre la expresión de una aprobación o desaprobación sobre sí mismos. Es decir que nos indica la medida en que un individuo se cree capaz, valorado e importante. Los puntajes representan hasta 33 puntos: Autoestima MUY BAJA; de 34 a 40: Autoestima BAJA; de 41 a 45: Autoestima MEDIA; más de 45: Autoestima MUY ALTA.
- **La tarea de adjetivos**: Se utilizó la lista de adjetivos utilizados en la investigación de Palacio (1994), de la cual se escogieron los 20 adjetivos más utilizados. Los sujetos debían escoger los 5 adjetivos más representativos de los «colombianos» y de los «europeos» (ver anexo 3).

HIPÓTESIS

Si la imagen que presentan los medios de comunicación sobre Colombia es negativa, el prestigio, y por consiguiente, el status subjetivo de los colombianos frente a los otros grupos o países se debilitaría. De acuerdo con la teoría de Tajfel (1978), esto desestabilizaría la Identidad y

autoestima del colombiano, que no encontraría su país a la altura de los demás.

Los trabajos presentados con respecto a los colombianos llaman la atención por la ambivalencia en sus tendencias y por la identificación con el latinoamericano, lo cual favoreció, en este caso, una hipótesis abierta sin dirección específica en la tendencia positiva o negativa de la Identidad étnica. Sin embargo, se pretendió encontrar una correspondencia entre la imagen positiva de Colombia con la Identidad y autoestima positiva de los colombianos. Igualmente se esperaba encontrar diferencias al nivel de las respuestas dadas por los colombianos que viven en el país y aquellos que se encontraban en Europa (Berry, 1986; Phinney, 1990).

MÉTODO

■ SUJETOS

La muestra se constituyó con 156 colombianos de ambos sexos, de los cuales 36 vivían en Europa y 120 en Colombia. Sus edades variaban entre 25 y 50 años. En Colombia eran estudiantes, mientras que en Europa eran generalmente trabajadores (en restaurantes, en pintura o albañilería, o amas de casa que provenían generalmente del sur de Colombia).

■ DISEÑO

Se utilizó un diseño cuasi-experimental con observación antes y después, en el cual los sujetos se repartieron mediante un muestreo al azar en los dos grupos correspondientes a la Imagen negativa y positiva de Colombia (Chauchat ,1985).

■ INSTRUMENTOS

- La imagen de Colombia se operacionalizó por medio de dos hojas separadas:

Una hoja con la imagen positiva contenía los títulos de periódicos

que hacían referencia a informaciones sobre las riquezas de Colombia, el café, los ciclistas, el fútbol, las esmeraldas, las flores, el petróleo y el carbón colombiano, así como informaciones sobre Gabriel García Márquez, Elkin Patarroyo y Fernando Botero. Otra hoja con la imagen negativa se refería al problema del tráfico de drogas, a la corrupción política, a la violencia, a la guerrilla, a los niños abandonados y a la miseria de la población.

- Los cuestionarios de Identidad Étnica, de autoestima y la lista de adjetivos se agruparon en un solo cuadernillo, presentando un solo cuestionario, el cual se presentó siempre en el mismo orden.

■ PROCEDIMIENTO

La investigación se llevó a cabo en Barranquilla (Colombia) y en Europa (París y Hamburgo). En un primer tiempo se solicitaba a un sujeto su participación en un estudio sobre la toma de decisiones, en el cual se le pedía responder al cuadernillo que contenía los cuestionarios en cuestión. La aplicación y la respuesta al cuestionario era individual, y el lugar de la aplicación era generalmente en un salón de universidad en Barranquilla o en la casa del sujeto para aquellos que estaban en Europa. Dos semanas después se le pedía al sujeto leer la hoja que tenía la imagen positiva o negativa de Colombia, e inmediatamente se le pedía responder nuevamente al cuadernillo anterior. Al terminar se explicaba la investigación y se discutían sus opiniones al respecto.

RESULTADOS

Para el análisis de los datos se utilizó el programa SAS, basándonos en los promedios y varianzas entre los diferentes grupos y cuestionarios para distinguir las diferencias significativas. La imagen de Colombia, tal como fue operacionalizada en esta investigación, no produjo diferencias estadísticamente significativas (con una probabilidad de .05) entre las observaciones antes y después de la Identidad Étnica y autoestima de los colombianos, siendo las notas globalmente medianas y bajas en ambas pruebas (ver tabla 3).

Esto nos indica que independientemente del estímulo aplicado, es decir, de una imagen positiva o negativa de Colombia, en situación de aculturación o no, los sujetos presentan una Identidad Étnica media (se encuentra entre el nivel medio bajo (2) y medio alto (3)). Es decir que su «marca» para definirse a sí mismos como colombianos, sus comportamientos y las prácticas étnicas, su afirmación, el hecho de sentirse orgullosos de sus antepasados y tener un conocimiento sobre ellos, y en fin, su Identidad Étnica Plena, o sea, el compromiso que tienen con su cultura de origen y esa necesidad de conocer más sobre ella, son bajos.

Igualmente, la Autoestima de los sujetos en todas las condiciones mostró niveles comprendidos entre 34 y 41 puntos, correspondientes a un nivel sobre todo bajo (con tendencia somera a medio) de aprobación sobre la medida en que ellos se creen capaces, valorados e importantes.

TABLA 3: PROMEDIO DE LA NOTA DE AUTOESTIMA Y DE IDENTIDAD ÉTNICA DE ACUERDO A LA OBSERVACIÓN ANTES Y DESPUÉS Y EL LUGAR DE RESIDENCIA

SUJETOS EN	TIPO DE INFORMACIÓN	AUTOESTIMA		IDENTIDAD ÉTNICA	
		OBSERVACIÓN ANTES	OBSERVACIÓN DESPUÉS	OBSERVACIÓN ANTES	OBSERVACIÓN DESPUÉS
		COLOMBIA	POSITIVA	41,24	41,73
	NEGATIVA	39,69	40,02	2,19	2,89
EUROPA	POSITIVA	34,05	34,86	3,02	2,90
	NEGATIVA	37,16	36,17	3,02	2,80

Debido a estos resultados surgen varias preguntas. La primera puede relacionarse con el nivel bajo que presentaron de por sí los sujetos en ambas medidas. A pesar de que los resultados no pueden generalizarse, es preocupante el que los sujetos en su mayoría hayan tenido puntuaciones tan bajas en todas las condiciones. Esto refuerza las investigaciones que indican que los colombianos poseen una identidad negativa. Es decir que el sentido de pertenencia a nuestro grupo es débil y que además tenemos una autovaloración muy baja. Sin embargo, son necesarias más investigaciones en este sentido para confirmar estos resultados.

Sin embargo, se encontraron diferencias significativas a nivel del género con respecto a la Identidad Étnica; igualmente hay diferencias con respecto a la situación de aculturación en relación con su autoestima

y en la frecuencia y tipo de adjetivos asignados, como se verá a continuación.

- La autoestima de los colombianos que viven en Colombia es más elevada (nivel medio) que la de los colombianos inmigrantes (baja) ($F = 4,20, p < .01$).

No hay diferencias significativas con respecto a la Identidad Étnica.

- Con respecto al género: Las mujeres están más identificadas con su etnicidad que los hombres al obtener las notas más elevadas de Identidad Étnica ($F=8,23, p<0,004$), mientras que los hombres tienen las notas más bajas de Identidad Étnica ($F = 4.28, p < .01$) y mostraron una tendencia a entrar más fácilmente en contacto con otros grupos étnicos. La Identidad Étnica puede variar de acuerdo al sexo de las personas, en particular en las sociedades en las cuales la mujer se queda tradicionalmente en la casa. También cuando la tradición cultural deposita en ellas el deber de proteger y transmitir las tradiciones étnicas. Sin embargo, son necesarios más estudios para confirmar esta diferencia (Phinney, 1990). Igualmente se encontró que las mujeres en Colombia poseen una autoestima más elevada que las mujeres en Europa ($F = 4.20, p < .01$).
- En lo que concierne la autoestima, los colombianos que viven en el país presentaron notas más elevadas respecto a su autoestima que los residentes en Europa ($F=19,83, p<0,0001$). En este punto, al igual que en los otros, es necesario tener en cuenta la variabilidad por el tipo de población en cada país, ya que se confrontan estudiantes universitarios en Colombia contra inmigrantes trabajadores en Europa. De esta manera, la autoestima de los estudiantes sería más elevada (mediana) que la de los trabajadores (baja), o bien las condiciones de vida como inmigrante trabajador favorecen una autoestima baja. A pesar de que es necesario considerar que la nota a la escala de mentira fue la más alta para los colombianos que viven en el país ($F = 12.78, p < .001$).

- En la asignación de adjetivos, se observa, de la misma manera que en el estudio de Palacio (1994), el etnocentrismo y la categorización de los sujetos, en la medida que en todas las condiciones atribuyeron muchos más adjetivos positivos y menos negativos a los colombianos que a los europeos.

Se ve además la similitud y mayor dispersión de los adjetivos asignados al interior de su propia categoría de colombianos, ya que se perciben como trabajadores, alegres, individualistas, pelioneros, religiosos y expresivos, mientras que caracterizan de una forma mucho más reducida y menos dispersa a los europeos, quienes son vistos como individualistas, fríos, trabajadores, inteligentes, desconfiados y pacíficos (ver tabla 4). En negrilla se indican los adjetivos de tendencia positiva. Se observa la variedad y un porcentaje más elevado en los adjetivos positivos asignados por los sujetos a las personas de su misma nacionalidad con respecto a los europeos en general, representados por los franceses y alemanes.

TABLA 4: PORCENTAJE DE ADJETIVOS ASIGNADOS A LOS COLOMBIANOS Y EUROPEOS

COLOMBIANOS		EUROPEOS	
RELIGIOSOS	13.8%	INTELIGENTES	11.2%
ALEGRES	12.7%	INDIVIDUALISTAS	8.5%
TRABAJADORES	12.4%	TRABAJADORES	7.4%
EXPRESIVOS	7.9%	FRÍOS	7.4%
INDIVIDUALISTAS	3.7%	DESCONFIADOS	5.7%
PELIONEROS	3.3%	PACÍFICOS	5.2%

Es necesario señalar que los colombianos que viven en el país asignaron más adjetivos positivos a los europeos que los colombianos que viven en Europa, donde la tendencia negativa es la más elevada. Esto indica que la imagen de superioridad extranjera está más presente en las personas que no han estado en contacto directo con un grupo cultural independiente, que en este caso son los europeos, lo cual se puede deber a factores diversos, como el tipo de trabajo efectuado por los inmigrantes o su medio de subsistencia, si hay uno, o a las facilidades o trabas de parte de la sociedad mayoritaria con respecto a la integración de los inmigrantes en general.

CONCLUSIÓN

La Autoestima y la Identidad Étnica de los colombianos no se modificó por la imagen positiva o negativa de su país. Esto sugiere cambiar la operacionalización de la imagen de Colombia en futuras investigaciones (Ejemplo: utilizando compadres o grabaciones video) para observar su posible influencia en los colombianos o en personas o grupos en situaciones parecidas. Así mismo, se hace necesario la utilización de una metodología más cualitativa y abierta en la que se utilicen cuestionarios y pruebas directamente creadas para el tipo de variables y población en estudio.

Los cuestionarios utilizados indicaron globalmente, para ambas pruebas, niveles medianos o bajos, mientras que en la asignación de adjetivos se observó un efecto etnocéntrico, en el cual los sujetos evaluaron el grupo de pertenencia de una manera más favorable que el grupo de referencia.

Las mujeres mostraron una Identidad Étnica más elevada que los hombres, es decir que ellas se sienten más orgullosas de pertenecer al grupo de colombianos, tienen más claridad sobre su propia Identidad Étnica y se sienten comprometidas en su conocimiento, además participan activamente en las actividades culturales tradicionales de su país. Esto puede indicar la característica machista de la sociedad colombiana, en la cual las mujeres se ocupan del hogar y transmiten a los hijos las normas y tradiciones culturales.

Con respecto al tipo de aculturación de los inmigrantes colombianos, los hombres se situarían principalmente en una estrategia de asimilación con respecto al grupo dominante, ya que son ellos los que desean de manera más acentuada entrar en contacto con los otros grupos étnicos. Las mujeres también han deseado un contacto de esta naturaleza, pero ellas además presentan una Identidad Étnica más elevada que los hombres, lo cual indicaría principalmente una estrategia de integración. No se observaron las dos estrategias restantes■

BIBLIOGRAFÍA

- BAROSUD: *l' image du tiers-monde dans les médias* (1992). Commission Cooperation Developpement Paris, La Documentation Francaise.
- BERRY, J-W. (1989). «Acculturation et adaptation psychologique». En: Retschitzky, J., Bossel-Lagos, M., Dasen, P. (1989). *La Recherche Interculturelle*. Tome I Paris, L'Harmattan.
- BOURDON, J. (1993). *Les Etrangers au prime time ou, la Television est-elle xénophobe ?* Télévision d'Europe et Immigration INA et Association Dialogue entre cultures.
- CHAUCHAT, H. (1985). *L'enquête en psycho-sociologie*. P.U.F. Paris.
- COOPERSMITH, S. (1984). *Inventaire d'estime de soi*. Paris, Editions du Centre de Psychologie Appliquée
- HUTNIK, N. (1991). *Ethnic minority Identity. A social psychological perspective*. Oxford, Clarendon Press,
- LE NET, M. (1992). Redressons l'image. En . *Barosud: l' image du tiers-monde dans les médias* (1992) Commission Cooperation Developpement. Paris, La Documentation Francaise
- MONTERO, M. (1992a) Atracción y repulsión. Identidad nacional en hijos de inmigrantes. *Boletín de Psicología*, N° 37, diciembre, 21-42.
- (1992 b). Identidad nacional e identificación en hijos de inmigrantes colombianos II *Jornadas Venezolanas de Investigación en Psicología*. Caracas: UCAB.
- OCAMPO, M. (1988). L'identité nationale chez les colombiens: Les étudiants face à leurs origines et aux institutions du système socio-politique. Thèse de doctorat de troisième cycle Paris, E.H.E.S.S.
- PALACIO, J (1996). «La identidad étnica y la autoestima de los colombianos en situación de aculturación frente a la imagen de su país». *Memoria de DEA*. Directora, Mme. Colette Sabatier, PhD. Université de Paris X-Nanterre.
- (1994). L'identité sociale des immigrés colombiens selon l'image de leur pays. Memoire de maitrise de psychologie sociale. Directeur, Patrick Gosling Université de Paris X-Nanterre Publicado en: PALACIO, J., GOSLING, P. (1997) La imagen de Colombia y su influencia en la identidad social de los inmigrantes colombianos. *Investigación y Desarrollo*. N° 6 Barranquilla, Universidad del Norte, 1997.
- PHINNEY, J-S. (1992). The Multigroup Ethnic Identity Measure A new scale for use with adolescents and youth adults from diverse groups. *Journal of Adolescent Research*, 7, 156 - 176
- (1990). Ethnic Identity in Adolescents and Adults · Review of Research. *Psychological Bulletin*, Vol. 108, No. 3, 499-514.
- (1989). Stages of ethnic identity in minority group adolescents. *Journal of Early Adolescence*, 9, 34-49. In: Phinney J-S. (1990). Ethnic Identity in Adolescents and adults Review of Research. *Psychological Bulletin*, Vol. 108, No. 3, 449-514.
- RODRÍGUEZ, P. (1992). Estereotipos de nacionalidad en estudiantes colombianos y venezolanos *Boletín de la AVEPSO*, Vol. XV, Nos. 1-3, 65-74.
- ROSEMBERG, M. (1979). *Conceiving the self*. In: PHINNEY, J-S (1990). «Ethnic Identity in Adolescents and adults: Review of Research». *Psychological Bulletin*, Vol 108, No.3, 449-514.
- ROTHERAM, M-J., PHINNEY, J-S. (1987). Introduction: Definitions and perspectives in the study of children's ethnic socialization. In PHINNEY, J-S. (1987). *Children's ethnic socialization: Pluralism and development* Londres, Sage Publications, Newbury Park
- SALAZAR, J. M. (1992) Dos acercamientos a la identidad latinoamericana. *Boletín de la AVEPSO*, Vol. XV, Nos. 1-3, 75-86.
- (1989). «Niveles de identificación y estructura cognocitiva en relación con el latinoamericano» *Revista de Psicología Social*, 4, 13-21.
- (1983). On the psychological viability of «Latin-Americanism». *International Social Science*

Journal, 35, 295-308.

SALAZAR, J. M. y BANCHS, M. A. (1985) «Valoración de la categoría latinoamericano entre estudiantes de seis países» En: SALAZAR, J. M. (1992). «Dos acercamientos a la identidad latinoamericana» *Boletín de la AVEPSO*, Vol. XV, N° 1-3, 75-86

TAJFEL, H. (1978). *Differentiation between social groups*. Academic Press.

— La «catégorisation sociale» (1972). En: Moscovici, S. (1972) *Introduction à la psychologie sociale*, Vol 1 París, Larousse.

Versión adaptada a la población colombiana por Palacio (1996). Original tomado en inglés de Phinney, J-S. (1992).

CUADERNO DE PREGUNTAS

En este país la gente viene de diferentes culturas y hay muchas palabras que describen la cultura (o grupos étnicos) de donde son originarios. Algunos ejemplos de grupos étnicos o culturales son: los hispanos, los negros, los asiáticos, los indios, los angloamericanos y los blancos. Cada persona que nace dentro de una cultura, un grupo étnico o una raza, o algunas veces en dos grupos, se diferencia en la importancia que le da a su etnicidad, a su cultura o a su raza, y cómo se siente y se afectan sus comportamientos por el hecho de pertenecer a una determinada cultura.

Estas preguntas son acerca de su grupo étnico (su cultura o su raza) y cómo se siente o reacciona ante ellas.

Por favor, conteste las siguientes preguntas en la hoja de respuestas:

En términos de grupo étnico (grupo cultural o raza), yo me considero como un(a): _____ (conteste en la hoja de respuesta)

En la página siguiente encontrará diferentes frases enumeradas que usted debe calificar encerrando en un círculo uno de los números que se encuentran en la hoja de respuestas. Cada número significa lo siguiente:

- 1 — NO ESTOY DE ACUERDO
- 2 — ALGUNAS VECES ESTOY EN DESACUERDO
- 3 — ALGUNAS VECES ESTOY DE ACUERDO
- 4 — ESTOY DE ACUERDO

1. *He dedicado algo de tiempo para saber más acerca de mi grupo cultural (mi grupo étnico o mi raza), por ejemplo, en conocer su historia, tradiciones y costumbres.*

2. *Actualmente soy activo en organizaciones o grupos sociales en los cuales la mayoría de sus miembros son de mi propia cultura (grupo étnico).*
3. *Tengo un sentimiento claro de mi grupo étnico y lo que significa para mí.*
4. *Me gusta conocer y tratar la gente de otros grupos étnicos (culturas).*
5. *Pienso demasiado en cómo va a influir en mi vida el grupo étnico al que pertenezco.*
7. *Me siento feliz por ser miembro del grupo étnico al que pertenezco.*
6. *Siento que todo sería mejor si diferentes grupos étnicos no se mezclaran entre sí.*
8. *No es muy claro el papel que desempeña mi etnicidad en mi vida.*
9. *Normalmente paso tiempo con gente de otros grupos étnicos*
10. *En verdad, no he dedicado mucho tiempo para aprender más en cuanto a la historia y cultura de mi grupo étnico.*
11. *Siento fuertemente que pertenezco a mi grupo étnico.*
12. *Yo sé lo que significa pertenecer a mi propio grupo étnico, en lo que respecta a saber cómo relacionarme con él mismo y otros grupos.*
13. *Para aprender más de mis raíces hablo generalmente con otros sobre mi grupo étnico.*
14. *Estoy orgulloso(a) de mi grupo étnico y sus logros.*
15. *No trato de ser amigo(a) de personas de otros grupos étnicos.*
16. *Participo en las actividades culturales de mi propio grupo étnico, por ejemplo, en comidas especiales, fiestas y costumbres.*

17. *Estoy involucrado en actividades con gente de grupos étnicos diferentes.*
18. *Siento un gran afecto por mi grupo étnico.*
19. *Disfruto estar con gente de otros grupos étnicos.*
20. *Me siento a gusto en cuanto a mi antecedente cultural y étnico.*
21. *Mi etnicidad es (escoja un número de la siguiente lista):*
- (1) *Hispano o latino*
 - (2) *Negro*
 - (3) *Colombiano*
 - (4) *Blanco*
 - (5) *Latinoamericano*
 - (6) *Mixto, mis padres son de dos grupos étnicos diferentes*
 - (7) *Si se considera de otro grupo, ¿cuál? _____*
22. *El grupo étnico de mi padre es (use los números de la pregunta 21)*

23. *El grupo étnico de mi madre es (use los números de la pregunta 21)*

FIN

ANEXO 2

INVENTARIO DE COOPERSMITH FORMA ADULTO (S.E.I.)

Versión adaptada a la población colombiana por Palacio (1996).
Original tomado en francés de Coopersmith. S. (1984).

CUADERNO DE PREGUNTAS

LEA ATENTAMENTE LAS INSTRUCCIONES ANTES DE RESPONDER EN LA HOJA DE RESPUESTAS

En las páginas que siguen encontrará frases que expresan sentimientos, opiniones o reacciones. Lea atentamente cada una de ellas.

Cuando crea que una frase expresa su forma habitual de pensar o de reaccionar, usted marcará una cruz en el cuadro de la primera columna de la hoja de respuestas, llamada «S», que significa: «Se parece a mí».

Cuando una frase no exprese su forma habitual de pensar o de reaccionar, usted marcará una cruz en el cuadro de la columna llamada «N», que significa: «No se parece a mí».

Trate de responder a todas las frases aunque le parezcan difíciles.

PUEDE COMENZAR EN LA PÁGINA SIGUIENTE.

Responda en la hoja de respuestas

Se parece a mí	No se parece a mí
S	N

1. *En general, yo no me preocupo*
2. *Se me hace muy difícil tener que tomar la palabra en un grupo*
3. *Hay en mí tantas cosas que cambiaría si yo lo pudiera*
4. *Yo puedo tomar decisiones sin mucha dificultad*

5. *Se divierten mucho con mi compañía*
6. *Generalmente soy contrariado(a) por mi familia*
7. *Tomo mucho tiempo en habituarme a algo nuevo*
8. *Soy muy apreciado(a) por las personas de mi edad*
9. *Mi familia presta generalmente atención a lo que yo siento*
10. *Yo cedo muy fácilmente a los otros*
11. *Mi familia espera mucho de mí*
12. *Es muy duro ser yo mismo(a)*
13. *Todo es confuso y enredado en mi vida*
14. *Yo tengo generalmente influencia sobre los otros*
15. *Tengo una mala opinión de mí mismo(a)*
16. *Quiero muy seguido cambiar de vida*
17. *Yo me siento muchas veces incómodo(a) en mi trabajo*
18. *Creo que mi físico es menos agradable que el de la mayoría de las personas*
19. *Cuando tengo algo que decir, generalmente lo digo*
20. *Mi familia me comprende bien*
21. *La mayoría de las personas son más queridas que yo*
22. *Tengo generalmente la impresión de ser acosado(a) por mi familia*

23. *Generalmente me desanimo cuando estoy haciendo alguna cosa*
24. *Pienso seguido que me gustaría ser algún(a) otro(a)*
25. *Los otros generalmente no me tienen confianza*
26. *Yo jamás estoy inquieto(a)*
27. *Yo soy muy seguro(a) de mí mismo(a)*
28. *Yo gusto fácilmente*
29. *Paso generalmente buenos momentos en familia*
30. *Paso mucho tiempo en las nubes*
31. *Yo quisiera ser más joven*
32. *Yo siempre hago lo que hay que hacer*
33. *Estoy muy orgulloso(a) de mi actividad profesional*
34. *Yo espero siempre que alguien me diga lo que debo hacer*
35. *Me arrepiento generalmente de lo que he hecho*
36. *Yo nunca estoy feliz*
37. *Yo siempre hago mi trabajo lo mejor que puedo*
38. *En general, soy capaz de desenvolverme solo(a)*
39. *Yo estoy muy contento(a) con mi vida*
40. *Prefiero tener amigos más jóvenes que yo*
41. *Yo quiero a todas las personas que conozco*

42. *En el trabajo, me gusta cuando vienen a buscarme para consultarme algo*
43. *Yo me comprendo bien a mí mismo(a)*
44. *Nadie se interesa mucho en mí*
45. *Jamás me hacen reproches*
46. *En mi trabajo, yo no tengo el éxito que quisiera*
47. *Yo soy capaz de tomar una decisión y de sostenerla*
48. *Realmente no me gusta ser* *(un hombre)*
 (una mujer)
49. *Yo me siento incómodo(a) en mis relaciones con otras personas*
50. *Yo jamás tengo miedo*
51. *Tengo generalmente vergüenza de mí*
52. *Los otros me buscan generalmente querella*
53. *Yo siempre digo la verdad*
54. *En el trabajo, mis jefes me hacen sentir que mis resultados son
insuficientes*
55. *Yo me río de lo que pueda pasarme*
56. *Yo tengo el sentimiento de haber perdido mi vida*
57. *Yo pierdo generalmente el control cuando me hacen críticas*
58. *Yo siempre sé lo que hay que decirle a las personas*

FIN

ANEXO 3

TAREA DE ADJETIVOS

De la siguiente lista, escoja los cinco (5) adjetivos que para usted describen mejor a los Europeos, franceses o alemanes (según el país de residencia de los sujetos) y los cinco que describen mejor a los colombianos. Indique sus números en la hoja de respuestas:

- | | |
|-------------------------------|-----------------------------|
| 1. BRUTOS | 2. RELIGIOSOS |
| 3. PEREZOSOS (flojos) | 4. CONFIADOS |
| 5. EMOTIVOS | 6. TRISTES |
| 7. INDIVIDUALISTAS (egoístas) | 8. INTELIGENTES |
| 9. ASEADOS | 10. EXPRESIVOS (habladores) |
| 11. PACÍFICOS | 12. ALEGRES |
| 13. TRABAJADORES | 14. SUCIOS |
| 15. DESCONFIADOS | 16. PELIONEROS |
| 17. CALLADOS | 18. SIN EGOÍSMO |
| 19. ATEOS | 20. FRÍOS (no emotivos) |