

III Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVIII Jornadas de Investigación Séptimo Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2011.

# **La identidad nacional y las relaciones sociales en una cultura de la trasgresión.**

Beramendi, Maite Regina.

Cita:

Beramendi, Maite Regina (2011). *La identidad nacional y las relaciones sociales en una cultura de la trasgresión*. III Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVIII Jornadas de Investigación Séptimo Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-052/590>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eRwr/kes>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

# LA IDENTIDAD NACIONAL Y LAS RELACIONES SOCIALES EN UNA CULTURA DE LA TRASGRESIÓN

Beramendi, Maite Regina  
Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires

---

## RESUMEN

En el marco de un estudio exploratorio sobre la cultura argentina normativa y sus repercusiones psicosociales, se realizó este trabajo con el objetivo de indagar las características de la idiosincrasia argentina y las relaciones interpersonales en el contexto argentino. A partir de la información obtenida por grupos focal, se describe al argentino con una tendencia a auto-caracterizarse con adjetivos negativos como: vivo, agrandado, egoísta, cuestionado, entre otras. Las relaciones interpersonales son calificadas como respetuosas y amigables cuando adoptan una modalidad cara a cara. En síntesis, el argentino tiende a caracterizar al argentino negativamente y auto-evalúa positivamente; desconfía de aquellos que no conoce pero generan relaciones de confianza cuando son cara a cara por una necesidad instrumental o patrón cultural expresivo.

## Palabras clave

Identidad Relaciones interpersonales Argentino

## ABSTRACT

### NATIONAL IDENTITY AND SOCIAL RELATIONS IN A CULTURE OF TRASGRESSION

Within the framework of an exploratory study of normative Argentine culture and its psychosocial impact, this work was carry out in order to investigate the characteristics of the Argentine idiosyncrasy and interpersonal relations in the Argentine context from the information obtained by groups focal. It's described the Argentine with a tendency to auto - characterized with negative adjectives: smart, arrogant, selfish, questioning, among others. Interpersonal relationships are described as respectful and friendly when they adopt a form face to face. To sum up, Argentine tends to characterize Argentine negatively and auto- characterized positively; He is suspicious of those who don't know but generate trust relationships when they are face to face because an instrumental reason or expressive cultural pattern.

## Key words

Identity Interpersonal relation Argentine

## Introducción

En el marco de un estudio exploratorio sobre la relación de los argentinos con las normas en jóvenes universitarios, se buscó comprender qué significado le atribuían al concepto de norma, cómo conceptualizaban la relación de los argentinos con ella y cuál era la percepción del sistema normativo en general. En este trabajo en particular, se analizó, a partir de la caracterización que los participantes realizaron de la sociedad argentina en donde la norma es la trasgresión, cuál era la relación entre los argentinos a partir de la dinámica de este sistema normativo y, cómo pensaban que se configuraba la identidad del argentino en este contexto.

A partir de los resultados obtenidos en este estudio, se observa que los participantes le atribuyen un funcionamiento ineficaz al sistema normativo, pues conviven normas formales e informales que se contraponen, perciben corrupción, poseen una baja credibilidad en las instituciones, y sobre todo, sostienen que la regla del sistema normativo es la trasgresión, de manera sistemática y generalizada, y que se ve reforzada por la baja legitimidad de las normas y las autoridades en general (Beramendi & Zubieta, en prensa).

Se detecta un clima de desmoralización, donde los participantes perciben que mediante el esfuerzo y sus capacidades no consiguen el éxito o la posibilidad de insertarse socialmente pues para ello es necesario adentrarse en prácticas corruptas o poseer conocidos (Beramendi & Zubieta, en prensa).

En este trabajo, se busca profundizar y problematizar cómo se construye la identidad argentina y las relaciones interpersonales en un país, que fue caracterizado en los grupos focales, por su funcionamiento negativo, y en última instancia, un país donde la trasgresión es la pauta de comportamiento. Esto conduce a replantearse cómo se traslada esta idea del sistema socio-político a las relaciones interpersonales; y cómo, en este escenario, se construye una identidad argentina.

## Capital Social

Hoy en día, el desarrollo económico y la prosperidad de la sociedad ya no sólo devienen de indicadores económicos o financieros sino que juega un rol importante las relaciones sociales. Desde las últimas décadas, para poder estudiar este fenómeno, se desarrolló el concepto de capital social, que es utilizado para referirse a las redes en las cuales se enmarca la interacción de los individuos o los grupos para lograr un objetivo en común o meta (Glascock & Kutzik, 2010). Según Putnam (1993 en Wang & Yamagishi, 2005), hace referencia al nivel

de cohesión social y sentido de comunidad, confianza y reciprocidad que hay entre los miembros de una comunidad. Fukuyama (1995 en Wang & Yamagishi, 2005) plantea que un alto nivel de capital social es el resultado de un alto grado de confianza generalizado a nivel social. Asimismo, Kuwabara et al. (2007) plantean que los estilos de confianza en cada sociedad difieren dependiendo de la cultura. Por lo cual, no sólo las personas tienen mayor o menor nivel de confianza sino que se observan diferencias en la modalidad de ella.

Según los resultados recabados por la encuesta mundial de valores (World Values Survey; 2005-2008), comparando los resultados de la Argentina con otros países como Estados Unidos (E.E.U.U.), Canadá, España, Chile y Colombia, se observa que los argentinos (17,6%) tienen un mayor recelo al momento de confiar en las personas, sugiriendo que habría que ser cauteloso, en comparación con los canadienses (42,8%), estadounidenses (39,3%) o españoles (20%); sin embargo al compararlos con los ciudadanos de los países latinoamericanos antes nombrados, son más confiados, 14,5% (Colombia) y 12,6% (Chile). Asimismo, los argentinos, en comparación con las otras nacionalidades referidas, piensan en mayor medida que las personas se pueden aprovechar de uno (22,6%). Creen, además, que no pueden confiar plenamente en aquellas personas que conocen por primera vez, obteniendo las puntuaciones más bajas siendo sólo superados por E.E.U.U. Sin embargo, los argentinos son los que obtienen puntajes más altos en relación a la posibilidad de confiar plenamente en personas de otras nacionalidades (8,6%) o religiones (11,8%), tienen niveles más altos en la confianza plena a los vecinos (25,6%) y un nivel más moderado de confianza plena con las personas que conoce personalmente, siendo los primeros: Canadá (46,7%), España (41,1%) y los más bajos, el resto de los países latinoamericanos de la muestra.

### **Identidad nacional**

En relación a los estudios sobre la identidad nacional, numerosas investigaciones han tratado de identificar los contenidos de los estereotipos nacionales (Matera, Giannini, Blanco & Smith, 2005).

En el caso argentino, hay una pluralidad de representaciones sociales que remiten a la identidad del argentino. Trincheró (2009) plantea que la historia oficial reconoce un modelo de Nación que se configuró demográfica y culturalmente por pueblos trasplantados, inmigrantes europeos, que se asentaron y le dieron origen a la Argentina, y que en este proceso, se excluyó a los pueblos originarios dando lugar a la construcción del argentino como una extensión del europeo.

Sin embargo, la construcción y el reconocimiento de la identidad argentina es compleja. Roselli (2000) plantea que surge una ambivalencia en la conformación de los auto-estereotipos que está conformada por una visión positiva -solidarios-cálidos e inteligentes-; y una visión negativa -agrandados, vagos, vivos y corruptos-. Esta percepción ambivalente genera una fuerte autoestima y

una crítica desvalorizante al mismo tiempo.

D'Adamo y García Beaudoux (1995) sostienen que la auto-categorización de los argentinos es principalmente negativa, y se destacan adjetivos como: subdesarrollado, corrupto, dependiente e inestable. En su estudio transcultural, remarcaron como una característica típica argentina el alto nivel de autocrítica. Los autores indagaron la preferencia de los argentinos por diversas nacionalidades. Y mayormente, los argentinos han preferido en primer lugar, su propia procedencia. En este sentido, D'Adamo y García Beaudoux (1995) formulan un concepto denominado *nacionalismo crítico*, en el cual se combina la preferencia por el propio país y las críticas con respecto a él. Según los autores, este alto nivel de crítica funcionaría como un mecanismo individual de las personas para desvincularse de las características negativas que se le adjudican al colectivo.

Roselli (2000) observa que no sólo hay una tendencia a desvalorizar al propio grupo nacional sino a valorizar más positivamente a grupos europeos. Los estudiantes universitarios rosarinos de su estudio atribuyen características más positivas a los europeos, y en particular, a los españoles y más negativas a los latinoamericanos, y a los argentinos, específicamente. Y otro hecho interesante que surge de la investigación, es que los encuestados tienen un mayor grado de involucramiento con las características europeas o las españolas (positivas) que con características atribuidas a los argentinos (más negativas).

Este fenómeno no sólo se observa en la Argentina, Salazar y Salazar (1998), en su estudio sobre las identidades nacionales en América Latina, observaron la recurrencia de ocurrencias de auto-imágenes nacionales negativas, salvo Cuba, quien para los investigadores, los cubanos podrían estar proyectando una imagen positiva luego de los cambios políticos post revolución comunista.

Pero extendiendo el análisis, este fenómeno no sólo se materializa en América Latina. Montero (1992) observó que este proceso de atribución y valoración se observa en otros continentes como África o Asia, en donde se visualiza una tendencia a desvalorizar al propio grupo nacional y mostrar cierto favoritismo por los grupos nacionales del Primer Mundo. Este fenómeno lo ha denominado altercentrismo ya que se conjetura un Otro social externo, que sirve como parangón positivo, hipervalorado, que se contrapone con un Nosotros social, que utiliza dicha medida para definirse por la negativa.

A partir de lo desarrollado hasta aquí, el objetivo de este trabajo es analizar, en el marco de un estudio exploratorio, la percepción, que tiene un grupo de estudiantes universitarios, acerca de las relaciones interpersonales (en la sociedad argentina) y (y de los atributos que hacen a ) la identidad (¿es sinónimo de idiosincracia?) argentina.

### **Método**

#### *Contexto*

Los sujetos fueron contactados personalmente, por in-

vitación de un profesor o un compañero que les recomendó la actividad, y su participación fue voluntaria.

Los grupos focales se realizaron en las universidades a las cuales pertenecían los alumnos: (a) dos de ellos, en el Instituto de Investigaciones de Psicología de la Universidad de Buenos Aires (UBA); b) dos, en el Instituto de Investigaciones de Psicología y Educación de la Universidad Católica Argentina (UCA). Las actividades tuvieron una duración de 60 a 70 minutos.

#### *Muestra*

La muestra fue intencional, compuesta por 32 alumnos universitarios (13 hombres y 19 mujeres), entre 20 y 28 años, de los cuales 16 pertenecían a la UBA y 16 a la UCA.

Los participantes cursaban la Carrera de Psicología, excepto una que pertenecía a la Carrera de Letras (UBA). La mayoría eran argentinos, salvo 1 estudiante chilena de la UBA y 1 estudiante boliviana de la UCA.

#### *Diseño*

Para el análisis de la información obtenida en los grupos focales y la construcción de categorías, se utilizó la Teoría Fundamentada y el programa Atlas TI para el procesamiento de los datos (Hernández Sampieri, Fernández-Collado & Baptista Lucio; 2006).

#### **Resultados**

A partir de la información obtenida en los grupos focales de la investigación marco, se crearon 12 categorías de las cuales se desarrollan 2 en este trabajo pues hacen referencia tanto, a la modalidad de las relaciones interpersonales, como a la idiosincrasia argentina. Por lo cual, se denominaron las categorías de análisis: (a) idiosincrasia argentina; y (b) relación con los otros.

*Idiosincrasia argentina:* en esta categoría se agruparon las características que los participantes describieron sobre la representación que poseían de un argentino. En esta categoría se tiende a dar una caracterización más peyorativa que positiva aunque los participantes fueron menos críticos con las personas del interior, marcando que el porteño o la gente del conurbano tendría un comportamiento más ofensivo. Las características negativas que surgen son: prepotente, egoísta, omnipotente, vivo, piola, cuestionador. Por otro lado, las cualidades positivas son: capacidad de adaptación, solidaridad, flexible, no es pasivo (no acata porque sí) y reflexivo.

Ejemplo: *“es como que también las normas se rigen al lugar al cual se aplican. Porque la misma norma es en Conurbano, Banfield, Haedo, en Capital y en Puerto Madero se aplican totalmente distintas. Y creo que los argentinos tenemos la capacidad de cambiar que no tiene nadie, en Capital nos portamos de cierta forma, en Haedo de otra y en Puerto Madero de otra. Es como que tenemos una variabilidad, están las mismas en todos los lugares”.*

*Relación con los otros:* en esta categoría se agruparon

los comentarios que hacían referencia a la relación interpersonal en el contexto argentino, obviando su relación con el sistema normativo. En general, se observa que las personas no perciben que sus comportamientos, en los cuales trasgreden la norma, afectan a perjudican a alguien en concreto, sino que piensan que afecta a un sistema abstracto, que no tiene injerencia concreta en las personas. Específicamente, vivencian que están ocasionando un problema a alguien cuando ven a un individuo, a alguien cercano. Por lo cual, los participantes creen que hay que respetar a la gente, pensar en sus derechos de éstas, convirtiéndose así, el otro individuo, en un límite para respetar la norma ya que implica el respeto por el otro.

Ejemplo: *“esto es un poco la cuestión de lo argentino, empezamos a adular o qué bueno, saliste buscando la forma de ganar pero lo que no se entiende es que el ganar personal perjudica al general. Yo en una clase había una chica de Turquía que explicaban que hacían como moneditas de hielo para sacar cocas sin pagar ¿se entiende? Entonces la profesora nos miraba porque estábamos hablando de la moral entre todos, pero decía “cómo se les ocurre eso” nunca se nos ocurrió que se podía hacer eso. Está la típica avivada, como de encontrar la otra forma, qué bueno, encontraste la otra forma”.*

#### **Discusión**

A partir de los resultados, se observa que hay una concepción más peyorativa que positiva del argentino, que podría relacionarse por el encuadre de la temática del grupo focal, el cual se caracterizaba por describir un sistema donde se trasgrede la ley. Sin embargo, más allá del plano local, otros estudios muestran una tendencia generalizada de los continentes menos desarrollados o reconocidos socialmente, de evaluar negativamente al grupo nacional y poseer un favoritismo exogrupal.

En el contexto local, los datos recogidos de las investigaciones de D'adamo y García Beaudoux (1995) y Roselli (2000) dan cuenta de un alto nivel de auto-estereotipos negativos que remiten a la: viveza, corrupción, subdesarrollo, soberbia, etc. Es decir, que hay un común denominador que refiere a cierta denostación por el propio grupo nacional. Al mismo tiempo, se observa en ambas investigaciones, como los participantes no se reconocen o se implican en dichas características. D'adamo y García Beaudoux (1995) lo explican como un mecanismo de desvincularse individualmente de dicho estereotipo.

El grupo de jóvenes que participó de estos grupos focales, también describió mayormente al argentino con características más negativas que positivas. Sin embargo, no hay que olvidar que describieron muy negativamente al funcionamiento del país en general. Es decir, caracterizaron un sistema en el cual las normas no son claras ni eficaces, sino que funciona paralelamente un sistema formal y uno informal, donde no hay confianza en las instituciones, hay un alto nivel de corrupción e incertidumbre, baja legitimidad del sistema político y per-

cepción de un nivel generalizado y constante de transgresión y un sentimiento de desmoralización (Beramendi & Zubieta, en prensa<sup>a</sup>).

En este contexto, no es extraño que una de las características típicas que los participantes definieran haya sido el de *piola*, que también ha sido denominado *viveza criolla*, que se entrecruza, con el concepto de zafar. Es decir, el *piola* es aquella persona que trasgrede, no tiene ningún tipo de sanción y se siente orgulloso de ello. Además, sumando el resto de los adjetivos negativos, se conjuga una actitud individualista como: prepotente, omnipotente, egoísta, cuestionador, entre otras.

Estas características se adaptarían a un sistema donde la norma no tiene un carácter general sino que se acomoda a la situación y contexto. En este escenario, no es raro que las personas, al sentirse desamparadas por el sistema de justicia, tengan que resolver su cotidianidad de manera individual y por los caminos que puedan acceder. Esta situación demanda ciertas características que fueron nombradas por los participantes como: sensación de omnipotencia, ser cuestionador de las normas, egoísta, ya que sigue su propio camino y no el pautado socialmente, entre otras. Igualmente, muchas de las características que surgen como positivas -flexible, adaptativo, reflexivo, entre otras- también responden a este contexto. Es decir, son atributos que responden a un sistema donde prevalece un clima de incertidumbre y donde las normas dependen del contexto y la situación.

Por eso, es coherente que este grupo de jóvenes haya descrito al argentino como egoísta, y al mismo tiempo, como solidario. Pues el egoísmo responde a una modalidad de respuesta ante el sistema y la solidaridad se asocia a la relación vincular entre los ciudadanos.

En relación al respeto por las personas, los participantes comentaron que trasgredirían las normas en general, salvo que puedan afectar y perjudicar concretamente a alguien. Relacionándolo con los datos de la Encuesta Mundial de Valores (World Values Survey, 2005-2008), los argentinos tienen más confianza en aquellos que conocen que en quienes no conocen en relación a los países antes nombrados. Y en mayor medida que éstos, creen que los otros pueden aprovecharse de uno. Esto está en consonancia con lo planteado anteriormente, si las personas creen que ellas mismas tienen que hacer su propio camino para concretar sus deseos, que necesitan de conocidos, es muy probable, que piensen que el resto de las personas también vayan a utilizar sus mismas estrategias. Por lo cual, no es raro que sientan que pueden aprovecharse de ellas. Sin embargo, esta posibilidad de ser aprovechado por alguien no está visualizado como algo personal, ni como víctima ni como victimario, sino que es pensado de manera abstracta, como una forma en la cual el sistema funciona y al cual cada uno debe adaptarse.

Se podría relacionar estos índices nacionales proporcionados por la Encuesta Mundial de Valores (World Values Survey, 2005-2008) con las opiniones de los participantes de estos grupos focales en relación a la confianza y el respeto. En los resultados nacionales se observa que los argentinos no creen que el trato entre

gente cercana, como vecinos o conocidos, amerite la desconfianza porque la relación vincular cara a cara, introduce pautas de confianza. Y al mismo tiempo, los participantes de los grupos focales proponían la posibilidad de perjudicar a alguien en concreto como cierto límite para no trasgredir una norma. Por lo tanto, la relación interpersonal podría estar mediada por vínculos de confianza y respeto mientras que sea personal. Cuando las personas no visualizan a alguien en concreto, sienten que no tienen trabas posibles y que pueden hacer lo que ellos crean conveniente.

Esta modalidad de confianza interpersonal, al igual que las cualidades que se le atribuyen a los argentinos, concuerdan con las características del sistema local general. Fenández Dols (1993) plantea que en las sociedades hispanas existe una categoría que engloba un tipo de relación interpersonal denominada el *conocido*, que es una persona con la que existe una relación potencial que puede llegar a ser alguien lejano en la cadena de amigos o conocidos. Esta figura cobra relevancia porque las personas acuden a ellas cuando necesitan gestionar o resolver ciertas urgencias o formalidades, y en vez de utilizar los caminos formales que proponen las instituciones.

Por lo cual, el alto nivel en los índices de confianza en los conocidos en el contexto argentino no sólo respondería a una pauta expresiva cultural, sino que podría ser comprendido como una estrategia alternativa informal que ayuda a resolver los problemas o desafíos sociales, es decir, como una estrategia instrumental (Oceja & González, 2002).

Como se indicara, el trabajo tuvo como objetivo indagar la idiosincrasia argentina y la relación entre las personas en el contexto argentino. En una primera instancia de análisis, se podría pensar que el argentino tiene una forma de comportarse individualista, ya que siente que se enfrenta sólo ante el Sistema y no hay normas funcionales que organice socialmente al país, y otra es la solidaridad y el respeto, que hay en mayor nivel, cuando las relaciones son interpersonales y a conocidos. Es decir, que la falta de confianza en el sistema político-judicial (Beramendi & Zubieta, en prensa), se ve reflejado a nivel social; y sólo es compensado cuando las personas construyen sus propias pautas de relación, ya sea por una cuestión instrumental o emocional. Pero, en ambas situaciones, las pautas de confianza devienen por una construcción necesaria para poder afrontar de manera individual la falta de confianza en el sistema.

Para finalizar, hay que destacar que estudios previos dan cuenta que el argentino tiene una tendencia a desvalorizar a su propio grupo nacional, desvincularse de él, y auto-categorizarse positivamente y sólo confiar en aquellos que conoce. Esto no es más que una respuesta individual a un problema social. Es necesario continuar con el análisis de este fenómeno para poder comprenderlo en su totalidad y generar intervenciones orientadas a replantear la calidad de las relaciones interpersonales y discutir la negativa identidad argentina. Este abordaje complementará los estudios sobre la cultura normativa argentina que se están desarrollando actualmente

## BIBLIOGRAFÍA

Beramendi, M. & Zubieta, E. (en prensa) La trasgresión como modelado de legitimación. *Revista Universitas Psychologica* (Pontificia Universidad Javeriana, Colombia). ISSN 1657-9267.

D'adamo, O. & García Beaudoux, V. (1995). *El argentine feo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Losada.

Fernández Dols, J (1993) Norma perversa: hipótesis teóricas. *Psicothema*, 5, 91-101.

Glascok, A. & Kutzik, D. (2010). The Capital Use of Social Capital or How Social Capital is Used to Keep Capital Concentrated. *International Journal of Social Inquiry*, 3(2), 101-119.

Kuwabara, K.; Willer, R.; Nacy, M.; Mashima, R; Teray, S. & Yamagishi, T. (2007). Culture, Identity, and Structure in Social Exchange: a web-based Trust Experiment in the United State and Japan. *Social Psychology Quarterly*, 70(4), 461-479.

Matera, C.; Giannini, M.; Blanco, A. & Smith, P., (2005). Autostereotyping and National Identity in The Spanish Context. *Revista Interamericana de Psicología*, 39(1), 83-92.

Oceja, L. & González, M. A. (2002). El fenómeno de los "conocidos". En F. Morales (coord.). *Psicología Social* (pp. 123-126) Buenos Aires: Prentice Hall.

Roselli, N. (2000). Representación social de "los argentinos", "los españoles", "los latinoamericanos" y "los europeos" en estudiantes universitarios argentinos. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 32(1), 127-160.

Salazar, J. M. & Salazar, M. A. (1998). Estudios recientes acerca de identidades nacionales en América Latina. *Psicología Política*, 16, 75-93.

Trincherro, H. (2009). Pueblos originarios y políticas de reconocimiento en Argentina. *Papeles de Trabajo*, 18, 1-17.

World Values Survey (2006-2007). The 2005 World Values Survey is the fourth wave. <http://www.worldvaluessurvey.org>