UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE PSICOLOGÍA

TESIS DE GRADO

RELACIONES BOLIVIA – CHILE ESTEREOTIPOS ENDOGRUPALES Y EXOGRUPALES, SU IMPACTO EN LA AUTOESTIMA DE JÓVENES PACEÑOS

POR: GABRIELA ANDREA ORDOÑEZ SAAVEDRA

TUTORA: DRA. MARÍA LILY MARIC PALENQUE

LA PAZ- BOLIVIA

2018

RESUMEN. –

La presente tesis se enmarca en lo que corresponde al área de investigación en psicología social.

Fue realizada gracias al proyecto IDH "Factores Psicosociales para desarrollar una cultura de paz (proyecto binacional Bolivia-Chile)" conjunto con la Universidad de Tarapacá - Arica Chile y nace ante la preocupación de establecer una cultura de paz ambos países e identificar conflictos anticipadamente, basados en las rencillas que existen desde el año 1879 por la guerra ocurrida y distintos acontecimientos históricos ocurridos posteriormente entre ambos países.

La presente investigación se ha enfocado en indagar sobre todo en el impacto que tienen los estereotipos en la autoestima de los estudiantes universitarios, tomando como muestra a 100 estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y 100 de la Universidad Pública de El Alto, teniendo en total la participación de 200 estudiantes universitarios en ambos casos de la carrera de psicología.

Los estereotipos dieron como resultado cuatro categorías principales: Moralidad, Calidez, Competencia y Nacionalismo Ideal, mostrando en algunos casos diferencias significativas entre las opiniones de ambas muestras.

Los resultados de la investigación realizada muestran una baja correlación estadística entre los estereotipos con la autoestima individual, lo que quiere decir que estadísticamente y psicológicamente no habría un impacto en como vemos a los chilenos y como nos vemos los bolivianos con la auto valoración.

En conclusión, la población estudiantil universitaria actualmente sería una población predispuesta a trabajar en la educación para una cultura de paz ya que un mayor porcentaje de la misma muestra una autoestima alta.

Una cultura de paz no solo es necesaria entre naciones, sino también dentro de una misma nación, para erradicar con factores como los prejuicios, discriminación, creando entre los ciudadanos de un país vínculos fuertes y así mayor apoyo, solidaridad y relaciones estables.

INDICE

INTRODUCCION **Pág. 6**

CAPITULO I

1. PROBLEMA Y OBJETIVOS DE INVESTIGACION **Pág. 9**
   1.1. AREA PROBLEMÁTICA **Pág. 9**
   1.2. PROBLEMA DE INVESTIGACION **Pág. 9**
2. OBJETIVOS **Pág. 12**
   2.1. OBJETIVO GENERAL
   2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS
3. HIPÓTESIS **Pág. 13**
4. JUSTIFICACION **Pág. 13**

CAPITULO II

MARCO TEORICO **Pág. 15**
1. ESTEREOTIPOS **Pág. 15**
   1.1. EL APRENDIZAJE DE LOS ESTEREOTIPOS **Pág. 17**
   1.2. FUNCION DE LOS ESTEREOTIPOS **Pág. 19**
   1.3. INFLUENCIA DE LOS ESTEREOTIPOS EN LAS RELACIONES INTERGRUPALES **Pág. 22**
   1.4. TIPOS DE ESTEREOTIPOS **Pág. 24**
2. AUTOESTIMA **Pág. 25**
   2.1. DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA **Pág. 26**
   2.2. FUNCIONES E IMPORTANCIA DE LA AUTOESTIMA **Pág. 27**
   2.3. VALORES DE LA AUTOESTIMA **Pág. 30**
   2.4. TIPOS DE AUTOESTIMA **Pág. 31**
   2.5. ELEMENTOS QUE AYUDAN A MEJORAR LA AUTOESTIMA **Pág. 34**
3. CULTURA DE PAZ **Pág. 37**

CAPITULO III

1. METODOLOGIA **Pág. 41**
   1.1. TIPO INVESTIGACIÓN **Pág. 41**
   1.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN **Pág. 42**
2. VARIABLES **Pág. 43**
   2.1. ESTEREOTIPO **Pág. 43**
   2.2. AUTOESTIMA **Pág. 43**
3. POBLACION Y MUESTRA **Pág. 44**
   3.1. MUESTRA **Pág. 45**
4. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION **Pág. 46**
   4.1. ESTEREOTIPOS **Pág. 46**

4.2.ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSEMBERG **Pág. 46**
5. PROCEDIMIENTO **Pág. 46**

CAPITULO IV

1. PRESENTACION DE RESULTADOS **Pág. 49**
1.1. DATOS GENERALES **Pág. 49**
1.1.1. SEXO **Pág. 49**
1.1.2. EDAD **Pág. 49**
1.1.3. NIVEL SOCIO-ECONOMICO **Pág. 51**
1.2. RESULTADOS ESTEREOTIPOS **Pág. 52**
1.2.1. ESTEREOTIPOS ENDOGRUPALES **Pág. 54**
1.2.1.1. MORALIDAD BOLIVIANOS **Pág. 54**
1.2.1.2. CALIDEZ BOLIVIANOS **Pág. 56**
1.2.1.3. COMPETENCIA BOLIVIANOS **Pág. 57**
1.2.1.4. NACIONALISMO IDEAL BOLIVIANOS **Pág. 58**
1.2.2. ESTEREOTIPOS EXOGRUPALES **Pág. 59**
1.2.2.1. MORALIDAD CHILENOS **Pág. 59**
1.2.2.2. CALIDEZ CHILENOS **Pág. 61**
1.2.2.3. COMPETENCIA CHILENOS **Pág. 62**
1.2.2.4. NACIONALISMO IDEAL CHILENOS **Pág. 63**
1.3. RESULTADOS AUTOESTIMA **Pág. 64**
1.3.1. NIVEL DE AUTOESTIMA ESTUDIANTES UMSA **Pág. 64**
1.3.2. NIVEL DE AUTOESTIMA ESTUDIANTES UPEA **Pág. 65**
1.4. CORRELACION ESTEREOTIPOS Y AUTOESTIMA **Pág. 66**
1.4.1. CORRELACION ESTEREOTIPOS BOLIVIANOS-AUTOESTIMA **Pág. 67**
1.4.1.1. MORALIDAD BOLIVIANOS-AUTOESTIMA **Pág. 67**
1.4.1.2. CALIDEZ BOLIVIANOS-AUTOESTIMA **Pág. 68**
1.4.1.3. COMPETENCIA BOLIVIANOS-AUTOESTIMA **Pág. 69**
1.4.1.4. NACIONALISMO IDEAL BOLIVIANOS-AUTOESTIMA **Pág. 70**
1.4.2. CORRELACIÓN ESTEREOTIPOS CHILENOS-AUTOESTIMA **Pág. 72**
1.4.2.1. MORALIDAD CHILENOS-AUTOESTIMA **Pág. 73**
1.4.2.2. CALIDEZ CHILENOS-AUTOESTIMA **Pág. 74**
1.4.2.3. COMPETENCIA CHILENOS-AUTOESTIMA **Pág. 75**
1.4.2.4. NACIONALISMO IDEAL CHILENOS-AUTOESTIMA **Pág. 76**

CAPITULO V

1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES **Pág. 77**
1.1. CONCLUSIONES **Pág. 77**
1.2. RECOMENDACIONES **Pág. 87**

BIBLIOGRAFIADE REFERENCIA **Pág. 88**

INTRODUCCIÓN. -

El Estado Plurinacional de Bolivia, se encuentra situado en la región centro-occidental de América del Sur, cuenta con una población estimada cercana a los 10,1 millones de habitantes de acuerdo al último censo del año 2012. Limita al norte y al oriente con Brasil, al sur con Paraguay y Argentina, y al occidente con Chile y Perú, siendo el centro de Sud América. Se independiza en el año 1825 y establece su territorio en el año 1826 dividiéndose en departamentos y provincias, entre ellas Atacama que, según historiografía boliviana, pertenecía al departamento de Potosí.

En 1829 se crea la provincia del Litoral, consolidándose como departamento en el año 1867 con una superficie de 120.000 Km^2; contaba con los puertos marítimos de Antofagasta, Cobija, Tocopilla y Mejillones, y las poblaciones interiores de Calama y San Pedro de Atacama, condición marítima reconocida y aceptada por Chile. (Libro del Mar, 2014)

Entre los años 1877 y 1878 un terremoto, un maremoto y una sequía, desestabilizan la economía boliviana, por lo que se solicita a la empresa Anglo-Chilena el impuesto de 10 centavos por quintal de salitre, produciéndose más tarde en 1879 la invasión militar chilena al puerto de Antofagasta sin previa declaratoria de guerra, que repercutió negativamente afectando a Bolivia geográfica, económica y socialmente, posteriormente una serie de acontecimientos hostiles entre ambos países degradan más las relacione. (Libro del Mar, 2014)

Siglos de hostilidad dejan huellas en la población con la formación de estereotipos (Sherif, 1967, citado por Maric, 2015), es así que desde ese entonces y a raíz de dichos hechos, las relaciones entre ciudadanos bolivianos y chilenos han sido influenciadas por un aprendizaje de estereotipos, algunas investigaciones proponen que los estereotipos facilitan la explicación de características y comportamientos personales, además que serían el sustento de lo que se llama “identidad social” y que es un componente esencial del auto concepto, relacionados directamente con la autoestima. En ese sentido, las verbalizaciones que hacemos sobre nosotros mismos pueden estar relacionadas con la pertenencia a determinados grupos sociales en los que nos incluimos (Huici y Moya, 1995).

Se considera que los estereotipos podrían tener un impacto significativo en la autoestima misma que tiene gran importancia no solo personalmente, sino también socialmente. Fisas (2005), señala que la autoestima se establece mediante el aprendizaje del respeto, tolerancia y comunicación mutua, y está comprobado que personas con baja autoestima son más propensas a actuar con intolerancia y violencia. Branden (1995), afirma que una baja o alta autoestima garantizaran el éxito, o el fracaso en la vida.

No obstante, la importancia de esta temática radica en que en el país existen pocos análisis psicosociales sobre como los estereotipos repercuten en el nivel de autoestima personal, además que el estudiarla puede ser una guía para crear bases que permitan educar en la creación de una cultura de paz, tan necesaria entre países. De ahí, que la presente investigación pretende indagar y hacer un análisis de: si los estereotipos que tiene la población universitaria con respecto al endogrupo (bolivianos) y con respecto al exogrupo (chilenos) tienen impacto en la autoestima de los estudiantes paceños escogiéndose el departamento de La Paz, por ser la sede de Gobierno, además ser zona fronteriza donde por ende las repercusiones políticas, económicas y sociales tienen mayor impacto.

La presente investigación esta dividida en capítulos; en el Capítulo I, se muestra el planteamiento del problema, los objetivos tanto el general, como los específicos y la justificación.

En el Capítulo II, se redacta el marco teórico, el cual se divide en tres principales variables: Estereotipos, Autoestima y cultura de paz, para los mismos se tomatón en cuenta a distintos autores y enfoques así de esta manera tener una visión más amplia y un mayor aporte psicológico.

El Capítulo III, muestra la parte metodológica que se usó para la presente investigación, donde se señala el tipo y diseño de investigación, la operacionalización de las variables, la población, muestra, los instrumentos con los que se trabajó, además del procedimiento.

Capitulo IV, se muestran los resultados estadísticos de la investigación realizada, además del análisis cualitativo de dichos resultados desde una mirada psicológica.

Y por último el Capítulo V, se pueden observar las conclusiones de la investigación, las recomendaciones para futuras investigaciones, además de los anexos, gráficos que son un aporte significativo, y la bibliografía de referencia.

CAPITULO I

1. PROBLEMA Y OBJETIVOS DE INVESTIGACION. -

1.1. AREA PROBLEMÁTICA. -

La presente investigación está enmarcada en el área de psicología social.

"La psicología social es una disciplina en la cual las personas intentan comprender, explicar y predecir cómo los pensamientos, sentimientos y acciones de los individuos son influenciados por los pensamientos, sentimientos y acciones percibidos, imaginados o implícitos, de otros individuos" (Allport, 1968, citado por Barra 1998).

1.2. PROBLEMA DE INVESTIGACION. -

Conocer la historia nacional es un pilar fundamental en la sociedad, y es así que las materias de Ciencias Sociales, Cívica e Historia que se imparten durante 12 años de enseñanza escolar, brindan a los estudiantes información histórica sobre acontecimientos históricos ocurridos tanto en el mundo, como en Bolivia.

Uno los temas con mayor repercusión, a nivel político y socioeconómico, sin duda es la Guerra del Pacifico entre Bolivia y Chile ocurrida hace 137 años, donde Bolivia pierde el acceso soberano al mar; existen diferentes versiones históricas, mismas que son recibidas, procesadas y categorizadas por la población creando estereotipos de bolivianos y chilenos.

El 2014, el “Libro del Mar” revive la historia, brindando a la población nacional e internacional: antecedentes históricos, intenciones de negociación a través de los años y de diversas autoridades que se comprometieron a hacerlo, pero sobre todo las consecuencias económicas como: limitaciones en el libre tránsito marino, cobro de impuestos a los servicios aplicado a la carga en tránsito, monopolización del servicio portuario, paralización del ferrocarril Arica – La Paz, impacto en el comercio exterior, costos de transporte de carga pesada hasta 15% más de lo habitual, baja inversión extranjera, entre otros y consecuencias sociales como las dificultades en el Índice de Desarrollo Humano que produjo el enclaustramiento de Bolivia

En los ámbitos académicos universitarios, el tema del Mar y la Guerra del Pacifico no pasa desapercibido y se le ha dado mayor importancia en los últimos años por la demanda puesta ante a la corte Internacional de la HAYA, por lo que se puede observar que los estudiantes muestran interés comentado sobre las problemáticas entre Bolivia y Chile; dichos comentarios versan sobre la soberanía territorial, los pros y contras de un acceso soberano al mar, la capacidad o incapacidad para enfrentarse a un nuevo conflicto entre países, etc., usándose en dichos comentarios ciertos estereotipos, algunos de ellos agresivos y despectivos sobre los ciudadanos bolivianos y chilenos, y otros amigables o incluso indiferentes.

Referente al estudio sobre estereotipos, encontramos que si bien existen trabajos relacionados con los mismos, en su mayoría estos se enfocan en estereotipos de género, mencionamos algunos autores como: Cuadrado (2004), que realizo un estudio sobre las principales diferencias estereotípicas de género y el valor que se da en las organizaciones a las mujeres, Conde (2006) analiza la presencia de estereotipos tanto femeninos como masculinos en anuncios publicitarios y el impacto que podrían causar y Bravo (2007) que hace un estudio sobre la Interiorización de Estereotipos de Género de Jóvenes en Sevilla, los trabajos citados no analizan el impacto que tienen en la autoestima personal y otros encontrados, se refieren a problemáticas como adaptabilidad a los exogrupos, tomando en cuenta a los estereotipos como una fuente para lograrse la misma o no (Martínez, 2000); la Influencia Social en el cambio de Estereotipos (Ortiz, 1996), pero ninguno analiza si los estereotipos tienen o no impacto en la autoestima personal o grupal, aun cuando es conocida la importancia de esta en la calidad de vida y en las relaciones sociales, más aún si consideramos las relaciones entre poblaciones bolivianas y chilenas, las cuales tienen una historia de rencillas entre ellos.

Rosenberg (1989) y Branden (1995), señalan que la Autoestima está relacionada con la forma de desenvolverse ante el medio, además que puede ser un factor muy importante, garantizando así la formación de relaciones positivas o negativas entre grupos.

> "*Cuanto más alta es la nuestra autoestima, mejor preparados estaremos para afrontar las adversidades; cuanto más flexibles seamos, más resistiremos las presiones que nos hacen sucumbir a la desesperación o derrota" Brandem (1995).*

De lo anterior mencionado, nace la inquietud de conocer si los estereotipos construidos sobre la Guerra del Pacifico y otros acontecimientos relacionados con el vecino país, que se ha formado en los estudiantes universitarios a través de la educación formal, medios de comunicación y el entorno familiar y social, estarían influyendo en la autoestima de los estudiantes universitarios.

La importancia de indagar y conocer el impacto que tendrían los estereotipos en la autoestima radica en que ambas variables están relacionadas con la tolerancia, el respeto y comunicación, conceptos que se manejan para la enseñanza de una cultura de paz, importante en estos tiempos donde en el mundo se vive una guerra constante, y donde más que nunca se necesita una América unida.

Para enfocar mejor los objetivos que se quieren lograr en la presente investigación, se plantean las siguientes preguntas:

¿Cuáles son los estereotipos que la población universitaria sostiene sobre el endogrupo (bolivianos)?

¿Cuáles son los estereotipos que la población universitaria sostiene sobre el exogrupo (chilenos)?

¿Cuál el nivel de autoestima de la población universitaria?

¿Existirá correlación entre los tipos de Estereotipos que tienen los universitarios del endo y exogrupo con el nivel de autoestima la población?

2. OBJETIVOS. -

2.1. OBJETIVO GENERAL. -

Identificar los estereotipos endogrupales (bolivianos) y exogrupales (chilenos) que sostienen los Universitarios del departamento de La Paz y su impacto en la Autoestima.

2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS. -

- Definir los tipos de estereotipos que sostienen los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés para con el endogrupo (Bolivia) y el exogrupo (Chile)
- Definir los tipos de estereotipos que sostienen los estudiantes de la Universidad Pública de El Alto para con el endogrupo (Bolivia) y el exogrupo (Chile).
- Identificar el nivel de autoestima en los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y los de la Universidad Pública de El Alto.
- Determinan si los estereotipos endogrupales influyen en la autoestima de estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y de la Universidad Pública de El Alto
- Determinar si los estereotipos exogrupales influyen en la autoestima de los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y de la Universidad Pública de El Alto.

3. HIPÓTESIS.-

- Los estereotipos tienen un impacto en la autoestima, estereotipos positivos sobre nosotros y sobre los otros tienen relación con una autoestima alta y estereotipos negativos con una baja autoestima.

4. JUSTIFICACION.-

Según Suriá (2010), un estereotipo es definido como un conjunto de creencias que mantiene un individuo en relación a un determinado grupo social, siendo constructos cognitivos que hacen referencia a los atributos personales de los miembros de dicho grupo, mismos que no son en su totalidad ciertos o falsos, que sin embargo repercuten en las personas de manera positiva o negativa determinando el modo de actuar ante las personas del grupo estereotipado.

Los estereotipos afectan las percepciones sociales y el comportamiento, pues las personas que son estereotipadas se enfrentan a la amenaza de que su comportamiento confirmará un estereotipo negativo (amenaza de estereotipo) lo que puede provocar ansiedad y entorpecer el desempeño en una variedad de tareas (Aguilar-Morales 2011).

Dicha definición tendría relación con la configuración de la autoestima en las personas, según Branden (1995), la autoestima está configurada tanto por factores internos, como externos, entendiendo los factores "internos" aquellos que radican o están creados por el individuo, como las ideas, creencias, prácticas o conductas, y factores "externos" a los del entorno, siendo aquellos mensajes transmitidos verbal o no verbalmente, o las experiencias suscitadas por personas que forman parte del entorno que son significativas, además de organizaciones y la cultura.

Desde el punto de vista cognitivo, las personas con autoestima baja tienden a mostrar una mayor cantidad de pensamientos o creencias sesgadas, atribuyen los fracasos a causas externas, culpan de "su mala suerte" a otras personas, organizaciones, etc., lo que sin duda afecta la relación con el entorno. (Crocker y Wolfe, 2001, en Paez, 2003)

Según el Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales de la Asociación Psiquiátrica Americana (DSM-IV, APA, 1995), la autoestima y el trastorno por déficit de autoestima son consideradas variables predisponentes para el origen de algunos trastornos, como los de trastornos de aprendizaje, sexuales, de ansiedad, etc.

Desde el punto de vista social y según varias investigaciones, está demostrado que la autoestima tiene correlación con la Identidad (Guitart, et al, 2011), con la autoestima colectiva (Ramos, 2006), y además presenta una estrecha relación con el desarrollo y construcción de una cultura de paz entre ciudadanos de un mismo país o de diferentes países (UNICEF, 2002, Fisas, 2010).

Las Naciones Unidas (1998, Resolución A/52/13), explican que, la cultura de paz consiste en una serie de valores, actitudes y comportamientos que rechazan la violencia y previenen los conflictos tratando de atacar sus causas y es más sencillo desarrollarla cuando los ciudadanos de determinadas naciones tienen mayor apertura al dialogo y comunicación, variables dependientes del nivel de autoestima en las personas.

Por todo lo anteriormente mencionado se considera importante el estudio de los estereotipos endo y exogrupales y su impacto en la autoestima ya que sería un avance fundamental tanto para la investigación psicosocial en el medio, como para la posterior intervención en la educación para una cultura de paz.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO.-

1. ESTEREOTIPOS

"La mirada que se ejerce sobre los "otros" parte de una pregunta esencial: ¿Quiénes son "ellos" en relación con "nosotros"? Para responder se utilizan una serie de representaciones sociales y de estereotipos que provocan un sentimiento de acercamiento o alejamiento hacia el grupo caracterizado como "ellos". Así, el acto de mirar al "otro" se produce a través de una serie de velos –los estereotipos (entendidos como una parte de las representaciones sociales) – que se interponen entre realidad y percepción, pero que, sin embargo, no paralizan la producción de significado." (Fernández, 2016)

Históricamente hablando la palabra "Estereotipo" proviene de una antigua palabra usada en la definición de un término de imprenta: estereotipia, definida según el diccionario de la Real Academia Española de 1803, como "el arte de imprimir con planchas firmes o estables, en lugar de las que comúnmente se usan hechas con letras sueltas que se vuelven a separar". Este sustantivo tenía sus derivados: estereotípico, estereotipado y estereotipar. Analizando él origen del mismo y según su etimología ("stereo", del griego quiere decir molde), el estereotipo sería entonces: un modelo firme, sólido, estable, fijo, estandarizado que permite la reproducción sin fin de un mismo modelo, concepto que posteriormente se fue modificando. (Fernández, 2016)

Psicológicamente, la palabra "estereotipo" fue presentada por Lippman en el año 1922 para describir la existencia de selección de información que hay en las personas, representándola como "cuadros mentales" que servirían para simplificar la información que recibimos; años después Znjoc (1980) definiría a los estereotipos como estructuras que combinan afecto y cognición (citados por Maric, 2001).

Según Stallybrass 1977(en Espinosa 2010), los estereotipos pueden ser definidos como: “una representación mental sobre simplificada de alguna categoría de persona, institución o evento, la cual es compartida por un amplio número de personas”.
Para González (1999) la relación entre los conceptos de “Estereotipo”, “Prejuicio” y “Discriminación” es muy estrecha, ya que están íntimamente unidos al concepto de “Actitud”, visto este como un fenómeno de componentes cognitivos (lo que se sabe del asunto), afectivos (las emociones que suscita el asunto) y conductuales (la conducta como consecuencia), para Aguilar (2011) “Estereotipo”, sería un término que se refiere a generalizaciones acerca de los miembros de un grupo, mismas que pueden ser positivas o en la mayoría de las ocasiones negativas, resistentes al cambio y facilitan el camino al prejuicio y la discriminación.

Páez (2003), dice que el Estereotipo es: “la dimensión cognitiva de una representación grupal”; Maric (2015), señala que no es un producto elaborado solamente por la actividad cognitiva individual, son conjuntos de atributos prototípicos de poder que caracterizan y diferencian unos grupos de otros garantizando la supervivencia de los mismos, funcionan como justificadores ideológicos, legitiman las relaciones sociales y construyen la identidad social del sujeto.

Entre las características principales de los estereotipos estarían, por un lado que muchos de ellos nacen de lo particular y se expanden en el medio dependiendo la influencia de poder que tenga la persona que lo difunde, por otro, la falta de verificación que tienen los estereotipos considerándose así simplistas y en parte incorrectos, otra de sus características es la repetición y asociación, lo que hace su uso algo automático (Fernández, 2016).

En conclusión, un estereotipo es una idea o creencia que fija la imagen atribuida a un grupo, que normalmente es compartida o consensuada, se transmite y se aprende naturalmente desde que socializamos en el endogrupo, se usa para sobre simplificar la imagen del otro sin profundizar en ella, diferenciar a unos grupos de otros garantizando su supervivencia y puede ser un medio que facilita el prejuicio y discriminación,

pudiendo considerarse también, al igual que los discursos o el lenguaje, como significados construidos por una sociedad determinada en un momento histórico concreto.

1.1. EL APRENDIZAJE DE LOS ESTEREOTIPOS. -

En el nacimiento los seres humanos son como una “tabula rasa”, no poseen estereotipos, a lo largo del tiempo se aprende a categorizar y caracterizar a los diversos grupos sociales, siendo muchos de los medios de comunicación e incluso el arte, fuentes para el respectivo aprendizaje, aunque algunas veces las categorizaciones se hacen indirectamente cuando mucha de las características, estilos o conductas son inferidas (Sagrador, 1996, citado por Maric, 2015).

Algunas investigaciones han mostrado que los estereotipos son aprendidos a temprana edad 3 o 4 años, incluso 2 años y pueden ser muy difíciles de cambiar. Aun cuando las personas se encuentran con un miembro de un grupo estereotipado que no tiene el estereotipo de su grupo, generalmente, éste mantiene el estereotipo separándolo en subtipos (Aguilar-Morales 2011).

Las principales fuentes en donde los niños y adultos aprenden acerca de los estereotipos son los medios de comunicación, donde los anuncios, los programas de televisión, las películas y otros están saturados con estereotipos raciales y de género y la publicidad influencia como las personas perciben y se relacionan entre sí (Aguilar-Morales 2011).

Las formulaciones de estereotipos serian totalmente independientes de las experiencias personales con los miembros del grupo estereotipado (Katz y Braly, 1933 citado por Maric, 2001), e investigaciones han mostrado que los niños a partir de 6 años ya son conscientes de la existencia de ciertos grupos sociales e incluso manifiestan opiniones relativas a grupos nacionales e internacionales (Zlobina, 2003).

Los estereotipos no solamente se aprenden por la instrucción, sino también a través del refuerzo, mismo que en un primer momento lo dan los padres a través de recompensas,

cuando sus hijos expresan contenidos mantenidos por ellos, y castigos, cuando sus hijos inconscientemente expresan sus propias creencias alejadas de la de sus padres (Maric, 2015).

Páez (2003) afirma que los estereotipos y los prejuicios son una consecuencia de la pertenencia a grupos y de la interacción que se da entre los mismos y que la raíz del estereotipo puede encontrarse en la existencia de un conflicto para conseguir recursos que escaseen, por lo que se suele producir entre grupos cercanos y familiares.

La información juega un papel importante en cuanto a la formulación y cambio en los estereotipos de los grupos, la accesibilidad a la información sobre el exogrupo es una variable para la formulación, conservación o anulación de estereotipos (Maric, 2015).

Una vez que los estereotipos son aprendidos por sí mismos, son perpetuados, es por eso que los estereotipos son muy difíciles de cambiar, aun cuando se encuentre a una persona del grupo estereotipado que no cumpla con las categorías formadas, una vez que se ha activado un estereotipo, éste puede ser reactivado con algo tan sencillo como un desacuerdo con algún miembro del grupo estereotipado, y si es recordado con suficiente frecuencia, puede ser accesible en forma crónica (Aguilar-Morales 2011).

Sin embargo según Dufays, los intelectuales (clase dominante) serían los responsables de la crítica del estereotipo, mientras que la masa (clase dominada) sería la que los sustenta, defiende y difunde. Por esta razón, es necesario estudiar los estereotipos y prejuicios más como construcciones sociales, pues los individuos tienden a ser tolerantes o no cuando socialmente sienten que es correcto o no, cuando está socialmente aceptado o no. (en Fernández, 2016)

1.2.FUNCION DE LOS ESTEREOTIPOS. -

Tradicionalmente los estereotipos se han estudiado desde dos perspectivas teóricas:

La "psicoanalítica", que explica que: los estereotipos desempeñan una función defensiva, de desplazamiento y de satisfacción de necesidades inconscientes.

La "sociocultural" que explica que: La función de los estereotipos es ayudar al individuo a ajustarse a las normas sociales.

Actualmente se les ha unido la orientación "socio cognitiva" que señala que la función de los estereotipos es ayudar comprender el mundo de manera simplificada, ordenada, coherente, e incluso facilitan datos para una determinada posibilidad de predicción de acontecimientos venideros, además los estereotipos cumplen una función muy importante para la socialización del individuo: facilitan la identidad social, la consciencia de pertenecer a un grupo social, ya que al aceptar e identificarse con los estereotipos dominantes en dicho grupo es una manera de permanecer integrado en él (Tajfel, 1984, citado por Gonzales, 1999).

Los estereotipos, como otras generalizaciones, sirven como atajos mentales y son probablemente más utilizados cuando las personas se encuentran ocupadas o distraídas. Los estereotipos pueden ser activados al ver rápidamente una imagen o una palabra relacionada con un grupo estereotipado y pueden influenciar las actitudes y el comportamiento (Aguilar-Morales 2011).

Tajfel y Billig, (1971) estudian la estereotipia como un fenómeno de categorización en términos de "endogrupo" y "exogrupo", quedando las percepciones de estos sesgadas por fenómenos como el de contraste y la asimilación intergrupal, es decir, los miembros del endogrupo perciben de manera realzada las diferencias entre los integrantes del mismo y acentúan las semejanzas entre los miembros pertenecientes al exogrupo, las diferencias intragrupo se minimizan y las diferencias intergrupo se exageran sobre todo en caso de mínima o nula relación entre ellos y, cuando más familiarizado está el

perceptor con el grupo, presta mayor atención y es capaz de hacer distinciones, al contrario, cuanta menos familiaridad se tiene se percibe mayor similitud.

Según explican Smith y Perez (2007), para algunos autores, los estereotipos, y en particular los negativos, son sobre generalizaciones rígidas y falsas, cuya función psicológica es justificar el prejuicio y la discriminación hacia ciertos grupos socialmente marcados.

Según Suirá (2010), los estereotipos son persistentes y difíciles de cambiar, porque tienen la función de preservar nuestra posición en la sociedad. Sin embargo, según Aguilar (2011) los estereotipos pueden reducirse exitosamente y las percepciones sociales pueden volverse más exactas cuando se motiva a las personas a que lo hagan. Una de las formas más efectivas para hacer esto es la empatía ya que al tomar la misma perspectiva de los miembros del exogrupo y al ver el mundo "a través de los ojos de estas personas", las preferencias en el grupo interno y la accesibilidad a estereotipos puede reducirse significativamente, con esta estrategia también se reduce la amenaza del estereotipo y las preferencias implícitas.

Fernández (2016), argumenta que existen tres principales funciones en los estereotipos y estas se dividirían en:

- <u>Función Cognitiva</u>**:** La intervención del estereotipo en el proceso cognitivo es su papel dentro de la aprehensión y comprensión de la realidad por parte de los individuos siendo un elemento fundamental de la vida social al favorecer la cohesión interna de los grupos, permitiendo de manera simultánea la apropiación y la confirmación de una realidad predeterminada, es decir, que facilitan la apropiación de la realidad debido a la generalización y la reducción que suponen; este proceso de categorización social, fuertemente ligado a los estereotipos, es algo que se realiza casi de manera espontánea en la vida cotidiana y, por lo general, los estereotipos existen como estructuras cognitivas (esquemas, prototipos o ejemplos) que se utilizan más en momentos de cansancio pues la

utilización de estereotipos, de categorías, puede hacer que la vida sea menos compleja, con menos matices, así mismo los estereotipos culturales ayudan a comprender los sistemas de valores de sociedades, comunidades o grupos sociales siendo elementos constitutivos de las conciencias socioculturales, es decir, políticas, económico-sociales, religiosas, étnicas o nacionalistas, sobre cuya base se organiza toda la actividad social.

- Función Social: Esta función ayuda a la cohesión interna del grupo este factor guía la acción de los individuos al influir en la relación con los demás y especialmente en la interacción con el "otro". La función social de los estereotipos resulta ambivalente por ser positiva y negativa a la vez, positiva ya que facilita la cohesión interna del grupo potenciando el sentido de pertenencia a un grupo homogéneo al compartir una común visión del mundo y negativa por favorecer la inmovilidad del grupo, manteniéndolo fijo en sus modelos y maneras de sentir, que puede provocar una actitud hostil frente a los de fuera. Generalmente cuando de habla de estereotipos no se pretende descubrir sino reconocer, confirmar una realidad predeterminada ya que el estereotipo no necesita ser verdad para funcionar, es así que el estereotipo funciona como un mecanismo de defensa sobre el que el individuo construye su identidad y no aceptar los estereotipos supondría faltar a uno de los deberes principales del individuo que pertenece a un grupo que sería: proteger la unidad de la comunidad frente a posibles influencias o amenazas de transformación. Es decir que la función defensiva es complementaria de la integradora. Social.

Las imágenes que se tienen en la cabeza del "otro" no son sobre el individuo mismo, sino sobre la categoría a la que pertenece, es decir, que la personalidad individual se olvida para dar paso a la colectiva, con lo que la generalización es, evidentemente, más fácil de realizar siendo un proceso de categorización más complicado cuando se trata de alguien de otra comunidad o de otro país, del que no se tienen ni conocimientos o contacto directo, por lo que la información se adquiere a través de fuentes secundarias que posteriormente se asimilan.

- Función Literaria: Es establecer un vínculo con el lector y crear lazos con el público objetivo, proponiendo estereotipos según la cultura o el momento histórico.

En conclusión los estereotipos son funcionales psicológica y socialmente siendo estructuras que permiten organizar y simplificar el entorno social y con ello comprender el mundo, además que permiten reducir la incertidumbre, otorgándole sentido a las expectativas y sentimientos que los grupos y sus miembros generan permitiendo así satisfacer la necesidad de control sobre los resultados de las interacciones y sirviendo de protección del sí mismo y del endogrupo, ya que permiten "anticipar" el impacto que los otros puedan tener sobre "nosotros"; es decir, sus intenciones sean estas amigables u hostiles (Smith, Pérez, 2007)

1.3. INFLUENCIA DE LOS ESTEREOTIPOS EN LAS RELACIONES INTERGRUPALES. -

Entre las características mismas del estereotipo está: por un lado, que es indisociable de la comunidad de la que emana y rechazarlo se podría convertir en un signo de rechazo del grupo de pertenencia; y por otro, los estereotipos se presentan como producto propio de las masas, sin una opinión o una visión del mundo individual, propia (Fernández, 2016).

Los estereotipos sociales de diversos exogrupos se suelen difundir ampliamente cuando se trata de explicar acontecimientos a gran escala, que se caracterizan por su complejidad y por su carácter negativo (Suriá, 2010).

Los estereotipos afectan las percepciones sociales y el comportamiento ya que las personas que son estereotipadas se enfrentan a la amenaza de que su comportamiento

confirmará un estereotipo negativo (amenaza de estereotipo) lo que puede provocar ansiedad y entorpecer el desempeño en una variedad de tareas (Aguilar-Morales 2011).

Los estereotipos surgen del medio social, son un reflejo de la cultura y de la historia, y sirven para ajustarse a unas normas sociales. Según Tajfel (1984) "La mera categorización en grupos distintos acentuará las diferencias y los estereotipos entre los grupos".

El origen del conflicto entre grupos y del etnocentrismo está en el conflicto de intereses o en las amenazas que supone un exogrupo, con la consiguiente rectificación de estereotipos negativos, además que la competencia tiene relación directa con la formación de estereotipos (Campbell, 1960, citado por Suriá, 2010).

Los estereotipos (aún los positivos) contribuyen a perpetuar las relaciones asimétricas de poder entre los grupos (Smith, Pérez, 2007).

Los estereotipos influirían entonces en las relaciones intergrupales en forma de conflictos entre grupos, siendo los grupos de poder los que desarrollan imaginarios para "nacionalizar la nación" aparición de sentimientos de "nosotros" y los "otros" (Brewer, Campbell 1976, citado por Maric, 2015) especialmente si estos estereotipos son negativos, teniendo relación con la cohesión grupal (Hogg, 1985), la conducta de la gente difiere cuando actúa en el campo de lo interpersonal (Tajfel 1984, citado por Maric, 2015).

Un así según Fernández (2016), las personas pueden evitar el estereotipar siempre y cuando sean conscientes que la renuncia a su uso sea una decisión consciente que exige un gran control y un deseo de responder de manera imparcial; se necesita estar alerta ante los estereotipos activados, y tener recursos cognitivos suficientes (atención y capacidad de memoria) para inhibir su influencia y poder reemplazarlos por una respuesta imparcial intencionada.

1.4.TIPOS DE ESTEREOTIPOS. –

Según Smith y Pérez (2007) los estereotipos al ser funcionales tanto social como psicológicamente llegan a dividirse en dos grupos nada más: positivos y negativos, los positivos serian aquellos que contienen valoraciones positivas acerca del endogrupo o del exogrupo, y por contraparte los negativos son aquellos que contienen una valoración negativa o contravaloración, todo centrándose solo en un aspecto que sería el perpetuar las relaciones de poder entre los grupos.

Según otros autores los estereotipos se clasificarían en: Estereotipos de belleza, raciales, conductuales, sociales, de calidad y que todo dependería del contexto y situación en que se formulen y todos estos tienen su lado positivo y su contraparte negativa, entonces un estereotipo englobaría por un lado consideraciones positivas y por el otro lado negativas, siendo asi una sola categoría con subcategorías.

2. AUTOESTIMA. -

"De todos los juicios que formulamos en la vida, no hay ninguno tan importante como el que formulamos sobre nosotros mismos". (Brandem, 1995)

La autoestima es la actitud de la persona con respecto a ella misma, constituyendo el componente evaluativo del auto-concepto (valoración global que una persona realiza sobre sí) siendo los sentimientos de respeto y de valor que una persona siente sobre ella. (Contreras, Soto, 2007).

Campos y Muñoz (1992), la definirían la capacidad que tiene las persona de valorarse, amarse, apreciarse y aceptarse a sí mismos, siendo un conjunto de las actitudes, la percepción evaluativa y el amor que cada uno tiene por sí mismo.

La autoestima, considerada tradicionalmente como un componente evaluativo del concepto del sí mismo y por ello de vital importancia para la calidad de vida de las personas, dado que afecta el modo en que éstas se valoran a sí y a su relación con los demás, es la evaluación que la persona realiza de diferentes representaciones que tiene de sí misma sobre la descripción mental en las dimensiones: cognitiva, afectiva y comportamental, tanto en áreas educativas, laborales, familiares, sociales, físicas y ético-morales, en otras palabras, la evaluación y valoración del auto concepto propio. (John, Robins, & Pervin, 2001, en Roca 2005).

Un estudio realizado el 2008 por científicos franceses con 5000 personas entre adolescentes y adultos en 19 países de Europa Occidental y Oriental, Oriente Medio, Sudamérica, África y Asia, refleja que la valoración propia se funda, sea cual sea la cultura considerada, en la obtención de los valores dominantes en el resto de personas del entorno, rechazando el punto de vista psicológico de que cada persona basa su autoestima en experiencias propias o en aquello que personalmente percibe como más importante (Personality and Social Psychology Bulletin, 2008).

En conclusión, la autoestima es el concepto que se tiene de la valía propia y se basa en todos los pensamientos, sentimientos, sensaciones y experiencias que se han ido recogiendo durante la historia de vida, que pueden transformarse en un sentimiento positivo hacia uno mismo o por el contrario no ser el sentimiento esperado.

2.1.DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA. –

La autoestima empieza su desarrollo como tal a partir de la infancia media, gracias a que los niños pueden comparar su yo real de su yo ideal y juzgar si está a la altura de los estándares sociales haciendo así una evaluación de su valía personal, en esta etapa del desarrollo seria la competencia un factor muy importante para el desarrollo de la autoestima, mientras el niño más cosas pueda hacer y lograr, su autoestima se fortalece (Papalia, Wendkos y Duskin, 2009).

Según Campos y Muñoz (1992), algunos elementos formadores de la autoestima son:

- El trato de los padres al niño: Esto no solo conlleva el tratarlo con amor, sino también el darle la seguridad necesaria haciéndole saber que pase lo que pase tiene un apoyo y un refugio sin dejar de lado las normas conductuales firmes sin incluir la violencia en ellas.
- La educación: Desde pequeños tanto los padres, como adultos en general que estén relacionados con la educación de los niños deben enseñarles el respeto sobre toda forma de vida, debe inculcarse a los niños que el logro de los sueños y metas es posible siempre y cuando se trabaje para conseguirlos, se debe educar a los niños para que sean independientes.

Así mismo, también reconocen que existen elementos que pueden fomentar al desarrollo de una baja autoestima, entre ellos están el condicionamiento del amor, la repetición constante de “No”, la inconsistencia en las reglas de conducta, regaño con alto grado de enojo, indiferencia de los padres, reglas familiares rígidas, perdidas familiares o sociales importantes, abusos físicos, psicológicos o sexuales, padres adictos, padres sobreprotectores o muy consentidores, situaciones de estrés.

Sin embargo, autores como Rosemberg (1965), Brandem (1995) y Ballenato (2005), están de acuerdo en que la autoestima seria variable y modificable a través del tiempo y las experiencias de vida del sujeto.

2.2.FUNCIONES E IMPORTANCIA DE LA AUTOESTIMA. -

Para Rosenberg (1965, 1979), la autoestima cumpliría una función positiva o negativa en las personas afectando su calidad de vida, influyendo significativamente en las relaciones interpersonales y con su entorno, infiriendo así que el nivel de autoestima actúa para bien o mal en la vida de las personas, promoviendo su crecimiento personal-social o estancándolo y es el juicio de valor más importante en el desarrollo psicológico y motivacional del individuo.

La autoestima estaría relacionada con variadas formas de conducta, por un lado las personas con una autoestima alta reportan menos emociones agresivas, negativas y menos depresión, además de tener la capacidad de manejar mejor el estrés experimentando menos efectos para la salud cuando son expuestos a él, y por el otro lado las personas con una autoestima baja todo lo contrario, tienen más tendencia a ser agresivos con su entorno, a deprimirse y tener poca tolerancia a la frustración (Campos y Muñoz, 1992).

Según Roca (2011) las ventajas de una autoestima sana son: Permite que las personas se conozcan a sí mismas y se acepten incondicionalmente con sus defectos, cualidades y aspectos positivos, libera a las personas de la opinión del resto sea positiva o negativa, deja mantener una actitud de respeto a uno mismo, aceptar que como personas se está constante evolución y cambio, por lo que una autoestima sana, no deja que las personas se estanquen y más al contrario las potencia a construir la mejor versión de sí mismas, permite que las relaciones con las demás personas sean satisfactorias, dar mayor importancia a las necesidades físicas y psicológicas buscando gratificaciones a largo plazo.

Según Brandem (1995), cuanta más alta es la autoestima, más posibilidades se tienen de entablar relaciones enriquecedoras y no destructivas, se tiende a ser más ambicioso en

cuanto a experiencias de vida se refiere, hay una mayor inclinación a tratar a las demás personas con respeto y buena voluntad y se experimenta una mayor conformidad con la vida.

Las personas con mayor auto-estima resisten mejor ante hechos estresantes, muestran mayor conducta adaptativa (mayor esfuerzo y perseverancia en las tareas) e informan de una mejor salud mental: mayor bienestar (mayor satisfacción vital, mayor afectividad positiva y menor negativa), menor ansiedad, depresión y timidez." (Paez et al, 2003)

Las personas con alta autoestima suelen ser más sociables y experimentan emociones más positivas, lo que es característico de las personas extrovertidas. (Roca 2005).

La autoestima es la clave del éxito o del fracaso, es esencial para comprendernos y comprender a los demás e idealmente, todo el mundo debería disfrutar de un alto nivel de autoestima, experimentando tanto una fe Intelectual en sí mismo como una fuerte sensación de que merecemos ser felices y al contrario las personas con bajos niveles de autoestima pueden tender a la conformidad en ciertas situaciones frente a la necesidad de buscar aprobación socia. (Brandem, 1995)

Según el Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales de la Asociación Psiquiátrica Americana (DSM-IV, APA, 1995) la autoestima y el trastorno por déficit de autoestima son consideradas como variables predisponentes para el origen de algunos trastornos.

Entre los trastornos que se relacionan con un déficit de autoestima se encuentran:

- Trastornos del aprendizaje: trastorno de lectura, trastorno del cálculo, trastorno de la expresión escrita y trastorno del aprendizaje no especificado.
- Trastorno de la comunicación verbal: tartamudeo.

- Trastornos por déficit de atención y comportamiento perturbador: trastorno por déficit de atención con hiperactividad, trastorno disocial, trastorno negativista desafiante.
- Trastorno de la eliminación: encopresis y enuresis (la importancia de la alteración depende de su efecto sobre la autoestima).
- Trastornos de ansiedad: fobia social
- Trastornos sexuales y de la identidad sexual: trastorno orgásmico femenino, trastorno de la identidad sexual.
- Trastornos de la conducta alimentaria: bulimia nerviosa, anorexia nerviosa (el nivel de autoestima depende de la forma y peso del cuerpo).
- Trastornos de personalidad: trastorno narcisista de la personalidad (vulnerabilidad de la autoestima), trastorno de la personalidad por evitación.

De igual manera la autoestima se ve involucrada en factores de riesgo como el consumo de sustancias, comportamientos depresivos y el estrés, que influyen directamente en las relaciones sociales y el rendimiento de la persona.

Las personas con menor auto-estima poseen un auto-concepto menos positivo que las personas con alta auto-estima, aunque no tienen más información negativa sobre sí mismas. En cambio, las personas con alta autoestima poseen un conocimiento más claro y confiado de ellas mismas (Paez et al, 2003).

Diferentes trabajos han informado una moderada relación entre la autoestima y la responsabilidad de modo que las personas más responsables tienden a presentar una autoestima más elevada, las personas más responsables consiguen aceptación social a partir del cumplimiento de sus obligaciones con otros, comprometiéndose en sus relaciones interpersonales y presentándose leales como compañeros de trabajo, en este sentido, la responsabilidad es un rasgo predictor de las relaciones de pareja a largo plazo, en mayor medida que los sentimientos positivos respecto de la relación (Costa et al., 1991; Robins et al., 2001 en Roca 2005).

Desde el punto de vista cognitivo, las personas con autoestima baja tienden a mostrar una mayor cantidad de pensamientos o creencias sesgadas. Por ejemplo, tienden a atribuir los fracasos a causas externas y los éxitos a causas internas. Además, cuando reciben una información negativa sobre sí mismas tienden a aceptar la información crítica o negativa que se da sobre ellas (Crocker y Wolfe, 2001, en Paez, 2003).

Watson et al. (2002), sostienen que la autoestima es el extremo positivo que evalúa la depresión, es decir, un factor de segundo orden del neocriticismo. Sin embargo, el trabajo de Roberts y Kendler (1999), informó que la autoestima y el neocriticismo son constructos independientes, de esta manera, la tendencia a experimentar estados de ánimo negativos propias del neocriticismo puede predisponer a las personas a sentirse mal respecto a ellas mismas, aunque la autoestima además se encuentra relacionada con factores ambientales independientes del neocriticismo, como por ejemplo el grado en que las personas son aceptadas o valoradas por los demás (Roca , 2005).

Está demostrado también que la economía, el estatus social, el nivel educativo y sobre todo el medio en el que se vive, está relacionado con la autoestima, se ha comprobado que mientras más estable es una persona económicamente, mientras más reconocida sea, tenga logros que lo satisfagan por pequeños que estos sean y viva en un ambiente en el que las personas son consideradas exitosas, más alta y sana será la autoestima (Delgadillo, 2011).

2.3.VALORES DE LA AUTOESTIMA. -

Según Roca (2005), existen valores que componen a la autoestima, entre ellos están:

- Valía Personal: Se trata de auto superación y crecimiento personal constantes, el deseo de mejorar, aprender y progresar en todos los sentidos y está influenciado por el entorno y si este es motivante o no, el mismo hará que la persona sea independiente o dependiente.
- Importancia Propia: Se refiere a la conciencia personal y social de darse cuenta de que cada persona es única a su manera, diferentes en muchos sentidos y que cada persona contribuye de alguna manera a su entorno.

- Responsabilidad: La disposición de asumir responsabilidades es parte del crecimiento personal, la evolución, actuación y rol en la vida y los resultados que se consigan, las responsabilidades no solo deben incluir tareas si no también personas y relaciones sociales.

2.4.TIPOS DE AUTOESTIMA. -

Según Campos y Muñoz (1992), la autoestima puede desarrollarse en las personas de tres formas:

Autoestima Alta: las personas con una autoestima alta poseen características como el reconocimiento de sus ventajas y limitaciones al momento de realizar tareas, falta de temor al momento de emitir su opinión ante otras personas, así mismo saber identificar y expresar sus propias emociones, se sienten satisfechos consigo mismos aunque siempre están en la búsqueda de mejorarse y reinventarse constantemente, son participativos, les gustan los retos y no les temen a eventos nuevos, se valen por sí mismas aunque no les pesa pedir apoyo cuando es necesario, tienen consideraciones por los otros estando dispuestos siempre a colaborar, son personas creativas y originales, luchan por alcanzar lo que quieren, son organizados y ordenados en sus actividades, preguntan cuándo ignoran algo y se interesan por aprender más y por ultimo disfrutan de la vida de manera divertida.

Autoestima Baja: Se definirían como personas indecisas ya que se les dificulta la toma de decisiones ya que tienen un miedo exagerado a equivocarse y solo toman una decisión cuando tienen la seguridad completa de que obtendrán los resultados esperados, son personas que piensan que no pueden hacer algo o no saben nada, no son capaces de valorar y reconocer sus talentos, le tienen miedo a lo nuevo y evitan los riesgos, son pasivos y evitan tomar la iniciativa, se aíslan de los demás, temen a expresar una opinión por temor a no ser aceptados, se dan por vencidas cuando creen que algo no resultara, no conocen o reconocen sus emociones y no pueden expresarlas, son poco tolerantes con las críticas, el sentimiento de culpa los invade cundo algo sale mal.

Autoestima Inflada: Son personas que piensan que pueden hacerlo todo y no hay nadie mejor que ellos para una tarea, creen tener siempre la razón aunque muchas veces son incapaces de fundamentar por qué la tienen, son inseguros de si mismos en extremo por lo que siempre buscan la aceptación de los demás creyendo que todas las personas los aman, hablan en extremo y son escandalosos, no toman en cuenta a nadie para realizar sus tareas o cualquier actividad ya que piensan que nadie puede contribuir, tienen un amor enfermoso hacia sí mismos, se sienten autosuficientes y no crean relaciones estrechas con las demás personas.

Ballenato (2006) en su artículo "Autoestima y salud" hace una diferencia sobre las características entre tener una autoestima alta o baja:

AUTOESTIMA ALTA	AUTOESTIMA BAJA
Responsabilidad, afrontamiento de retos.	Evitación de aquello que podría producir ansiedad.
Logros, resultados, satisfacción, orgullo.	Bajo rendimiento, potencial infrautilizado.
Elevada motivación, actividad, esfuerzo.	Decepción, desinterés, desmotivación, pasividad.
Tolerancia a la frustración.	Frustración, indefensión, culpa, justificación.
Elevada independencia, iniciativa, decisión.	Dependencia, inseguridad, indecisión.
Sentimientos Positivos de valoración personal.	Sentimientos negativos de no ser valorado.
Equilibrio, estabilidad y expresión emocional.	Inestabilidad emocional.
Autocontrol, tranquilidad.	Ansiedad, depresión, sensación de estrés.
Optimismo, seguridad, confianza.	Pesimismo, inseguridad, desconfianza.
Capacidad de influencia en su entorno.	Sensación de dejarse influir por los demás.
Asertividad y relaciones sociales óptimas.	Retraimiento, agresividad, relaciones deficientes.

"Si pudiesen encontrarse formas de elevar el nivel de autoestima de una persona, de ello seguirían numerosas consecuencias positivas" (Brandem. 1995)

Por otro lado también se tiene a la **Autoestima Colectiva** siendo aquella que se logra mediante la pertenencia a grupos o categorías sociales ya que se ha visto que el contexto sociocultural en un sentido amplio también es una fuente para la autoestima personal. (Sánchez, 1999 y Ramos, 2016). En si la autoestima colectiva se refiere a la actitud del individuo sobre las categorías y grupos sociales a los que pertenece. (Páez et al, 2003)

Según Páez (2003), la pertenencia a grupos sociales, su estatus, poder y riqueza en la estructura social, es una fuente potencial de estima, la evaluación social de los aspectos colectivos de la estima que la sociedad asigna a los grupos de pertenencia de la persona, son otra fuente de auto-estima. (Paez et al, 2003).

Un estudio realizado 159 con universitario españoles de las carreras de Psicología y Trabajo Social, relacionó la Autoestima personal y colectiva, teniendo como resultado una correlación positiva entre ambos tipos de autoestima, encontrando también que la autoestima colectiva está relacionada significativamente con la pertenencia grupal, mas no la autoestima personal, explicando que la participación comunitaria influye con el sentimiento de utilidad en los individuos. (Contreras, Soto, 2007)

Otro estudio llevado a cabo en Brasil con 255 personas, 73,3% mujeres, confirmo la relación entre la autoestima personal y la autoestima colectiva, siendo esta ultima la fuente principal para la primera en cuanto a la membresía y capital social, además de tener una fuerte correlación con la identidad Étnica (Ramos, 2006), que según un estudio realizado en la ciudad de Chiapas México con 517 personas, 256 de ellas mestizas y 261 Indígenas sobre la influencia de la autoestima en la Identidad Étnica, se ha descubierto que existe una correlación positiva entre ambas, mostrando que los indígenas obtuvieron puntuaciones más altas con respecto a la Identidad que la población mestiza, además que la autoestima de los primeros correlaciona positivamente con la identidad y no lo hace en el caso de los mestizos (Guitart, et al, 2011).

2.5.ELEMENTOS QUE AYUDAN A MEJORAR LA AUTOESTIMA. -

Para Campos y Muñoz (1992), habría elementos que ayudarían a mejorar la autoestima uno de ellos sería el Sentido de pertenencia, definida como la necesidad de sentir que se es parte de algo ya sea una familia, una comunidad, en otras palabras, un grupo primario o secundario donde se encuentre respeto, aprecio y reconocimiento.

Para Rodríguez (2000) existen tres componentes que ayudan a la mejora de la autoestima estos serían:

- El Autoconcepto: Es la opinión o impresión que la gente tiene de sí misma en su "Identidad Hipotetizada", siendo un conjunto de percepciones cognoscitivas y actitudes; se elaboran constantemente dependiendo las circunstancias y las relaciones que se conforman, cambia con la edad, es importante para la autoestima que el Autoconcepto de uno mismo sea positivo a adaptado al cambio constante ya que eso la fortalece y desarrolla saludablemente.

- El Autorespeto: Se manifiesta a través de la atención y satisfacción de las propias necesidades y valores, la expresión y manipulación conveniente de sentimientos y emociones, y por último la valoración de las cosas que hacen que la persona se sienta orgullosa de sí misma.

  "Solo podeos respetar, dar y amar a los demás cuando hemos respetado, dado y amado a nosotros mismos". Maslow

- El Autoconocimiento: Definida como una tarea de toda la vida, si la autoestima es el amor, cariño por uno mismo y solo se puede querer lo que se conoce, el autoconocimiento juega un papel fundamental. Cuando las personas aprenden a conocerse a sí mismas, no solo contribuyen a tener una autoestima sana, sino también mejoran las relaciones de forma positiva con los demás ya que son capaces de comprender mejor también su realidad y la de los demás.

Según Ballenato (2006), para mejorar la autoestima es importante:

- Romper Esquemas: redirigir la vida y adaptarse al cambio proponiendo constantemente nuevas metas, aceptar que la historia personal cambia y que no se es la misma persona de hace años o días atrás.
- Crear Mecanismos de Defensa: destinados a reducir penas y dificultades causadas por el entorno, evitando y aprendiendo a manejar aquellos básicos como la rebeldía, victimismo, adulación, negación, ira, más bien deben ser transformados en formas resilientes de afrontar ciertas situaciones.
- El Desarrollo de la Resiliencia: La Resiliencia es la capacidad que tiene el ser humano de crecer y desarrollarse en medio de distintos factores, algunas veces adversos, permite a la persona crecer, madurar, y su desarrollo es fundamental para la autoestima ya que la fortalece.
- Desarrollo de un Pensamiento Creativo: Significa el poder tener creencias positivas, reconocer las oportunidades y tomarlas acorde a los intereses y capacidades, además de la intención y motivación de aprender aquello que falta y es necesario para desempeñar distintas tareas, salir de la zona de confort y enfrentarse a las nuevas experiencias.
- Interpretación del presente sobre el pasado: Aprender a resaltar la importancia de vivir el hoy y no arrastrar experiencias del pasado, mas al contrario buscar una enseñanza y aprender de ellas para usarlas de manera conveniente en el presente.
- Valores: Constituyen la estructura del pensamiento que es capaz de diferenciar lo correcto o apropiado de lo inapropiado socialmente hablando; un sistema de valores firme permite la toma de decisiones en base a los hechos y no a la presión social, lo que aumenta la autoestima dando a la persona la capacidad de ser independiente.
- Tiempo Libre: Sobre todo aprender a disfrutar del tiempo libre con las cosas que apasionan, satisfacer necesidades de ocio necesarias para la salud tanto emocional, corporal y sobre todo psicológica.
- Proyecto de Vida: Planificar las metas que se quieren alcanzar en un determinado tiempo e historia de vida, fomenta a ponerse propósitos estables que fortalecen la autoestima al sentir que hay un camino que seguir, si se sabe dónde se quieres llegar es más sencillo planificar lo necesario para lograrlo, tiene la

función de organizar tanto el mundo interior del individuo como el mundo exterior.

3. CULTURA DE PAZ. -

"Si las guerras nacen en la mente de los hombres, es en la mente de los hombres donde deben erigirse los baluartes de la paz." (UNESCO, 1945)

La paz no solo es la ausencia de guerra, la paz tiene que ver con la superación, reducción o evitación de todo tipo de violencias, es la capacidad y habilidad de transformar los conflictos, para que, en vez de tener una expresión violenta y destructiva, las situaciones de conflicto puedan ser oportunidades creativas, de encuentro, comunicación, cambio, adaptación e intercambio (Fisas, 1998).

Para hablar de una cultura de paz, se debe entender su opuesto: Cultura de violencia, debe que se considera cultura en la medida que ha sido interiorizada y sacralizada a lo largo del tiempo por muchas sociedades a través de mitos, simbolismos, políticas, comportamientos e instituciones, Fisas (1998), explica que empezó con la revolución agrícola hace unos 7000 años y que a partir de ahí ha ido adquiriendo distintos elementos que la han ido fortaleciendo a través de los años, muchos de esos elementos de características sociales resultantes de subordinación del interés personal al interés grupal como: el honor o la venganza, peleándose por prestigio, más tarde la guerra se convierte en un derecho de los estados quienes crean instituciones especializadas en su planificación y ejecución convirtiéndose en un medio de conquista, expansión o captura, a partir de ello la violencia deja de tener un sentido social como medio de afirmación siendo a partir de ahí el estado quien se encargue de velar por la seguridad de los individuos; siendo este aparente proceso de civilización el precio de legitimar estructuras profundamente violentas y comportamientos individualistas, narcisistas e insolidarios, poco sensibles al dolor ajeno y a las necesidades de los demás.

Bruno Bettelheim citado por Fisas (2011), señala que "la violencia es el comportamiento de alguien incapaz de imaginar otra solución a un problema que le atormenta".

Fisas (2011) propone que algunas de las expresiones de la cultura de violencia son:

- El patriarcado y la mística de la masculinidad.
- La búsqueda del liderazgo, el poder y el dominio.

- La incapacidad para resolver pacíficamente los conflictos.
- El economicismo generador de desintegración social4 y su principio de competitividad.
- El militarismo y el monopolio de la violencia por parte de los Estados.
- Los intereses de las grandes potencias.
- Las interpretaciones religiosas, que permiten matar a otras personas.
- Las ideologías exclusivistas.
- El etnocentrismo y la ignorancia cultural.
- La deshumanización (la consideración de otros seres humanos como "objetos").
- El mantenimiento de estructuras que perpetúan la injusticia y la falta de oportunidades y de participación

"Pasar de la guerra a la paz significa la transición de una sociedad dominada por el Estado, único garante de la seguridad en un mundo peligroso, a una sociedad civil, en la cual las personas trabajan, crean y desarrollan la urdimbre de su existencia en comunidades liberadas de los temores inherentes a una cultura bélica" (Mayor, 1994)

Para Fisas (2011), la cultura de paz sería una tarea educativa donde se debe educar en y para el conflicto, enfocada en desenmascarar la violencia cultural y el patriarcado, educando para la disidencia, el inconformismo y el desarme, promoviendo la responsabilidad y movilización para transformar los conflictos, llevando a cabo el desarme cultural, una ética global y en buscando un consenso fundamental sobre convicciones humanas integradoras.

Fisas (2011) también explica que la educación para la paz, que es también una educación sobre los conflictos, poniendo mucho énfasis en algunos otros aspectos como: aprender a reconocer los intereses del oponente, que significa olvidarse de la palabra "victoria", porque la victoria sólo conduce a la victoria, no a la paz y que todas las técnicas de resolución de conflictos parten de esta importante premisa que concierne exclusivamente a los actores y a su capacidad de realizar transferencias positivas, de negociar e intercambiar, de transformar voluntariamente objetivos iniciales y de generar empatía, de comprender las emociones y los sentimientos de los demás, de colocarnos en su lugar y circunstancia.

La cultura de paz, por tanto, “es una cultura que promueve la pacificación, una cultura que incluya estilos de vida, patrones de creencias, valores y comportamientos que favorezcan la construcción de la paz y acompañe los cambios institucionales que promuevan el bienestar, la igualdad, la administración equitativa de los recursos, la seguridad para los individuos, las familias, la identidad de los grupos o de las naciones, y sin necesidad de recurrir a la violencia. (BOULDING 1992).

Avanzando en este propósito, en 1997 la UNESCO celebró en Oslo y Las Palmas unas reuniones, en donde se preparó un proyecto de declaración del derecho del ser humano a la paz, que fue aprobada por la Conferencia General de este organismo en noviembre del mismo año, con el siguiente articulado:

Artículo 1. La Paz como un derecho Humano.

a) Todo ser humano tiene derecho a la paz que es inherente a su dignidad de persona humana. La guerra y todo conflicto armado, la violencia en todas sus formas, sea cual sea su origen, así como la inseguridad de las personas, son intrínsecamente incompatibles con el derecho humano a la paz.

b) El derecho humano a la paz debe estar garantizado, respetado y puesto en práctica sin ninguna discriminación, tanto a nivel interno como internacional por todos los Estados y todos los miembros de la comunidad internacional.

Artículo 2. La Paz como un deber.

a) Todos los seres humanos, todos los Estados y los otros miembros de la comunidad internacional y todos los pueblos, tienen el deber de contribuir al mantenimiento y a la construcción de la paz, así como a la prevención de los conflictos armados y de la violencia bajo todas sus formas. Es de su incumbencia favorecer el desarme y oponerse por todos los medios legítimos a los actos de agresión y a las violaciones sistemáticas, masivas y flagrantes de los derechos humanos que constituyen una amenaza para la paz.

b) Las desigualdades, la exclusión y la pobreza son susceptibles de comportar la violación de la paz internacional y de la paz interna, y es deber de los Estados el promover y estimular la justicia social, tanto 23 en su territorio como a nivel internacional, particularmente por medio de una política apropiada tendente al desarrollo humano sostenible.

Artículo 3. La Paz por la cultura de la paz.

a) La cultura de la paz que está destinada a construir todos los días, por medio de la educación, la ciencia y la comunicación, las defensas de la paz en los espíritus de los seres humanos, debe constituir el camino que conduzca hacia la puesta en marcha global del derecho del ser humano a la paz.

b) La cultura de la paz comporta el reconocimiento, el respeto y la práctica cotidiana de un conjunto de valores éticos e ideales democráticos que están basados en la solidaridad intelectual y moral de la humanidad.

CAPITULO III

1. METODOLOGIA

1.1. TIPO DE INVESTIGACION.

La presente investigación es de tipo cuantitativa con un alcance correlacional.

Un enfoque cuantitativo representa un conjunto de procesos secuenciales y probatorios que permiten no solo medir fenómenos y utilizar la estadística, sino también probar hipótesis y hacer análisis causa efecto. (Sampieri, 2010)

Es cuantitativo en la medida que en el proceso se utilizará escalas de actitudes las cuales son instrumentos de medición que permite acercarnos a la variabilidad afectiva de las personas respecto a cualquier objeto psicológico, dado que las escalas son instrumentos destinados a medir propiedades de individuos o grupos; permite la asignación de EQ

Tiene un alcance correlacional ya que intenta conocer el grado de relación que o de asociación que tienen dos conceptos, categorías o variables en un contexto particular.

Los estudios correlaciónales, al evaluar el grado de asociación entre dos o más variables, miden cada una de ellas (presuntamente relacionadas), y después, cuantifican y analizan la vinculación.

La correlación puede ser positiva o negativa y en algunos casos, no existe correlación, lo que indica que las variables fluctúan sin seguir un patrón sistemático entre sí. (Sampieri, 2010)

1.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

La presente investigación es no experimental de tipo transeccional correlacional.

Es no experimental ya que no existe manipulación de variables, o sea, no hay condiciones o estímulos en los que se exponga a los sujetos, se observan y analizan los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural. En la investigación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir sobre ellas, porque ya sucedieron al igual que sus efectos.

Es transeccional correlacional ya que este diseño describe relaciones entre dos o más variables en un determinado contexto, a veces únicamente en términos correlaciónales, en un tiempo único, su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado, en este tipo de estudios lo primero que se hace es medir cada una de las variables analizando posteriormente su vinculación, la utilidad de un estudio así es que permite conocer cómo podría comportarse una variable influenciada por otra u otras teniendo un valor explicativo.

$$X_1 \rightarrow Y_1$$

Uno de los riesgos del tipo de investigación es encontrarse con que tiene una correlación espuria (falsa), que sería en el caso en que se crea que dos variables estén aparentemente relacionadas, pero después de realizada la investigación resulte que no tienen relación.

$$X_1 \ \emptyset \ Y_1$$

2. VARIABLES

2.1. ESTEREOTIPO. -

Los estereotipos serán entendidos como un conjunto de creencias, ideas o afirmaciones positivas o negativas funcionales psicología y socialmente, establecidos en el pensamiento u opinión de un determinado grupo. (Maric, 2001; Páez, 2003; Espinosa, 2010; Aguilar, 2011; Maric, 2015)

2.2. AUTOESTIMA. -

La autoestima será entendida como la visión profunda y la autovalia que se tenga de sí mismo relacionada con la aceptación positiva o negativa de la propia identidad y la capacidad de aceptación de los demás. (Brandem, 1995; Contreras, Soto, 2007, Roca, 2015).

2.3.OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES. -

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENCIONES	INDICADORES	UNIDAD DE MEDIDA
Estereotipos	Estereotipo es una idea o creencia que fija la imagen atribuida a un grupo. Normalmente es compartida o consensuada, se transmite y se aprende y se usa para sobre simplificar la imagen del otro sin profundizar en ella.	Conjunto de creencias, ideas o afirmaciones positivas o negativas establecidas en el pensamiento u opinión de un determinado grupo con respecto al endogrupo (bolivianos) y al exogrupo (chilenos).	**Estereotipos Valores** **Estereotipos Contravalores**	Afirmaciones positivas de los bolivianos hacia los bolivianos. Afirmaciones positivas de los bolivianos hacia los chilenos. Afirmaciones negativas de los bolivianos hacia los bolivianos. Afirmaciones negativas de los bolivianos hacia los chilenos.	**Valoración en escala de diferencial semántico: "Solidarios -Egoístas"** **1= Solidarios** **4= Ni solidarios, ni egoístas.** **7= Egoístas**
Autoestima	La autoestima es la actitud de la persona con respecto a ella misma, constituyendo el componente evaluativo del auto-concepto (valoración global que una persona realiza sobre sí).	La autoestima será entendida como la visión profunda y la autovalia que se tenga de sí mismo relacionada con la aceptación positiva o negativa de la propia identidad y la capacidad de aceptación de los demás.	**Autoestima Alta** **Autoestima Media** **Autoestima Baja**	Autoevaluación positiva de sí mismo. Autoevaluación ni positiva, ni negativa de sí mismo. Autoevaluación negativa de sí mismo.	Puntaje de 30 a 40 Puntaje de 20 a 30 Puntaje <10>

3. POBLACION Y MUESTRA. -

La población que se tomara en cuenta para la presente investigación, son los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y estudiantes de la Universidad Pública de El Alto.

3.1. MUESTRA. -

La muestra estará constituida por 200 estudiantes universitarios, su selección es de tipo no probabilística o intencionada de tipo estratificada con asignación fija. Este tipo de muestra es útil para estudios de perspectiva fenomenológica donde el objetivo es analizar los significados de un determinado grupo social.

$$n = \frac{pqz^2}{\partial^2}$$

Donde

n: Tamaño de muestra

p: Proporción a favor de la alternativa deseada

q: Proporción en contra de la alternativa deseada

z: Percentil de la curva Normal de Gauss para la confiabilidad requerida

δ: Margen de error

La Muestra calculada es de 200 que responde a un nivel de confianza del 95% y un margen de error menor al 5% y un incremento por errores no muestrales.

Este tipo de muestra no requiere un tamaño específico, sin embargo, se vio la necesidad de dividir la muestra en dos grupos con la misma cantidad de personas: 100 estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y 100 estudiantes de la Universidad Púbica de El Alto.

4. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION.-

4.1. Estereotipos. -

Para medir el impacto de la variable "Estereotipos", se utilizarán los capítulos de: "Describiendo a los bolivianos" y "Describiendo a los chilenos" del cuestionario de "IDENTIDAD NACIONAL COMO FUENTE DE BIENESTAR SUBJETIVO Y SOCIAL" realizado por Espinoza & Tapia (2011) mismo que ha sido utilizado en estudios similares en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú y Venezuela.

La escala consta de 23 ítems, que comprenden una lista de adjetivos positivos y sus respectivos antónimos, la versión utilizada de la escala, es la versión desarrollada para Chile, sobre la cual se desarrollaron adaptaciones para actualizar semánticamente algunos adjetivos del cuestionario a las realidades bolivianas en el estudio.

La escala de respuestas por ítem está estructurada como un diferencial semántico de 7 puntos, donde los participantes deberán marcar el número que más se acerque al adjetivo que cran que es distintivo de las personas de su país (Bolivia) y del país extranjero (Chile). Entonces, en la dupla de adjetivos "solidarios-egoístas": 1 sería el acuerdo con que los miembros del endogrupo o exogrupo son muy solidarios; 4 sería el acuerdo con que los miembros del endo o exogrupo no son ni solidarios, ni egoístas, y 7, el acuerdo con que los miembros del endo o exogrupo son muy egoístas.

La escala tiene una consistencia interna aceptable (alfa fe Cronbach < 0,80).

4.2. Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR). -

Cuestionario para explorar la autoestima personal entendida como los sentimientos de valía personal y de respeto a sí mismo, es un instrumento ampliamente utilizado en investigaciones psicológicas y psiquiátricas, siendo de fácil aplicación es uno de instrumentos más utilizados para la evaluación de la autoestima global y se homólogo en diversas culturas y leguajes.

Fue desarrollada originalmente por Rosenberg (1965) para la evaluación de la autoestima en adolescentes. Está compuesta por 10 ítems cuyos contenidos se centran en los sentimientos de respeto y aceptación de sí mismo/a.

La mitad de los ítems están enunciados positivamente y la otra mitad negativamente. Aunque en sus inicios fue diseñada como escala de Guttman, posteriormente su puntuación se ha venido a utilizar habitualmente como escala tipo Likert, donde los ítems se responden en una escala de cuatro puntos (1= Muy de acuerdo, 2= De acuerdo, 3= En desacuerdo, 4= Totalmente en desacuerdo).

Para su corrección se invierten las puntuaciones de los ítems enunciados negativamente y posteriormente se suman todos los ítems, oscilando la puntuación total, por tanto, entre 10 y 40. (Ver anexo A)

La escala ha sido traducida y validada al castellano, la consistencia interna de las escalas se encuentra entre 0.76 y 0.87, la fiabilidad es de 0.80.

5. PROCEDIMIENTO. -

Se contactó a docentes de las universidades señaladas, con el fin de obtener los permisos correspondientes para la aplicación del cuestionario en sus respectivos horarios de clase. Obtenida la autorización se solicitó a los estudiantes su participación. Habiendo accedido los mismos, se les aclaró aspectos sobre el anonimato, confidencialidad, y tratamiento analítico que se realizará con los datos obtenidos.

El cuestionario fue auto-administrado, se les entregó la escala a los respondientes indicándoles cómo deberían responder en cada ítem y como este deberían marcar las respuestas respecto a cada afirmación, la que mejor describa su reacción.

Durante la aplicación siempre estuvo la investigadora presente para absolver las dudas de los participantes.

Una vez obtenidas los 200 cuestionarios respondidos, se procedió a la revisión de cada una de ellas para comprobar que no hubiera ítems sin responder ya que eso podría influir en los resultados, posteriormente, se procedió a la transcripción de los resultados en el programa EXCEL, para luego hacer un análisis estadístico en el sistema SPSS. El test que mide los estereotipos, se procesó mediante un análisis multivariable factorial de componentes principales (ACP) con el fin de poder encontrar categorías principales (Moralidad, Calidez, competencia y nacionalismo ideal), de manera que se reduzcan las variables y guiar los resultados a los conceptos que se tienen, para posteriormente realizar la correlación correspondiente entre los resultados obtenidos y la autoestima medida con la escala de Rosenberg; para ello se utilizó el análisis de correlación de Pearson. También se realizó un análisis de comparación de medias para las distintas variables independientes (universidad, sexo, edad y nivel socio económico mediante la prueba estadística de ANOVA.

Una vez obtenidos los resultados estadísticos, se procedió al análisis cualitativo de los mismos, que son presentados a continuación.

CAPITULO IV

1. PRESENTACION DE RESULTADOS

1.1. DATOS GENERALES. -

Tabla 1

		UNIVERSIDAD					
		UMSA		UPEA		Total	
		Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas
SEXO DEL INFORMANTE	MASCULINO	23	23,0%	23	23,0%	46	23,0%
	FEMENINO	77	77,0%	77	77,0%	154	77,0%
	Total	100	100,0%	100	100,0%	200	100,0%
EDAD	DE 18 A 22	49	49,0%	57	57,0%	106	53,0%
	DE 23 A 29	45	45,0%	34	34,0%	79	39,5%
	30 Y MAS	6	6,0%	9	9,0%	15	7,5%
	Total	100	100,0%	100	100,0%	200	100,0%
NIVEL SOCIOECONÓMICO AUTOPERCIBIDO	BAJO	0	0,0%	3	3,0%	3	1,5%
	MEDIO BAJO	9	9,0%	12	12,0%	21	10,5%
	MEDIO	70	70,0%	69	69,0%	139	69,5%
	MEDIO ALTO	20	20,0%	16	16,0%	36	18,0%
	ALTO	1	1,0%	0	0,0%	1	0,5%
	Total	100	100,0%	100	100,0%	200	100,0%

1.1.1. SEXO:

Se puede apreciar que en ambas universidades coinciden la cantidad de participantes mujeres y hombres.

1.1.2. EDAD:

Tabla 2

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
edad	200	18	46	23,51	4,029

Se puede observar que las edades de los estudiantes, oscilan entre 18 a 46 años de edad, sin embargo, el grupo de edad con más participación en la encuesta es de 18 a 22 años con el 49,0%. El promedio de la edad es de 23,51 años y tiene una variabilidad de 17% que significa un valor ($CV=\sigma/\mu*100$).

Tabla 3

UNIVERSIDAD	Media	Desviación estándar
UMSA	23,70	3,280
UPEA	23,31	4,668
Total	23,51	4,029

No existe diferencia significativa para la edad entre la UMSA y UPEA (t=0,684, p=0,495)

Grafico 1

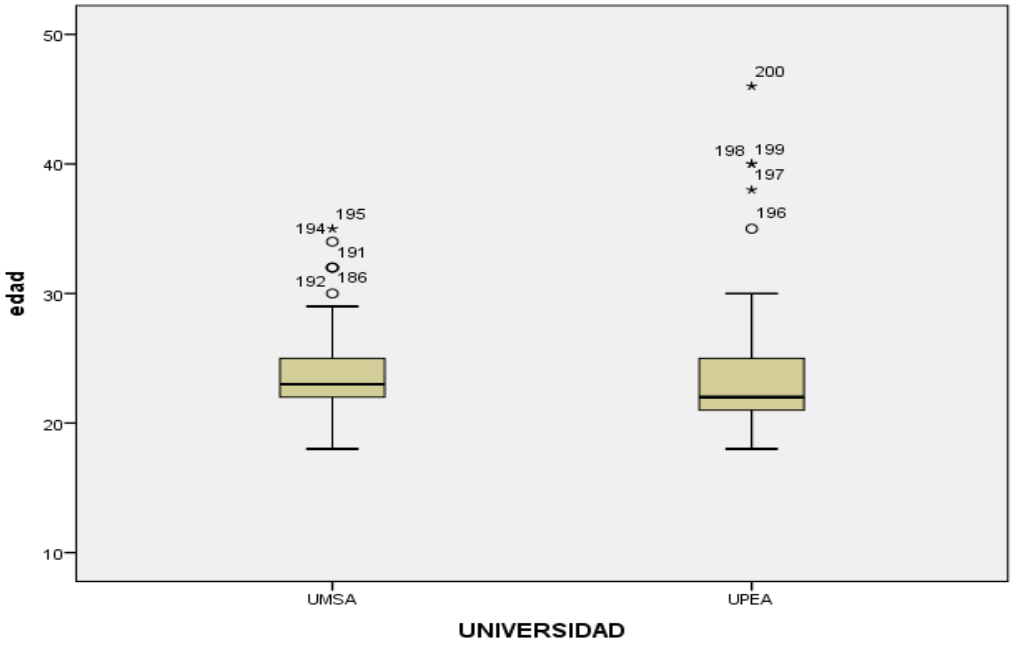
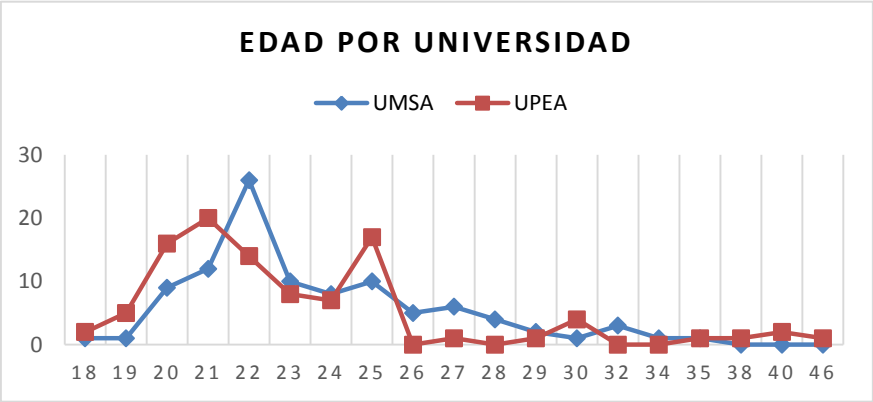
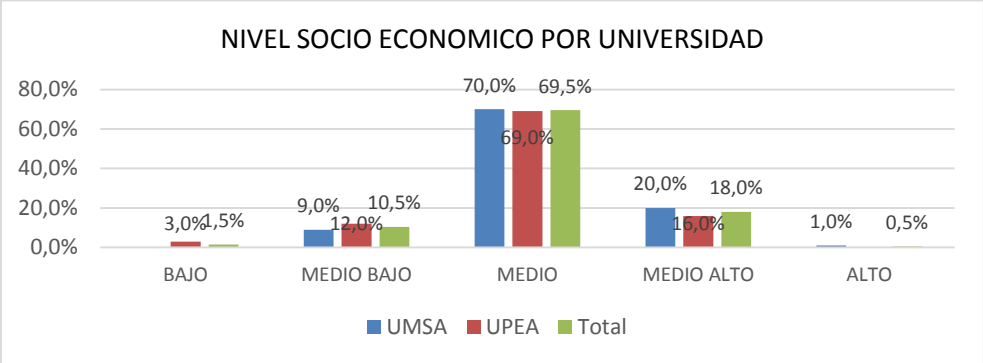


Grafico 2



1.1.3. NIVEL SOCIO-ECONOMICO:

Grafrico 3



Se puede observar que un 70% de los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés dicen pertenecer a un nivel socio-económico Medio, que no existen personas de nivel socio-económico Bajo y tan solo una se considera de nivel socio-económico Alto. También se observa que un 69% de los estudiantes de la Universidad Pública de El Alto dicen pertenecer a un nivel socio-económico Medio, que no existen personas de nivel socio-económico Alto y 3 se consideran de nivel socio-económico Bajo.

Efectuada la prueba de que existe diferencia entre los niveles socioeconómicos por universidad, se encuentra que no existe diferencia significativa, la hipótesis de que estas variables son independientes no es rechazada (Chi cuadrada= 4.88, $p>0.05$).

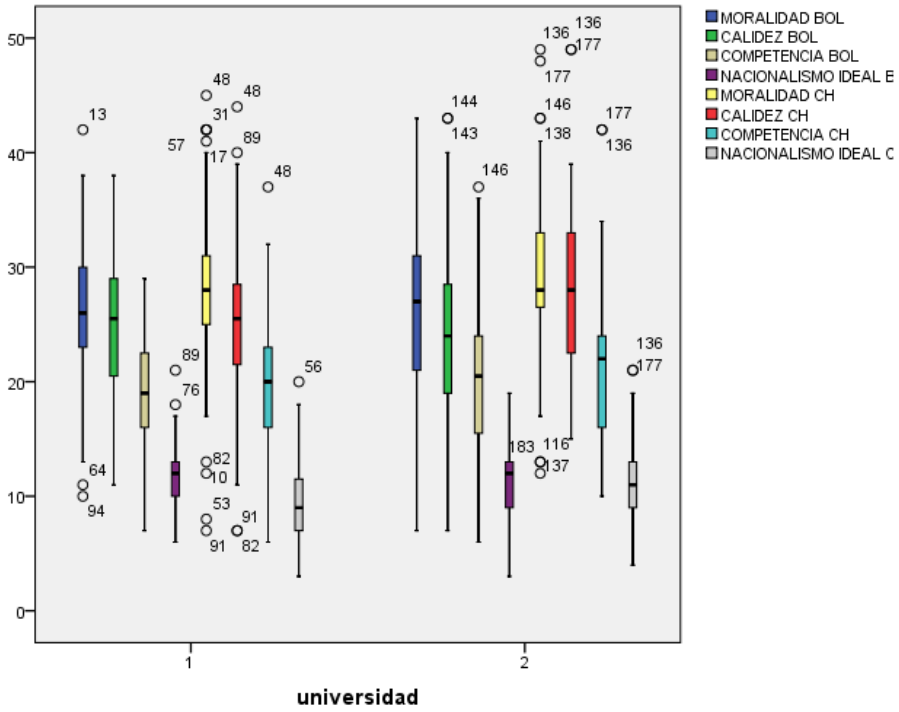
1.2.RESULTADOS ESTEREOTIPOS. -

Gracias a un análisis estadístico multivariable factorial de componentes principales (ACP), se categorizaron las respuestas en los siguientes estereotipos:

Se puede observar en el siguiente cuadro valores de los promedios para cada estereotipo, extraídos de la suma del número de preguntas por el número de respuestas que conforman cada uno (nº de preguntas x 7).

ESTEREOTIPO	Nº de PREGUNTAS	PROMEDIO
Moralidad	7	24,5
Calidez	7	24,5
Competencia	6	21
Nacionalismo Ideal	3	10,5

Grafico 4



El grafico muestra el grado de diferencias significativas y no significativas que existen en los estudiantes universitarios de la Universidad Mayor de San Andrés y de la Universidad Pública de El Alto en cuanto a los estereotipos y los valores y contravalores que estos representan.

Para un mayor entendimiento de dichos resultados, se muestra a continuación un desglose por estereotipo tomando en cuenta primeramente al endogrupo (bolivianos) y posteriormente al exogrupo (chilenos).

1.2.1. ESTEREOTIPOS ENDOGRUPALES. -

Tabla 4

UNIVERSIDAD		MORALIDAD BOL	CALIDEZ BOL	COMPETENCIA BOL	NACIONALISMO IDEAL BOL
UMSA	Media	*26,2400*	*25,0400*	*19,0900*	*11,9100*
	Desv. típ.	*6,36137*	*5,89970*	*4,88679*	*2,59407*
UPEA	Media	*26,3100*	*24,1600*	*20,1700*	*11,3900*
	Desv. típ.	*7,59279*	*7,79759*	*7,36502*	*3,29951*
Total	Media	*26,2750*	*24,6000*	*19,6300*	*11,6500*
	Desv. típ.	*6,98666*	*6,91077*	*6,25771*	*2,97181*

Tabla 5

	F	Sig.
MORALIDAD BOL	***0,005***	***0,944***
CALIDEZ BOL	***0,810***	***0,369***
COMPETENCIA BOL	***1,493***	***0,223***
NACIONALISMO IDEAL BOL	***1,535***	***0,217***

1.2.1.1.MORALIDAD BOLIVIANOS:

Promedio final: 26, 275

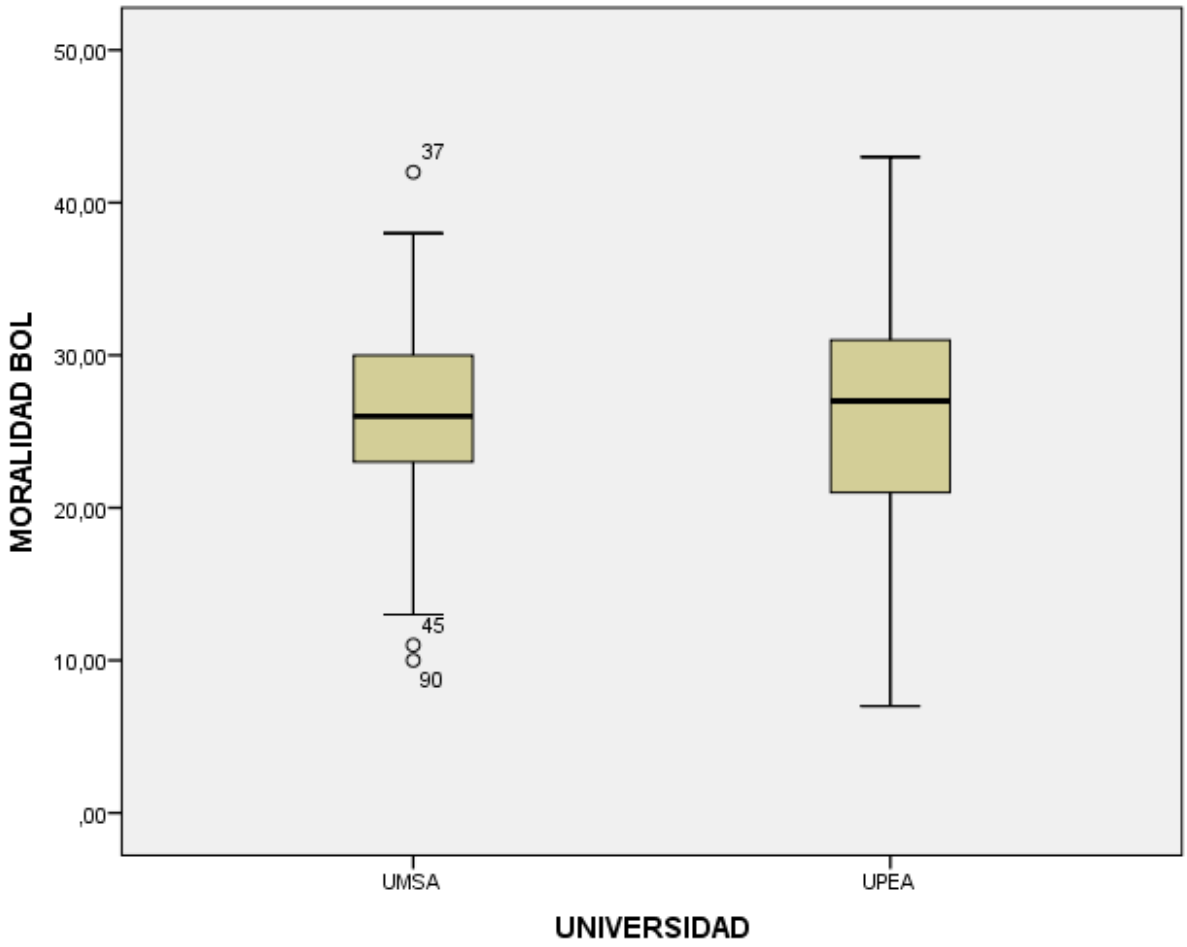
Diferencia de promedios: UMSA: 26,24 **Inferencial: (**F= 0,005; p= 0,944)

UPEA: 26,31

Efectuado el análisis inferencial, los resultados estadísticos muestran que no existe una diferencia significativa en la formulación del estereotipo Moralidad de los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y los de la Universidad Pública de El Alto, además que el promedio de ambas universidades está por encima de 24,5 que es el promedio según el número de preguntas que componen dicho estereotipo, lo que significa que estudiantes de ambas universidades muestran una contravaloración

estereotípica considerando a los bolivianos poco morales, pudiendo observarse algunos casos atípicos positivos y negativos en las respuestas de universitarios de la UMSA, tal y como se puede ver en el siguiente gráfico en el cual también se muestra que la homogeneidad en las opiniones de estudiantes de la UMSA es mayor que de la UPEA, teniendo una variabilidad de 27% que significa un valor (CV=σ/μ*100).

Grafico 5



1.2.1.2. CALIDEZ BOLIVIANOS:

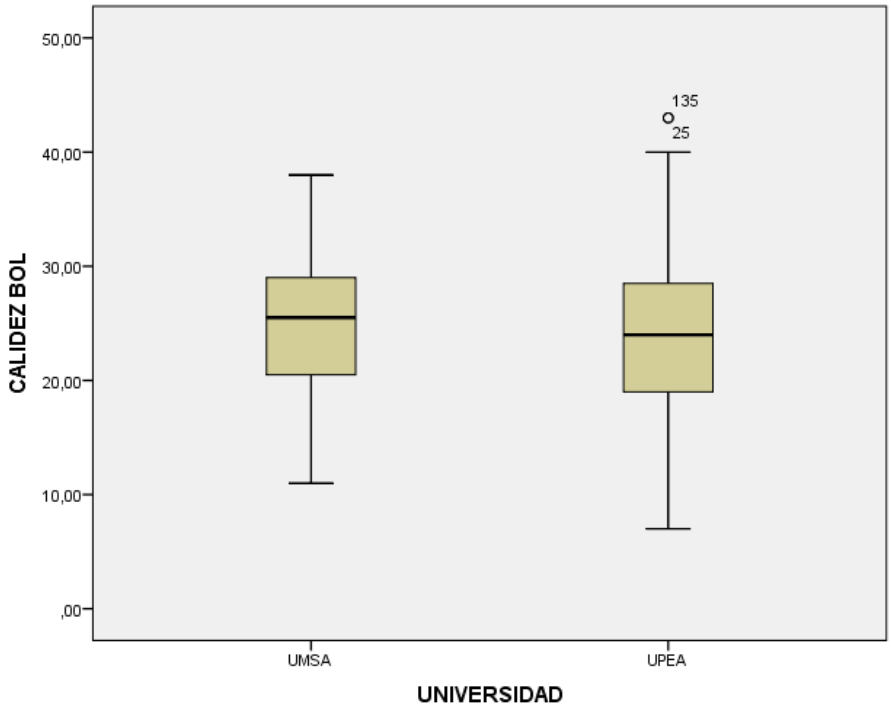
Promedio final: 24, 60

Diferencia de promedios: UMSA: 25,04 **Inferencial: (**F= 0,814; p= 0,368)

UPEA: 24,16

Efectuado el análisis inferencial, los resultados estadísticos muestran que no existe una diferencia significativa en la formulación del estereotipo Calidez de los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y los de la Universidad Pública de El Alto, además que el promedio de ambas universidades está ligeramente por encima de 24,5 que es el promedio según el número de preguntas que componen dicho estereotipo, lo que significa que estudiantes muestran una ligera contravaloración estereotípica considerando a los bolivianos ni tan cálidos ni tan fríos, pudiendo observarse algunos casos atípicos negativos en las respuestas de universitarios de la UPEA, tal y como se puede ver en el siguiente gráfico en el cual también se muestra que la homogeneidad en las opiniones de estudiantes de ambas universidades es similar, teniendo una variabilidad de 28% que significa un valor (CV=σ/μ*100)

Grafico 6



1.2.1.3. COMPETENCIA BOLIVIANOS. -

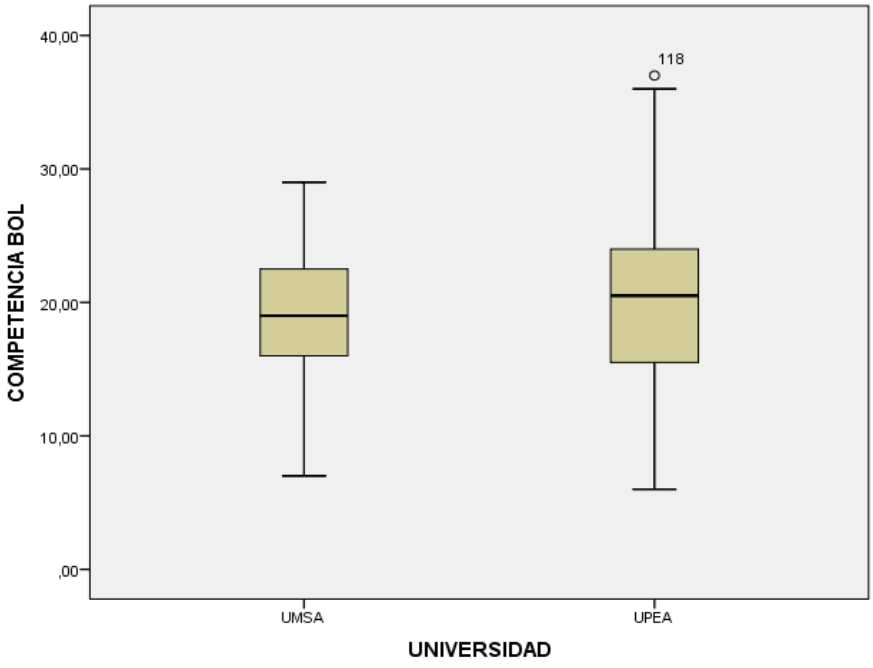
Promedio final: 19, 63

Diferencia de promedios: UMSA: 19,09 **Inferencial: (**F= 1,493; p = 0,225)

UPEA: 20,17

Efectuado el análisis inferencial, los resultados estadísticos muestran que no existe una diferencia significativa en la formulación del estereotipo Competencia de los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y los de la Universidad Pública de El Alto, además que el promedio de ambas universidades está por debajo de 21 que es el promedio según el número de preguntas que componen dicho estereotipo, lo que significa que los estudiantes muestran una valoración estereotípica positiva considerando a los bolivianos como competentes, pudiendo observarse un caso atípico negativo en la UPEA, tal y como se puede ver en el siguiente gráfico en el cual también se muestra que la homogeneidad en las respuestas de estudiantes de la UMSA es mayor que de la UPEA, teniendo una variabilidad de 32% que significa un valor (CV=σ/μ*100).

Grafico 7



1.2.1.4. NACIONALISMO IDEAL BOLIVIANOS. -

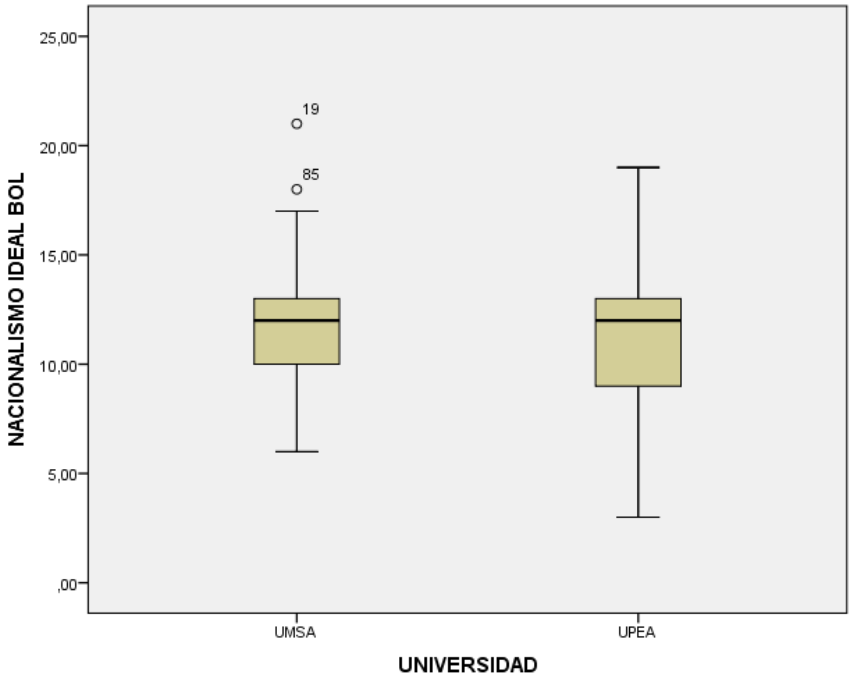
Promedio final: 11, 65

Diferencia de promedios: UMSA: 11,91 **Inferencial: (**F= 1,535; p= 0,217)

UPEA: 11,39

Efectuado el análisis inferencial, los resultados estadísticos muestran que no existe una diferencia significativa en la formulación del estereotipo Nacionalismo Ideal de los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y la de los estudiantes de la Universidad Pública de El Alto, además que el promedio de ambas universidades está por encima de 10,5 que es el promedio según el número de preguntas que componen dicho estereotipo, lo que significa que los estudiantes muestran una valoración estereotípica negativa considerando a los bolivianos como poco nacionalistas, pudiendo observarse casos atípicos negativos en las respuestas de universitarios de la UMSA, tal y como se muestra en el siguiente gráfico en el cual también se puede ver que la homogeneidad en las respuestas de estudiantes de la UMSA es mayor que de la UPEA, teniendo una variabilidad de 25% que significa un valor (CV=σ/μ*100).

Grafico 8



1.2.2. ESTEREOTIPOS EXOGRUPALES

Tabla 6

UNIVERSIDAD		MORALIDAD CH	CALIDEZ CH	COMPETENCIA CH	NACIONALISMO IDEAL CH
UMSA	Media	*27,9800*	*25,1700*	*19,4100*	*9,3000*
	Desv. típ.	*6,85047*	*6,45584*	*5,57791*	*3,36200*
UPEA	Media	*29,4500*	*27,5500*	*21,4200*	*11,3700*
	Desv. típ.	*6,81854*	*7,18497*	*6,25256*	*3,50945*
Total	Media	*28,7150*	*26,3600*	*20,4150*	*10,3350*
	Desv. típ.	*6,85703*	*6,91662*	*5,99521*	*3,58147*

Tabla 7

	F	Sig.
MORALIDAD CH	*2,313*	*,130*
CALIDEZ CH	*6,071*	*,015*
COMPETENCIA CH	*5,755*	*,017*
NACIONALISMO IDEAL CH	*18,142*	*,000*

1.2.2.1 MORALIDAD CHILENOS:

Promedio final: 28, 715

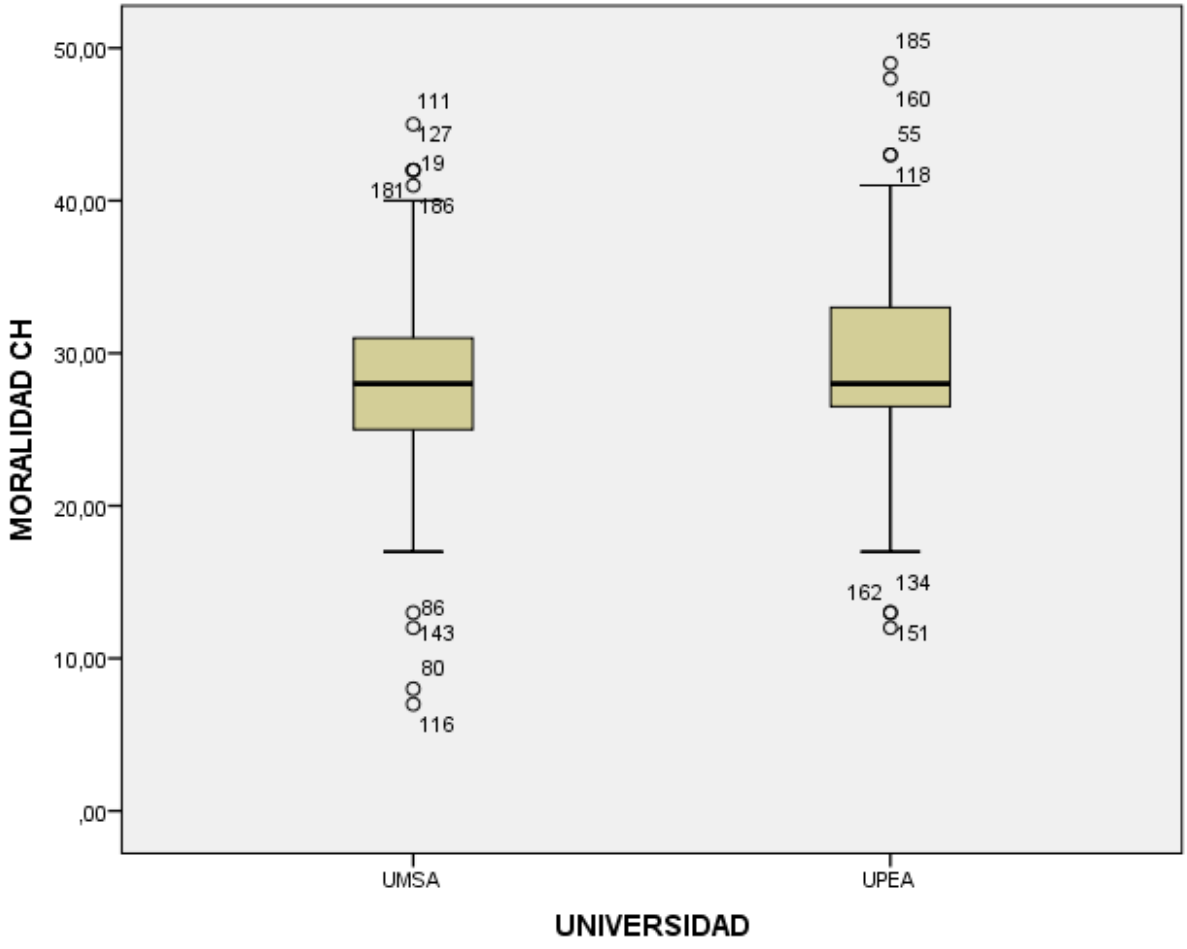
Diferencia de promedios: UMSA: 27,98 **Inferencial: (**F= 2,313; p= 0,130)

UPEA: 29,45

Efectuado el análisis inferencial, los resultados estadísticos muestran que no existe una diferencia significativa en la formulación del estereotipo Moralidad de los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y los de la Universidad Pública de El Alto, además que el promedio de ambas universidades está por encima de 24,5 que es el promedio según el número de preguntas que componen dicho estereotipo, lo que significa que estudiantes de ambas universidades muestran una contravaloración estereotípica considerando a los chilenos más Antimorales que Morales, pudiendo observarse algunos casos atípicos positivos y negativos en las respuestas de universitarios de ambas instituciones, tal y como se puede ver en el siguiente gráfico el cual también se muestra que la homogeneidad en las opiniones de estudiantes de ambas

universidades es similar, teniendo una variabilidad de 24% que significa un valor (CV=σ/μ*100).

Grafico 9



1.2.2.2. CALIDEZ CHILENOS:

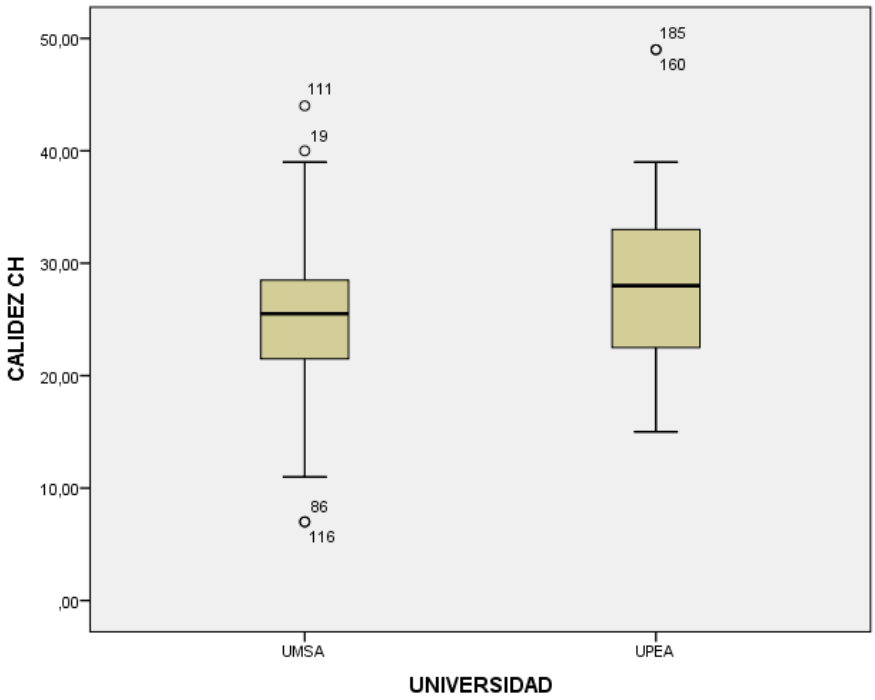
Promedio final: 26, 36

Diferencia de promedios: UMSA: 25,17 **Inferencial: (**F= 6,071; p= 0,015)

UPEA: 27,55

Efectuado el análisis inferencial, los resultados estadísticos muestran que existe una diferencia significativa en la formulación del estereotipo Calidez de los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y los de la Universidad Pública de El Alto, además que el promedio de ambas universidades está por encima de 24,5 que es el promedio según el número de preguntas que componen dicho estereotipo, lo que significa que estudiantes muestran una contravaloración estereotípica considerando a los chilenos fríos, pudiendo observarse algunos casos atípicos positivos y negativos en las respuestas de universitarios de ambas instituciones, tal y como se puede ver en el siguiente gráfico en el cual también se muestra que la homogeneidad en las opiniones de estudiantes de la UMSA es mayor ambas que la de la UPEA, teniendo una variabilidad de 26% que significa un valor (CV=σ/μ*100).

Grafico 10



1.2.2.3. COMPETENCIA CHILENOS-

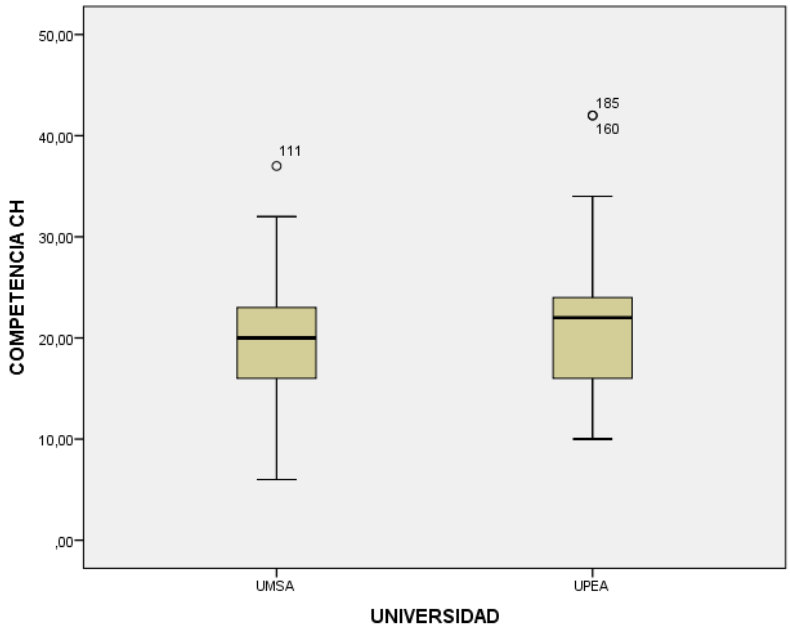
Promedio final: 20, 415

Diferencia de promedios: UMSA: 19,41 **Inferencial: (**F= 5,755; p= 0,041)

UPEA: 21,42

Efectuado el análisis inferencial, los resultados estadísticos muestran que existe una diferencia significativa en la formulación del estereotipo Competencia de los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y los de la Universidad Pública de El Alto, además que el promedio de ambas universidades está por debajo de 21 para la UMSA y por encima para la UPEA que es el promedio según el número de preguntas que componen dicho estereotipo, lo que significa que los estudiantes de la primera muestran una valoración estereotípica positiva considerando a los chilenos como competentes y negativa para la segunda considerando a los chilenos como poco competentes, pudiendo observarse casos atípicos positivos y negativos en las respuestas de los estudiantes de ambas instituciones, tal y como se puede ver en el siguiente gráfico en el cual también se muestra que la homogeneidad en las respuestas de estudiantes de la UMSA es ligeramente mayor que de la UPEA, teniendo una variabilidad de 29% que significa un valor (CV=σ/μ*100).

Grafico 11



1.2.2.4. NACIONALISMO IDEAL CHILENOS. -

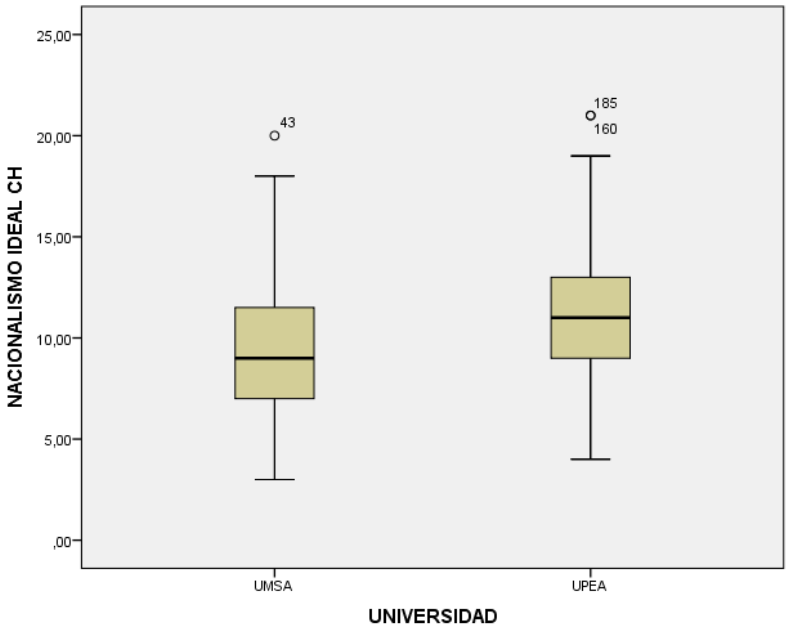
Promedio final: 10, 335

Diferencia de promedios: UMSA: 09,3 **Inferencial: (**F= 18,142; f= 0,050)

UPEA: 11,37

Efectuado el análisis inferencial, los resultados estadísticos muestran que existe una diferencia significativa en la formulación del estereotipo Nacionalismo Ideal de los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y la de los estudiantes de la Universidad Pública de El Alto, además que el promedio de la UMSA está por debajo de 10,5 y el de la UPEA por encima, que es el promedio según el número de preguntas que componen dicho estereotipo, lo que significa que los estudiantes de la primera muestran una valoración estereotípica positiva considerando a los chilenos como Nacionalistas y los de la segunda muestran una valoración estereotípica negativa considerando a los chilenos como poco Nacionalistas, pudiendo observarse casos atípicos negativos en las respuestas de universitarios de la UMSA, tal y como se muestra en el siguiente gráfico en el cual también se puede ver que la homogeneidad en las respuestas de estudiantes de la UMSA y de la UPEA son similares, teniendo una variabilidad de 35% que significa un valor (CV=σ/μ*100).

Grafico 12

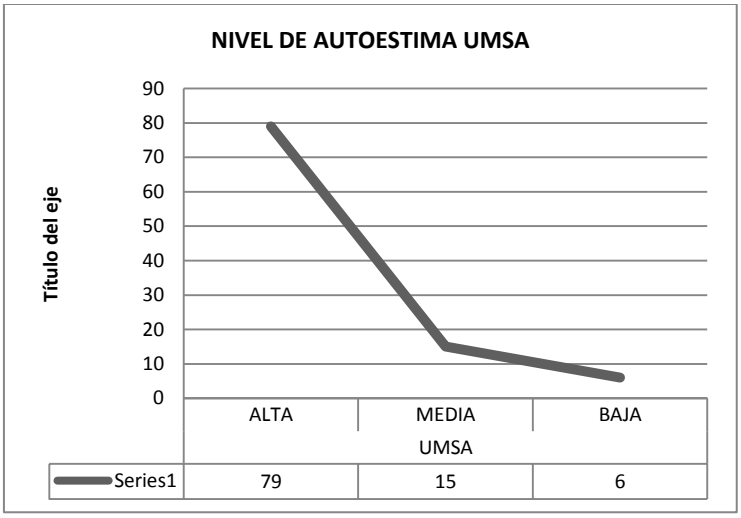


1.3.RESULTADOS AUTOESTIMA-

A continuación, se muestran los resultados que reflejan el nivel de Autoestima según el test de Rosemberg en los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y de la Universidad Pública de El Alto.

1.3.1. Nivel de Autoestima Estudiantes UMSA

Grafico 13



Los resultados muestran que el 79% de los estudiantes tienen una Autoestima Alta lo que significa que tienen una autoevaluación positiva de sí mismos, haciéndolos ser personas con capacidad de respeto y aceptación de ellos mismos y de los demás, se reflejando esta capacidad en el trato que tienen con su medio social, haciéndolos también menos propensos a trastornos causados por el déficit de autoestima.

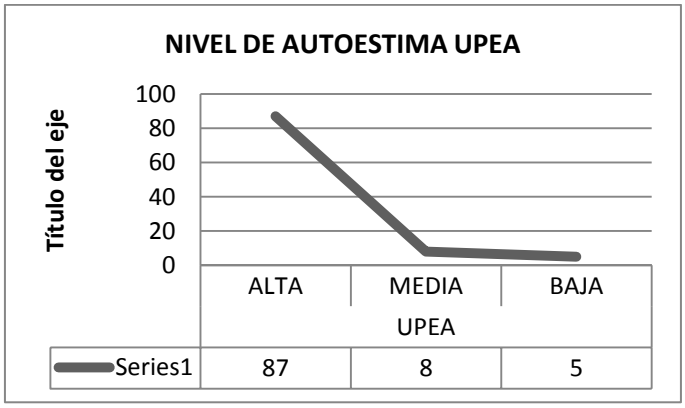
15 % de los estudiantes tienen una Autoestima Media lo que significa que tienen una autoevaluación neutral de sí mismos, son personas que tienen o no aceptación y respeto por ellas mismas, lo que se refleja también en su medio social.

Y el 6 % de los estudiantes tienen una Autoestima Baja lo que significa que tienen una autoevaluación negativa de sí mismos, lo que tiende a hacerlos personas con poca

tolerancia y aceptación de ellos mismos y de su medio social y también más propensos a trastornos causados por déficit de autoestima.

1.3.2. Nivel de Autoestima Estudiantes UPEA

Grafico 14



Los resultados muestran que el 87% de los estudiantes tienen una Autoestima Alta lo que significa que tienen una autoevaluación positiva de sí mismos, haciéndolos ser personas con capacidad de respeto y aceptación de ellos mismos y de los demás, se reflejando esta capacidad en el trato que tienen con su medio social, haciéndolos también menos propensos a trastornos causados por el déficit de autoestima.

8 % de los estudiantes tienen una Autoestima Media lo que significa que tienen una autoevaluación neutral de sí mismos, son personas que tienen o no aceptación y respeto por ellas mismas, lo que se refleja también en su medio social.

Y el 5 % de los estudiantes tienen una Autoestima Baja lo que significa que tienen una autoevaluación negativa de sí mismos, lo que tiende a hacerlos personas con poca tolerancia y aceptación de ellos mismos y de su medio social y también más propensos a trastornos causados por déficit de autoestima.

1.4. CORRELACIÓN ENTRE ESTEREOTIPOS Y AUTOESTIMA. -

A continuación, se muestran los resultados obtenidos gracias a un análisis de correlación de Pearson; para poder analizar la existencia de correlación de dos variables es necesario que se pruebe la hipótesis de la correlación nula, frente a la alternativa de correlación diferente que cero:

$$H_o: \rho=0$$

$$H_1: \rho\neq0$$

Existe una correlación de dos variables cuando el valor del coeficiente de Pearson es suficientemente alto y la significancia bilateral $p<0.025$.

Además, se muestran los resultados desglosados por estereotipo y nivel de autoestima, los mismos se interpretan de manera descriptiva e inferencial.

1.4.1. CORRELACION ESTEREOTIPOS BOLIVIANOS – AUTOESTIMA

Tabla 8

Autoestima Clasificada		MORALIDAD BOL	CALIDEZ BOL	COMPETENCIA BOL	NACIONALISMO IDEAL BOL
Bajo	N	11	11	11	11
	Media	26,8182	24,3636	19,3636	12,8182
Medio	N	22	22	22	22
	Media	24,0000	23,9545	18,5000	11,0000
Alto	N	167	167	167	167
	Media	26,5389	24,7006	19,7964	11,6587
Total	N	200	200	200	200
	Media	26,2750	24,6000	19,6300	11,6500

Haciendo una comparación entre el número de casos registrados en las clasificaciones de autoestima con las medias de la clasificación de los estereotipos, se encontró que descriptivamente: a menor autoestima los estereotipos tienen una tendencia negativa, sin embargo, interpretando los resultados inferencialmente, los mismos no tendrían un grado

de significancia, lo que significa que no se puede asegurar que un estereotipo negativo impactaría en la autoestima de manera igualmente negativa.

Tabla 9

	F	Sig.
MORALIDAD BOL * Autoestima Clasificada	1,323	0,269
CALIDEZ BOL * Autoestima Clasificada	0,119	0,888
COMPETENCIA BOL * Autoestima Clasificada	0,425	0,654
NACIONALISMO IDEAL BOL * Autoestima Clasificada	1,382	0,253

A continuación, se desglosan los resultados para un mejor entendimiento:

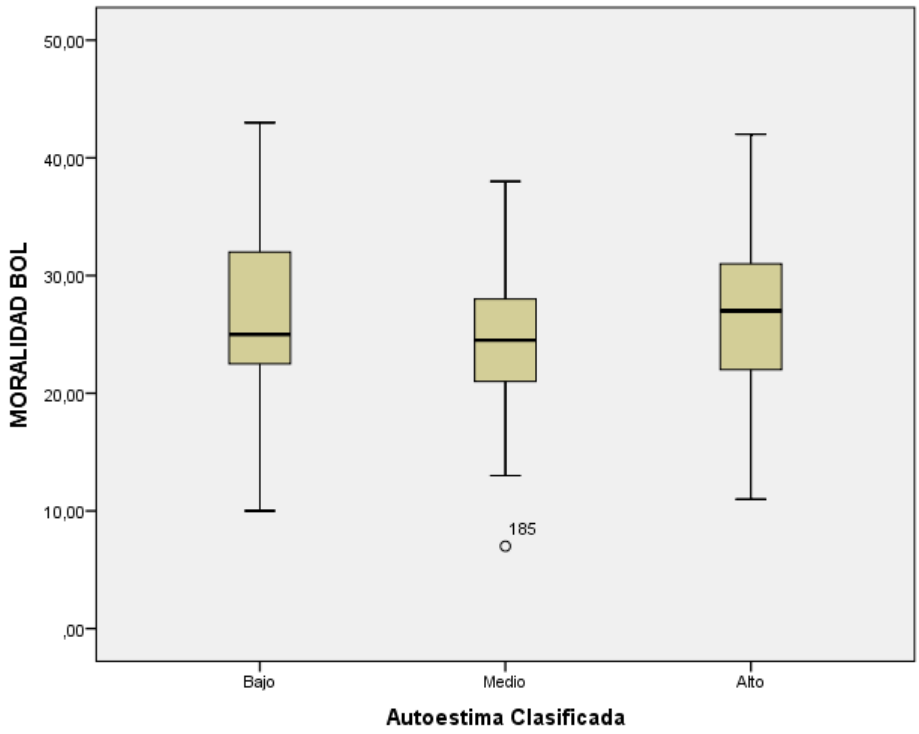
1.4.1.1.MORALIDAD BOLIVIANOS - AUTOESTIMA

Correlación de Pearson: -0,077 → **No existe Correlación**

Significancia Bilateral: 0,277

Si bien como se puede observar no existe un grado de correlación significativa entre el estereotipo moralidad bolivianos y la autoestima de los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y de la Universidad Pública de El Alto, los resultados descriptivos mostrarían que mientras más baja es la autoestima los estereotipos están más inclinados a una contravaloración, categorizando a los bolivianos como poco morales, sin embargo inferencialmente no existe una diferencia significativa entre los resultados (f=1,323;p=0,269), por lo que no se podría asegurar que una autoestima alta tiene relación con los estereotipos sociales con valoraciones positivas, lo que se puede observar mejor en el siguiente gráfico:

Grafico 15



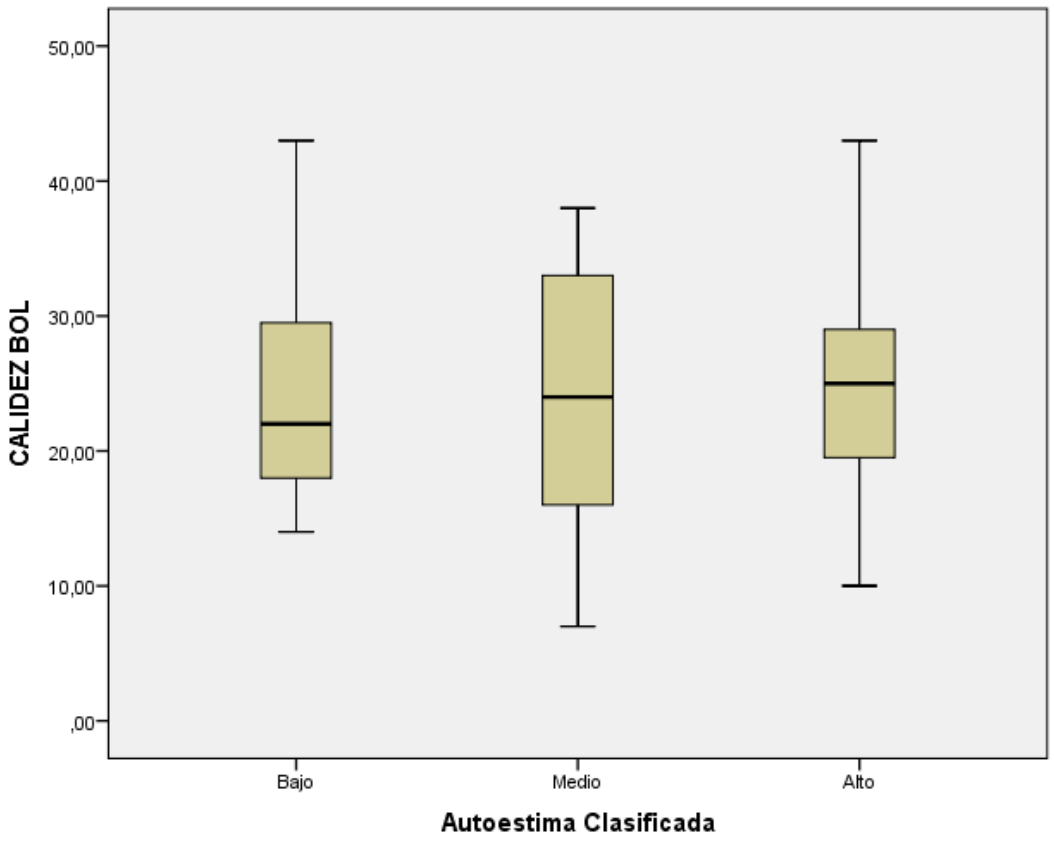
1.4.1.2.CALIDEZ BOLIVIANOS - AUTOESTIMA

Correlación de Pearson: -0,010 ⟶ **No existe Correlación**

Significancia Bilateral: 0,885

Si bien como se puede observar no existe un grado de correlación significativa entre el estereotipo de calidez bolivianos y la autoestima de los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y de la Universidad Pública de El Alto, los resultados descriptivos mostrarían que mientras más baja es la autoestima los estereotipos están más inclinados a una contravaloración, categorizando a los bolivianos como poco cálidos, sin embargo inferencialmente no existe una diferencia significativa entre los resultados (f=0,119; p=0,888), por lo que no se podría asegurar que una autoestima alta tiene relación con los estereotipos sociales con valoraciones positivas, lo que se puede observar mejor en el siguiente gráfico:

Grafico 16



1.4.1.3.COMPETENCIA BOLIVIANOS – AUTOESTIMA

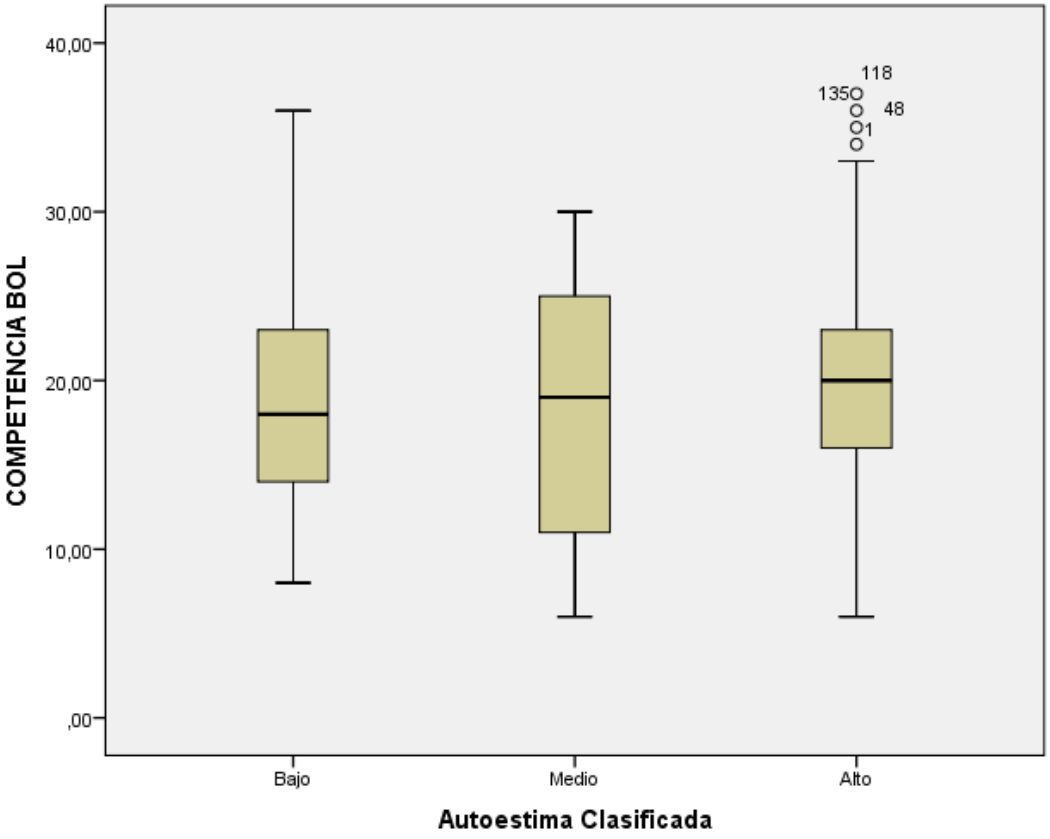
Correlación de Pearson: 0,18 → **No existe Correlación**

Significancia Bilateral: 0, 797

Si bien como se puede observar no existe un grado de correlación significativa entre el estereotipo de competencia bolivianos y la autoestima de los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y de la Universidad Pública de El Alto, los resultados descriptivos mostrarían que mientras más baja es la autoestima los estereotipos están más inclinados a una contravaloración, categorizando a los bolivianos como poco competentes, sin embargo inferencialmente no existe una diferencia significativa entre los resultados (f=0,425; p=0,654), por lo que no se podría asegurar que una autoestima alta tiene relación con los estereotipos sociales con valoraciones positivas, lo que se

puede observar mejor en el siguiente gráfico, donde también se pueden ver la existencia de algunos casos atípicos:

Grafico 17



1.4.1.4. NACIONALISMO IDEAL BOLIVIANOS – AUTOESTIMA

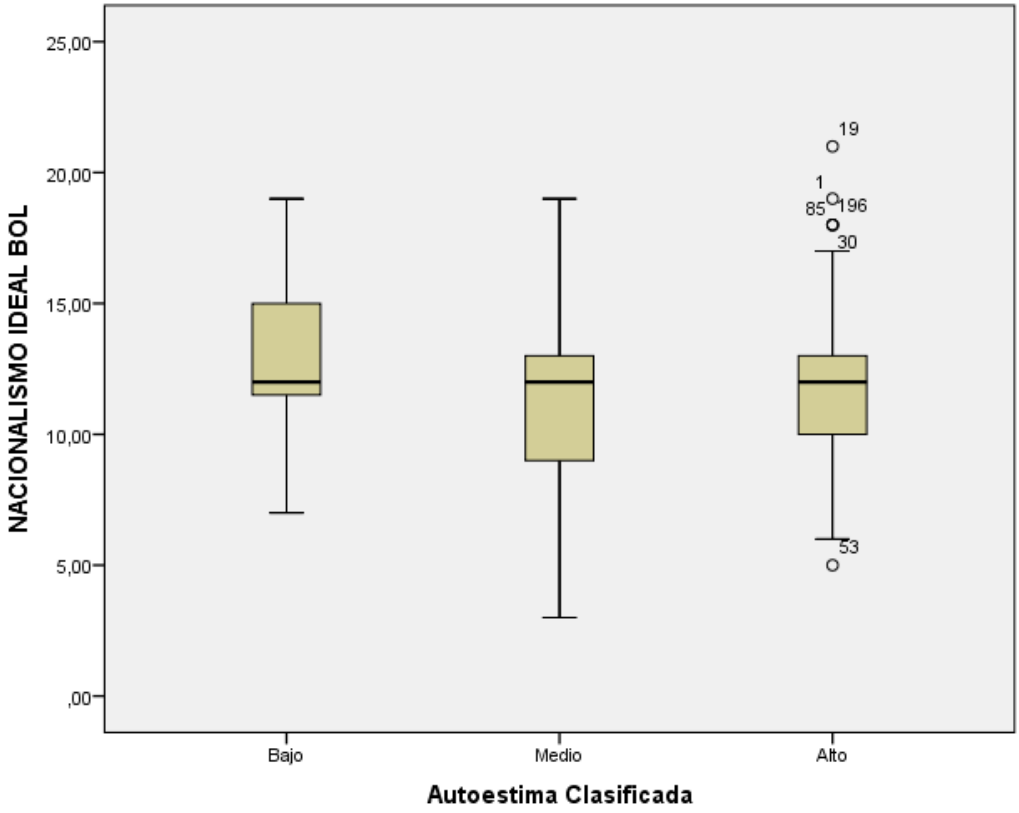
Correlación de Pearson: -0,012 ⟶ **No existe Correlación**

Significancia Bilateral: 0, 860

Si bien como se puede observar no existe un grado de correlación significativa entre el estereotipo de nacionalismo ideal bolivianos y la autoestima de los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y de la Universidad Pública de El Alto, los resultados descriptivos mostrarían que mientras más baja es la autoestima los estereotipos están más inclinados a una contravaloración, categorizando a los bolivianos como poco nacionalistas, sin embargo inferencialmente no existe una diferencia significativa entre los resultados (f=1,282; p=0,253), por lo que no se podría asegurar que una autoestima

alta tiene relación con los estereotipos sociales con valoraciones positivas, lo que se puede observar mejor en el siguiente gráfico en el que se pueden ver también algunos casos atípicos:

Grafico 18



1.4.2. CORRELACION ESTEREOTIPOS CHILENOS – AUTOESTIMA.-

Tabla 10

Autoestima Clasificada		MORALIDAD CH	CALIDEZ CH	COMPETENCIA CH	NACIONALISMO IDEAL CH
Bajo	N	11	11	11	11
	Media	30,7273	30,2727	23,4545	12,0909
Medio	N	22	22	22	22
	Media	27,8182	26,3636	18,6818	9,6364

Alto	N	167	167	167	167
	Media	28,7006	26,1018	20,4431	10,3114
Total	N	200	200	200	200
	Media	28,7150	26,3600	20,4150	10,3350

Haciendo una comparación entre el número de casos registrados en las clasificaciones de autoestima con las medias de la clasificación de los estereotipos, se encontró que descriptivamente: a menor autoestima los estereotipos tienen una tendencia negativa, sin embargo, interpretando los resultados inferencialmente, los mismos no tendrían un grado de significancia, lo que significa que no se puede asegurar que un estereotipo negativo impactaría en la autoestima de manera igualmente negativa.

Tabla 11

	F	Sig.
MORALIDAD CH * Autoestima Clasificada	0,660	0,518
CALIDEZ CH * Autoestima Clasificada	1,893	0,153
COMPETENCIA CH * Autoestima Clasificada	2,367	0,096
NACIONALISMO IDEAL CH * Autoestima Clasificada	1,758	0,175

A continuación, se desglosan los resultados para un mejor entendimiento:

1.4.2.1.MORALIDAD CHILENOS - AUTOESTIMA

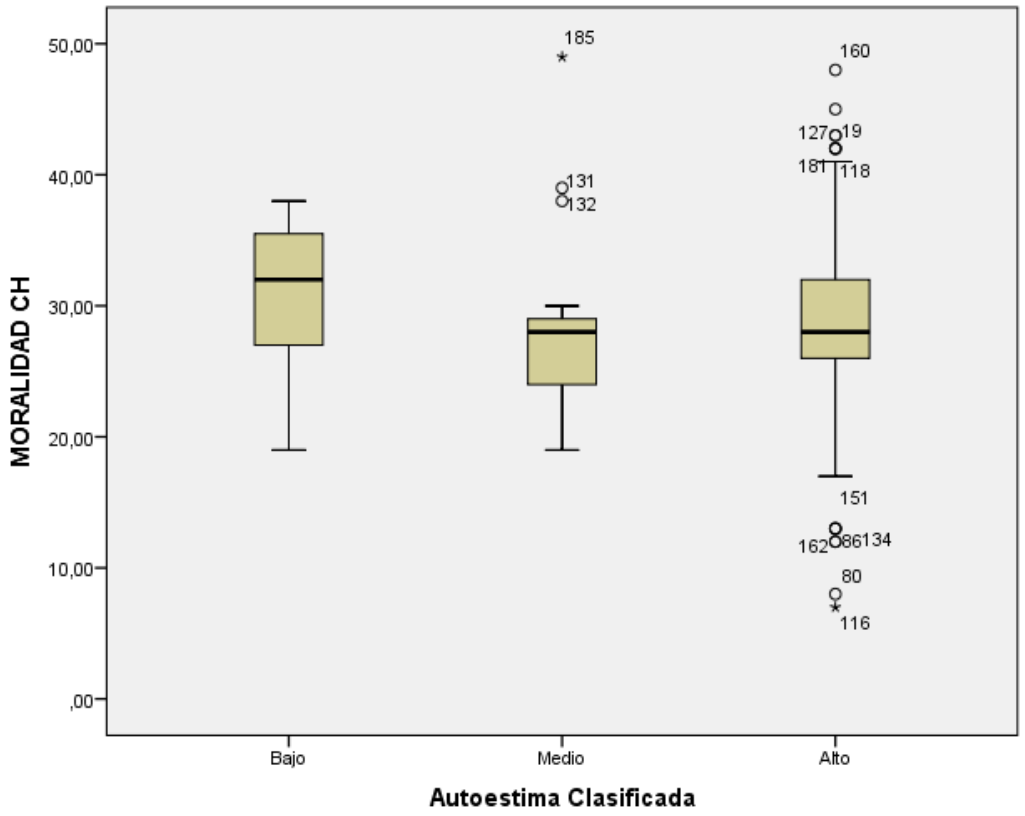
Correlación de Pearson: -0,039 ⟶ **No existe Correlación**

Significancia Bilateral: 0,585

Si bien como se puede observar no existe un grado de correlación significativa entre el estereotipo de moralidad chilenos y la autoestima de los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y de la Universidad Pública de El Alto, los resultados descriptivos mostrarían que mientras más baja es la autoestima los estereotipos están más inclinados a una contravaloración, categorizando a los chilenos como poco morales, sin embargo

inferencialmente no existe una diferencia significativa entre los resultados (f=0,660; p=0,518), por lo que no se podría asegurar que una autoestima alta tiene relación con los estereotipos sociales con valoraciones positivas, lo que se puede observar mejor en el siguiente gráfico en el que se pueden ver también algunos casos atípicos:

Grafico 19



1.4.2.2.

1.4.2.3.

1.4.2.4.

1.4.2.5.CALIDEZ CHILENOS - AUTOESTIMA

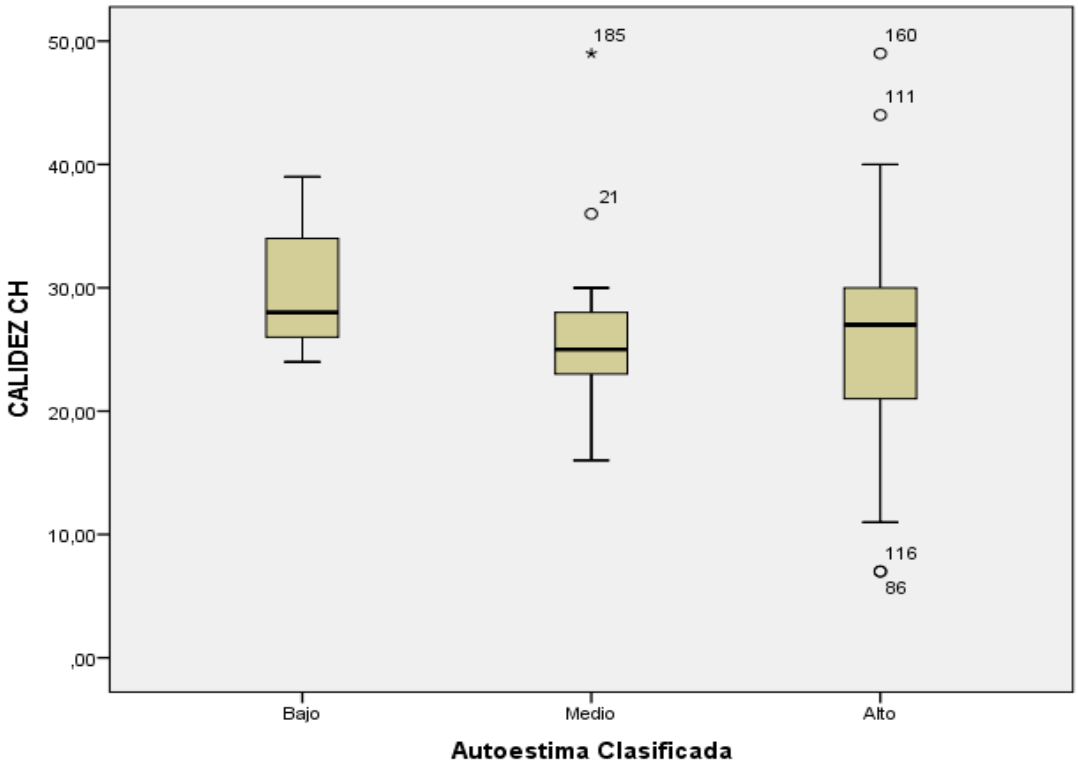
Correlación de Pearson: -0,030 ⟶ **No existe Correlación**

Significancia Bilateral: 0,671

Si bien como se puede observar no existe un grado de correlación significativa entre el estereotipo de calidez chilenos y la autoestima de los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y de la Universidad Pública de El Alto, los resultados descriptivos mostrarían que mientras más baja es la autoestima los estereotipos están más inclinados

a una contravaloración, categorizando a los chilenos como poco cálidos, sin embargo inferencialmente no existe una diferencia significativa entre los resultados (f=1,893; p=0,153), por lo que no se podría asegurar que una autoestima alta tiene relación con los estereotipos sociales con valoraciones positivas, lo que se puede observar mejor en el siguiente gráfico en el que se pueden ver también algunos casos atípicos:

Grafico 20



1.4.2.6. <u>COMPETENCIA CHILENOS – AUTOESTIMA</u>

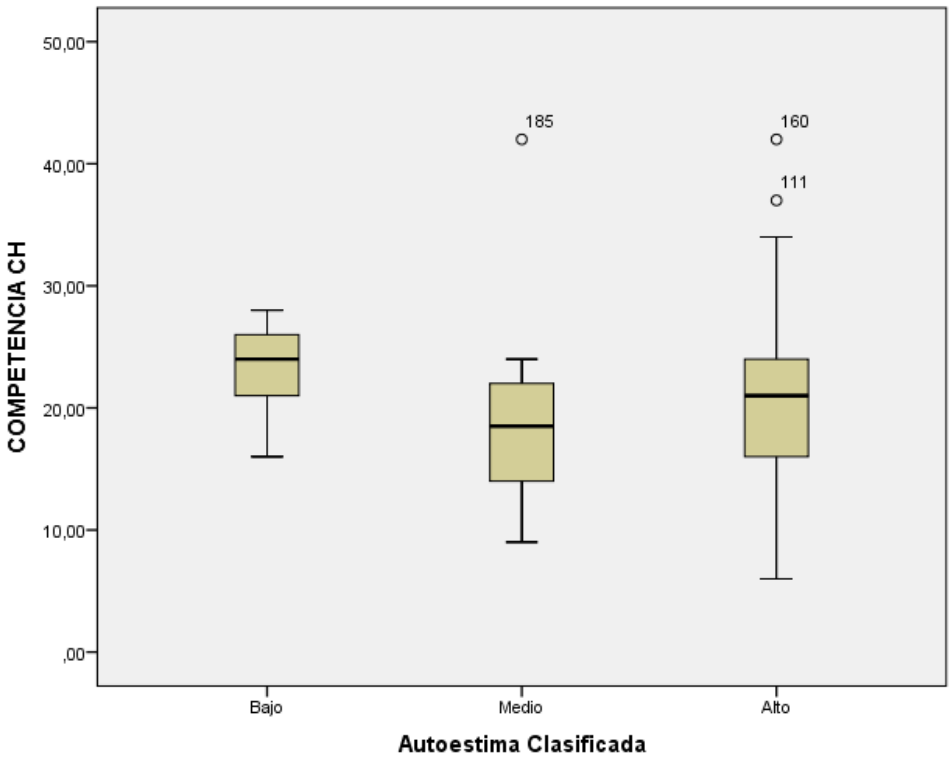
Correlación de Pearson: 0,003 ⟶ **No existe Correlación**

Significancia Bilateral: 0, 962

Si bien como se puede observar no existe un grado de correlación significativa entre el estereotipo de competencia chilenos y la autoestima de los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y de la Universidad Pública de El Alto, los resultados descriptivos mostrarían que mientras más baja es la autoestima los estereotipos están más inclinados a categorizar a los chilenos como competentes, una autoestima alta y media los

considera de igual manera como competentes sin embargo inferencialmente no existe una diferencia significativa entre los resultados (f=2,367; p=0,096), por lo que no se podría asegurar que una autoestima alta tiene relación con los estereotipos sociales con valoraciones positivas, lo que se puede observar mejor en el siguiente gráfico en el que se pueden ver también algunos casos atípicos:

Grafico 21



1.4.2.7. NACIONALISMO IDEAL CHILENOS – AUTOESTIMA

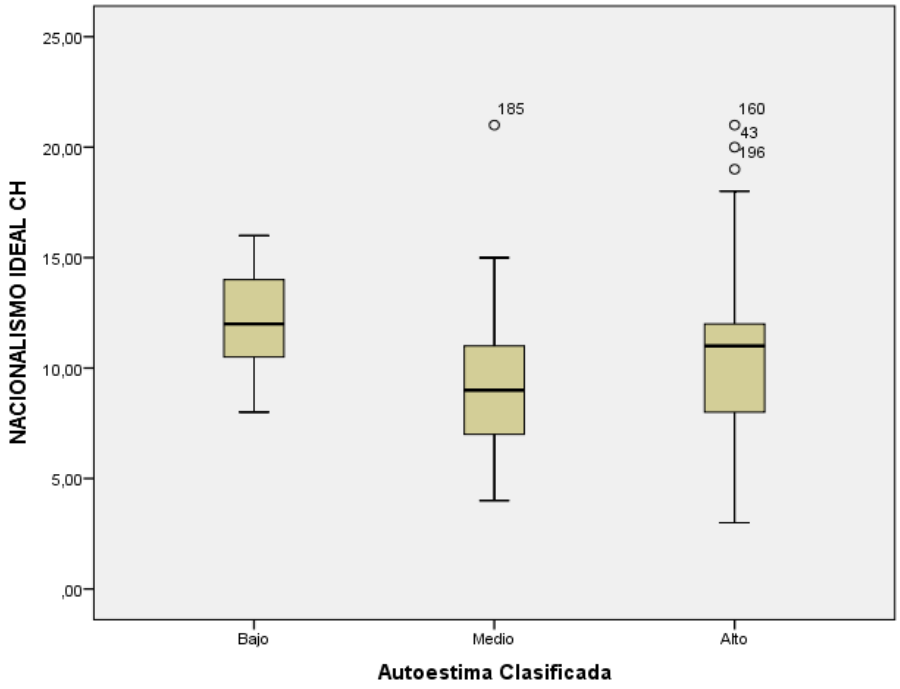
Correlación de Pearson: -0,044 ⟶ **No existe Correlación**

Significancia Bilateral: 0, 533

Si bien como se puede observar no existe un grado de correlación significativa entre el estereotipo de nacionalismo ideal chilenos y la autoestima de los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y de la Universidad Pública de El Alto, los resultados descriptivos mostrarían que mientras más baja es la autoestima los estereotipos están

más inclinados a una contravaloración, categorizando a los chilenos como poco nacionalistas, personas con autoestima media muestran que los consideran más nacionalistas sin embargo inferencialmente no existe una diferencia significativa entre los resultados (f=1,758; p=0,175), por lo que no se podría asegurar que una autoestima alta tiene relación con los estereotipos sociales con valoraciones positivas, lo que se puede observar mejor en el siguiente gráfico en el que se pueden ver también algunos casos atípicos:

Grafico 22



CAPITULO V

1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. -

1.1. CONCLUSIONES. –

Desde el año 1879 los países de Bolivia y Chile están en constante rivalidad por el altercado marítimo ocurrido y por diversos conflictos posteriores, lo mismo ha impactado en las relaciones entre ciudadanos de ambos países, es así que la presente investigación iba dirigida a identificar los estereotipos que actualmente maneja la población y se realizó con estudiantes universitarios por ser una población joven.

También fue importante contrastar los estereotipos que se tiene sobre el endogrupo (bolivianos) ya que se pensaba que podría impactar de manera significativa en la autoestima y por ende en las relaciones sociales que se tienen tanto con ciudadanos nacionales como extranjeros.

La investigación realizada tuvo resultados interesantes con respecto al impacto que tienen los estereotipos intra y exogrupales en la autoestima, si bien es cierto que muchas investigaciones han mostrado que efectivamente los estereotipos de belleza y de genero tienen un impacto significativo en la autoestima personal, al parecer y como se pudo evidenciar en los resultados, los estereotipos grupales no tienen un impacto significativo ni una correlación con la autoestima personal.

En estos últimos tiempos se ha considerado la autoestima como un tema trillado, sin embargo cuando se habla de autoestima, no se piensa en si en las consecuencias que conlleva el tener una baja, media o alta autoestima y hasta pareciera fácil construirla o destruirla y que cualquier acontecimiento, opinión, idea y aprendizaje podría impactar en ella de manera significativa, sin embargo todo lo que conlleva la autoestima en si es más grande de lo que se piensa, tal parece que la autoestima sana es el punto de partida y la meta a la que todos deberíamos querer llegar.

Es el punto de partida en el sentido que la autoestima tiene de trasfondo una historia personal repleta de acontecimientos impactantes en la vida de las personas, es formada desde la infancia y reforzada o quebrantada teniendo tendencia a ser modificada a lo largo de toda la vida, tiene como componentes relaciones sociales que dependiendo el tipo de autoestima pueden presentarse como relaciones satisfactorias de crecimiento o por el contrario inestables y en muchos casos toxicas, tiene como retos zonas de confort que pueden ser constantemente superadas o por el contrario muy fuertes y estables de las cuales es difícil deshacerse por el miedo a lo desconocido y la inmovilidad que este crea, por otro lado ya que la autoestima conlleva un aprendizaje y crecimiento personal constante su deterioro y un bajo nivel podría traducirse en problemas y patologías psicológicas e incluso físicas importantes, sería una meta el poder tener una autoestima sana, que además se vería reforzada por el proyecto de vida de cada persona.

La autoestima está ligada a una palabra poderosa que es el empoderamiento que se utiliza en muchos grupos de ayuda en diferentes problemáticas sociales, entre ellas el desarrollo de una cultura de paz, la autoestima se alimenta de las vivencias diarias, la percepción que tenemos sobre nosotros mismos y si bien es cierto que muchas de las opiniones y consideraciones que tenemos para con nosotros son influenciadas por las opiniones y consideraciones de los demás, tal parece y como los resultados de la investigación realizada mostraron, las opiniones políticas y consideraciones estereotípicas sociales que se tienen sobre el endogrupo y el exogrupo como las de moralidad, calidez, competencia y nacionalismo ideal no impactarían en la autoestima significativamente, por lo que realmente la autoestima se sustentaría solo en la historia personal y factores que impactarían a la persona de manera individual.

Las ideas y creencias que tenemos acerca de aquellos que no pertenecen a nuestro círculo social más cercano y por lo tanto que no impactarían en nuestra vida de manera significativa no afectan según esta investigación a la estima personal, por lo que se llegaría a pensar que muchos de los acontecimientos sociales como la guerra ocurrida entre Bolivia y Chile y otros más recientes, pasarían desapercibidos en el sentido de no tener un impacto sobre el individuo, ya que el mismo se vería como un sujeto aislado e independiente si de autoestima se habla.

Entonces la autoestima si bien es un componente importante para la construcción de una cultura de paz entre naciones, solo lo seria en el sentido de la predisposición, ya que la persona puede tener una autoestima alta y tener estereotipos negativos sobre el exogrupo, sin embargo esto no quiere decir que la persona no esté dispuesta a entablar una relación en el marco del respeto y tolerancia, de hecho las personas con alta autoestima están más predispuestas a romper constantemente sus esquemas mentales, ya que para ellos la idea de una verdad absoluta les resulta poco aceptable y entienden que para cada situación siempre existen más de dos verdades y todas son correctas.

Según las preguntas y objetivos planteados en la presente investigación y una vez presentados los resultados se concluye que:

- Si bien los resultados interpretados descriptivamente mostrarían ligeras diferencias que se podrían traducir como impactos de los estereotipos en la autoestima: a mayor contravaloración negativa en los estereotipos menor autoestima, inferencialmente no existe una correlación significativa entre los estereotipos y la autoestima, esto significa que no existe un impacto de los estereotipos endogrupales y exogrupales con la autoestima personal. En términos psicológicos esto se explicaría como ya que la autoestima de estudiantes universitarios de ambas universidades en un mayor porcentaje es alta, los estudiantes muestran una mayor independencia con respecto a los demás, no dejando que sus las opiniones político-sociales del resto influyan en ellos, dejando de lado los estereotipos y por ende los prejuicios para con los demás, lo que muestra una vez más que la teoría acerca de la autoestima se comprueba y a mayor autoestima menores repercusiones psicológicas negativas personales y sociales.

  También podría explicarse de manera histórico temporal, al considerarse que la investigación se realizó con una población joven que ha experimentado en la última década bastantes cambios a nivel de relaciones sociales, hoy en día, las relaciones y la comunicación en si no es tan personal como antes, las personas se han vuelto más individualistas, personalistas e incluso egoístas en muchos aspectos de sus vidas, la nueva cultura y la psicología misma proponen y promueven el pensar en uno mismo antes que dejarse influir por los problemas del exterior, que si no es algo incorrecto, podría ser una explicación para los resultados obtenidos ya que hay que recordar que la autoestima individual es el amor propio que se fortalece con las experiencias, quizá entonces no son tan impactantes las experiencias ajenas en el sentido de ya que en la época en que ocurrieron los altercados marítimos la población estudiada no había nacido, es una población que si bien ha crecido con una versión histórica limitada, en

realidad no ha sentido vivamente las repercusiones de lo que significo o significa realmente la disputa con Chile.

Los resultados estadísticos muestran que no existe una correlación entre los estereotipos bolivianos formulados por los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y de la Universidad Pública de El Alto.

Los resultados estadísticos muestran que no existe una correlación entre los estereotipos chilenos formulados por los estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés y de la Universidad Pública de El Alto.

- Los estereotipos encontrados en los estudiantes universitarios han sido categorizados gracias a un análisis multivariable factorial de componentes principales (ACP) y se clasificaron en cuatro categorías, además de correlacionadas individualmente con la autoestima; mismos que se muestran a continuación:

Moralidad:

La moralidad es la capacidad de comportarse en conformidad y coherencia con los preceptos de la moral establecida y aceptada por una sociedad, en sintonía con la corrección y la nobleza. En tanto, por moral se conoce al conjunto de creencias, costumbres, valores y normas que asumen un individuo o un grupo social que funciona como guía. Cuando se considera a las personas como egoístas, deshonestas, poco confiables, corruptas, ignorantes, prepotentes o mentirosas, se las estaría categorizando como poco morales, según los resultados obtenidos los estudiantes universitarios consideran que tanto ciudadanos bolivianos como chilenos están más inclinados a la inmoralidad y que la solidaridad, honestidad, confiabilidad, honradez, consideración y sinceridad serían valores morales de los cuales los bolivianos y chilenos no son del todo dignos, entonces la imagen que proyectamos no solo hacia los del exogrupo, sino más bien hacia el endogrupo, en este caso la imagen de los bolivianos que tienen los universitarios es negativa, lo cual es preocupante, ya que si bien no tiene un impacto en la autoestima individual, lo que es explicable por la individualidad que se vive en los últimos tiempos, sería un factor fundamental el estudiar si este estereotipo negativo estaría impactando a la autoestima colectiva y a la identidad.

Calidez:

Considerado como un valor personal, es definida como la capacidad de cordialidad y afecto humano, son consideradas cálidas las personas con carisma y que se preocupan por el bien propio y ajeno. Los resultados obtenidos muestran una vez a los bolivianos y chilenos alejados de los valores positivos como: alegría, expresividad, sociabilidad, simpatía, adaptabilidad, viveza y generosidad que encierra este estereotipo en sí,

inclinándose más hacia los contravalores. Teóricamente una persona con una autoestima alta o sana, es capaz de tener relaciones sociales y afectivas enriquecidas sobre todo por la facilidad de expresión, simpatía, empatía y sobre todo las personas se caracterizan por tener una alta capacidad de adaptarse a escenarios nuevos en distintos contextos, si se analizan los resultados desde la teoría de la autoestima, se estaría hablando de que los bolivianos al no poseer estos valores o más bien al estar alejados de ellos, tendrían una autoestima baja o pobre, sin embargo el estereotipo de calidez tampoco tiene una correlación con la autoestima o al menos no es significativa en la población estudiada, lo que lleva a pensar una vez más, que como consideramos a los demás no siempre es como nos vemos a nosotros mismos de manera individual y el impacto de como vemos a los otros considerando al endogrupo y exogrupo en si no afectaría personalmente ya que no existiría un sentido de pertenencia en ese sentido.

Competencia:

Sería entendida como la capacidad de expresión de las habilidades, las aptitudes y la capacidad que tienen las personas para realizar diferentes tareas en distintas áreas de su vida; también podría definírsela como la motivación que las personas poseen para poder ser el primero o el mejor en alguna tarea determinada o una situación, sin embargo, es importante no confundir el termino con su otra cara que sería competitividad, una persona puede ser competente y poco competitiva, viceversa o incluso ser ambos. Los resultados mostraron que los estudiantes universitarios en general tienen una visión y

consideración positiva para con los bolivianos y los chilenos al categorizarlos como competentes. La correlación de este estereotipo con la autoestima no es significativa, esto se podría explicar gracias a que ciertos estudios han demostrado que las personas pueden ser muy competentes en las actividades que realizan y tener una baja autoestima, una no depende de la otra ya que la competencia está más asociada a la autoeficacia que a la autoestima.

Nacionalismo Ideal:

Si bien tiene múltiples definiciones ya que es un concepto multidimensional llegando a ser un término relativo, en la presente investigación sería la valoración que se les da a las personas pertenecientes a una nación, donde uno de los componentes principales es el patriotismo, el desarrollo o subdesarrollo teniendo componentes no solo psicológicos sino también afectivos.

Los resultados para este estereotipo han mostrado que los estudiantes universitarios no consideran que los bolivianos son nacionalistas; entre los valores que encierra este estereotipo se encuentran: el desarrollo, el cuestionamiento y el patriotismo, mismos de los que estarían un poco alejados los bolivianos, pero no así los chilenos que se encuentran más cerca de poseer estos valores; estos resultados podrían tener variadas explicaciones desde las políticas, económicas y claro psicológicas, si bien no tiene una correlación significativa con la autoestima individual, es muy posible que el escenario cambiara con la autoestima colectiva y la identidad de los bolivianos, si hay una

identidad pobre es muy fácil no sentirse pertenecer a un grupo en este caso bolivianos, crear un sentido de pertenencia involucra muchos factores entre ellos el progreso constante de un país no solo económico, sino educativo, social, cultural, muchos acontecimientos ocurridos actualmente en Bolivia podrían estar haciendo que las personas se sientan cada vez menos identificadas con el país.

- Los estereotipos que tienen la población universitaria tanto de la Universidad Mayor de San Andrés como de la Universidad Pública de El Alto con respecto al endogrupo (bolivianos) muestran una contra valoración estereotípica, lo que indica que los estereotipos que se manejan son en gran mayoría negativos, se piensa entonces que los estudiantes ven a la población boliviana como poco morales, poco cálidos, poco competentes y poco nacionalistas.

- Los estereotipos que tienen la población universitaria tanto de la Universidad Mayor de San Andrés como de la Universidad Pública de El Alto con respecto al exogrupo (chilenos) que gracias a un análisis multivariable factorial de componentes principales (ACP), se clasificaron en cuatro categorías (Moralidad, Calidez, Competencia y Nacionalismo Ideal) muestran una contra valoración estereotípica, lo que indica que los estereotipos que se manejan son en gran mayoría negativos, a excepción de las categorías estereotípicas de competencia y nacionalismo, en cuales estudiantes de la UMSA asignan valores estereotípicos positivos.

- En un mayor porcentaje el nivel de autoestima tanto de estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés, como los de Universidad Pública de El Alto es alta, lo que significa que en general estudiantes de ambas universidades pueden gozar de los beneficios de lo que tener una autoestima alta significa, y que gracias a esta razón puede ser más sencillo desarrollar una cultura de paz no solo para con ciudadanos chilenos, si no en general con ciudadanos de otros países.

Teóricamente la formación de estereotipos se da por aprendizaje gracias a información percibida de diferentes fuentes, mucha de la información cierta o no se presenta de manera positiva y negativa e individualmente esta información se procesa a conveniencia ya que no todos tienen la predisposición a verificarla como para aceptarla o rechazarla, en este caso la información que es divulgada para con el país vecino Chile por los acontecimiento ocurridos en su mayoría están destinadas a crear categorías negativas con fines políticos, por lo que no es de extrañar que gran parte de la población tenga una percepción negativa quizá equivocada.

Por todo lo mencionado es evidente que existe una oportunidad para empezar a crear una cultura de paz, entendiendo todo lo que esta significa, de hecho, en estos últimos tiempos es más una necesidad hacerlo. Si bien es cierto que la problemática de la guerra y la paz es manipulada por los gobiernos de las naciones, es momento de que la sociedad en general deje de ser espectadora y solo un títere de los intereses del poder, es momento darse cuenta de que el poder lo tienen las masas y que velar por el bien común depende no de los intereses personales sino más bien sociales, si bien actualmente se viven momentos de relativa paz, también es cierto que la mayor parte de la gente es indiferente ante situaciones que realmente tienen importancia no solo en Bolivia, sino también en el mundo, es el momento de que las cosas cambien. Las investigaciones de todo tipo serán el inicio del cambio real siempre que estas investigaciones se difundan y sean accesibles a la población, solo una población educada e informada puede actuar y pensar de manera coherente.

1.2. RECOMENDACIONES. –

El estudio podría extenderse abarcando más carreras y una mayor población o por otro lado, profundizar el estudio con grupos más reducidos y de diferentes contextos sociales o replicar esta investigación en universidades, en los distintos departamentos del país aportaría en gran manera a la investigación, ya que no solo se tendría la opinión de una ciudad del país, se sabe que la ciudad de La Paz es una de las importantes a nivel político, ya que muchos de los acontecimientos y repercusiones impactan de mayor manera por encontrarse en la misma el núcleo del poder político, sin embargo el tener réplicas de esta investigación en otros departamentos donde el impacto político no es tan fuerte, quizá cambiaria los resultados.

El estudio de la autoestima en la población es importante, no tanto por el hecho de saber solamente, sino más bien por el hecho de que la autoestima es y será una base fundamental en la vida de los seres humanos y su interacción con el medio que los rodea, es por eso que una de las principales recomendaciones es el seguir de manera más cualitativa con el estudio de la misma mediante la realización de grupos focales, grupos de discusión, entrevistas abiertas

Una investigación cualitativa tiene herramientas que personalizan mucho más la interacción con los sujetos investigados, por lo que los resultados obtenidos tienen una riqueza mayor en cuanto a contenido y significancia ya que brindan datos más subjetivos para el análisis más detallado.

Es importante hacer un estudio sobre las repercusiones o el impacto que tienen los estereotipos en la autoestima colectiva y como esta repercute en la autoestima individual y el sentido de pertenencia grupal de los bolivianos, ya que un estudio de estas características daría un aporte más completo al estudio actual, siendo las conclusiones más completas y de esta manera tener un panorama más amplio y enriquecido.

BIBLIOGRAFIADE REFERENCIA. -

Aguilar-Morales, J.E. (2011) *Prejuicios, estereotipos y discriminación*. Network de Psicología Organizacional. México: Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C.

American Valdés Miyar, Manuel tr. American Psychiatric Association. (2001). DSM IV, Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales. Barcelona: Masson, S.A.

Ballenato, G. (2006). *Autoestima y Salud*, sitio web: http://www.cop.es/colegiados/m-13106/

BOULDING, E. (1992). *The concept of peace culture Peace and Conflict* Issues *after the Cold War.* UNESCO. p. 107.

Carlos Eugenio Contreras Viralta, Barbara Guiselle Soto Mori. (2007). *Autoestima y autoeficacia de los chilenos, Relacion en elambito laboral*. 2016, de Facultad de Ciencias Empresariales, Unoversidad de TALCA Sitio web: http://dspace.utalca.cl:8888/ciencias_empresariales/47566.pdf

Barra, E. (1998). *Psicología Social.* Universidad de Concepción. http://www.sibudec.cl/ebook/UDEC_Psicologia_Social.pdf

Espinosa, A. (Septiembre, 2010). *"Estudios sobre identidad nacional en el Perú y sus correlatos Psicológicos, sociales y culturales"* (Tesis Doctoral). Universidad del país Vasco-Euskal Herriko Unibertsitatea. País Vasco.

Fernández, A., Celis A.K y Vera Villarroel, Pablo (2006). *Propiedades psicométricas de la escala de autoestima de Rosenberg en universitarios chilenos*. XIII Jornadas de Investigación y Segundo Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur.Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Fernández Montesinos, A. (2016). *Los estereotipos: definición y funciones.* (Tesis Doctoral). Universidad Complutense.

Fisas, V. (1998). *Cultura de paz y gestión de conflictos*. Icaria/UNESCO. Barcelona

Fisas V. (2011). *Educar para una Cultura de Paz*. Quaderns De Construcció De Pau Nº 20

Genna, K., Espinosa, A., Páez, D. (2010). *Cómo los vemos, cómo nos vemos. Influencia de la comparación social entre Perú y Chile en la identidad nacional peruana*. Psicología Política, Nº 41, 81-108

Gonzales Gabaldón, B. (1999). *Los Estereotipos como factor de socialización en el género*. Comunicar 12, 1999; pp. 79-88

Guitart, M., Rivas, D., Perez, M., et al. (2011). *Identidad Étnica y Autoestima en Jovenes Indígenas y Mestizos de San Cristóbal de Las Casas (Chapas, México)*. Acta Colombiana de Psicología, ISSN:01223-9155

Hernández Sampieri R, Fernández C y Baptista P. (2010). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill. México

León Gervasini M. E. (2004). *Métodos y técnicas de investigación sociológica. Escala de actitudes*. Edit. Facultad de Ciencias de la Educación. Universidad de Córdoba Argentina.

Maric Palenque M. L. (2001). *Estereotipos y Representaciones Sociales, Aplicación al caso Boliviano.* Instituto de Estudios Bolivianos, Nº 4-3-474-99

Maric Palenque M. L. (2015). *Los Estereotipos en la construcción de la Integración Latinoamericana.* Revista de Investigación Psicológica, Nº 14, ISSN 2223-3032

Martínez M., Paterna C., López P. (2007*). Autoestima Colectiva y Aculturación en inmigrantes ecuatorianos*. Apuntes de Psicología. Vol. 25.ISSN 0213-3334

MAYOR ZARAGOZA F. (1994). *La nueva página*, UNESCO/Círculo de Lectores, p. 16

Ministerio de Relaciones Exteriores de Bolivia. (2014). *El Libro del Mar.* Dirección Estratégica de Reivindicación Marítima – DIREMAR

Mejia Ibañez R L.(2008). *Metodología de la investigación*. 3era edición, autorizado por el Comando de las fuerzas armadas de Bolivia. Artes gráficos Sagitarios SRL.

Nathaniel Branden. (1995). *Los seis pilares de la Autoestima*. Barcelona: Paidós.

Páez, D.; Espinoza, A.; Genna, K. (2010). *Cómo los vemos, cómo nos vemos. Influencia de la comparación social entre Perú y Chile en la identidad nacional peruana. Psicología Política*, Nº 41, 2010, 81-108

Papalia, D., Wendkos, S., Duskin, R. (2009). *Desarrollo Humano*. Undécima Edición. ISBN:978-607-15-0299-5. McGraw-Hill Companies, Inc.

Roca, A. (2005) *Programa de autoestima, asertividad e inteligencia emocional.* www.cop.es/colegiados/PV00520/

Rodriguez, X. (2000). *Autoestima, capacidades y competencias en la escuela: una búsqueda de sentido*. En Innovación Educativa, Nº 10, pp. 103-119.

Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Smith, V., Pérez, R. (2007). *Atribuciones estereotípicas de calidez y habilidad en jóvenes universitarios.* Revista de Ciencias Sociales 117-118: 129-147 / 2007 (III-IV) ISSN: 0482-5276

Suriá Raquel. (2010). *Estereotipos y Prejuicios*. Curso de Psicología Social (Sociología).

Tajfel H., Billig, M., Bundy, R. & Flament, C. *Social categorization and intergroup behavior*. European Journal of Social Psychology.

ANEXOS

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Pág. 49

Tabla 2 Pág. 49

Tabla 3 Pág. 50

Tabla 4 Pág. 54

Tabla 5 Pág. 54

Tabla 6 Pág. 59

Tabla 7 Pág. 59

Tabla 8 Pág. 66

Tabla 9 Pág. 67

Tabla 10 Pág. 72

Tabla 11 Pág. 72

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1 Pág. 50

Grafico 2 Pág. 51

Grafico 3 Pág. 51

Grafico 4 Pág. 53

Grafico 5 Pág. 55

Grafico 6 Pág. 56

Grafico 7 Pág. 57

Grafico 8 Pág. 58

Grafico 9 Pág. 60

Grafico 10 Pág. 61

Grafico 11 Pág. 62

Grafico 12 Pág. 63

Grafico 13 Pág. 64

Grafico 14 Pág. 65

Grafico 15 Pág. 68

Grafico 16 Pág. 69

Grafico 17 Pág. 70

Grafico 18 Pág. 71

Grafico 19 Pág. 73

Grafico 20 Pág. 74

Grafico 21 Pág. 75

Grafico 22 Pág. 76