

Clima social emocional y percepción de problemas sociales: un estudio con estudiantes de universidades públicas y privadas

Emotional Social Climate and Social Problems Perception: a study with students from Public and Private Universities

Elena M. Zubieta, Marcela Muratori y Silvia Mele
elenazubieta@hotmail.com

Facultad de Psicología, UBA. CONICET

Proyecto UBACyT2018-2020 (20020170100287BA): "Bienestar psicosocial: de la supervivencia a la autoexpresión. El cambio en valores y creencias como componente cultural clave". Directora: Dra. Elena Mercedes Zubieta.

Eje Temático: Psicología Política y Decolonialidad.

Modalidad: Póster

Resumen

de Rivera (1992) define el clima social emocional como las emociones que son percibidas en una sociedad en relación con su situación sociopolítica relativamente estable. A pesar de que el clima se construye socialmente, es objetivo en tanto se percibe como independiente de los sentimientos personales del individuo y refleja lo que los individuos piensan que la mayor parte de la gente siente en esa situación. Por su parte, Páez et al. (1997) definen el clima emocional como un estado de ánimo colectivo caracterizado por una tonalidad afectiva, por el predominio de ciertas emociones, una representación social sobre el mundo social y el futuro, y tendencias asociadas a las emociones que impregnan las interacciones sociales. Los climas emocionales están claramente influidos por hechos objetivos, cambios institucionales y políticas públicas que crean experiencia compartidas. Los datos sugieren que los aspectos positivos del clima emocional se asocian al desarrollo social de la nación (Páez et al., 1997), a menor percepción de problemas sociales y a la confianza en las instituciones (Zubieta, Delfino y Fernández, 2008).

Como dimensión cognitiva que complementa a la emocional, Schwartz (2001) define a los valores como metas deseables que responden a necesidades individuales en tanto organismos biológicos, así como a requerimientos para la interacción social ordenada y el buen funcionamiento de los grupos. Es posible clasificar en distintas culturas diez tipos motivacionales que, a su vez, se organizan en dos dimensiones bipolares: *apertura al cambio* versus *conservación* y *autopromoción* versus *auto-trascendencia*.

En el marco de un proyecto de investigación mayor, se explora en el estudio las diferencias en la emocionalidad colectiva y la percepción de problemáticas sociales en función de variables socio-demográficas y psicosociales. También la asociación entre emocionalidad colectiva y problemas sociales con los valores. El estudio es correlacional, de diseño no experimental, transversal. La muestra es no probabilística intencional, compuesta por 359 estudiantes universitarios (76% mujeres y 24% hombres), de CABA y el conurbano bonaerense. Rango de edad: 18 a 70 años, la media de 28,42 y el DE=10,68.

Se aplicó un cuestionario auto-administrado integrado por las escalas: *valores* (Schwartz, 2001): versión reducida de 21 ítems; *problemas sociales percibidos* (Páez, et al., 2004); *clima emocional* (Páez et al., 1997); *clima social Emocional* (de Rivera, 1992a); y por preguntas sobre aspectos sociodemográficos: sexo, edad y estado civil; y psicosociales: auto-posicionamiento ideológico y social, nivel de religiosidad.

Los resultados muestran, en relación a los *problemas sociales*, que los participantes que se perciben de clase social baja, los que se identifican con la izquierda política, los casados, los estudiantes de universidad pública y los que dicen que la religión es bastante o muy importante para ellos, son quienes exhiben una mayor preocupación, percibiendo a la vez una mayor negatividad en la emocionalidad social colectiva. Por su parte, los estudiantes que se perciben de clase social alta, que se ubican ideológicamente hacia la derecha, solteros, que estudian en universidades privadas y que dan bastante o mucha importancia a la religión son quienes más climas sociales positivos perciben en el entorno.

En lo que hace a los *valores*, *problemática social* y *clima*, las cuatro dimensiones de valores correlacionan positivamente con el clima social negativo (de

Rivera, 1992). Los valores de conservación se asocian positivamente a ambos climas sociales, y negativamente con la percepción de problemas sociales.

Palabras clave: clima social emocional, percepción problemas sociales, valores.

Abstract

de Rivera (1992) defines the emotional social climate as the emotions that are perceived in a society in relation to its relatively stable socio-political situation. Although the climate is socially constructed, it is objective as long as it is perceived as independent of personal feelings of the individual and reflects what individuals think that most people feel in a certain situation. Meanwhile, Páez et al. (1997) define the emotional climate as a collective mood characterized by an affective tonality due to the predominance of certain emotions, a social representation about the social world and the future, and trends associated with the emotions that permeate social interactions. The emotional climates are clearly influenced by objective facts, institutional changes and public policies that create shared experiences. The data suggest that the positive aspects of the emotional climate are associated with the social development of the nation (Páez et al., 1997), with a lower perception of social problems and trust in institutions (Zubieta, Delfino & Fernández, 2008). As a cognitive dimension that complements the emotional one, Schwartz (2001) defines values as desirable goals that respond to individual needs in both biological organisms, as well as to requirements for orderly social interaction and the proper functioning of the groups. It is possible to classify across cultures ten motivational types that, in turn, are organized into two bipolar dimensions: *openness to change versus conservation* and *self-promotion versus self-transcendence*.

Within the framework of a major research project, the differences in collective emotionality and the perception of social problems based on socio-demographic and psychosocial variables are explored in the study. It is also analyzed the association between collective emotionality and social problems with values.

The study is correlational, non-experimental, cross-sectional design; based on a convenience sample composed of 359 university students (76% women and 24% men), from Buenos Aires city and surroundings. Age range: 18 to 70 years, Mean: 28.42 years (SD10.68).

A self-administered questionnaire was applied composed by the scales: *values* (Schwartz, 2001): reduced version of 21 items; *perceived social problems* (Páez, et al., 2004); *emotional climate* (Páez et al., 1997); *emotional social climate* (de Rivera, 1992a); and questions related to sociodemographic (sex, age and marital status) and psychosocial (ideological and social self-positioning, level of religiosity) aspects.

The results show, in relation to social problems, that participants who perceive themselves as low social class, who show a left political position, married, assist to public university and consider religion as quite or not important in life exhibit a greater concern and perceive a greater negativity in the collective social emotionality. On the other hand, students who perceive themselves as upper class, ideologically located to the right, single, assist to private universities and give enough or high importance to religion are those who perceive more positive social climates in the environment.

Regarding values, social problems and climate, the four dimensions of values correlate positively with the negative social climate (de Rivera, 1992). Conservation values are positively associated with both social climates, and negatively with the perception of social problems.

Keywords: social emotional climate, social problem perceptions, values.

Referencias bibliográficas

- de Rivera, J. H. (1992). Emotional climate: Social structure and emotional dynamics. En K. T. Strongman, (Ed.), *International review of studies on emotion* (pp.197–218). New York: John Wiley & Sons.
- Páez, D., Ruiz, J.I., Gailly, O., Kornblit, A.L., Wiesenfeld, E. y Vidal, C.M. (1997). Clima emocional: su concepto y medición mediante una investigación transcultural. *Revista de Psicología Social*, 12(1), 79-98.
- Schwartz, S. H. (2001). ¿Existen aspectos universales en la estructura y contenido de los valores humanos? En M. Ros y V. Gouveia (Eds.), *Psicología social de los valores humanos* (pp. 53-76). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Zubieta, E., Delfino, G. y Fernández, O. (2008). Clima social emocional, confianza en las instituciones y percepción de problemas sociales. Un estudio con estudiantes universitarios urbanos argentinos. *Psykhé*, 17(1), 5-16.