

## Conexiones entre participación social e identidad nacional en emprendedores y emprendedoras cubanas

### Connections between Social Participation and National Identity in Cuban Entrepreneurs

**Guido Bertoni Estanque** 

Facultad de Psicología  
Universidad de La Habana, Cuba  
[guidobertoni3@gmail.com](mailto:guidobertoni3@gmail.com)

**Ofelia Carolina Díaz Bravo** 

Facultad de Psicología  
Universidad de La Habana, Cuba  
[ofediaz69@gmail.com](mailto:ofediaz69@gmail.com)

**Fecha de enviado:** 23/10/2023

**Fecha de aprobado:** 21/12/2023

---

**RESUMEN:** El estudio indagó en la relación de interinfluencia entre la identidad nacional y la participación como procesos grupales sociopsicológicos. Específicamente, se propuso caracterizar, en emprendedores y emprendedoras cubanas residentes en La Habana, los procesos de identidad nacional y participación social, así como explorar las correlaciones que se daban entre las dimensiones de cada proceso. Empleando un enfoque cuantitativo de investigación, con un diseño no experimental de tipo transversal; se encontró una identidad nacional fuerte y defendida desde la autovaloración colectiva, con cuestionamientos importantes en áreas como la motivación y los argumentos que justifican la pertenencia. En cuanto a participación social, se encontró que el consumo resulta el nivel de participación más común, acompañado de un uso insuficiente de los espacios y actividades que ofrecen oportunidades de participación. Por último, se encontraron múltiples relaciones estadísticamente significativas entre la mayor parte de las dimensiones que conforman los procesos estudiados.

**PALABRAS CLAVE:** emprendimiento; identidad nacional; participación social; sociedad cubana; procesos sociopsicológicos.

**ABSTRACT:** The study investigated the interrelationship between national identity and social participation as sociopsychological groupal processes. Specifically, it aimed to characterize these processes in Cuban entrepreneurs residing in La Havana and explore the correlations between the dimensions of each process. Employing a quantitative research approach with a non-experimental cross-sectional design, the study identified a collective self-valuation supported strong national identity, albeit with significant queries in areas such as motivation and belonging justification. Regarding social participation, it was noted that consumption represents the most common form of participation, accompanied by insufficient utilization of spaces and activities that offer participation opportunities. Finally, statistically significant relationships were found among the majority of the dimensions comprising the studied processes.

**KEYWORDS:** entrepreneurship; national identity; social participation; cuban society; sociopsychological processes..

Guido Bertoni Estanque, Ofelia Carolina Díaz Bravo

El trienio que tuvo inicio en el año 2020, lleva un curso cargado de hitos importantes para la sociedad cubana. Matizado por el crecimiento vertiginoso de la velocidad y el acceso a la información, el país vive un contexto donde los códigos identitarios están siendo particularmente solicitados, y las personas descubren y desencuentran oportunidades de satisfacción real en los grupos de pertenencia actual y potencial. El ejercicio de participación social de los individuos demanda siempre más la migración entre espacios físicos y psicológicos, propiciando la mutación de los grupos y la transformación de sus estructuras. Así, los aspectos más dinámicos de sus identidades eliminan e incorporan atributos.

La elección misma de un grupo, constituye a la vez momento de integración de identidad y ejercicio de participación social en sí. A priori, se asumen como expresión de la identidad, cada una de las acciones que desarrolla un individuo en el marco del grupo y el espacio psicológico que ofrece.

El vínculo entre uno y otro proceso, integra una dinámica circular de interdependencia. Desde esa lógica, los cambios en una de las partes, encontrará proyecciones en la otra. Esta relación, de alto valor heurístico, permite una mejor aproximación a las dinámicas sociales y sus movimientos en respuesta al contexto, facilitando la predicción de los efectos de intervenciones, intencionales o no; en uno de los procesos mencionados.

El estudio de la identidad nacional cubana es rico en antecedentes, con disímiles aproximaciones al proceso. Entre ellos, cuentan los aportes de: Alonso (1990); Alonso y Galguera

(1992); De la Torre (1995, 1997, 2001, 2007); Díaz (1996, 2017, 2019, 2020); Domínguez (2017, 2019a, 2019b); González y Concepción (1993); López (1990, 1992); Martín y Pedrera (1996, 2011); entre otros.

Para el presente estudio, se asume como referente conceptual para identidad nacional, el concepto de identidad colectiva desarrollado por la doctora Carolina de la Torre, perita en el estudio de la identidad nacional cubana:

*(...) un espacio sociopsicológico de pertenencia, la identificación con un conjunto de rasgos significaciones y representaciones referidos a las personas de un mismo pueblo que se relacionan las unas con las otras biográficamente, estén o no en el mismo territorio. Es la conciencia (sustentada en un mayor o menor nivel de elaboración) y el sentimiento de mismidad compartidos. Es también la posibilidad del cambio sin perder la continuidad, de la comparación (igualdades y diferencias) con otros grupos nacionales la expresión del ser en sus múltiples maneras de estar. Es, por último, como representación social, como afectos, compromisos y actitudes, un importante elemento regulador del comportamiento. (2001, p. 49-50)*

Siguiendo la lógica que plantea la autora, se hace claro entonces que la nacionalidad es la integración de una serie de significados compartidos. La formación de esta "Gestalt" se da situada e históricamente determinada (De la Torre, 2001; Restrepo, 2007). Actualmente, la sociedad contemporánea complejiza este proceso, y la internalización de aquellas estructuras, así como la significación de las interacciones cotidianas; se hace más difícil, siempre que los referentes culturales existen en multiplicidad creciente. Los sujetos pertenecen

Guido Bertoni Estanque, Ofelia Carolina Díaz Bravo

cada vez más a más grupos, hecho estimulado por la aplastante globalización informatizada (Castells, 2005). Esta pluralidad de pertenencias sociales va a modificar las formas en que se construyen las identidades sociales. El abanico de repertorios culturales a que están expuestos los individuos, con coincidencias y contradicciones entre sí, enriquecen y complejizan el proceso de formación de las identidades personal y colectiva.

En cuanto a participación social, encontramos un fenómeno igual de complejo, cuya definición muta y se reconstruye en función de la aproximación teórica que ocupe su estudio. Encontramos, fundamentalmente, que la participación social toma un matiz político (sufragio, consulta popular, facultades legales, poderes, etc.) (Álvarez et al., 2014; Delgado et al., 2005; Sanabria, 2001; Villareal, 2012;) o uno que le circunscribe al espacio comunitario, y que se mezcla con la intervención y el empoderamiento (Cunnill, 2007; Sepúlveda-Loyola et al., 2020; Chirino, 2017; Pinho de Oliveira, 2014).

En su justa medida, la participación social es una condición *sine qua non* de la vida en sociedad. Creemos que es un vehículo para la satisfacción de necesidades elementales, y en su vínculo con formaciones motivacionales complejas, como la identidad personal y colectiva; se configura también como necesidad particular.

Más o menos directas sean las formas de involucrarse, la participación se da en formas específicas, que pueden agruparse para una mejor apreciación teórica. Velázquez (1988) distingue 5 niveles de participación social: 1). Información, que hace referencia al dominio que tiene los sujetos de lo que sucede en su entorno. Se da en virtud de la colectivización de las

informaciones. 2). Consulta, que se da cuando los ciudadanos participan de la problematización sobre los temas que les atañen, las decisiones que se toman, pueden sugerir, objetar, etc. 3). Decisión, que implica un nivel mayor de actividad del sujeto, y que puede describir un poder contingente. Es decir, comprende la decisión como posibilidad y como voluntad. 4) Control, siempre con un mayor grado de proactividad, este nivel sugiere el seguimiento de los procesos, las intervenciones comunitarias, la ejecución de planes, etc. Aquí el sujeto se vale de instrumentos jurídicos, financieros, etc. 5). Gestión, que tiene a los actores comunitarios más activos, como agentes que representan y refuerzan la autonomía de los colectivos.

Aunque más enfocada en las dimensiones comunitaria y política de la participación, la definición anterior expone una lógica participativa que legitima los grados en que la gente se involucra, integrando formas menos activas como vías hábiles para involucrarse. Por lo general, las personas dan forma a la participación en acciones como: aportar ideas, colaborar en tareas comunitarias, promover actividades, implicarse con instituciones, votar (Delgado et al., 2005), interesarse, cooperar, reclamar, buscar soluciones unirse, organizarse (Red Interamericana para la Democracia, 2005), entre otros.

Como referente principal para este estudio, asumimos el concepto de participación social propuesto por Díaz (2020), que le define como:

*(...) proceso mediante el cual las personas se involucran activamente –de forma individual o como parte de un grupo– en el logro de un proyecto de acción específico, con un fin definido; que se produce en los múltiples espacios de la vida social,*

Guido Bertoni Estanque, Ofelia Carolina Díaz Bravo

*con distintas intensidades, motivaciones, direcciones y niveles de expresión. Sus particularidades, dada su naturaleza psicosocial, no resultan ajenas al contexto y el desarrollo de los sujetos involucrados. (p. 27)*

Resulta elemental comprender la participación social, en modo que su correcto abordaje propicie hallazgos y actualizaciones sobre fenómenos subjetivos de tamaño significación, incluyendo en el foco sectores poblacionales que, como el emprenditorial, apuestan por un vínculo más fuerte con la vida y sociedad cubanas y en Cuba.

Nos importa entonces conocer, desde la psicología social, cómo se están configurando la identidad nacional y la participación social en el año 2022 en Cuba, y cómo está operando la relación entre estos procesos, de cara a la situación actual y las circunstancias del contexto.

### **Métodos**

Se empleó un enfoque cuantitativo de investigación, asumiendo un diseño no experimental de tipo transversal. El estudio tiene un alcance descriptivo - correlacional, puesto que se especifican tendencias en el comportamiento de algunas variables, para luego hallar el nivel de relación entre estas últimas (Alto, Lopez & Benavente, 2013). Las relaciones estadísticas de dependencia entre variables se asumen, en el total de casos, para un grado de confiabilidad del 99 % (nivel de significación menor que 0.01).

La muestra es no probabilística, escogida a conveniencia, en respuesta a las particularidades del estudio y las condiciones en que se realiza. Está conformada por 100 emprendedores(as), segmentados en función de la prevalencia de las formas de gestión no estatal que se toman de referencia: 57 cuentapropistas, 23

empresarios(as) de pequeñas o medianas empresas, 20 gestores(as) de proyectos de desarrollo local.

Se empleó un cuestionario adaptado sobre identidad nacional y participación social. Es un cuestionario individual y autoadministrado, elaborado para el presente estudio, desde la adaptación del instrumento de Díaz (2020). Sometido a prueba piloto en 15 sujetos de la población. Su distribución se hizo en formato impreso, siguiendo las sugerencias de la totalidad de los sujetos que completaron el instrumento en el testeo previo.

El instrumento incluye la prueba de Diferencial Semántico "Los cubanos somos". Construido para estudiar la autoimagen a partir de la identificación de adjetivos que utilizan comúnmente los cubanos y cubanas para evaluar a personas de otros países, descritos por De la Rosa (1987), López y Belete (1988), citados en Díaz (2020).

La satisfacción con la pertenencia al grupo se evalúa con escala tipo Likert, así como la percepción de las ventajas y desventajas de ser cubanos y cubanas y la distancia entre la autoimagen nacional grupal y personal.

Para la elaboración de los apartados teóricos y metodológicos de este estudio, se consultaron materiales de factura nacional y extranjera, sobre identidad nacional, participación social y emprendimiento. La consulta tributa, además, a la adaptación del cuestionario sobre identidad nacional y participación social. El procedimiento metodológico seguido se estructura de la forma siguiente: 1- Adaptación del Cuestionario sobre Identidad Nacional y Participación Social propuesto por Díaz (2020); 2- Pilotaje del cuestionario adaptado; 3- Aplicación del instrumento en formato impreso; 4- Registro y

tabulación de las respuestas en el software estadístico SPSS; 5- Análisis estadístico de los resultados y discusión.

### Resultados

Participaron en el estudio 62 emprendedoras y 38 emprendedores. Del total, 57 clasifican como cuentapropistas, 23 gestores de mypimes y 20 gestores de proyectos de desarrollo local. Una muestra no probabilística escogida a conveniencia en función de las demandas de aplicación asistida del instrumento.

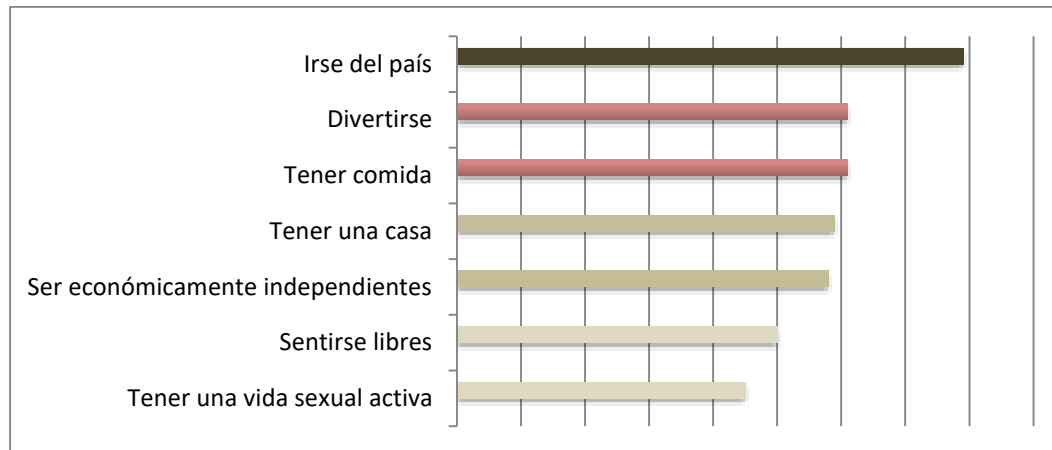
### Identidad

Los resultados muestran tendencias positivas en cuanto a la vivencia de la identidad nacional y a la valoración de la autoimagen, hallazgos similares a los de investigaciones anteriores (De la Torre, 1995, 1997; Díaz, 2020; Silva et al., 2016).

Como rasgos más representativos del cubano,

aparecen la sociabilidad, la bondad y la sensibilidad, seleccionadas entre las tres características más importantes por el 96, el 65 y el 52 % de los sujetos, respectivamente. Continúan describiéndose como fuertes, activos, agradables, útiles, buenos y trabajadores. A la lista inicial, los sujetos añaden “resilientes” y “luchadores”. Afloran siempre rasgos que se comprometen en las dinámicas cotidianas del colectivo, teniendo que ver con la forma de relacionarse socialmente, las características que se movilizan en la configuración de actitudes ante la vida, y las competencias que nos hacen más o menos capaces de frente a las principales problemáticas socioeconómicas del contexto.

Los sujetos describen una jerarquía motivacional encabezada por la satisfacción de carencias económicas, y se identifican plenamente con esa caracterización (ver figura 1).



**Figura 1.** Motivos que más se perciben como representativos del grupo nacional.

Estas elecciones se repiten cuando los sujetos

se refieren a la motivación de los y las emprendedoras, confirmado en la correlación con valores  $R: .394$ ;  $p: .003$ .

Concluyen la caracterización de la autoimagen, los prejuicios que más se perciben, estando asociados fundamentalmente a la orientación sexual, la identidad de género y la procedencia geográfica. Los valores, no obstante, indican una descripción favorable en este sentido.

En general, la autoimagen grupal aparece protegida desde la autoevaluación que se hace como colectivo nacional y desde el rol de emprendedores(as). La pertenencia al grupo nacional, aunque pobremente argumentada, se percibe como ventajosa y se vivencia con orgullo. También el ser emprendedor(a) se acompaña de la sensación de status social admirable, resultado coherente con los de estudios anteriores, como son los de Landaburo (2017) y Pañellas y Echevarría (2020) en el contexto nacional, y otros foráneos como los de Sastre (2011); Espíritu et al. (2012) y Nuñez-Ramírez et al. (2020).

Resulta una caracterización positiva, pero que no excluye cuestionamientos. Así lo testifican

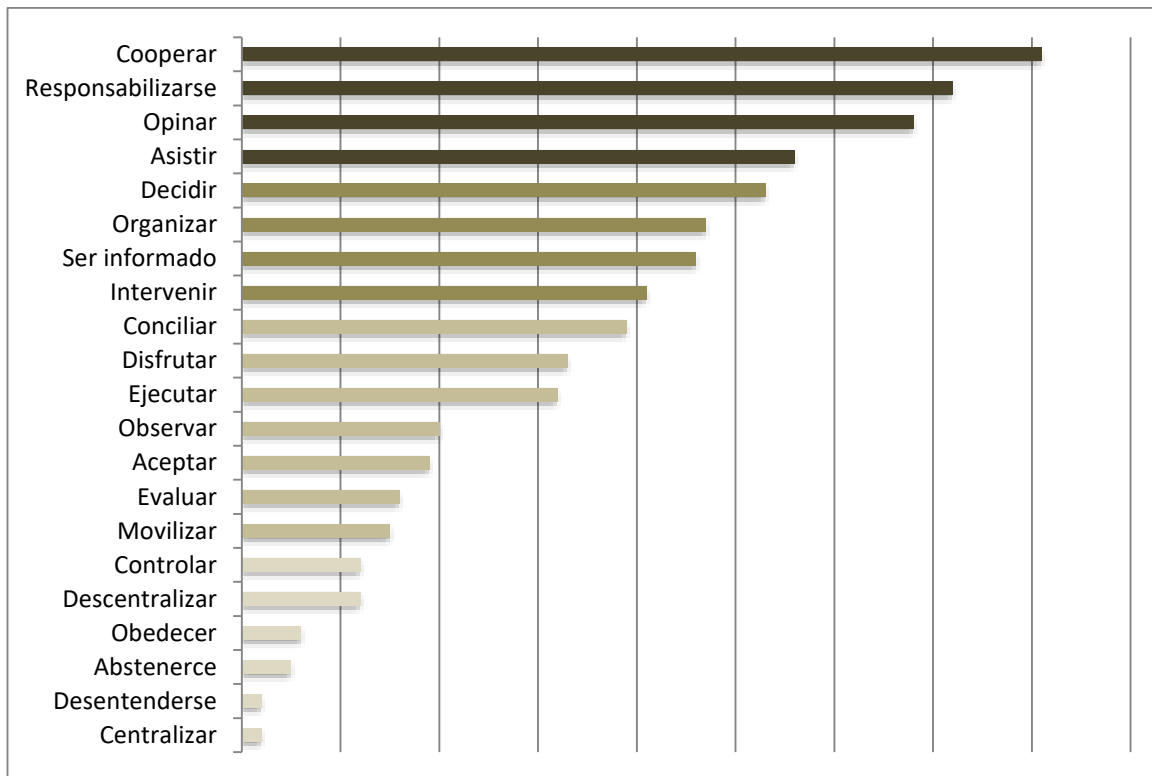
elementos de la jerarquía motivacional y la forma en la que se justifica la pertenencia.

### **Participación social**

La situación político-económica matiza el desempeño de los diferentes roles que asumen los sujetos de la muestra, resultado que se repite en poblaciones diferentes (Díaz, 2020; Domínguez, 2017; Guillermo, 2020; Martín & Perera, 2011). El sentido que se atribuye recae sobre todo en hacer uso de las oportunidades que dependen de instancias superiores, y que por tanto suponen una verticalidad del proceso participativo.

Se encuentra entonces que la participación social queda representada, especialmente, desde las acciones: cooperar; responsabilizarse, opinar, asistir, decidir, y organizar. Variantes que son elegidas siempre por más de la mitad de la muestra (ver figura 2).

Guido Bertoni Estanque, Ofelia Carolina Díaz Bravo



**Figura 1.** Sentidos que se atribuyen a la participación social.

La forma en que toma lugar la relación entre sentidos atribuidos y niveles de participación, muestra una función que describe cómo los sujetos que perciben la participación social como una responsabilidad personal y un ejercicio de libre voluntad, se involucran más desde acciones de producción material y espiritual, e inclusión en proyectos y trabajos ya en curso. Mientras, los sujetos que perciben la participación más como una posibilidad que debe ser dispuesta y habilitada, participan más desde el consumo. Asimismo, las opciones que excluyen a la participación proactiva (“no participo”, “me gustaría”), acumulan un 66 % de las respuestas.

En general, los índices de participación revelan un ejercicio pobre. Solo 21 sujetos participan de

forma activa. La mayor parte de los sujetos participa “en algunas cosas y en otras no”, lo cual es congruente con un comportamiento social que prioriza la satisfacción de necesidades personales. Tal argumento se refuerza en el estado de la jerarquía motivacional específicamente ligada a la participación. “Satisfacer necesidades y proteger intereses personales”. Es el motivo más seleccionado y el único representativo de más del 75 % de la muestra. En conjunto, los motivos ligados a problemáticas económicas, ocupan una mayoría de las selecciones.

Entre las actividades más representativas, se encuentran las productivas y las profesionales, apareciendo una correlación significativa de

Guido Bertoni Estanque, Ofelia Carolina Díaz Bravo

orden positivo entre los móviles para la participación y las actividades en las que más se involucran los sujetos (R:.401; p:.006).

Los espacios y lugares que más receptan la participación, están especialmente relacionados al trabajo/escuela y las relaciones interpersonales. “Conocer gente nueva” y “Distraerme y entretenerme” aparecen entre los móviles más representativos para hacer uso de los espacios priorizados. En coherencia, los actores sociales con que más se asocian los emprendedores(as) son las amistades, seguido de otros emprendedores(as) y la familia.

Ya desde la motivación, la participación como acto político se desestima, comportamiento que encuentra reflejo y coherencia en las actividades y los espacios donde se participa. En cada uno de estos casos, la participación política puntúa bajo. Se confirma la sospecha de un distanciamiento con las formas tradicionales de participación. A la par, las instituciones estatales se perciben menos como aliados, y dejan de ser un actor recurrente, especialmente para cuentapropistas.

Como fortaleza fundamental, la valoración que se hace del impacto social y económico del emprendimiento como forma particular de participación, arroja un valor medio – favorable. Elementos también “omnipresentes”; las relaciones interpersonales y la interacción social.

Motivos que se salvaguardan en la elección de los elementos que configuran las formas en que se participa y se emprende.

En general, se registra una participación social determinada por el satisfacer necesidades económicas, en ambos planos individual y colectivo. Aterrizado a los atributos muestrales, se priorizan motivos asociados al desarrollo del emprendimiento como ejercicio personal de subsistencia, y a la satisfacción de las necesidades básicas que no escapan a trabajadores del sector privado.

### Conexiones entre Identidad nacional y participación social

El comportamiento de las variables estudiadas revela conexiones importantes entre una y otra. Las dimensiones desde las que se describe la identidad nacional, sostienen relaciones con la participación, en modo que las primeras dejan rastro en la configuración de las prácticas participativas, y estas últimas reflejan toda una estructura de rasgos identitarios propiamente interconectados. Contemplándose una relación bilateral, también la identidad del colectivo nacional expone características que se construyen desde la participación como dimensión dinámica de esa “personalidad” del pueblo cubano.

		Participación Social						
		Sentidos atribuídos	Evlución	Motivos	Niveles	Espacios	Actividad	Actores
Identidad Nacional	Motivaciones							
	Valores							
	Prejuicios							
	Rasgos							



Sentimientos por la pertenencia								
---------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

**Tabla 1.** Conexiones entre subdimensiones de análisis de la identidad nacional y la participación social.

Las conexiones entre la motivación como rasgo identitario y los elementos que integra la participación social, son recurrentes. En primer lugar, se encuentra una relación de dependencia entre los motivos distintivos de los cubanos y las cubanas, y los motivos asociados a la participación social específicamente ( $R=.0431$ ;  $p=.009$ ). El resultado es recursivo; preponderan motivaciones asociadas a la satisfacción de necesidades materiales y a las relaciones sociales y la interacción.

Un motivo altamente puntuado, representativo de la autoimagen colectiva del grupo nacional; “ser exitoso en algo”, se significa desde el sentido que tiene para los sujetos de la muestra como motor esencial de su actividad laboral. La consecución del éxito es un requisito *sine qua non* de la sustentabilidad del emprendimiento, y de su continuidad como estrategia de subsistencia. Es por tanto un móvil auténtico y bastante particular de personas que desarrollan actividades económicas por su cuenta, habiendo una alineación de los motivos personales y del trabajo que hace bastante más coherente asumir tamaños riesgos.

La búsqueda del éxito se asume también como voluntad de superación, retratando una muestra que en su mayoría tiene más de un trabajo, o lleva en paralelo alguna actividad docente. Legítima así, a la par de los motivos más comunes, que los espacios más explotados sean aquellos que logran ofrecer objetos de satisfacción para las necesidades más encumbradas. Así es el caso de

la casa propia o de amigos, el espacio de trabajo y los espacios culturales, que responden indistintamente a necesidades de socialización y abastecimiento. Los espacios de socialización no deben ser considerados solo como medios para el mero esparcimiento, en tanto la interacción que en ellos tiene lugar, provee de oportunidades de conexión con actores sociales que, de forma directa o potencial, pueden contribuir al desarrollo del negocio personal.

Algo parecido sucede con las actividades desde las que más se participa (correlación significativa con los motivos, de valores  $R=.308$ ;  $p=.007$ ). Con más selecciones en los tipos de actividad asociadas al trabajo (profesionales y productivas) y al esparcimiento (deportivas, festivas y familiares), se estima que los usos que se hace de las actividades como medio de participación, configura un ejercicio participativo versátil y que logra economizar recursos valiosos como el tiempo y el dinero.

Respondiendo a la satisfacción sustentable de necesidades primordiales, los sujetos se asocian, primero, con quien tienen más cerca (familiares y amigos). Luego, con quien necesitan indispensablemente y/o le es de utilidad (otros emprendedores, actores comunitarios). La coincidencia de actores más importantes, tanto para el ejercicio de la participación en general, como del emprendimiento específicamente; demuestra círculos que se superponen en el ejercicio de dos roles distintos. Así, se simplifica el ejercicio participativo en la medida en que se

simplifica el proceso de satisfacción de necesidades. En sus dinámicas naturales, el emprender genera intereses que, siendo comunes, logran movilizar a los y las emprendedoras de forma similar, haciendo la vinculación al interno del grupo algo más cómodas y sustentables que con actores externos.

Aplicando esa lógica al ejercicio participativo, se explica cómo existe una relación fuerte entre los niveles de participación más recurridos y los motivos mejor puntuados ( $R=.335$ ;  $p=.003$ ).

Aunque pocas, las selecciones del motivo “hacer bien a otras personas” como móvil representativo del grupo nacional, tienen como sujetos a los mismos que escogen “contribuir al desarrollo de la comunidad” entre su jerarquía motivacional asociada al emprendimiento. Un análisis en cruces de contingencia, muestra que, en su mayoría, esta relación se cumple para emprendedores que operan desde Proyectos de Desarrollo Local.

Por su parte, los rasgos que aparecen como más representativos de los cubanos y las cubanas, conectan con los motivos que estimulan la participación y el emprendimiento de manera similar a como lo hacen al interno de la variable identidad nacional. La correlación significativa ( $R:.326$ ;  $p:.002$ ) se explica por la medida en que los sujetos perciben a los y las cubanas desde las características que constituyen recursos para satisfacer las necesidades más presentes. Rasgos que hablan de competencias para relacionarse de forma asertiva y “buscarse el pan”. Resulta coherente entonces que la combinación de características y las jerarquías motivacionales varíen a la par.

De forma similar, pero con menor latencia, se comportan las relaciones entre los rasgos representativos y los espacios, las actividades y los actores sociales más elegidos dentro de la participación. Los índices más favorables en la caracterización general haciendo uso de pares de adjetivos, conectan con un uso más rico de espacios de participación. Las características de los y las cubanas se convierten en atractivos y refuerzos para una participación más enriquecida y permeada de interacción social.

Un dato complaciente, que se da en el marco de estas relaciones, es que los sujetos que mejor puntuación otorgan en el par activos - inactivos, son los que mayor variedad de espacios ( $R:.323$ ;  $p:.009$ ) y actividades ( $R:.383$ ;  $p:.002$ ) involucran en su ejercicio participativo. Como una suerte de proyección, estos sujetos parecen ser tan activos como perciben al colectivo nacional en general.

Una correlación sugerente asociada a los prejuicios, es la que describe cómo los sujetos que menos puntúan el prejuicio relacionado con las ocupaciones y los oficios, son los mismos que eligen asociarse más con otros emprendedores, priorizándoles ante familiares, amistades y actores comunitarios. Puede guardar relación con una mayor estimación hacia el emprendedor como poseedor de las competencias y condiciones necesarias para enriquecer el proceso de participación y producción. Por otra parte, legitima la asociación con otros emprendedores desde la conveniencia práctica dada la actividad compartida. Está hablando de una recurrencia natural al grupo, que pone de manifiesto el valor con que se significa al colectivo emprendedores desde lo interno.

Guido Bertoni Estanque, Ofelia Carolina Díaz Bravo

La practicidad y la objetividad con que se justifica la pertenencia al colectivo nacional, parece estar transversalizando la participación social, siempre que la forma en que estas cualidades varían en la elección de argumentos justificantes de la identidad, encuentra relación desde su mayor o menor presencia en otras elecciones relacionadas al ejercicio participativo.

Primero, la participación queda representada en acciones menos accesibles al ciudadano/a común, de la misma forma que la pertenencia se justifica desde razones menos prácticas. Con distribuciones similares, estas funciones descubren una muestra que entiende la pertenencia como algo que se hereda, más que como algo que se asume y construye. En el mismo sentido, se contempla la participación como una oportunidad que se recibe de alguien más, sin advertir que se participa desde muchos espacios, con cualidad y calidad que dependen más del sujeto que participa, que de algunas contingencias tradicionalmente sobredimensionadas. Así, argumentos como “por mi familia” y “por vivir en Cuba”, son elegidos en orden similar a acciones de la participación como “ejecutar”, “aceptar” y “decidir”. Heterogenizan este comportamiento los adultos mayores, quienes corresponden aquellos argumentos con sentidos como “ser informado” y “asistir”.

Por otra parte, las elecciones de razones que demuestran mayor mediatización en la línea argumental relacionada a la pertenencia, se emparejan con el nivel de participación de la movilización y la producción (R.:288; p:003). Esto es, los sujetos que validan su pertenencia desde argumentos como “por la manera en que me comporto” y “porque comparto tradiciones culturales” se involucran más en acciones

productivas y creativas, otro que desde formas que comprometen menos la proactividad.

Con distribuciones similares, dadas su representatividad respectiva; se encuentra una correlación significativa entre el argumento “por mi familia” y el motivo para la participación “satisfacer necesidades y proteger intereses personales” (R.:323; p:000).

Por su parte, la valencia del sentimiento que genera la pertenencia al grupo emprendedores, se asocia con una mejor valoración del/la emprendedor/a como actor social (R.:383; p:.000). Aunque constituye un resultado esperado, muestra un énfasis que es importante señalar, y es el valor de la interconexión funcional como logro en un grupo que depende del *networking* y el encadenamiento.

En general, se encuentra recurrencia a la movilización desde la intensificación de las dinámicas sociales a lo interno del ejercicio participativo. La interacción y la socialización se erigen como apéndices en las estrategias de satisfacción de necesidades de cualquier tipo. Una tendencia que matiza la relación del sujeto con la participación de forma significativa.

Los códigos identitarios aparecen regulando las formas de ser y estar de los y las emprendedoras. La fuerte conexión bilateral entre la “personalidad colectiva” y el acto público de participar e involucrarse, demuestra un “popurrí” de proyecciones donde las características, intereses y aspiraciones personales, caen sobre la recreación que se hace de los grupos de referencia, y la forma en que se perciben y configuran las prácticas participativas desde esas pertenencias. El “otro”, reconocido miembro del grupo, funciona como coautor y protagonista de los sentidos que se autoatribuyen, y el grupo pasa

Guido Bertoni Estanque, Ofelia Carolina Díaz Bravo

a ser escenario constante para el ensayo de la identidad nacional desde la participación social, y viceversa.

Sugiere entonces, que la medida en que el yo es vivenciado de forma positiva en su dimensión social, -el sujeto como parte de un colectivo-; aumenta la probabilidad de que el individuo participe en procesos en los que predomina el interés grupal sobre el interés propio. Por tanto, el grado en que el individuo se identifique con sus grupos de pertenencia, será un predictor de la participación social de ese sujeto en los espacios, desde las actividades, y con las personas de esos grupos.

Tomando en cuenta todos estos nexos, se asume que una identidad nacional más fuerte desde sus diversas dimensiones, se traduce en prácticas participativas más ricas, mejor elaboradas y más problematizadas. Estimular un vínculo más cercano entre el individuo/ciudadano y su entorno social y material, supone el refuerzo de la identidad nacional desde cada uno de los roles que asume (familiar, vecino/a, colega, etc.) y cada uno de los espacios donde los ejerce. Es una tarea educativa, política, sistémica. Comienza en casa y no se agota en ninguna esfera particular. Se reconstruye, reconfigura y conquista. Responde al contexto y le transforma. En el caso de la identidad cubana, tiene que ver con la protección de los motivos prosociales, el aplauso de la autoestima colectiva, el abrazo de valores humanos –sin desechar los instrumentales-, la reorientación de las posturas limitantes. Desde la participación, se requiere edificar nuevos sentidos de forma colectiva, resignificar el asunto público, promover la autonomía, legitimar el poder desde las asociaciones más básicas. El margen de acción

para nutrir una y otra esferas es enorme. Queda la suerte de saberles interdependientes, y, por tanto, más cercanas a la transformación desde lo cotidiano.

### **Conclusiones**

Las y los emprendedores vivencian la identidad nacional cubana de forma positiva, sin que esto excluya cuestionamientos. Heterogeniza los resultados, la variable “forma de gestión no estatal”. Se concluye así desde registros positivos en la percepción colectiva asociada a las autoimágenes grupal nacional, grupal de emprendedores, y personal; así como por las conexiones entre estas subdimensiones y la coherencia argumental en sus comportamientos.

Existen relaciones fuertes entre las dimensiones individual y grupal de la identidad nacional y la identidad grupal emprenditorial. Las conexiones se encuentran sobre todo en cuanto a motivaciones, rasgos característicos y sentimientos asociados a la pertenencia al grupo. Los sujetos perciben que el grupo emprendedores es similar al grupo nacional.

Se constata una participación social pobre, con comportamientos ligeramente desfavorables en las dimensiones Dinámica de la Participación, Relación del Sujeto con la Participación y Dirección de la Participación. Esto quiere decir que los sujetos muestran una dinámica motivacional que no promueve el vínculo con formas de participación más ricas, prevaleciendo formas básicas de consumo, y poco uso de los espacios y las actividades disponibles. La participación se da en respuesta a necesidades de subsistencia, lo cual atenta contra su valor social.

Guido Bertoni Estanque, Ofelia Carolina Díaz Bravo

Existen conexiones fuertes entre los elementos que configuran la identidad nacional y la participación social. El análisis multidimensional, arroja correlaciones estadísticamente significativas entre cada una de las dimensiones de estudio de la identidad nacional, y todas las dimensiones de la participación social. Así mismo, se encuentran semejanzas entre subdimensiones equivalentes, como son los motivos y los sentidos de pertenencia. Se concluye, por tanto, que la configuración de la identidad nacional puede predecir comportamientos participativos particulares.

#### Referencias bibliográficas

- Alonso, E. (1990). *La identidad del cubano en una obra de Fernando Ortiz*. Trabajo de Curso. Facultad de Psicología, Universidad de La Habana, Cuba.
- Alonso, E. & Galguera, M. (1992). *El cubano en el cine: Un acercamiento a la identidad nacional*. Trabajo de Diploma, Facultad de Psicología, Universidad de La Habana, Cuba.
- Álvarez Álvarez, L., Marrugo, A., Serrato Arengas, K., Rodríguez Giraldo, M. & Jiménez Cantillo, A. (2014). La participación ciudadana como ejercicio de aproximación a la construcción de cultura ciudadana en el marco del derecho y el deber. *Anales Políticos*, 64-79. <https://doi.org/10.15446/anpol.v27n81.45766>
- Castells, M. (2005). Globalización e Identidad. *Quaderns de la Mediterrània*, (14), 254-262.
- Cunnill, N. (2007). La construcción de ciudadanía desde una institucionalidad pública ampliada. En *Democracia/Estado/Ciudadanía: Hacia un estado de y para la democracia en América Latina* (pp. 113-139). Lima: PNUD.
- Chirino, C. (2017). Revisión histórica sobre la participación comunitaria y sus distintas connotaciones. *CIENCIAMATRIA*, 3(5), 11-25. <https://doi.org/10.35381/cm.v3i5.9>
- De la Torre, C. (1995). ¿Cómo somos los cubanos? Estudiantes de la Ciudad de La Habana responden dibujando. *Revista Cubana de Psicología*, 209-234.
- De la Torre, C. (1997). La identidad nacional del cubano. Logros y encrucijadas de un proyecto. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 223-241. <https://www.redalyc.org/pdf/805/80529201.pdf>
- De la Torre, C. (2001). *Las identidades. Una mirada desde la Psicología*. La Habana: Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana.
- De la Torre, C. (2007). *Valores y motivaciones de los cubanos y cubanas de hoy: un aporte al conocimiento del mercado cubano y sus segmentos*. La Habana.
- Delgado, M. E., Vazquez, M. L., Zapata, Y. & Hernán García, M. (2005). Participación Social en Salud: Conceptos de usuarios, líderes comunitarios, gestores y formuladores de políticas en Colombia. Una mirada cualitativa. *Revista Española de Salud Pública*, 79 (6), 697-707. <https://www.redalyc.org/pdf/170/17079609.pdf>
- Díaz Bravo, C. (1996). *Identidad Nacional desde la perspectiva de género. Revisión de técnicas tradicionales y novedosas*. Tesis de Maestría. Centro Nacional de Educación Sexual, La Habana, Cuba.
- Díaz Bravo, O. C. (2020). *Identidad nacional en jóvenes cubanos residentes en La Habana: Conexiones con la participación social*. Tesis de Doctorado. Facultad de Psicología, Universidad de La Habana, Cuba.
- Díaz Bravo, O. C., Escalona, A. L. & Molina, K. (2017). Retrato a lápiz de cubanas y cubanos del siglo XXI: jóvenes universitarios dibujan su identidad nacional. *Revista Estudio*, 14-21.
- Díaz, C., & Pañellas, D. (2019). *Cuba y Estados Unidos. Autoimagen e identidad nacional. Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 7 (2), 48-60. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext)

Guido Bertoni Estanque, Ofelia Carolina Díaz Bravo

- [&pid=S2308-01322019000200003](#)
- Domínguez, L. (2017). Proyectos futuros en jóvenes cubanos. In E. Morales Chuco, *Identidad, cultura y juventud* (pp. 21-51). La Habana: Instituto Cubano de Investigación Cultural "Juan Marinello".
- Domínguez, L., Cancio-Bello, C. & Fleytas Pérez, N. (2019). Identidad de género y proyectos futuros en jóvenes homosexuales cubanos. *Revista Sexología y Sociedad*, 57-71. <https://revsexologiaysociedad.sld.cu/index.php/sexologiaysociedad/article/view/662>
- Espíritu, R., Moreno-Zacarías, M. & Priego, H. (2012). Rasgos de personalidad, innovación y autoestima en la intención emprendedora de estudiantes universitarios. *Multiciencias*, 52- 58. <https://www.redalyc.org/pdf/904/90431109008.pdf>
- González, S. & Concepción, A. (1993). *Identidad del Cubano. Estudio diferencial entre hombres y mujeres*. Tesis de Diploma. Facultad de Psicología, Universidad de La Habana, Cuba.
- Guillermo, N. (2020). *Identidad nacional y participación social en jóvenes habaneros dirigentes*. Tesis de Diploma. Facultad de Psicología, Universidad de La Habana, Cuba.
- Landaburo, L. (2017). Poder blando y negocios privados en Cuba: perspectivas después del 17D. *Estado & Comunes. Revista de políticas y problemas públicos*, 1 (4), 57-69. <https://www.redalyc.org/journal/6842/684272398003/html/>
- López, L. (1990). *La identidad en la literatura. Un análisis de contenido de los textos de Miguel Barnet*. Trabajo de curso. Facultad de Psicología, Universidad de La Habana, Cuba.
- López, L. (1992). *Aproximación a la identidad nacional desde la literatura*. Tesis de diploma. Facultad de Psicología, Universidad de La Habana, Cuba.
- Martín, C. & Perera, M. (2011). Que el vaso no sea más que la flor. *Temas*, 105-115.
- Martín, C. & Perera, M. (1996). El cubano frente al espejo. *Revista Caminos*, 16-19.
- Núñez-Ramírez, M., Banegas-Rivero, R., Madrigal-Torres, B. & Velarde, C. (2020). The positive side of the college entrepreneur. Self-esteem, satisfaction with life, and optimism in students from Mexico and Bolivia. *Formación Universitaria*, 13 (4), 21-30. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062020000400021>.
- Restrepo, E. (2007). *Identidades: Planteamientos Teóricos y Sugerencias Metodológicas para su estudio*. Universidad de Magdalena, Colombia.
- Sanabria Ramos, G. (2001). Participación Social y Comunitaria. Reflexiones. *Revista Cubana de Salud Pública*, 27 (2), 89-95. <https://www.redalyc.org/pdf/214/21427202.pdf>
- Sastre, R. (2011). Comportamiento emprendedor, semiótica y filosofía del lenguaje: una aplicación en el campo de las investigaciones en administración. En Ivarola, L., *Selección de trabajos de las XVI Jornadas de Epistemología de las Ciencias Económicas* (pp. 87-97).
- Sepúlveda-Loyola, W., Dos Santos, R., Pires Tricanico, R. & Suziane, V. (2020). Participación Social, un factor a considerar en la evaluación clínica del adulto mayor: una revisión narrativa. *Revista Peruana de Medicina y Salud Pública*, 37 (2), 341-349. <https://doi.org/10.17843/rpmesp.2020.372.4518>
- Silva, A., Guamán, D. & Alexandre, D. (2016). *Un estudio de autoimagen en un grupo de jóvenes universitarios del Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría. Trabajo de Curso*. Facultad de Psicología, Universidad de La Habana, Cuba.
- Pañellas, D. & Echeverría, D. (2020). *¿Existen condiciones sociales para el emprendimiento en Cuba? Algunas reflexiones desde investigaciones sociales*. Universidad de La Habana, La Habana.
- Pinho de Oliveira, M. F. (2014). La participación social en Venezuela. Breve enfoque constitucional.

*Ciencia Administrativa*, 1, 108-117.

<https://cienciaadministrativa.uv.mx/index.php/cadmiva/article/view/1619>

Red Interamericana para la Democracia. (2005). Buenos Aires.

Velázquez, F. (1988). Líneas conceptuales para el análisis de la participación ciudadana. *Nuevos Cuadernos CELATS*, 1.

### **Conflicto de intereses**

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses

### **Contribución de los autores**

Guido Bertoni Estanque: Conceptualización, curación de datos, análisis formal, investigación, metodología, visualización, redacción – borrador original, redacción – revisión y edición, y aprobación de la versión final.

Ofelia Carolina Díaz Bravo: Conceptualización, metodología, supervisión, redacción – revisión y edición, y aprobación de la versión final.