

0/4.30130  
D15

41243

**I**

Centro de Estudios del Poder

# PERFILES BÁSICOS DE AUTOPERCEPCIÓN DEL LIDERAZGO



Dr. Roberto De Vries  
Dra. Mireya Rodríguez  
Dra. Alicia Perrotto

Caracas, 1997

# ÍNDICE

I) Introducción

II) Resultados obtenidos en la Ciudad de San Carlos de Bariloche

Autopercepción

- I Imagen General
- II Imagen Psicológica
- III Imagen Ideológica

Percepción de Río Negro

- I Imagen General
- II Imagen Psicológica
- III Imagen Ideológica

Percepción de Argentina

- I Imagen General
- II Imagen Psicológica
- III imagen Ideológica

III) Resultados obtenidos en la Ciudad de Cipoletti

Autopercepción

- I Imagen General
- II Imagen Psicológica
- III Imagen Ideológica

Percepción de Río Negro

- I Imagen General
- II Imagen Psicológica
- III Imagen Ideológica

Percepción de Argentina

- I Imagen General

- II Imagen Psicológica
- III imagen Ideológica

IV) Resultados obtenidos en la Ciudad de Viedma

Autopercepción

- I Imagen General
- II Imagen Psicológica
- III imagen Ideológica

Percepción de Río Negro

- I Imagen General
- II Imagen Psicológica
- III imagen Ideológica

Percepción de Argentina

- I Imagen General
- II Imagen Psicológica
- III imagen Ideológica

V) Cuadro Resumen comparativo de percepciones sobre las realidades evaluadas

VI) Conclusiones y recomendaciones para la Provincia de Río Negro

VII) Análisis comparativo de imagen entre el Poder Político y Poder Mediático en la Provincia de Neuquén. Conclusiones y Recomendaciones. Anexo cuantitativo.

## **I. INTRODUCCIÓN**

El presente informe tiene por objetivo reflejar los resultados finales obtenidos del análisis e interpretación de las percepciones de diferentes liderazgos de las ciudades de Viedma, Cipoletti y Bariloche sobre sí mismas, sobre la Provincia de Río Negro y sobre la República Argentina.

El mismo contiene la descripción de la imagen general, psicológica, ideológica, organizacional y de perficiencia gerencial e identidad, las cuales sirvieron para aproximarnos a la comprensión de las percepciones que genera cada una de las personalidades evaluadas.

Asimismo, se indican el conjunto de recomendaciones que hemos identificado como pertinentes para enfrentar las distintas conclusiones esbozadas.

Finalmente, deseamos agradecer la valiosa colaboración tanto de las instancias gubernamentales, en particular, el Consejo Federal de Inversiones, como de todas las personas involucradas en la presente investigación, ya que nos ha facilitado la convocatoria de un valioso y diverso grupo de líderes interesados en la conducción de los destinos de sus respectivas localidades.

Centro de Estudios del Poder

**AUTOPERCEPCIÓN DEL LIDERAZGO DE LA  
PROVINCIA DE RÍO NEGRO  
(SAN CARLOS DE BARILOCHE, CIPOLETTI Y VIEDMA)**

Dr. Roberto De Vries

Dra. Mireya Rodríguez

Dra. Alicia Perrotto

Caracas, 1997

## II. RESULTADOS OBTENIDOS EN LA CIUDAD DE SAN CARLOS DE BARILOCHE

### a) AUTO PERCEPCIÓN

Los resultados del trabajo de investigación de cómo el liderazgo de Bariloche evalúa a la ciudad y su más inmediata área de influencia son los siguientes:

#### I) IMAGEN GENERAL

##### **Modelo o Estereotipo de imagen:**

Se percibe como un hombre de 32 años aproximadamente, que refleja una personalidad de empuje y constructividad antes que la de una entidad negociadora, con una edad que indica el comienzo de una madurez y cierta experiencia de vida. Con 1.68 mts de estatura y 72.83 Kgrs de peso, le hace ser percibido con un discreto sobrepeso, elementos que se pueden asociar con cuestionamientos a su autoestima. El color de su piel es blanca, con el cabello castaño, los ojos pardos y el rostro ovalado.

De acuerdo con esta descripción, Bariloche está siendo percibido con algunos elementos de importancia dentro del **modelo afectivo** (que genera acercamiento en quienes lo perciben) y, en segundo lugar, con unas características de percepción que se confunden entre el **modelo social**, (que refleja una gran comunalidad física en relación con la imagen de Argentina) y algunos elementos del llamado **modelo económico** (que genera un rápido mensaje de triunfo).

Por otra parte, con esta descripción no se encuentran elementos que hagan pensar en estereotipos del modelo erótico (altamente atencional y atractivo) ni del modelo intelectual (que genera mensajes de gran racionalidad).

## Discurso de Imagen

Bariloche se describe como una persona casada, con dos hijos (1.9), con grado de educación universitaria y que en la actualidad confronta graves problemas de tipo económico.

En la rápida evaluación de su discurso general, se le percibe con un caminar promedio (5,05/10), una gestualidad también promedio (5,88/10) y con una sonrisa escasa (3,48/10).

El discurso de imagen se evalúa como fundamentalmente **analítico** y con algunos elementos de tipo **proyectivo** (que busca transmitir sus triunfos).

De la unión del modelo con el discurso surge una variedad de imágenes generales, que **revela la inexistencia de una clara e inequívoca autopercepción de Bariloche** por parte de la muestra encuestada. En este sentido surgen las siguientes combinaciones.

Modelo afectivo	+	discurso analítico:	imagen serena
Modelo afectivo	+	discurso proyectivo:	imagen protectora
Modelo Social	+	discurso analítico:	imagen dirigente
Modelo Social	+	discurso proyectivo:	imagen negociadora
Modelo Económico	+	discurso analítico:	imagen realizada
Modelo Económico	+	discurso proyectivo:	imagen fulgurante

Una manera de facilitar la elección del tipo de imagen que se desea transmitir, viene dada por el autoconocimiento exhaustivo de las características y variables cualitativas y cuantitativas de la personalidad que está siendo evaluada. Entre dichas variables, una de singular importancia es la de detectar la misión de vida de la entidad analizada.

En este sentido, Bariloche estaría oscilando entre una **misión amar** (más acorde con el modelo afectivo), una **misión luchar** (más acorde con el modelo social), y una **misión tener** (para sí y para los otros , propia o más acorde con el modelo económico).

En otras palabras, es preciso que esta personalidad tenga clara su misión de vida para así clarificar su imagen general y definir estratégicamente el rol que va a asumir en sus relaciones consigo misma y con su entorno.

## II) IMAGEN PSICOLÓGICA

En la autopercepción de imagen psicológica, alcanza un promedio psicológico de 5.13, lo que le ubica en la realidad psicosocial de victimario, dentro del círculo de la dependencia. Esta misma realidad se confirma al hacer el cuadro de sus mayores fortalezas y debilidades, donde Bariloche se percibe de la siguiente manera:

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
simpatía	6.37	disciplina	4.20
atractivo	6.20	estabilidad	4.40
sociabilidad	5.91	perseverancia	4.45
placer	5.79	agresividad	4.66
adaptabilidad	5.60	madurez	4.70
<b>PROMEDIO</b>	<b>5.97</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>4.48</b>

De acuerdo con estos resultados, el promedio de las cinco fortalezas es de 5.97 , lo que señala un patrón que inicia el nivel seis de egoísmo egocéntrico (que busca reforzar los valores de su propia personalidad), mientras que el promedio de sus debilidades revela un valor de 4.98, que lo ubica en un punto cercano al rol del vengador. Estos índices señalan que la principal dinámica de conflicto en la realidad psicosocial de Bariloche se encuentra entre una parte de la personalidad, que está iniciando el proceso de egoísta egocéntrico y otra parte que aún se encuentra en el rol de victimario. Ello genera una realidad de ilegitimación y descalificación mutua, con grandes tensiones.

Por otra parte, la combinación de fortalezas y debilidades genera un mapa positivo y un mapa negativo, tal como se muestra a continuación:

<b>MAPA PSICOLÓGICO POSITIVO</b>			
simpatía	+	atractivo	carisma / agrado
simpatía	+	sociabilidad	carisma / agrado
simpatía	+	placer	carisma
simpatía	+	adaptabilidad	agrado / deseo
atractivo	+	sociabilidad	agrado
atractivo	+	placer	carisma / intensidad
atractivo	+	adaptabilidad	agrado / deseo
sociabilidad	+	placer	carisma / agrado
sociabilidad	+	adaptabilidad	agrado
placer	+	adaptabilidad	agrado / deseo

Con los valores de este mapa psicológico, San Carlos de Bariloche, se siente estimulado y premiado cuando le refuerzan las cualidades de carisma, agrado, deseo e intensidad.

<b>MAPA PSICOLÓGICO NEGATIVO</b>			
baja disciplina	+	baja estabilidad:	caos / improductividad
baja disciplina	+	baja perseverancia:	fracaso / improductividad
baja disciplina	+	baja agresividad:	infantil
baja disciplina	+	baja madurez:	infantil
baja estabilidad	+	baja perseverancia:	improductividad / fracaso
baja estabilidad	+	baja agresividad:	auto daño
baja estabilidad	+	baja madurez:	infantil
baja perseverancia	+	baja agresividad:	angustia / improductividad
baja perseverancia	+	baja madurez:	infantil
baja agresividad	+	baja madurez:	miedo

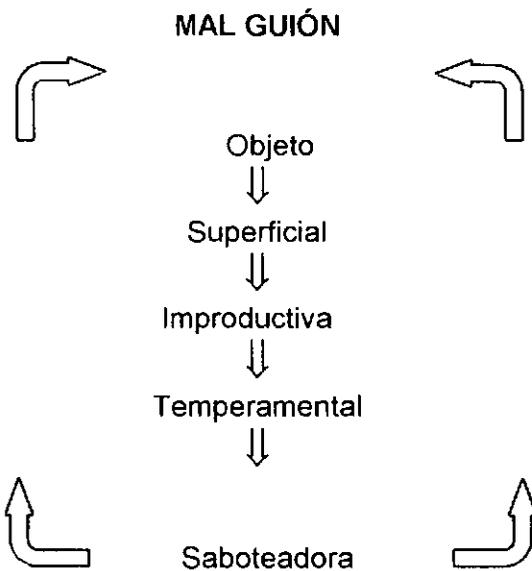
Con estos resultados, se puede decir que los principales calificativos negativos con los que se puede afectar a Bariloche son : desorden, angustia, infantil, fracaso e improductividad.

Al mezclarse las fortalezas con las debilidades, se obtienen las siguientes palabras con que esta muestra califica de manera inconsciente a Bariloche.

### GUIÓN OPERATIVO

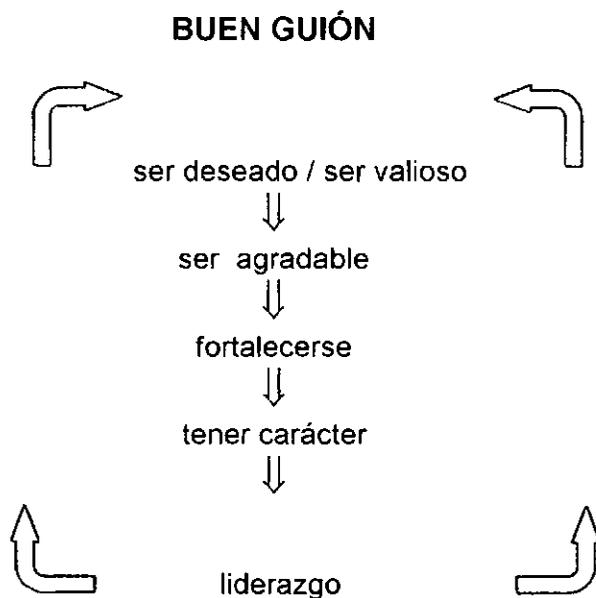
simpatía	+	baja disciplina	saboteo
simpatía	+	baja estabilidad	temperamentalidad
simpatía	+	baja perseverancia	superficialidad
simpatía	+	baja agresividad	superficialidad/inofensividad
simpatía	+	baja madurez	superficialidad
atractivo	+	baja disciplina	saboteo
atractivo	+	baja estabilidad	temperamentalidad/superficialidad
atractivo	+	baja perseverancia	superficialidad
atractivo	+	baja agresividad	objeto
atractivo	+	baja madurez	superficialidad
sociabilidad	+	baja disciplina	saboteo / improductividad
sociabilidad	+	baja estabilidad	temperamentalidad
sociabilidad	+	baja perseverancia	superficialidad
sociabilidad	+	baja agresividad	superficialidad
sociabilidad	+	baja madurez	superficialidad
placer	+	baja disciplina	saboteo / desorden
placer	+	baja estabilidad	temperamentalidad
placer	+	baja perseverancia	descuido / hedonismo
placer	+	baja agresividad	objeto
placer	+	baja madurez	peligro
adaptabilidad	+	baja disciplina	saboteo
adaptabilidad	+	baja estabilidad	auto daño
adaptabilidad	+	baja perseverancia	saboteo
adaptabilidad	+	baja agresividad	sumisión
adaptabilidad	+	baja madurez	objeto / manipulable

En el estudio de la carga semántica de este guión, se destacan las siguientes palabras: desordenada, objeto, saboteadora, superficial y temperamental, que al ser ordenadas bajo la forma de un sistema operativo conforma el siguiente guión negativo:



Con este guión operativo, Bariloche puede ser descrita como un ente que es o se siente objeto (que los demás manejan y utilizan a sus anchas) . Esta manipulación la lleva a comportarse de una manera superficial e improductiva, reacciona de una manera temperamental, saboteando así los procesos en los cuales es o se siente objeto. Así, se retroalimenta el círculo vicioso. Por verse a sí misma como auto saboteadora y, para evitar el daño a sí misma y a los demás, se vuelve a comportar como un objeto.

Cuando cada uno de estos conceptos o adjetivos valorativos se transforman en su acepción positiva, el guión positivo, queda estructurado en la siguiente forma .



Con este guión positivo, Bariloche queda como una personalidad que por deseada es cada vez más valiosa y que al aprender a ser agradable con quienes está compartiendo su belleza, aumenta su autoestima y se fortalece. Ello le permite demostrar un gran carácter para no ser violentada, que a su vez, la lleva a desarrollar una capacidad de liderazgo que la hace cada vez más deseable y valiosa.

### III) IMAGEN IDEOLÓGICA

En la imagen ideológica, Bariloche se percibe a sí misma con los siguientes valores generales:

Ante el Cambio	6.43
Ante el Conflicto	4.04
Ante los Valores	5.04

De acuerdo con esta metodología, la muestra encuestada ubica a Bariloche en una posición renovadora ante el cambio (con algunas tendencias al conservadurismo), con una posición propensa al individualismo y, finalmente, como una personalidad que se encuentra en un punto intermedio entre pragmatismo y principismo, lo cual la describe como alguien eficaz que busca solucionar problemas.

El promedio general de estas tres percepciones, genera un valor de 5.17, lo cual refleja que Bariloche tiene una intención estratégica con el poder, pero que esta aún puede ser manejada por las coyunturas que se presentan.

## ANTE EL CAMBIO:

Esta auto percepción, se puede apreciar con mayor profundidad con el esquema de la **Perficiencia Gerencial**, que contempla diez áreas (que a su vez contiene treinta y tres elementos) relacionadas con la búsqueda permanente de la excelencia. Su valoración revela la calidad del proceso de renovación con el cual se identifica.

Legitimidad	7.22
Auto Estima	5.70
Credibilidad	5.66
Feminidad	5.54
Psicología	5.24
Pensamiento Estratégico	5.12
Masculinidad	5.04
Recursos	4.84
Comunicación	4.64
Imagen	4.53
<b>IDENTIDAD</b>	<b>5.35</b>

Con estos resultados, Bariloche se percibe a sí misma con un 70% de los factores analizados en el área de organización, de los cuales la gran mayoría se encuentran en baja organización (con valores que están entre 5.00 y 5.99) y un 30% de los factores en situación de crisis (con valores inferiores a 5) es decir, un escenario que combina las debilidades de la personalidad con las amenazas del entorno.

Las áreas que de acuerdo a esta metodología se perciben en crisis, son tres: **Recursos, Comunicación e Imagen**, áreas que requieren una urgente intervención para mejorar la capacidad de renovación con la que se autopercibe.

Revisemos las causas de estas percepciones que ameritan acciones urgentes específicas.

En el área de los Recursos, se encuentran los siguientes valores en cada uno de sus tres componentes:

■ **Administración**      **4.59**

Este elemento valora la percepción que se tiene del inadecuado manejo de los activos humanos, de los recursos materiales y del uso del tiempo para el logro de una buena gestión.

■ **Inteligencia**      **5.09**

Este elemento valora la percepción que se tiene del inadecuado manejo de la información pertinente que ayude a la mejor toma de decisiones.

■ **Investigación**      **4.85**

Este elemento valora la percepción que se tiene de la baja capacidad para identificar la búsqueda de soluciones a problemas y a satisfacer necesidades existentes.

Esta relación entre el área de administración en situación crítica con una investigación en un nivel similar, nos revela una realidad en la que por ausencia de investigaciones (o uso inadecuado de las existentes) se tiene un manejo no tan adecuado de los activos humanos, de los recursos materiales y del tiempo. También puede estar señalando que el manejo administrativo no está tomando en cuenta la realidad de las investigaciones existentes como básicas para la solución de problemas.

En el área de las comunicaciones, los valores que se generaron nos demuestran lo siguiente:

### **Comunicación intragrupal**

**4.75**

Este elemento valora la capacidad de un sistema para tener buenos elementos de comunicación interna.

### **Comunicación interliderazgo**

**4.36**

Este elemento valora la capacidad de un sistema para generar convocatoria frente a los otros grupos líderes de su entorno.

### **Comunicación con el entorno**

**4.80**

Este elemento valora la capacidad de un sistema para mantener una buena comunicación con el sistema que lo contiene, en este caso, Río Negro.

Los diferentes valores en situación crítica obtenidos, demuestran los escasos niveles de comunicación de Bariloche consigo misma, con su entorno como Ciudad y con otros grupos líderes (baja convocatoria) y con la Provincia a la cual pertenece, Río Negro.

Por último, en el área de la **Imagen**, los valores que surgen de esta investigación son los siguientes:

- Imagen del Intendente: 4.28
- Imagen de la Provincia 4.58
- Imagen de la República Argentina: 4.74

De acuerdo a estos resultados, se trata de una Ciudad en Crisis, dentro de una Provincia en Crisis dentro de un país en crisis. Se trata de un área a la cual hay que prestarle especial atención, por tratarse de un elemento clave para una ciudad turística.

### **ANTE EL CONFLICTO INDIVIDUALISMO - COLECTIVISMO**

En el segundo elemento de la imagen ideológica que es el cambio, vale la pena analizar el valor de 4.04 que obtuvo Bariloche en esta auto evaluación.

En el esquema de medición de esta imagen, se valoran cuatro espacios en la misma escala que va desde el 0 como posición extrema del individualismo, hasta el 10 que traduce el punto extremo del colectivismo. De esta manera, al dividir en cuatro secciones este continuo, tenemos dentro del modelo los siguientes valores:

- 0 a 2.4 equivale a un individualismo extremo, que cultiva de manera muy especial el narcisismo, es decir, el único **yo** importante es el propio.
- 2.5 a 4.9 equivale a un individualismo en el cual se persigue el buen funcionamiento de un **yo importante** que se pueda integrar a otros yo, igualmente importantes.
- 5.0 a 7.4 equivale a un colectivismo que se fundamenta en el **nosotros** y que, por lo tanto busca el valor y el poder de los grupos o sectores específicos.
- 7.5 a 10 equivale a un colectivismo en donde lo importante es el todo, es decir, la humanidad entera.

El valor de 4.04 con que se auto evalúa Bariloche, es un valor que la ubica en el área que cultiva la importancia del individualismo, el cual tiene que entrar en contactos con sectores o grupos que estén colocados dentro de los valores que van desde el 5.0 hasta 7.4 con el fin de poder establecer las llamadas **negociaciones diaicas**, con las cuales este individuo le aporta fuerza al grupo y éste, responde dándole el poder del grupo, es decir, "empoderándolo". La gran pregunta a realizar entonces y de acuerdo a estos resultados **¿quién "empodera" a Bariloche, si tiene una mala imagen de todo su entorno (del Intendente, de Río Negro e incluso de la Argentina? ¿Con quién podría establecer relaciones de poder interdependientes?**

#### ANTE LOS VALORES:

En este aspecto, Bariloche se evaluó a sí misma en el punto medio entre el pragmatismo y el principismo (5.04), y que refleja una actitud proclive a la eficacia, es

decir, que busca soluciones a los problemas que se le presentan. Este esquema se valida a través de las respuestas dadas ante el grado de organización de 17 instituciones básicas.

En su auto percepción, Bariloche tiene los siguientes resultados:

organización ecológica	7.37
organización en ciencia y tecnología	7.35
organización laboral	6.77
organización amistosa	6.17
organización deportiva	6.12
organización cultural	6.00
organización familiar	5.80
organización de ONG	5.55
organización educacional	5.55
organización económica	5.45
organización militar y de seguridad	5.23
organización institucional oficial	5.13
organización de medios masivos	5.08
organización judicial	5.06
organización política	4.93
organización religiosa	4.88
organización ideológica	4.83
<b>Organización del Sistema</b>	<b>5.79</b>

Con estos valores, se tiene que la muestra encuestada percibe que Bariloche tiene su esquema organizacional en los siguientes términos:

6 de las 17 instituciones, en organización estable (de 6.0 a 7.5)	35%
8 de las 17 instituciones, en baja organización (de 5.0 a 5.9)	47%
3 de las 17 instituciones, en crisis (de 3.5 a 4.9)	18%

Es decir, cerca del 83% de las instituciones se encuentran en el escenario de la organización, y un 17% en zona de crisis. Ello significa que la percepción de ser una personalidad eficaz obtenida del 5.04 (punto medio entre el pragmatismo y el principismo) se encuentra reforzado por un sistema organizado que puede respaldar la búsqueda de salidas a los problemas que pretende solucionar. De acuerdo con esto, habría que hacer unas cuantas reflexiones acerca del proceso de crisis organizacional en que se encuentra: la política, la ideología, la religión, así como el promedio de la organización del sistema (5.79), lo cual dificulta las posibilidades reales y efectivas de buscar salidas a los problemas que pretende solucionar.

## b) PERCEPCIÓN DE RÍO NEGRO

Bariloche evalúa a su Provincia con las siguientes percepciones:

### I IMAGEN GENERAL

#### **Modelo de Imagen**

Bariloche percibe a Río Negro como un hombre de 35 años de edad, una estatura de 1.72 mts y un peso de 73.9 Kgrs, que le hace evaluarlo con una estructura corporal normal pero con un muy discreto sobrepeso. Es de piel blanca, cabello castaño, ojos pardos y con un rostro que se describe entre ovalado y circular.

Con estas características, Río Negro pareciera ubicarse dentro del modelo social (de gran comunalidad del argentino típico) aunque hay algunos elementos que le podrían hacer ver como un modelo afectivo (que tienden a transmitir el valor del afecto).

#### **Discurso de Imagen**

En el estudio del discurso percibido, la muestra encuestada en Bariloche percibe a Río Negro como un hombre casado, con más de cuatro hijos, con un nivel secundario de educación y que en la actualidad tiene importantes problemas económicos.

En cuanto a los elementos básicos del discurso, se percibe con una velocidad de caminar en 4.22 / 10 que es una valor promedio, con una gestualidad también normal de 5.33/ 10 y una sonrisa en 3.44 / 10, que transmite sin duda alguna una personalidad muy seria y circunspecta.

El vestuario no se describe definido, aunque tiende a ser formal, el hábitat es sobrio y la voz se define dentro de los parámetros de la normalidad. Tiene un saludo de compromiso, aunque el 56% de la muestra lo siente cercano.

Cuando se analizan estos datos, se llega a la conclusión de que este discurso o intención comunicacional está como disperso, con una muy discreta tendencia a ser evaluado como analítico, distanciante.

De esta manera, la imagen general inicial es imprecisa, por la dificultad de identificar el tipo de discurso utilizado por esta personalidad. En segundo lugar, Río Negro se proyecta a Bariloche como una personalidad con dos tendencias, una de modelo social con discurso analítico que genera una **imagen dirigente** y un modelo afectivo con un discurso analítico, que genera una **imagen serena**.

Las primeras de las imágenes se coloca dentro de la llamada Cruz del Poder Primario (de altos beneficios y altos costos), y, la segunda dentro de las imágenes semi frías que aunque, distanciantes, pueden generar una comunicación de gran respeto.

## II) IMAGEN PSICOLÓGICA

Al analizar las puntuaciones que Bariloche le dio a Río Negro, se obtuvo un promedio de 4.83, lo que significa que el ente se encuentra finalizando un estadio de venganza y que está buscando asumir el papel de victimario.

Esta realidad se convalida cuando se realiza el cuadro comparativo de fortalezas y debilidades tal como lo demuestran los siguientes resultados:

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
adaptabilidad	5.52	liderazgo	4.05
autoconfianza	5.36	tacto social	4.21
estabilidad	5.31	placer	4.26
memoria	5.23	tolerancia	4.26
decisión	5.21		
<b>PROMEDIO</b>	<b>5.32</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>4.19</b>

Estos valores revelan un conflicto interno de alta confrontación, que puede llegar hasta la destrucción mutua.

Al combinar las fortalezas entre sí, nos da como resultado el siguiente mapa positivo:

### MAPA PSICOLÓGICO POSITIVO

adaptabilidad	+	autoconfianza	=	seguridad / estrategia
adaptabilidad	+	estabilidad	=	solidez
adaptabilidad	+	memoria	=	certeza
adaptabilidad	+	decisión	=	confiabilidad
autoconfianza	+	estabilidad	=	seguridad / solidez
autoconfianza	+	memoria	=	certeza / seguridad
autoconfianza	+	decisión	=	seguridad / certeza
estabilidad	+	memoria	=	certeza / confiabilidad
estabilidad	+	decisión	=	seguridad
memoria	+	decisión	=	certeza

La visión positiva que tiene Bariloche de Río Negro está en que le parece una personalidad segura, sólida, con gran capacidad de certeza y confiable.

La combinación de las debilidades nos revela el siguiente mapa negativo:

### MAPA PSICOLÓGICO NEGATIVO

bajo liderazgo	+	bajo tacto social	=	aislamiento / frustración
bajo liderazgo	+	bajo placer	=	amargura
bajo liderazgo	+	baja tolerancia	=	amargura
bajo tacto social	+	bajo placer	=	amargura / resentimiento
bajo tacto social	+	baja tolerancia	=	intransigencia / primitivismo
bajo placer	+	baja tolerancia	=	intransigencia / amargura

Estos son los peores calificados que acerca de Río Negro tiene esta muestra de Bariloche y que se pueden resumir en: la amargura, la intransigencia y la frustración.

Al momento de unir las fortalezas y las debilidades, se obtiene el siguiente guión con el cual Bariloche percibe a la Provincia de Río Negro:

### GUIÓN OPERATIVO

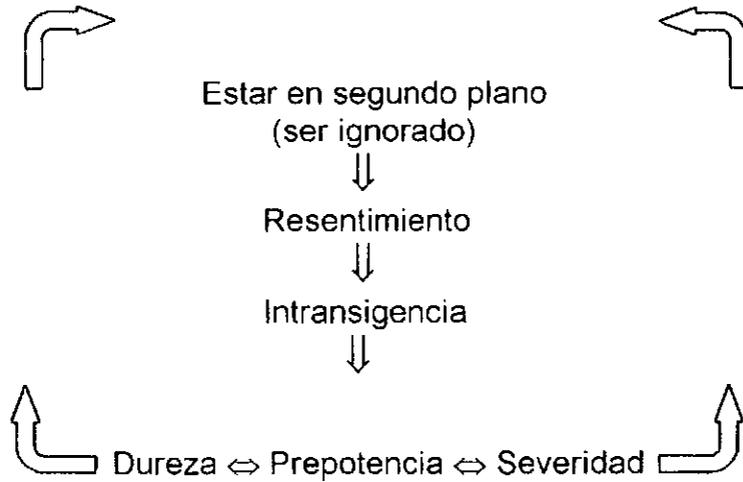
adaptabilidad	+	bajo liderazgo	=	dependencia
adaptabilidad	+	bajo tacto social	=	resentimiento / amargura
adaptabilidad	+	bajo placer	=	resentimiento
adaptabilidad	+	baja tolerancia	=	resentimiento / frustración
autoconfianza	+	bajo liderazgo	=	trabaja para otros
autoconfianza	+	bajo tacto social	=	prepotencia / atropello
autoconfianza	+	bajo placer	=	severidad
autoconfianza	+	baja tolerancia	=	prepotencia
estabilidad	+	bajo liderazgo	=	ser ignorado
estabilidad	+	bajo tacto social	=	prepotencia / indiferencia
estabilidad	+	bajo placer	=	severidad
estabilidad	+	baja tolerancia	=	prepotencia
memoria	+	bajo liderazgo	=	ser ignorado
memoria	+	bajo tacto social	=	dureza / intransigencia
memoria	+	bajo placer	=	severidad
memoria	+	baja tolerancia	=	intransigencia
decisión	+	bajo liderazgo	=	represión
decisión	+	bajo tacto social	=	dureza
decisión	+	bajo placer	=	dureza / intransigencia
decisión	+	baja tolerancia	=	intransigencia / dureza

Entre las palabras con mayor carga semántica, aparecen en forma importante los siguientes calificativos:

dureza	intransigencia	prepotencia
resentimiento	severidad	trabaja para otros.

Con esto se puede establecer el guión operativo con el cual Bariloche evalúa la Provincia de Río Negro

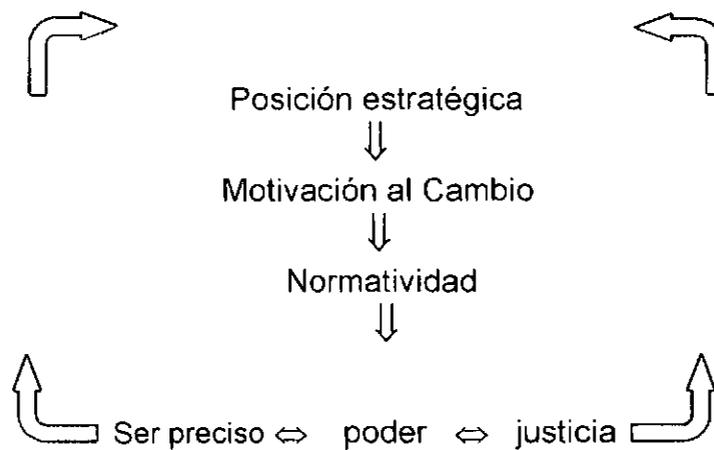
## MAL GUIÓN



Con ese guión operativo, Río Negro es evaluado por Bariloche como un ente que no se siente reconocido en todo lo que se merece de acuerdo a sus capacidades, por ello está resentido. Este sentimiento genera un comportamiento de gran intransigencia, que le lleva a reaccionar de manera dura, severa y prepotente. Al actuar de esta manera, lo relegan a una posición de segundo plano o a ser ignorado.

Cuando este se transforma en sus valores positivos, se tiene el siguiente guión positivo:

## BUEN GUIÓN



Con este gui3n, Bariloche inconscientemente percibe a R3o Negro en una posici3n estrat3gica que le genera una motivaci3n al cambio, que le llevan a ejercer el poder y la justicia con patrones altamente normativos y con una gran precisi3n.

### III) IMAGEN IDEOL3GICA

Cuando se evalúa la percepci3n ideol3gica de R3o Negro por parte de Bariloche, se obtienen los siguientes resultados:

- Ante el cambio	5.73
- Ante el conflicto	4.42
- Ante los valores	4.15

Esta percepci3n la coloca con una visi3n renovadora, con una posici3n intermedia tanto en el manejo del conflicto individualismo / colectivismo como entre el pragmatismo y principismo.

El promedio de estos tres valores que es 4.76, lo cual refleja que R3o Negro tiene un manejo conyuntural de las situaciones, es decir, que en esta percepci3n no hay visi3n estrat3gica del poder, que es el punto b3sico que hay que atacar para iniciar la transformaci3n del gui3n negativo al gui3n positivo descrito anteriormente.

#### ANTE EL CAMBIO:

Al profundizar el elemento del cambio, se tiene que para Bariloche R3o Negro, tiene los siguientes valores:

LEGITIMIDAD	6.03
AUTO ESTIMA	5.56
CREDIBILIDAD	5.05
PROMEDIO PSICOL3GICO	4.83
IMAGEN	4.75
PENSAMIENTO ESTRAT3GICO	4.71
FEMINIDAD	4.69
COMUNICACI3N	4.13
MASCULINIDAD	4.12
RECURSOS	4.09
IDENTIDAD	<b>4.79</b>

Con estos resultados de la perfiencia gerencial con que Bariloche evalúa a la Provincia de Río Negro, se le asigna una visión de identidad en evidente crisis, ya que el 70% de las áreas se encuentran en esta situación, estando tan sólo un 30% en organización y de esta tan sólo un 10% en organización estable, que es la legitimidad. Este cuadro de percepción refleja el predominio de las debilidades de Río Negro frente a un entorno amenazante, razón por la cual se le dificulta llevar adelante la posición renovadora obtenida en los resultados. Este escenario de crisis es propicio para las situaciones de violencia (hacia sí mismo - autodaño o hacia los otros) así como de evasión.

#### ANTE EL CONFLICTO:

En la posición ante el conflicto humano, en el cual es percibido con un valor de 4.42, se tiene una personalidad individualista que debe identificar grupos que le proporcionen el poder que necesita para superar el nivel psicosocial de victimario obtenido en sus resultados y comenzar así su proceso de crecimiento y desarrollo.

Nuevamente, al revisar la negociaciones que se pueden entre un individualista y los diferentes grupos con los que interactúa, la gran interrogante es ¿Cuál es el grupo o los grupos que - según Bariloche - pueden darle poder a Río Negro como personalidad?

#### ANTE LOS VALORES:

En cuanto a la posición ante los valores, la percepción con que Bariloche evalúa a Río Negro, revela una organización institucional en situación de crisis (4.90), ya que 11 de las 17 instituciones están entre valores bajos y estables (de 5 a 7) y el resto se encuentra en situación de crisis (con valores entre 3.5 y 5) con peligro de caer en la intolerancia (como el poder judicial y la seguridad).

organización en ciencia y tecnología	6.25
organización política	6.11
organización ecológica	5.88
organización de ONG	5.83
organización económica	5.44
organizaciones oficiales	5.44
organización militar y seguridad	5.44
organización educativa	5.05
organización deportiva	4.94
organización judicial	4.94
organización de medios masivos	4.88
organización ideológica	4.83
organización cultural	4.72
organización amistosa	4.69
organización familiar	4.61
organización religiosa	4.33
<b>Organización del sistema</b>	<b>4.90</b>

Ello significa que con valores de 4.15 Río Negro debe hacer un esfuerzo para consolidar sus organizaciones en crisis y estabilizar aquellas en organización baja para poder darle un verdadero sustento a la posición de esta personalidad, que se orienta a la búsqueda de la eficacia, es decir, que se encuentra a la búsqueda de soluciones a sus problemas.

## C) PERCEPCIÓN DE LA ARGENTINA

### I) IMAGEN GENERAL

#### **Modelo de Imagen**

La República Argentina, es evaluada desde Bariloche como una personalidad que tiene un completo equilibrio entre lo masculino y lo femenino, con una edad de 45.9 años, de 1.74 mts de estatura y con 69.9 Kgrs de peso. Para esta muestra de Bariloche, el color de piel de la Argentina es blanca.

Con los datos que aporta esta descripción, para Bariloche la República Argentina es una personalidad con un evidente modelo económico, es decir, un ente que proyecta a primera impresión, grandes triunfos.

#### **Discurso de Imagen**

De acuerdo con los datos obtenidos, esta muestra evalúa que la Argentina es casada, con un nivel educativo secundario, que tiene un caminar promedio, una evidente gestualidad y una sonrisa también promedio.

La misión de Vida de la Argentina, evaluada desde Bariloche es la de **tener**, es decir, la de transformar recursos en riquezas.

De acuerdo con estos datos, el discurso de la República Argentina, de acuerdo a la perspectiva barilochense, está entre los mensajes fundamentales que producen las siguientes combinaciones:

modelo económico	+	discurso cohesivo	=	imagen productiva
modelo económico	+	discurso proyectivo	=	imagen fulgurante

Lo importante de estas imágenes está en que mientras la primera (productiva) es una imagen que se coloca con todas las ventajas en el mundo contemporáneo, al expresar que se trata de un triunfador que le aporta un modelo a otros para que sean triunfadores. La segunda imagen (fulgurante), es el mensaje de un triunfador máximo que deslumbra a los demás protagonistas sociales. Valdría la pena analizar las posibles contradicciones entre esta percepción de Argentina (evidentemente asociada al éxito) con los valores críticos (4.74) que en IMAGEN de Argentina le otorgó la muestra encuestada en Bariloche.

## II) IMAGEN PSICOLÓGICA

La visión que desde Bariloche tienen de la Argentina desde el punto de vista psicológico se puede resumir de la siguiente forma:

Es evaluada con un promedio psicológico de 5.13, lo que la ubica con una similar percepción de sí misma (5.13), pero más ubicada en el rol de victimario, más lejana a realizar el proceso de egoísmo egocéntrico asociado a las puntuaciones superiores a 6.

Cuando se hace el cuadro de fortalezas y debilidades psicológicas, para realizar los análisis pertinentes, este queda conformado por las siguientes características:

<b>FORTALEZAS</b>		<b>DEBILIDADES</b>	
iniciativa	6.55	tolerancia	4.25
inteligencia	6.40	responsabilidad	4.30
liderazgo	6.35	tacto social	4.35
adaptabilidad	6.15	disciplina	4.45
autoconfianza	6.15	flexibilidad	4.55
<b>PROMEDIO</b>	<b>6.32</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>4.38</b>

Para Bariloche, Argentina presenta su conflicto interno al confrontar una parte egoísta y egocéntrica que quiere reforzar los valores de su propia personalidad en la búsqueda del éxito, con una parte que está en pleno proceso de venganza, de búsqueda de justicia .

Así mismo para Bariloche, Argentina presenta el siguiente mapa psicológico positivo, que resulta de combinar cada una de sus fortalezas:

<b>MAPA PSICOLÓGICO POSITIVO</b>			
iniciativa	+	inteligencia	cambio/progreso
iniciativa	+	liderazgo	cambio
iniciativa	+	adaptabilidad	renovación
iniciativa	+	autoconfianza	seguridad
inteligencia	+	liderazgo	cambio / mando
inteligencia	+	adaptabilidad	estrategia / progreso
inteligencia	+	autoconfianza	seguridad
liderazgo	+	adaptabilidad	estrategia / progreso
liderazgo	+	autoconfianza	mando
adaptabilidad	+	autoconfianza	seguridad / estrategia

Con este mapa , Bariloche evalúa que lo más positivo que puede lograr Argentina está en el cambio, progreso, mando, seguridad y el ser estratégica.

Por otra parte, de la combinación de las características negativas resulta el siguiente mapa psicológico negativo:

<b>MAPA PSICOLÓGICO NEGATIVO</b>			
baja tolerancia	+	baja responsabilidad	indeseable/malcriadez
baja tolerancia	+	baja tacto social	intransigencia / atropello
baja tolerancia	+	baja disciplina	malcriadez
baja tolerancia	+	baja flexibilidad	intransigencia
baja responsabilidad	+	bajo tacto social	malcriadez / atropello
baja responsabilidad	+	baja disciplina	improductividad / infantil
baja responsabilidad	+	baja flexibilidad	malcriadez / inconsciente
bajo tacto social	+	baja disciplina	improductividad / subversión
bajo tacto social	+	baja flexibilidad	intransigencia/infantil
baja disciplina	+	baja flexibilidad	improductividad

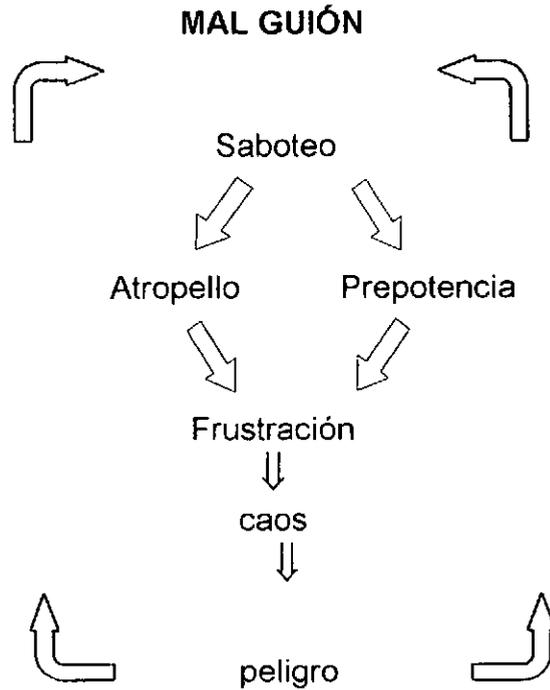
Gran parte de este mapa negativo está asociado a la malcriadez, infantil, el no poder ser comprensible, la intransigencia y la improductividad.

De acuerdo con este balance, Bariloche evalúa con el siguiente guión inconsciente a la República Argentina.

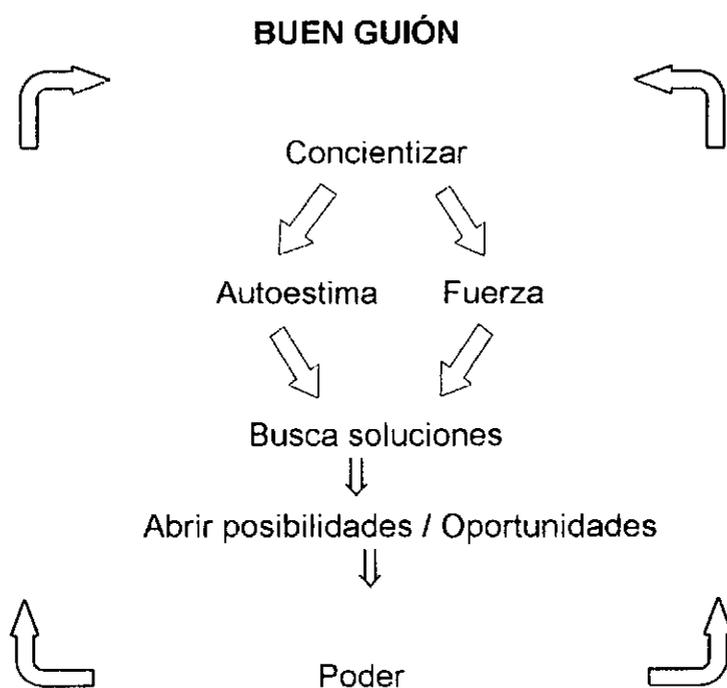
<b>GUIÓN OPERATIVO</b>			
Iniciativa	+	baja tolerancia	atropello
iniciativa	+	bajo tacto social	atropello
iniciativa	+	baja disciplina	caos
iniciativa	+	baja responsabilidad	peligro
iniciativa	+	baja flexibilidad	atropello
inteligencia	+	baja tolerancia	peligro / crueldad
inteligencia	+	bajo tacto social	peligro
inteligencia	+	baja disciplina	angustia / improductividad
inteligencia	+	baja responsabilidad	peligro / avasallamiento
inteligencia	+	baja flexibilidad	peligro / implacable
liderazgo	+	baja tolerancia	injusticia
liderazgo	+	bajo tacto social	peligro / atropello
liderazgo	+	baja disciplina	caos
liderazgo	+	baja responsabilidad	peligro
liderazgo	+	baja flexibilidad	injusticia / dictatorial
adaptabilidad	+	baja tolerancia	frustración / resentimiento
adaptabilidad	+	bajo tacto social	amargura
adaptabilidad	+	baja disciplina	saboteador
adaptabilidad	+	baja responsabilidad	saboteador
adaptabilidad	+	baja flexibilidad	frustración
autoconfianza	+	baja tolerancia	prepotencia
autoconfianza	+	bajo tacto social	atropello / prepotencia
autoconfianza	+	baja disciplina	caos/saboteador
autoconfianza	+	baja responsabilidad	peligro
autoconfianza	+	baja flexibilidad	prepotencia

La carga semántica tiene los siguientes calificativos: atropello, caos, frustración, peligro, prepotencia y saboteador

Cuando estos conceptos se colocan bajo un sistema o programa de interpretación, queda el siguiente guión operativo, de carga muy negativa



Con este guión, Argentina es vista por Bariloche como un ente que sabotea las buenas posibilidades que tiene, actuando con prepotencia y atropello. Con ello, se frustra y frustra, generando situaciones caóticas que la convierten en un ser peligroso, que sabotea las posibilidades que tiene.



De acuerdo a este gui3n, para Bariloche la Argentina debe concientizar sus amenazas y oportunidades, que le permita incrementar su autoestima y su fuerza. Este proceso, la llevar3 a buscar soluciones a sus problemas y visualizar nuevas posibilidades para incrementar su poder, que a su vez le aumentar3 la conciencia de sus oportunidades.

### III) IMAGEN IDEOL3GICA

Bariloche percibe la siguiente carga de tipo ideol3gica al revisar a la Rep3blica Argentina.

Ante el Cambio	4.90
Ante el Conflicto	3,45
Ante los Valores	4.25

Es decir, Bariloche percibe a la Argentina como una personalidad renovadora (en la b3squeda de continuos cambios), con una mayor tendencia al individualismo y en un

punto medio entre el pragmatismo y el principismo, que le hace poder ser eficaz en la solución de problemas.

A diferencia de su propia auto percepción, el promedio de estos tres valores en 4.20 le hace percibir a la Argentina como dentro de un manejo coyuntural del poder, es decir, sin la fuerza necesaria para poder ser estratégico aún.

### ANTE EL CAMBIO:

Para validar la puntuación obtenida en esta área, es necesario revisar los elementos de la perfiencia gerencial con los cuales Bariloche evalúa esta personalidad. En este sentido, Bariloche percibe que la Argentina tiene los siguientes valores:

Legitimidad	6.15
Auto Estima	5.64
Comunicación	5.53
Feminidad	5.45
Masculinidad	5.39
Pensamiento Estratégico	5.33
Credibilidad	5.15
Psicología	5.13
Recursos	5.05
Imagen	4.81
<b>IDENTIDAD</b>	<b>5.36</b>

De acuerdo con estos resultados, Bariloche ubica a la Argentina desde el punto de vista de perfiencia gerencial en un esquema donde el 90% de su realidad esta en niveles de organización (80% en baja organización y tan sólo el 10% de su legitimidad en organización estable) y un 10% en crisis, en el área de la Imagen.

En el área en crisis que es la de la Imagen, los valores que se generan son los siguientes:

■ Imagen del líder	4.42
■ Imagen de Argentina	5.33
■ Imagen de América Latina	4.70

La percepción de esta muestra de Bariloche, refleja un país con una imagen del líder en crisis, dentro de un sistema (América Latina) en crisis de imagen. Es decir, se trata de un ente organizado dentro de un entorno con una imagen de la Presidencia y del entorno en crisis.

#### ANTE EL CONFLICTO INDIVIDUALISMO / COLECTIVISMO:

En el segundo elemento con que estudiamos la imagen ideológica y que es la posición en el conflicto humano, el valor de 3.45 con el cual Bariloche percibe a la Argentina, describe una personalidad individualista.

Al revisar las negociaciones diaicas que se puede realizar entre un individualista y los diferentes grupos o sectores con los que interactúa, la gran interrogante es **¿cuáles son los grupos que pueden darle poder (empoderar) a la Argentina como personalidad que se encuentra en este valor?**

#### ANTE LOS VALORES

Según Bariloche, Argentina se sitúa en un posición 4.25, que refleja una personalidad eficaz, orientada a la búsqueda de soluciones a sus problemas, sin extremismos pragmáticos ni principistas. Para convalidar esta percepción es necesario analizar los valores que Bariloche otorgó a la llamada imagen organizacional de la Argentina:

organización deportiva	6.70
organización cultural	6.20
organización laboral	6.00
organización económica	5.85
organización de medios masivos	5.75
organización amistosa	5.70
organización en ciencia y tecnología	5.70
organización institucional oficial	5.35
organización política	5.30
organización familiar	5.00
organización instituciones no oficiales (ONG)	5.00
organización religiosa	4.95
organización ecológica	4.50
organización educacional	4.40
organización ideológica	4.20
organización de milicias y seguridad	4.05
organización judicial	3.45
<b>organización del sistema</b>	<b>5.24</b>

Según estos valores, la Argentina tiene el 64% de sus instituciones en el escenario de la organización: tres de las cuales están en organización estable (entre 6 y 7) y ocho de las cuales están en organización baja (entre 5 y 6). Las seis restantes (35%) se trata de instituciones en crisis (entre 3.5 y 5), con peligro de caer en la inoperancia.

# **III RESULTADOS OBTENIDOS EN LA CIUDAD DE CIPOLETTI**

## **a) AUTOPERCEPCIÓN**

### **I) IMAGEN GENERAL**

#### **Modelo de Imagen**

En la autopercepción de Cipoletti, éste se ve como un hombre de 40 años de edad de 1.75 mts de estatura y de 73.4 Kgrs de peso, que le hace ser percibido como un hombre de contextura atlética. Tiene la piel blanca, el cabello castaño, los ojos pardos y el rostro ovalado.

Con esta descripción física, de acuerdo con nuestra metodología, el modelo o estereotipo de la imagen de Cipoletti, se puede encuadrar fácilmente dentro de la correspondiente a un **modelo social**, es decir con unos rasgos físicos que representen una gran comunalidad con la mayoría de los argentinos. También, hay elementos que pueden hacer pensar que está en un proceso de transición hacia el modelo económico (el peso y el color blanco de la piel) que proyecta grandes triunfos.

#### **Discurso de Imagen**

Cuando se revisan los datos relativos a la intención comunicacional o discurso de imagen, Cipoletti se auto percibe casado, con tres hijos y con estudios de bachillerato, lo cual transmite el nivel de compromiso que asume esta personalidad. Su nivel educativo refuerza la imagen social antes descrita.

En los datos pertenecientes a la velocidad del caminar, de la gestualidad y la presencia de sonrisas, se observa que todas estas percepciones se ubican hacia el nivel medio.

Los datos evaluados del discurso plantean una dualidad entre la presencia de un discurso proyectivo (de triunfador) con algunos rasgos de importancia del discurso cohesivo (de liderazgo).

Estos datos generan la presencia de las siguientes posibilidades de imagen general en la autopercepción de Cipoletti

modelo social	+	discurso proyectivo:	imagen negociadora
modelo social	+	discurso cohesivo:	imagen luchadora
modelo económico	+	discurso proyectivo:	imagen fulgurante
modelo económico	+	discurso cohesivo:	imagen productiva

Desde el punto de vista del primer impacto, este cuarteto de imágenes plantean todas unas importantes relaciones con el poder, el cual es de tipo primario (de altos beneficios y bajos costos) en la imagen luchadora, de tipo secundario (de altos beneficios y altos costos) con las imágenes negociadora y productiva e incluso con el poder de tipo individual, propio de la imagen fulgurante.

De acuerdo con estos resultados, es una personalidad que se encuentra en un importante paso de transición de **hombre luchador (que surge del modelo social y discurso cohesivo) que va hacia el hombre negociador (que representa a un colectivo) o hacia el hombre productivo (que sirve de modelo de conducta a los otros).**

## II) IMAGEN PSICOLÓGICA

En la revisión de la auto imagen psicológica de Cipoletti, se obtiene un promedio de 6.66, que refleja una personalidad, de tipo egoísta y egocéntrico que busca el refuerzo del valor de la propia personalidad, con la intención de logros y éxitos que lo acerquen al nivel de la independencia.

Cuando se jerarquizan estas características, se genera el siguiente cuadro de fortalezas y debilidades.

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
perseverancia	7.25	sentido psicológico	6.12
autoconfianza	7.22	tacto social	6.28
valentía	7.22	sensibilidad	6.23
estabilidad	7.14	autonomía	6.28
placer	7.07	tolerancia	6.33
<b>PROMEDIO</b>	<b>7.17</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>6.24</b>

Estos valores plantean un "buen" conflicto interno en la dinámica de Cipoletti, ya que revela una lucha entre un independiente y un egoísta egocéntrico, que genera una dinámica de gran competencia, hacia el crecimiento y el desarrollo personal.

De la combinación de cada una de la fortalezas, se obtiene el siguiente mapa psicológico positivo:

MAPA PSICOLÓGICO POSITIVO			
perseverancia	+	autoconfianza:	claridad de objetivos
perseverancia	+	valentía:	logro de imposibles / cambio
perseverancia	+	estabilidad	solidez
perseverancia	+	placer:	bienestar
autoconfianza	+	valentía:	seguridad
autoconfianza	+	estabilidad	solidez
autoconfianza	+	placer:	alegría
valentía	+	estabilidad:	seguridad/confiabilidad
valentía	+	placer:	carisma
estabilidad	+	placer:	bienestar

En este paradigma de acción, Cipoletti se siente estimulado cada vez que se evalúa a sí mismo o es reforzado por los demás como un ente de gran bienestar, que

logra imposibles por la claridad de objetivos que tiene y por la solidez de su crecimiento que lleva adelante con carisma y placer.

De la combinación de cada una de sus debilidades, se obtiene el siguiente mapa psicológico negativo:

<b>MAPA PSICOLÓGICO NEGATIVO</b>			
bajo sentido psicológico	+	baja sensibilidad	ingenuidad / sumisión
bajo sentido psicológico	+	bajo tacto social	primitividad / intransigencia
bajo sentido psicológico	+	baja autonomía	ingenuidad / sumisión
bajo sentido psicológico	+	baja tolerancia	equivocación
baja sensibilidad	+	bajo tacto social	primitividad
baja sensibilidad	+	baja autonomía	ingenuidad
baja sensibilidad	+	baja tolerancia	equivocación
bajo tacto social	+	baja autonomía	frustración / resentimiento
bajo tacto social	+	baja tolerancia	primitividad / intransigencia
baja autonomía	+	baja tolerancia	frustración / resentimiento

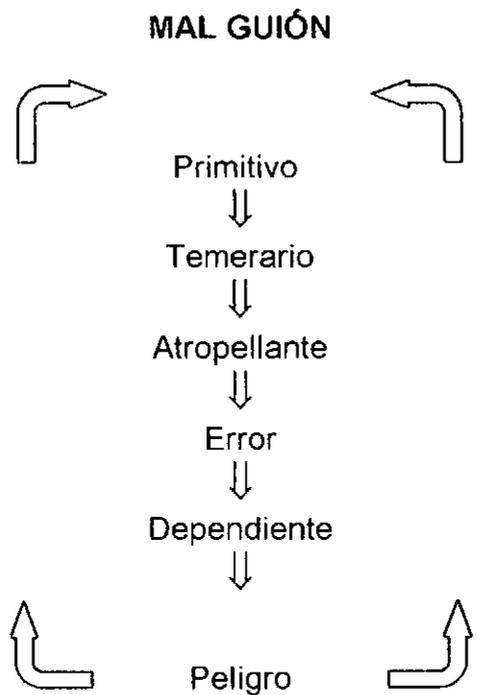
De esta manera, los conceptos que parecieran herir más a Cipoletti, podrán ser los de ingenuo, resentido, equivocado y primitivo.

Al mezclarse las fortalezas con las debilidades, se obtiene el llamado gui3n operativo representado en el siguiente cuadro:

<b>GUI3N OPERATIVO</b>			
perseverancia	+	bajo sentido psicol3gico:	tozudez
perseverancia	+	baja sensibilidad:	error
perseverancia	+	bajo tacto social:	primitividad / atropello
perseverancia	+	baja autonomía:	dependencia
perseverancia	+	baja tolerancia:	atropello / intransigencia
autoconfianza	+	bajo sentido psicol3gico:	error
autoconfianza	+	baja sensibilidad:	temeridad
autoconfianza	+	bajo tacto social:	atropello / prepotencia
autoconfianza	+	baja autonomía:	dependencia
autoconfianza	+	baja tolerancia:	atropello / prepotencia
valentía	+	bajo sentido psicol3gico:	temeridad / error
valentía	+	baja sensibilidad:	peligro
valentía	+	bajo tacto social:	peligro
valentía	+	baja autonomía:	temeridad
valentía	+	baja tolerancia:	peligro
estabilidad	+	bajo sentido psicol3gico:	indiferencia
estabilidad	+	baja sensibilidad:	indiferencia
estabilidad	+	bajo tacto social:	aislamiento / prepotencia
estabilidad	+	baja autonomía:	resignaci3n
estabilidad	+	baja tolerancia:	egoísta / prepotencia
placer	+	bajo sentido psicol3gico:	peligro / atropello
placer	+	baja sensibilidad:	primitividad
placer	+	bajo tacto social:	primitividad
placer	+	baja autonomía:	dependencia
placer	+	baja tolerancia:	peligro

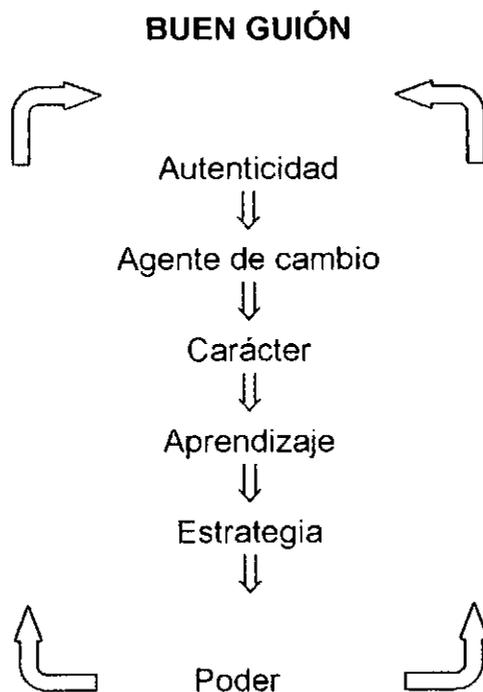
Los calificativos de mayor carga semántica en este gui3n son los siguientes: atropello, dependencia, error, peligro, primitividad, temeridad.

Con estos calificativos, ordenados de una manera l3gica se obtiene el gui3n operativo, negativo e inconsciente.



Bajo los mandatos de este guión negativo, Cipoletti se observa a si mismo como una personalidad que, por primitivo, se comporta muchas veces como un gran temerario. Por ello, atropella con su fuerza a los demás; esto hace que cometa errores y que por equivocada se convierte en una persona dependiente. Este sentimiento lo torna potencialmente peligroso, en cuyas explosiones se puede volver netamente primitivo.

Cuando este gui3n se transforma en su contraparte positiva, genera el siguiente esquema de percepci3n psicol3gica b3sica:



Con la implantaci3n de este gui3n operativo, Cipoletti se evalúa como una personalidad de gran autenticidad conductual que, como producto de su proceso de aprendizaje, se asume como un agente determinante de cambios que lo lleva a buscar estrat3gicamente el poder.

### III) IMAGEN IDEOL3GICA

Cuando se valoran los resultados que se obtuvieron en los componentes de la imagen ideol3gica en la auto percepci3n de Cipoletti, se tienen los siguientes resultados.

Ante el Cambio	5.71
Ante el Conflicto	5.83
Ante los Valores	5.36

De esta manera Cipoletti, se percibe como un ente de concepci3n renovadora (proclive a los cambios constantes y evolutivos), con una tendencia a defender los

intereses del grupo (en vez del individuo o del colectivo) y con una percepción de ente eficaz, capaz de confrontar y solucionar problemas con los elementos de organización que le proporcionan sus instituciones básicas.

En cuanto al promedio de estos tres elementos, que da 5.63, refleja la capacidad de Cipoletti de manejar estratégicamente el poder que tiene consciente, en vez de ser manejado por las situaciones de tipo coyuntural.

### ANTE EL CAMBIO:

Al relacionar el cambio ,renovador en este caso, con los valores de la perficiencia gerencial, las áreas tienen los siguientes valores en esta auto percepción.

Auto Estima	7.04
Legitimidad	6.89
Masculinidad	6.76
Promedio Psicológico	6.66
Feminidad	6.50
Credibilidad	6.48
Comunicación	6.04
Recursos	5.99
Pensamiento Estratégico	5.90
Imagen	5.66
<b>IDENTIDAD</b>	<b>6.39</b>

Llama la atención que el 100% de la áreas se encuentran en el escenario de la organización (que toma en cuenta las amenazas del entorno junto con las capacidades y fortalezas de la personalidad). De ellas, el 80% de estas áreas se encuentran dentro de la organización estable o ideal, ya que a pesar de estar sólidas en cuanto a estructuras y

funcionamiento, conservan la capacidad de reacción ante el cambio. El 20 % (pensamiento estratégico e imagen) se encuentran en baja organización y, por lo tanto, requieren de alguna atención especial para aumentar sus valores.

**Cipoletti tiene una actitud renovadora ante el cambio, la cual acompaña con un buen nivel de perficiencia gerencial, es decir, hay una percepción de conciencia de sí mismo y de cambio que le permiten ir mejorando continuamente su realidad.**

#### ANTE EL CONFLICTO INDIVIDUALISMO - COLECTIVISMO:

Ante el elemento ideológico del conflicto, la valoración de Cipoletti con un 5.83 la auto define como una personalidad que está trabajando con la idea del grupalismo, es decir, con la importancia de la claridad del **nosotros** como elemento de poder. Esto permite que Cipoletti, le de poder a los sistemas que estando dentro de su realidad se encuentren con valores de individualismo en esta escala (2.5 a 4.9) tales como Bariloche e incluso la República de Argentina. Con los grupos que estén en este mismo rango (5.0 a 7.4), Cipoletti debe entrar en altos niveles de competitividad, que aumenten su poder.

#### ANTE LOS VALORES:

En relación al tercer componente de la imagen ideológica en la auto percepción de Cipoletti, la puntuación media de 5.36 la ubica como una personalidad eficaz para resolver problemas, contando con una sólida organización de sus instituciones para responder adecuadamente.

En las instituciones que se miden en esta parte de la investigación, Cipoletti se ve a sí misma con los siguientes valores:

organización familiar	6.93
organización deportiva	6.93
organización laboral	6.89
organización amistosa	6.76
organización económica	6.41
organización religiosa	6.39
organización militar y de seguridad	6.35
organización cultural	6.24
organización ecológica	6.21
organización de medios masivos	6.21
organización educacional	6.21
organización de ciencia y tecnología	6.21
organización de instituciones oficiales	6.07
organización ideológica	6.00
organización judicial	5.84
organización de instituciones no oficiales	5.82
organización política	5.81
<b>organización del sistema</b>	<b>6.31</b>

Con estos valores, el 100% de sus instituciones están en el escenario positivo de la organización: 14 de las cuales, es decir, el 82.35% se encuentran en organización estable, quedando tan sólo tres de ellas (menos del 18%) en la zona de baja organización (la política, las ONG y la justicia).

Al revisar esta organización por áreas, al estar todas por encima del valor de 5, se deduce que Cipoletti percibe que tiene el adecuado respaldo institucional para adelantar con eficacia las soluciones a sus propios problemas.

## b) PERCEPCIÓN DE RÍO NEGRO

### I) IMAGEN GENERAL

#### **Modelo de Imagen**

Río Negro es descrito como un hombre de aproximadamente 42 años de edad , con 1.65 mts de estatura y con 68.5 Kgrs de peso que le hacen ser percibido con un discreto sobrepeso. Su color de piel es blanca, los cabellos castaños oscuros y los ojos de igual oscuridad. El rostro es ovalado, con tendencia a lo triangular.

De acuerdo a esta descripción, el modelo de imagen de Río Negro es evidentemente **social**, es decir, representa valores de una gran comunalidad. Secundariamente, podría tener algunas características de modelo **afectivo**.

#### **Discurso de Imagen**

En la valoración de los diferentes códigos utilizados, Cipoletti percibe a la Provincia como una persona casada, con más de cuatro hijos con problemas de salud y de economía y con una educación secundaria completa.

Al analizar los índices obtenidos, el caminar se evalúa en 4.08/10 que le hace ser percibido con tendencia a la lentitud, con una gestualidad en 5.43 / 10 que le hace tener una expresividad (comunicación) en límites promedios y con una sonrisa en 4.5/10, que se puede analizar como una tendencia a la seriedad, a la poca expresión de alegría.

El vestuario y el hábitat son descuidados, con la voz de características normales, con un saludo que oscila entre el que se hace por compromiso y el afectivo.

Al analizar estos elementos del discurso, se observa un predominio del tipo **cohesivo**, es decir, el que promueve un trato igual con todas las personalidades del entorno y que, sin embargo, luce como un poco reprimido.

De la combinación del modelo con el discurso de obtienen dos tipos de imagen generales: La imagen luchadora (que une el modelo social y el discurso cohesivo) y la imagen solidaria (que une el modelo afectivo y el discurso cohesivo)

Las imágenes primarias que proyecta Río Negro a Cipoletti están ambas dentro de las llamadas imágenes del poder, siendo la **luchadora** una imagen de poder primario (de altos beneficios y altos costos) y la **solidaria** una imagen del poder secundario (altos beneficios y bajos costos).

## II) IMAGEN PSICOLÓGICA

Al hacerse la revisión de la imagen psicológica de Río Negro de acuerdo a la percepción de Cipoletti, éste la ubica con un promedio general en 5.29, es decir, en una posición de victimario.

Al hacer el cuadro general de fortalezas y debilidades, Río Negro queda con los siguientes datos de importancia en su percepción psicosocial.

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
liderazgo	6.20	tolerancia	4.68
estabilidad	6.03	sentido psicológico	4.82
valentía	6.17	decisión	4.86
perseverancia	5.96	agresividad	4.96
iniciativa	5.93		
<b>PROMEDIO</b>	<b>6.05</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>4.83</b>

Esto significa que para Cipoletti la lucha interna de Río Negro, están entre una parte egoísta y egocéntrica de su personalidad con una parte que se encuentra en el rol del victimario, en una dinámica de dependencia. En este sentido, hay que recordar que mientras el victimario trata de descalificar continuamente a quien busca fortalecer su personalidad, el egoísta egocéntrico le responde ilegítimándole su poder. Esta termina

siendo una lucha que reprime la capacidad de crecimiento y desarrollo de cualquier personalidad.

De la combinación de cada una de las fortalezas, se obtiene el siguiente mapa psicológico positivo:

<b>MAPA PSICOLÓGICO POSITIVO</b>			
liderazgo	+	estabilidad	mando / confiabilidad
liderazgo	+	valentía	cambio
liderazgo	+	perseverancia	logro de imposibles / confiabilidad
liderazgo	+	iniciativa	cambio / progreso
estabilidad	+	valentía	confiabilidad
estabilidad	+	perseverancia	solidez/seguridad
estabilidad	+	iniciativa	progreso/renovación
valentía	+	perseverancia	logro de imposibles / cambios
valentía	+	iniciativa	cambio/ revolución
perseverancia	+	iniciativa	cambio / innovación

De acuerdo a estos valores, para Cipoletti el gran refuerzo que se le puede dar a Río Negro, está relacionada en forma importante con hacerlo ver como un elemento de cambio y de progreso, confiable en el mando y en el logro de imposibles.

En el otro extremo, las grandes debilidades de Río Negro para Cipoletti quedan claramente delimitadas con el mapa negativo.

<b>MAPA PSICOLÓGICO NEGATIVO</b>			
baja tolerancia	+	bajo s. psicológico	tozudez / equivocación
baja tolerancia	+	baja decisión	defensividad / angustia
baja tolerancia	+	baja agresividad	autodaño / amargura
bajo s. psicológico	+	baja decisión	angustia
bajo s. psicológico	+	baja agresividad	manipulable / ingenuidad
baja decisión	+	baja agresividad	defensividad / angustia

De acuerdo con esta carga de palabras, los puntos débiles de Río Negro son: la defensividad, el estar angustiado, el ser tozudo, manipulable y capaz de generarse daño a sí mismo.

Al realizar la mezcla de las fortalezas y debilidades de tipo psicológica, surge el siguiente guión operativo:

### GUIÓN OPERATIVO

liderazgo	+	baja tolerancia	autoritario / injusticia
liderazgo	+	bajo s.psicológico	angustia / manipulable
liderazgo	+	baja decisión	angustia
liderazgo	+	baja agresividad	represión / angustia
estabilidad	+	baja tolerancia	defensividad / prepotencia
estabilidad	+	bajo s.psicológico	ingenuidad
estabilidad	+	baja decisión	indiferencia
estabilidad	+	baja agresividad	indiferencia
valentía	+	baja tolerancia	amenaza
valentía	+	bajo s.psicológico	temerario/peligro
valentía	+	baja decisión	angustia
valentía	+	baja agresividad	represión
perseverancia	+	baja tolerancia	defensividad / intransigencia
perseverancia	+	bajo s.psicológico	tozudez
perseverancia	+	baja decisión	angustia
perseverancia	+	baja agresividad	amenaza / manipulación
iniciativa	+	baja tolerancia	peligro / atropello
iniciativa	+	bajo s.psicológico	peligro
iniciativa	+	baja decisión	angustia / conflicto interno
iniciativa	+	baja agresividad	angustia / represión

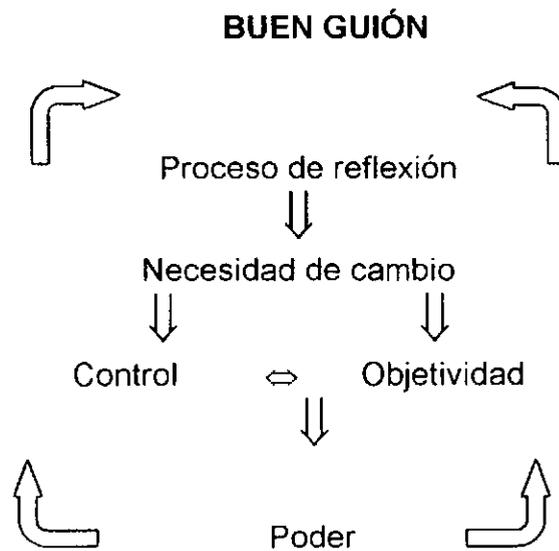
En la carga semántica de las respuestas se encuentra una gran importancia en las siguientes palabras o conceptos: angustia, defensividad, indiferencia, peligro y represión.

Al organizar estos calificativos como sistema se obtiene el siguiente guión negativo e inconsciente, que utiliza Cipoletti para juzgar a Río Negro.



De acuerdo a esto, Río Negro puede ser la personalidad que por reprimirse, se siente angustiada. Esta angustia la refleja bien sea en la indiferencia ó en la defensividad, que puede llegar hasta considerar su presencia como peligro (tanto para los demás como para ella misma), a través de autodaño. Por eso, se reprime.

Cuando los valores de este guión se transforman en sus elementos positivos, se tiene el siguiente sistema de valoración:



Desde esta perspectiva, la Provincia puede ser evaluada como una personalidad que a partir de un proceso de reflexión, comprende la necesidad de cambiar de una manera controlada y objetiva para acceder y ejercer prudentemente el poder.

### III) IMAGEN IDEOLÓGICA

Al revisar los valores que Cipoletti le dio a su percepción de Río Negro, se tienen los siguientes resultados:

Ante el Cambio	6.60
Ante el Conflicto	5.64
Ante los Valores	5.24

Esto hace que Río Negro se evalúe con una realidad con evidentes tendencias conservadoras, con realidades en el conflicto humano que se pueden ubicar en un claro grupalismo y, finalmente, con una clara posición media ante los valores, es decir, en su eficacia para solucionar problemas.

El promedio de estos tres valores que se ubica en 5.62 hace pensar que para Cipoletti, Río Negro, tiene una intención de poder en baja estrategia, que debe esforzarse en no dejarse llevar por las coyunturas.

#### ANTE EL CAMBIO

Cuando se revisa el valor del cambio en esta percepción, luce muy interesante revisar la contradicción entre ser una personalidad que impulsa el cambio que aparece en su mapa psicológico positivo y esta posición ideológica con tendencia al conservadurismo. Una explicación que se ha encontrado en casos similares es que, por

tener un gran miedo al cambio, por el peligro que significa no poder controlarlo, se asume una posición conservadora que no se logra explicar.

Al entrar en el tema de la perfiencia para validar los valores obtenidos, nos encontramos los siguientes resultados generales:

LEGITIMIDAD	6.55
AUTO ESTIMA	6.35
CREDIBILIDAD	5.80
MASCULINIDAD	5.64
PENSAMIENTO ESTRATÉGICO	5.38
FEMINIDAD	5.30
PROMEDIO PSICOLÓGICO	5.29
COMUNICACIÓN	5.19
RECURSOS	5.05
IMAGEN	4.91

**IDENTIDAD 5.55**

De acuerdo con estos resultados, Cipoletti evalúa Río Negro con una identidad media, en baja organización que tiene valores de crisis sólo en la Imagen (en la que la imagen del Gobernador está en mejores condiciones). Esta identidad en baja organización puede explicar, en parte, el miedo al cambio como un factor que genera posiciones conservadoras. Al mejorar la perfiencia, se podrán asumir grandes cambios sin miedo a no poderlos mantener bajo control.

En este análisis, resaltan los altos valores obtenidos en la áreas de Legitimidad y de la Auto Estima (que cuando están relacionadas potencian la fuerza de la personalidad), las cuales se pueden asociar con los valores en crisis obtenidos en las áreas de Imagen y Recursos.

- Legitimidad > Imagen Fallas en la transmisión de logros
- Legitimidad > Recursos Actitud pasiva ante las circunstancias / dependencia
- Auto Estima > Imagen Desconocimiento de la importancia del refuerzo externo.
- Auto Estima > Recursos Predominio de los valores internos de la personalidad.

Cuando estas cuatro realidades se comparan con los guiones negativo y positivo, se tiene mayor claridad de cómo enfrentar el proceso de transición de una realidad a otra, en beneficio de la Provincia

#### ANTE EL CONFLICTO INDIVIDUALISMO - COLECTIVISMO:

El valor grupalista que indica el 5.64 con que Cipoletti evalúa a Río Negro en su posición frente al conflicto, es importante bajo varios puntos de vista, ya que esto puede indicar una capacidad para encontrar individualidades sanas (es decir, sin realidades narcisistas) a las que puede darles el gran poder que sabe que tiene y que, sin embargo, no se atreve a utilizar. Estos individuos le pueden generar la fuerza que necesita la Provincia para atreverse a adelantar los cambios. Esta es una relación que está en capacidad de hacer de acuerdo a estos resultados.

Por otra parte, este valor, puede indicar la presencia de una realidad de tipo altamente competitiva con otras personalidades grupalistas, lo que puede inhibirla (por la presencia del guión negativo) y que puede enfrentar con grandes logros, si se atreve a usar el guión positivo.

#### ANTE LOS VALORES:

La posición media obtenida (5.24) revela una personalidad que busca la eficiencia como respuesta a los problemas que se le presentan. La posibilidad real de enfrentarlos se evalúa en función de los resultados en el nivel de organización de sus instituciones. En este sentido, para Cipoletti, Río Negro tiene los siguientes valores:

organización amistosa	6.33
organización ecológica	6.22
organización política	6.22
organización económica	6.00
organización de medios masivos	5.96
organización de familia	5.85
organización religiosa	5.81
organización institucional oficial	5.80
organización militar y de seguridad	5.77
organización institucional no oficial (ONG)	5.76
organización laboral	5.73
organización en ciencia y tecnología	5.70
organización judicial	5.37
organización cultural	5.33
organización deportiva	5.29
organización ideológica	5.23
organización educacional	5.14
<b>organización del sistema</b>	<b>5.76</b>

En esta percepción, el 100% del sistema se encuentra en el área de la organización, de la cual el 23.52% está en la llamada organización media o estable y el resto, casi el 76% se encuentra en baja organización. Aquí no se perciben elementos críticos mostrando, de todas maneras, peligro en la organización educacional.

De acuerdo a estos resultados, nos encontramos que para Cipolletti, la Provincia de Río Negro se encuentra organizado en forma eficaz y estable que le permite enfrentar con soluciones eficaces sus problemas, siempre y cuando así se lo proponga.

## **c) PERCEPCIÓN DE LA ARGENTINA**

### **I) IMAGEN GENERAL**

#### **Modelo de Imagen**

La República Argentina se percibe como un ente con un discreto predominio del género masculino, de 44.2 años de edad, con una estatura de 1.69 mts y un peso de 69.6 Kgrs. Tiene una piel morena clara , cabello oscuro y unos ojos pardos.

Con esta descripción, se está expresando a la Argentina como una realidad básicamente perteneciente al modelo **social**, es decir, con una personalidad que representa una gran comunalidad con el resto de los argentinos.

#### **Discurso de Imagen**

En las evaluaciones de los datos que nos pueden acercar a la calidad de los códigos comunicacionales con los cuales Cipoletti percibe a la Argentina, nos encontramos que esta persona es casada, con 4 hijos y que tiene una educación que se encuentra entre el bachillerato y la universidad, es decir, que no ha terminado sus estudios de tercer nivel.

La velocidad del caminar es de 5.37 (normal), con una gestualidad en 6.11 (importante expresividad) y una sonrisa en 5.14, es decir en su promedio.

El resto del discurso revela que su vestuario es descuidado, su hábitat entre descuidada y funcional, su voz agradable, con volumen y dicción normal, con entonación normal, su saludo es de compromiso y para la mayoría no tiene un olor específico.

Con estos resultados, podemos concluir que el discurso descrito es básicamente **cohesivo** o agrupador, con elementos importantes que se pueden encuadrar dentro de lo discursos proyectivos y analíticos.

Al revisar estos datos, se ve que Cipoletti evalúa a la Argentina con las imágenes de **Luchadora , Negociadora y Dirigente**, lo que representa una representación de poder primario ( luchadora y dirigente) y de poder secundario (negociadora).

## II) IMAGEN PSICOLÓGICA

Cipoletti percibe a la Argentina con un promedio psicosocial en 5.48, que la ubica como una personalidad que se encuentra en la psicología de la dependencia (victimario), en proceso hacia un nivel egoísta y egocéntrico típico del nivel seis, que busca reforzar los valores de su propia personalidad.

Esta percepción se ve confirmada en el siguiente análisis de fortalezas y debilidades:

<b>FORTALEZAS</b>		<b>DEBILIDADES</b>	
Liderazgo	7.08	Responsabilidad	4.95
Perseverancia	6.75	Tolerancia	5.00
Agresividad	6.66	Tacto Social	5.04
Adaptabilidad	6.45	Memoria	5.16
Autoconfianza	6.43	Madurez	5.20
<b>PROMEDIO</b>	<b>6.67</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>5.07</b>

Para Cipoletti, la dinámica psicosocial de la Argentina se puede resumir en la lucha de una personalidad entrando en la psicología independiente (aún sin la concepción del éxito y del triunfo), con otra parte que está viviendo las realidades de una personalidad victimaria. De acuerdo con estos datos, se produce un gran desgaste por tratarse de un proceso de continua descalificación que los victimarios le hacen al independiente y en los también continuos intentos de ilegitimación que los independientes le hacen a los victimarios.

El siguiente mapa psicológico positivo combina las fortalezas asociadas a la Argentina por parte de Cipoletti:

### MAPA PSICOLÓGICO POSITIVO

liderazgo	+	perseverancia	cambio / confiabilidad
liderazgo	+	agresividad	cambio / triunfo
liderazgo	+	adaptabilidad	estrategia / progreso
liderazgo	+	autoconfianza	confiabilidad / mando
perseverancia	+	agresividad	lucha / logro
perseverancia	+	adaptabilidad	adecuación / pertinencia
perseverancia	+	autoconfianza	confiabilidad / seguridad
agresividad	+	adaptabilidad	renovación / progreso
agresividad	+	autoconfianza	confiabilidad / mando
adaptabilidad	+	autoconfianza	estrategia / progreso

Para este grupo, los conceptos claves que tiene Argentina son los de cambio, confiabilidad, seguridad, pertinencia, logro y progreso.

Por su parte, la combinación de las debilidades proporciona el siguiente mapa psicológico negativo:

### MAPA PSICOLÓGICO NEGATIVO

baja responsabilidad	+	baja tolerancia	malcriadez / petulante
baja responsabilidad	+	bajo tacto social	malcriadez / atropello
baja responsabilidad	+	baja memoria	crueledad / peligro
baja responsabilidad	+	baja madurez	infantil / malcriadez
baja tolerancia	+	bajo tacto social	grosería / atropello
baja tolerancia	+	baja memoria	injusticia/crueldad
baja tolerancia	+	baja madurez	infantil
bajo tacto social	+	baja memoria	injusticia/crueldad
bajo tacto social	+	baja madurez	impulsividad
baja memoria	+	baja madurez	infantil/malcriadez

Para Cipoletti, el mapa psicológico negativo de Argentina nos demuestra una personalidad básicamente malcriada, infantil, injusta y cruel, lo que se corresponde con

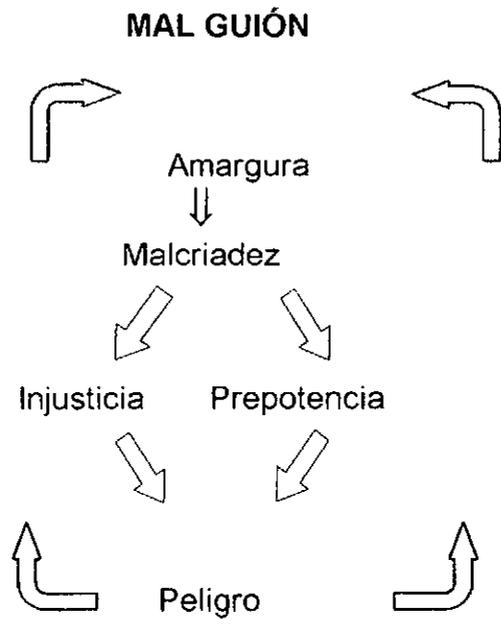
una personalidad con un problema emocional no resuelto aún en la medianía de los cuarenta años con los que fue percibida.

Cuando se trabaja el guión operativo para buscar la carga semántica más importante de este balance psicológico, se obtiene el siguiente guión operativo:

<b>GUIÓN OPERATIVO</b>			
liderazgo	+	baja responsabilidad	peligro
liderazgo	+	baja tolerancia	prepotencia / injusticia
liderazgo	+	bajo tacto social	prepotencia / atropello
liderazgo	+	baja memoria	peligro /injusticia
liderazgo	+	baja madurez	peligro
perseverancia	+	baja responsabilidad	peligro
perseverancia	+	baja tolerancia	obsesión / intransigencia
perseverancia	+	bajo tacto social	atropello
perseverancia	+	baja memoria	obsesión
perseverancia	+	baja madurez	malcriadez
agresividad	+	baja responsabilidad	peligro
agresividad	+	baja tolerancia	malcriadez / crueldad
agresividad	+	bajo tacto social	malcriadez / saber herir
agresividad	+	baja memoria	peligro / injusticia
agresividad	+	baja madurez	peligro
adaptabilidad	+	baja responsabilidad	indiferencia / saboteador
adaptabilidad	+	baja tolerancia	amargura / frustración
adaptabilidad	+	bajo tacto social	amargura / resentimiento
adaptabilidad	+	baja memoria	shock
adaptabilidad	+	baja madurez	objeto / manipulable
autoconfianza	+	baja responsabilidad	egoísta / peligro
autoconfianza	+	baja tolerancia	prepotencia
autoconfianza	+	bajo tacto social	prepotencia / atropello
autoconfianza	+	baja memoria	temerario
autoconfianza	+	baja madurez	inconsciencia

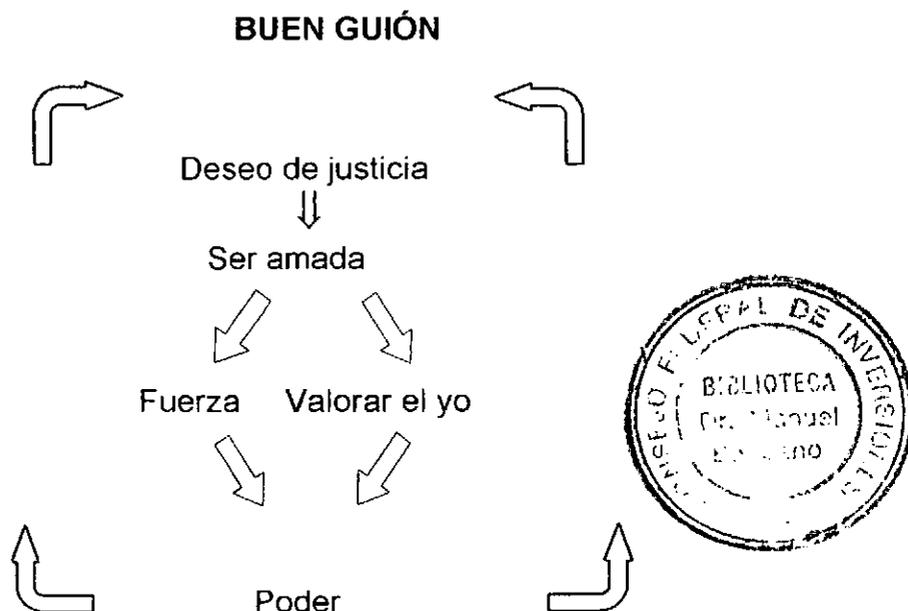
En la carga de palabras, se hace evidente la importancia de los siguientes calificativos: amargura, injusticia, malcriadez, peligro, prepotencia.

Al establecerse el sistema explicativo, se tiene el siguiente guión de valoración, inconsciente y negativo.



De acuerdo a este sistema valorativo, Argentina se encuentra en una situación que la llena de una gran amargura. Esto lo hace comportarse de una manera infantil, malcriada y con ello se vuelve injusta y prepotente. Esta actitud con su edad y sus recursos, le llevan a ser peligrosa (para los otros y para ella misma); cuyos efectos le lleva a incrementar su amargura.

Al trasladarse estos calificativos a una connotación positiva, se tiene este otro sistema valorativo:



Para Cipoletti, Argentina es una personalidad que desea y necesita calmar sus deseos de justicia. Para lograrlo, tiene en su balance positivo el ser amada, sentimiento este que la fortalece hacia adentro y hacia afuera, lo cual le permite utilizar el poder en la búsqueda de la justicia.

### III) IMAGEN IDEOLÓGICA

Al analizar los valores que Cipoletti le dio a la República Argentina, se obtuvieron los siguientes resultados :

Ante el Cambio	4.72
Ante el Conflicto	4.63
Ante los Valores	5.19

De acuerdo con esta percepción, Argentina para Cipoletti es una entidad que tiene una concepción renovadora ante el cambio y que, al mismo tiempo tiene una

individualidad en un nivel que necesita buscar grupos o factores de empoderamiento. También tiene una posición intermedia ante los valores, es decir, que busca ser eficaz en la solución de los problemas.

Por otra parte, el promedio de 4.84 revela que la República Argentina no maneja estratégicamente su poder y, por el contrario, es manejada por las situaciones coyunturales.

### ANTE EL CAMBIO

Para revisar el aspecto específico del cambio, la perfiencia gerencial con que Cipoletti percibe a la República Argentina, se puede evaluar a través de las siguientes áreas:

- AUTOESTIMA	7.09
- LEGITIMIDAD	6.50
- RECURSOS	5.26
- PENSAMIENTO ESTRATÉGICO	5.45
- IMAGEN	4.82
- COMUNICACIÓN	5.49
- CREDIBILIDAD	5.67
- FEMINIDAD	5.31
- MASCULINIDAD	5.31
- PSICOLOGÍA	5.48
<b>IDENTIDAD</b>	<b>5.53</b>

Estos resultados de percepción traducen que para Cipoletti, Argentina se encuentra en un 90% en organización ( 70 % en baja y el 20% en organización estable) con un 10% en crisis y que se corresponde con el área de la Imagen.

Este importante dato de percepción traduce una capacidad de perfiencia (mejoramiento continuo) de la realidad en un nivel bastante aceptable, - lo que refuerza su percepción de ente renovador. En otras palabras, para Cipoletti, Argentina tiene una capacidad de renovación, respaldada con un adecuado esquema de gerencia, que aún debe mejorar en algunos aspectos, en especial, en el área de la imagen.

Dentro de todas las relaciones que surgen de estos datos, las más importantes resultan de la comparación de las principales fortalezas con el área de Imagen, que se encuentra en situación crítica. En este sentido, se obtuvieron las siguiente relaciones:

auto estima	>	imagen	indiferencia ante la crítica externa/fortaleza interna
legitimidad	>	imagen	indiferencia ante la crítica externa/fortaleza interna

Estos dos conceptos se destacan como los fundamentales en la percepción que tiene Cipoletti de la Argentina: la evalúan con una gran fortaleza interna, que sabe soportar cualquier proceso de crítica.

#### ANTE EL CONFLICTO INDIVIDUALISMO - COLECTIVISMO

El valor ante este conflicto, se ubica en 4.63, que la posiciona en el área del individualismo sano, es decir, en el cual se conceptualiza y se lucha por la importancia por el **yo** de cada uno de los individuos. Aún Cipoletti no evalúa a la Argentina como un ente grupalista, es decir, no la percibe como un factor que le pueda dar poder, aunque sí como un elemento que le puede fortalecer con toda esa capacidad interna para soportar las contrariedades. **Un hecho por demás curioso es que Cipoletti, en su percepción,**

sí se encuentra en capacidad de empoderar a la Argentina, tomando en cuenta su posición grupalista frente al conflicto individualismo - colectivismo. Se trata, sin duda, de un hallazgo interesante en el que una ciudad del interior puede ser tomada como referencia para ejemplificar como puede resolverse hábilmente dicho conflicto, fase esta que consideramos fundamental para el desarrollo de un liderazgo y de una psicología basada en la interdependencia.

### ANTE LOS VALORES

Al obtener un valor de 5.19, se puede concluir que se trata de una personalidad realmente **eficaz**. Esta percepción se valida en toda su dimensión luego de revisar los valores que Cipoletti le otorga a la República Argentina en las diecisiete instituciones que se investigan en esta área.

organización familiar	5.39
organización amistosa	6.26
organización ecológica	5.47
organización de justicia	4.59
organización militar y de seguridad	5.04
organización deportiva	6.52
organización religiosa	5.59
organización de instituciones oficiales	4.59
organización de instituciones no oficiales (ONG)	5.86
organización política	5.45
organización de medios masivos	6.27
organización ideológica	4.90
organización educativa	4.78
organización de ciencia y tecnología	5.73
organización cultural	5.73
organización económica	6.43
organización laboral	5.38
<b>Organización del sistema</b>	<b>5.19</b>

De acuerdo con estas valoraciones, Cipoletti evalúa que la Argentina es una personalidad que enfrenta la búsqueda de la eficacia con una organización que, si bien existe, aún no entra en los niveles óptimos para la correcta solución de sus principales problemas. Esto se hace más importante cuando se evalúan las organizaciones que entran en los valores de crisis, es decir, los que se encuentran entre 3.5 y 4.9. Para Cipoletti, la Argentina presenta crisis en la justicia, en las organizaciones oficiales, en la educación y en la ideología mientras que se encuentra en sus mejores niveles en la amistad, el deporte y los medios masivos de comunicación.

## **IV. RESULTADOS OBTENIDOS EN** **LA CIUDAD DE VIEDMA**

### **a) AUTOPERCEPCIÓN**

#### **I) IMAGEN GENERAL**

##### **Modelo de Imagen**

Viedma se evalúa a sí misma como una mujer de 44 años de edad, de 1.67 mts de estatura y con 78 Kgrs de peso, lo que le hace ser percibida como una mujer con un sobrepeso importante, lo cual desde el punto de vista psicológico revela algunos cuestionamientos a su autoestima. El color de piel es blanca y el cabello color castaño, los ojos pardos y el rostro tiene forma ovalada.

Con esta descripción, el estereotipo que transmite Viedma es el correspondiente al modelo afectivo en primera instancia y, como segunda posibilidad, el llamado modelo social, (de gran comunalidad).

##### **Discurso de Imagen**

Se percibe como una mujer casada, con tres hijos y que alcanzó una educación de nivel secundario.

En la velocidad del caminar se describe con un 4.0/10, lo que la hace ser percibida con tendencia a la lentitud, una gestualidad de 4.56/10 que se puede considerar como normal y, finalmente, con una sonrisa de 3.83/10 que la cataloga como de pocas sonrisas, de una gran seriedad o tristeza.

Con estos datos se puede inferir que tiene un discurso cohesivo, agrupador. Con estas operaciones Viedma se evalúa a sí misma con una imagen general que oscila entre la imagen solidaria (que une el modelo afectivo y el discurso cohesivo) y la imagen luchadora (que une el modelo social con el discurso cohesivo)

La imagen solidaria, es una importante imagen que se encuentra en la cruz del poder pero a nivel secundario, es decir, donde el poder se ejerce con bajos costos. Esto cambia por completo, con la transmisión de la imagen luchadora, con la cual entra en el centro de la misma Cruz del Poder pero a nivel primario, es decir, con la que, cada acción de poder se transforma en un peligro de confrontación.

En cada una de estas dos posibilidades gruesas de la auto imagen general de Viedma, se encuentra un peligro de imagen que está en una imagen dependiente (si emite la imagen solidaria) y en una imagen de sacrificada (que a pesar de la gran lucha nunca obtiene nada) si emite el mensaje de imagen luchadora.

## II) **IMAGEN PSICOLÓGICA**

Cuando se analizan los valores con que la muestra de Viedma describe su realidad psicológica se tiene, en primer lugar, un promedio de 5.09, que expresa que esta personalidad aún se encuentra en el círculo de la dependencia, en este caso con el papel de victimario.

Esta percepción se aclara cuando se establece el balance de fortalezas y debilidades que generan los valores dados a cada una de las veinticinco características.

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
estabilidad	6.19	agresividad	4.22
simpatía	5.87	sentido psicológico	4.71
sociabilidad	5.87	iniciativa	4.71
decisión	5.69	responsabilidad	4.83
disciplina	5.66	memoria	4.84
		autonomía	4.84
<b>PROMEDIO</b>	<b>5.85</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>4.66</b>

Con estos valores, la muestra evalúa una lucha interna dentro de Viedma que se da entre una parte que está muy cercana al egoísmo egocéntrico (en la búsqueda de elementos que ayuden a mejorar el concepto del sí mismo) con una parte que busca la venganza (o la justicia) que logre equilibrar el sentido de la propia dignidad. Esta es una lucha que a pesar de generar mucho malestar y tensión.

Al mezclar las grandes fortalezas autoevaluadas, en cada una de sus posibilidades, resulta el siguiente mapa paradigmático:

MAPA PSICOLÓGICO POSITIVO			
estabilidad	+	simpatía	confiabilidad/calidez
estabilidad	+	sociabilidad	guía / protección
estabilidad	+	decisión	seguridad / solidez
estabilidad	+	disciplina	logro / orden
simpatía	+	sociabilidad	carisma / agradable
simpatía	+	decisión	mando/confiabilidad
simpatía	+	disciplina	logro / orden
sociabilidad	+	decisión	mando
sociabilidad	+	disciplina	orden
decisión	+	disciplina	logro / orden

De acuerdo a estos valores, los mejores elogios que se le pueden dar a Viedma son los asociados a las palabras de orden, mando y confiabilidad.

De la combinación de cada una de las debilidades, surge el siguiente mapa psicológico negativo:

### MAPA PSICOLÓGICO NEGATIVO

baja agresividad	+	bajo s.psicológico	inofensividad/ingenuidad
baja agresividad	+	baja iniciativa	parálisis
baja agresividad	+	baja responsabilidad	indiferencia
baja agresividad	+	baja memoria	miedo/parálisis
baja agresividad	+	baja autonomía	sumisión
bajo s.psicológico	+	baja iniciativa	dependencia
bajo s.psicológico	+	baja responsabilidad	incapacidad
bajo s.psicológico	+	baja memoria	incapacidad
bajo s.psicológico	+	baja autonomía	dependencia
baja iniciativa	+	baja responsabilidad	indiferencia
baja iniciativa	+	baja memoria	incapacidad
baja iniciativa	+	baja autonomía	dependencia
baja responsabilidad	+	baja memoria	incapacidad
baja responsabilidad	+	baja autonomía	incapacidad/dependencia
baja memoria	+	baja autonomía	incapacidad

Este guión, de una fuerza casi dramática, impone una realidad de grandes debilidades a esta auto percepción de Viedma, ya que las simples amenazas de ser evaluada como incapaz, dependiente, paralizada y amedrentada, pueden activar grandes y graves procesos de auto saboteo.

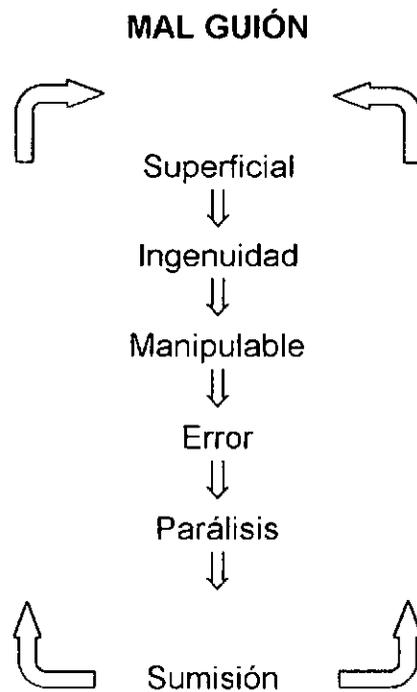
Al hacer la unión de las diferentes fortalezas con cada una de las principales debilidades, se llega a los siguientes calificativos que van a construir un guión inconsciente de valoración.

## GUIÓN OPERATIVO

estabilidad	+	baja agresividad	indiferencia
estabilidad	+	bajo s.psicológico	ingenuidad
estabilidad	+	baja iniciativa	parálisis
estabilidad	+	baja responsabilidad	indiferencia
estabilidad	+	baja memoria	indiferencia
estabilidad	+	baja autonomía	resignación
simpatía	+	baja agresividad	superficial
simpatía	+	bajo s.psicológico	ingenuidad
simpatía	+	baja iniciativa	superficial
simpatía	+	baja responsabilidad	superficial
simpatía	+	baja memoria	superficial
simpatía	+	baja autonomía	manipulable
sociabilidad	+	baja agresividad	superficial/inofensividad
sociabilidad	+	bajo s.psicológico	superficial
sociabilidad	+	baja iniciativa	manipulable
sociabilidad	+	baja responsabilidad	superficial
sociabilidad	+	baja memoria	superficial
sociabilidad	+	baja autonomía	manipulable
decisión	+	baja agresividad	represión
decisión	+	bajo s.psicológico	error
decisión	+	baja iniciativa	parálisis
decisión	+	baja responsabilidad	peligro
decisión	+	baja memoria	error
decisión	+	baja autonomía	represión
disciplina	+	baja agresividad	sumisión
disciplina	+	bajo s.psicológico	sumisión
disciplina	+	baja iniciativa	sumisión
disciplina	+	baja responsabilidad	saboteo
disciplina	+	baja memoria	sumisión
disciplina	+	baja autonomía	sumisión

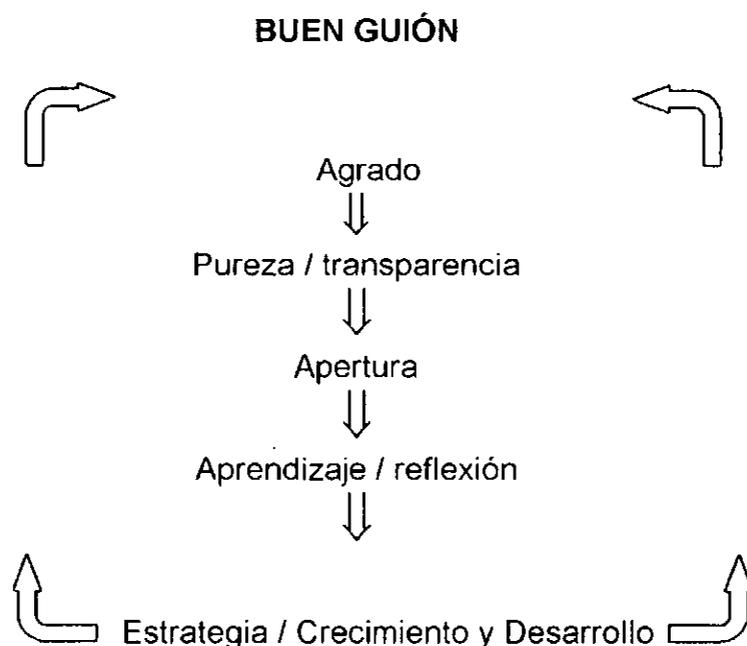
Las palabras que por su gran importancia comienzan a constituir la carga semántica, son las siguientes: error, indiferencia, manipulable, ingenuidad, parálisis, represión, superficial y sumisión.

Con estos calificativos, al momento de llevarlos a un sistema en el cual todos ellos por disímiles que sean- conformen un esquema interpretativo, se realiza el siguiente guión.



De acuerdo a este guión, Viedma se autopercibe como una personalidad que al no poder o querer profundizar, es superficial e ingenua, mostrándose por ello, altamente manipulable. Esto la lleva a cometer errores que terminan paralizándola. Como consecuencia de esta parálisis, se demuestra sumisa y esto le obliga a no profundizar, comenzando de nuevo el ciclo.

Cuando se buscan los elementos positivos que contiene cada uno de estos graves calificativos, Viedma queda con el siguiente guión operativo, consciente y positivo.



Viedma es una personalidad muy agradable por su pureza y transparencia, que la hace dueña de una gran capacidad de apertura que le permite aprender de sus errores. En base a ello, es capaz de generar procesos de reflexión y, en consecuencia, establecer nuevas estrategias, entre las cuales la dependencia es una de las vías para el crecimiento y desarrollo. Proceso que lleva adelante con agrado.

### III) IMAGEN IDEOLÓGICA

Cuando se analizan los valores que se dio en los diferentes elementos de la imagen ideológica, se obtuvieron los siguientes resultados.

Ante el Cambio	5.68
Ante el Conflicto	4.34
Ante los Valores	5.19

Esta percepción de Viedma como una personalidad que se encuentra en los llamados puntos medios, lo cual genera una personalidad renovadora individualista y eficaz, produciendo una serie de consecuencias, que valdrá la pena revisar.

El promedio que generan estos valores, que es de 5.07, revela un uso del poder estratégico que, aunque todavía se encuentra en bajo nivel no está en el llamado poder coyuntural.

#### ANTE EL CAMBIO:

La actitud ante el cambio que se obtuvo para Viedma revela una visión plenamente identificada con las realidades de tipo renovadora, la cual al ser probada con el esquema de la perfiencia y de la identidad, tiene los siguientes resultados:

LEGITIMIDAD	6.89
CREDIBILIDAD	6.59
AUTO ESTIMA	6.17
PENSAMIENTO ESTRATÉGICO	5.80
IMAGEN	5.37
FEMINIDAD	5.18
MASCULINIDAD	5.16
PROMEDIO PSICOLÓGICO	5.09
COMUNICACIÓN	5.07
ADMINISTRACIÓN	4.95
<b>IDENTIDAD</b>	<b>5.62</b>

Con este valor promedio de identidad ( o conciencia), Viedma se encuentra en un nivel aceptable. Para esta muestra, Viedma es un ente renovador que tiene un proceso de identidad que, aunque puede ser mejorado, demuestra capacidad de transformar continuamente sus propias realidades, para lo cual -sin duda alguna- tiene que mejorar sus procesos de imagen general y sobre todo, psicológica, es decir, usar constantemente el buen guión antes descrito.

#### ANTE EL CONFLICTO INDIVIDUALISMO - COLECTIVISMO

Por otra parte, la percepción de Viedma como un ente que ante el conflicto humano se encuentra en una puntuación de 4.34, permite su ubicación dentro del individualismo sano (un 'yo' que permite el desarrollo de otros 'yo') y con ello, las

vinculaciones de negociación que puede y debe establecer con algunos grupos que le son importantes para su crecimiento y desarrollo. En otras palabras, al tener esta puntuación en nuestra metodología, Viedma necesita diferentes grupos que le permitan una negociación en la que ella le de fuerza a estos grupos y ellos le respondan dándole poder. Surge la pregunta de cuáles son estas entidades que pueden “empoderar” a Viedma. ¿Es la Provincia de Río Negro? ¿Es la República Argentina?. Este es un punto fundamental que hay que dilucidar.

### ANTE LOS VALORES

Viedma se autopercibe con una puntuación de 5.19, lo que indica que en ella existe una intención sostenida de resolver problemas importantes con estrategias e instrumentos que no sean radicalmente pragmáticos (su mapa psicológico positivo no se lo permitirá) ni exageradamente principistas. Para corroborar la eficacia de esta posición, se revisan los valores de organización que se tienen en esta auto valoración.

organización institucional oficial	6.55
organización política	6.38
organización familiar	6.26
organización deportiva	6.06
organización ecológica	6.03
organización amistosa	5.84
organización laboral	5.75
organización de medios masivos	5.68
organización educacional	5.64
organización religiosa	5.50
organización militar y de seguridad	5.35
organización institucional no oficial (ONG)	5.35
organización en ciencia y tecnología	5.32
organización cultural	5.26
organización ideológica	4.81
organización económica	4.56
organización judicial	4.47

### **IMAGEN ORGANIZACIONAL 5.55**

Estos valores la existencia de una organización institucional (aunque a niveles bajos) (14 de las 17 instituciones que se estudian están dentro del esquema de la

organización , es decir, el 82.%), mientras que en el área de la crisis está tan sólo el 18% (organización ideológica, la económica y la judicial).

## **B) PERCEPCIÓN DE RÍO NEGRO**

### **I) IMAGEN GENERAL**

#### **Modelo de Imagen**

Río Negro es percibido como un hombre de unos 40 años de edad, que con 1.67 mts de estatura y un peso de 74 Kgrs, genera una contextura física con sobrepeso, que puede ser catalogado como un hombre `fornido`. Su color de piel está entre el blanco y el moreno que indica mestizaje, con cabello castaño y ojos pardos. En la descripción del rostro, al no darle una configuración específica se pueden percibir algunos aspectos de transición de imagen. (circular, 37%, ovalado, 30% triangular, 20%).

Esta descripción ubica a Río Negro, desde Viedma, como un modelo **social** de gran comunalidad con unos muy ligeras referencias al modelo afectivo.

#### **Discurso de Imagen**

En su descripción más amplia se describe como un hombre casado, con tres hijos, educación secundaria y que en la actualidad confronta problemas económicos.

Su caminar se describe con un 5.56 / 10 que se evalúa como normal, con una gestualidad de 5.46 /10(también normal) y una sonrisa ubicada en un 4.80 / 10, que es una sonrisa promedio.

Su vestuario se califica de atractivo en un hábitat funcional, con una voz agradable, de volumen, velocidad y dicción normal. Presenta un saludo afectivo y de compromiso y le gusta estar cercano.

Con estos elementos pareciera haber elementos para un discurso o intención de tipo **cohesivo**, aunque aparecen también muy discretos elementos del discurso armónico.

La unión de un evidente modelo social con un discurso cohesivo genera la importante **imagen luchadora**, mientras que con el discurso armónico se obtiene la **imagen conciliadora**

Estas dos imágenes (luchadora y conciliadora) que resumen bien la esta visión de Viedma hacia Río Negro, hacen que su mensaje vaya de un poder primario (de altos beneficios y altos costos) como es la imagen luchadora a la de un poder secundario (de altos beneficios y bajos costos) como lo es la imagen conciliadora.

Los peligros de estas imágenes están en ser un ente con posibilidad de imagen sacrificada (trabaja mucho y no obtiene los resultados que se merece por ello) y de la imagen cómplice, que puede comprometerse mucho más allá de lo permitido con algún interés en particular, descuidando sus otros compromisos.

## II) IMAGEN PSICOLÓGICA

Al revisar los valores obtenidos por la personalidad de Río Negro desde Viedma, éste obtiene un promedio psicológico de 5.82, que lo coloca en un punto de transición entre el rol de victimario y el rol de un egoísta egocéntrico, que quiere mejorar individualmente su realidad para llegar a ser independiente.

Esta percepción se confirma al detallar el cuadro de fortalezas y debilidades de esta personalidad:

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
iniciativa	6.48	disciplina	5.06
inteligencia	6.48	estabilidad	5.13
perseverancia	6.34	tacto social	5.37
valentía	6.24	sentido psicológico	5.40
sociabilidad	6.20	flexibilidad	5.48
<b>PROMEDIO</b>	<b>6.34</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>5.28</b>

En esta metodología, para Viedma, Río Negro tiene conflictos psicosociales que se generan del choque de una personalidad que está en una fase de refuerzo de su personalidad en la búsqueda de logros contra un ente que, estando muy cercano,

también guarda elementos de victimario. Esta es una lucha que genera descalificaciones e ilegitimaciones mutuas pero, por sobre todo, una gran competitividad.

De la combinación de cada una de las fortalezas de Río Negro, se obtiene el siguiente mapa psicológico positivo:

<b>MAPA PSICOLÓGICO POSITIVO</b>			
iniciativa	+	inteligencia	progreso/cambio
iniciativa	+	perseverancia	logro de imposibles / innovación
iniciativa	+	valentía	cambio
iniciativa	+	sociabilidad	carisma/mando
inteligencia	+	perseverancia	logro de imposibles
inteligencia	+	valentía	confiabilidad
inteligencia	+	sociabilidad	eficacia/mando
inteligencia	+	perseverancia	logro
perseverancia	+	valentía	cambio/renovación
sociabilidad	+	valentía	confiabilidad/carisma

En estos calificativos, se deduce que Viedma espera que Río Negro sea un ente de cambios, que sea confiable, que mande y que lo haga de una manera que logre imposibles.

Por otra parte, de las debilidades que Viedma atribuye a Río Negro, surge el siguiente mapa psicológico negativo:

<b>MAPA PSICOLÓGICO NEGATIVO</b>			
baja disciplina	+	baja estabilidad	desorden/improductividad
baja disciplina	+	bajo tacto social	rebeldía/subversión
baja disciplina	+	bajo s. psicológico	error
baja disciplina	+	baja flexibilidad	malcriadez
baja estabilidad	+	bajo tacto social	crueledad/ injusticia
baja estabilidad	+	bajo s. psicológico	defensividad
baja estabilidad	+	baja flexibilidad	defensividad/irritabilidad
bajo tacto social	+	bajo s. psicológico	error/primitividad
bajo tacto social	+	baja flexibilidad	crueledad/error/brutalidad
bajo s. psicológico	+	baja flexibilidad	brutalidad/crueledad

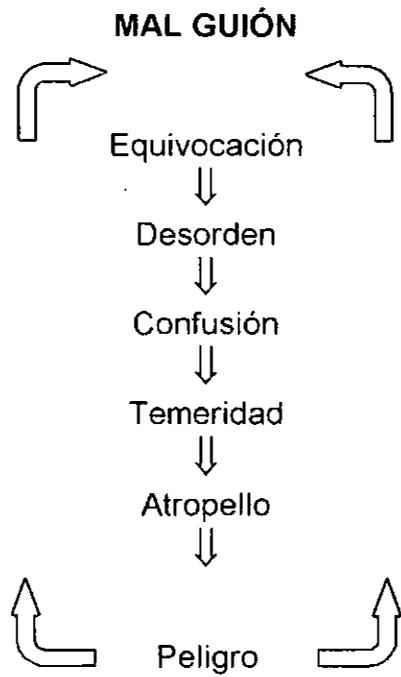
Los calificativos que aparecen en este mapa, al ser muchos, duros y dramáticos generan una matriz general en la que se teme ( o se le tiene miedo) a la brutalidad, primitividad de esta personalidad.

Al establecer el guión operativo, (que combina fortalezas y debilidades) se puede alcanzar una mayor claridad acerca de la validez de estos sentimientos:

<b>GUIÓN OPERATIVO</b>			
iniciativa	+	baja disciplina	desorden
iniciativa	+	baja estabilidad	confusión
iniciativa	+	bajo tacto social	atropello
iniciativa	+	bajo s.psicológico	error
iniciativa	+	baja flexibilidad	atropello
inteligencia	+	baja disciplina	confusión
inteligencia	+	baja estabilidad	temperamentalidad
inteligencia	+	bajo tacto social	hiriente
inteligencia	+	bajo s.psicológico	ingenuidad
inteligencia	+	baja flexibilidad	peligro/implacabilidad
perseverancia	+	baja disciplina	error
perseverancia	+	baja estabilidad	angustia
perseverancia	+	bajo tacto social	atropello
perseverancia	+	bajo s.psicológico	atropello
perseverancia	+	baja flexibilidad	atropello
valentía	+	baja disciplina	desorden
valentía	+	baja estabilidad	temeridad/peligro
valentía	+	bajo tacto social	peligro
valentía	+	bajo s.psicológico	temeridad
valentía	+	baja flexibilidad	atropello
sociabilidad	+	baja disciplina	saboteo
sociabilidad	+	baja estabilidad	desorden
sociabilidad	+	bajo tacto social	temperamental
sociabilidad	+	bajo s.psicológico	peligro
sociabilidad	+	baja flexibilidad	sectario

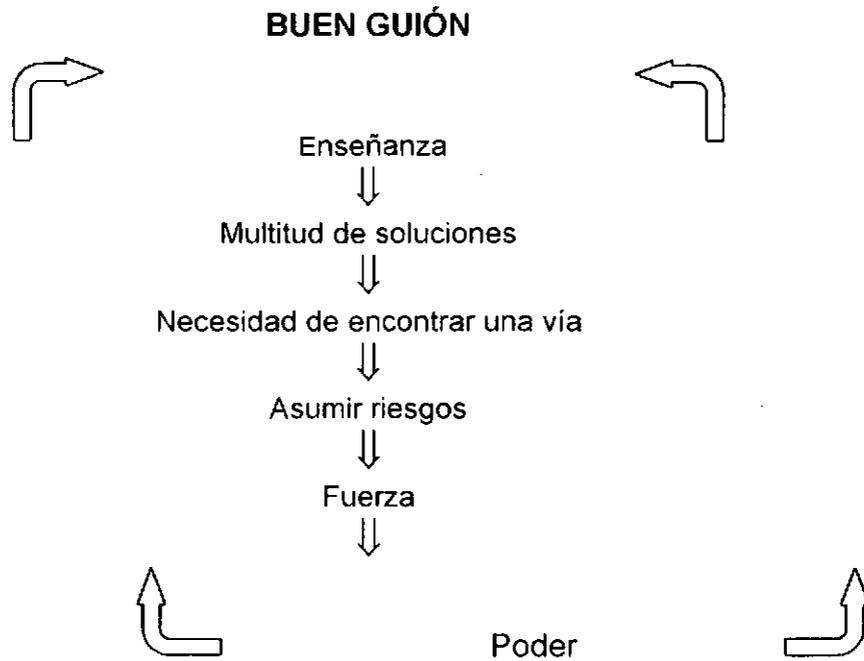
Las palabras más importantes que aparecen en estas relaciones son las siguientes: atropello, confusión, desorden, equivocación, peligro y temeridad.

Al ser colocadas en un guión, genera el siguiente esquema de interpretación



Río Negro, al tener una visión equivocada, genera un desorden que lo lleva a una gran confusión. Para superarla, ejerce acciones temerarias que terminan por atropellar con fuerza a otros. De esta manera, es evaluado como peligroso que, al no concientizar, acentúa su equivocación.

Al momento de evaluarlo en forma positiva, se tiene el siguiente programa de valoración de Río Negro desde Viedma, su capital.



En la nueva descripción, Viedma evalúa a la Provincia como una personalidad que ha pasado por duros pero buenos procesos que le han dejado una gran cantidad de importantes enseñanzas. Esto le ha proporcionado una gran cantidad de esquemas de soluciones aplicables, pero de las cuales tiene que hacer un proceso de selección. Para ello, deberá recurrir a su fuerza para asumir los riesgos que le permitan el ejercicio del poder, que cada vez tiene más consciente por las enseñanzas que ha recibido.

### III) IMAGEN IDEOLÓGICA

Desde el punto de vista ideológico, Viedma valora a Río Negro con las siguientes puntuaciones en cada una de las tres características que se revisan a este nivel.

Ante el Cambio	4.92
Ante el Conflicto	5.07
Ante los Valores	4.81

Esta visión se encuentra en una posición intermedia que refleja una posición renovadora, grupalista y orientada a la eficacia.

Por otra parte, el promedio de estos tres valores que da 4.93, coloca a Río Negro - de acuerdo a Viedma- en un punto de transición muy importante, en el cual pasa de un poder de tipo coyuntural a uno en el cual, por la conciencia que tiene de su valor, comienza a hacer un uso estratégico del poder.

#### ANTE EL CAMBIO

Cuando esta posición renovadora (4.92 ante el cambio) se somete a la prueba de la perficiencia gerencial se tienen los siguientes resultados y reflexiones:

LEGITIMIDAD	7.72
AUTO ESTIMA	6.57
CREDIBILIDAD	6.19
PENSAMIENTO ESTRATÉGICO	6.17
PROMEDIO PSICOLÓGICO	5.82
FEMINIDAD	5.73
MASCULINIDAD	5.61
RECURSOS	5.46
COMUNICACIÓN	5.42
IMAGEN	5.15
<b>IDENTIDAD</b>	<b>5.98</b>

Con estos resultados, se tiene que Viedma percibe a Río Negro como un ente renovador, que cuenta con una identidad o perficiencia que está a punto de entrar en la

estabilidad. Es decir, que Río Negro tiene una renovación que está siendo respaldada por una perficiencia capaz de hacerlo. Esto es importante de concientizar.

#### ANTE EL CONFLICTO INDIVIDUALISMO - COLECTIVISMO:

El valor que esta muestra le dio a Río Negro en su posición ante este conflicto, señala una importante visión de grupalismo que debe permitir negociaciones adecuadas con las personalidades que se encuentren en posiciones individualistas como Bariloche y la República Argentina. Río Negro, de acuerdo a esta percepción, puede darle poder a todos aquellos individuos que estén en capacidad de ayudarlo, en darle fuerzas.

#### ANTE LOS VALORES

De acuerdo a la percepción de Viedma, de la capacidad organizacional que tiene la Provincia, se obtienen los siguientes resultados:

organización ecológica	6.89
organización amistosa	6.58
organización laboral	6.44
organización cultural	6.41
organización en ciencia y tecnología	6.37
organización económica	6.37
organización deportiva	6.37
organización religiosa	6.34
organización de instituciones oficiales	6.10
organización política	6.07
organización familiar	6.00
organización de instituciones no oficiales	6.00
organización de medios masivos	5.74
organización ideológica	5.70
organización educativa	5.65

organización de milicias y seguridad	5.48
organización judicial	5.13
<b>Organización del sistema</b>	<b>6.09</b>

Llama la atención, que el 100% de sus instituciones se ubican en el escenario de la organización. Doce de las diecisiete instituciones analizadas (71%) se encuentran en la zona de estabilidad u organización media, mientras que el resto, es decir, las cinco restantes se encuentran en la zona de baja organización (29%).

Con esta percepción Río Negro tiene, de acuerdo a Viedma, la capacidad para establecer planes concretos de eficacia, ya que cuenta con la estructura organizacional necesaria para hacerlo.

## C) PERCEPCIÓN DE ARGENTINA

La República Argentina, es percibida desde Viedma con las siguientes características de Imagen.

### I) IMAGEN GENERAL

#### **Modelo de Imagen**

De acuerdo a los encuestados en Viedma, la Argentina es una mujer de 46.5 años de edad, que mide 1.73 mts y pesa 72.5 Kgrs de peso, es decir es una mujer madura que tiene una estructura corporal normal, con piel blanca, cabello castaño y rostro de forma ovalada.

Con estos datos, se puede deducir que para Viedma la Argentina tiene una visión de **modelo económico**, es decir, de una personalidad que genera el mensaje de logro, éxito y triunfo en su primera impresión.

#### **Discurso de Imagen**

Cuando se evalúan las características que surgen en el resto de las interrogantes que sirven para detectar la imagen general, Argentina se percibe como una mujer casada, y que está entre la educación secundaria y la universitaria, lo que puede interpretarse como que cursó una carrera de tercer nivel que no ha terminado aún.

Su caminar es percibido con una velocidad de 4.95/10, es decir, normal mientras que su gestualidad se ubica en que la cataloga como muy expresiva y finalmente con una sonrisa en 4.80, que también se puede considerar como promedio.

Estas características tienden a representar de manera inconsciente a la Argentina con un discurso básicamente de tipo **cohesivo**, agrupador.

La combinación de este discurso con el modelo económico genera una **imagen productiva**.

La imagen productiva con la que Viedma pareciera ubicar a la Argentina, es una imagen que en la actualidad tiene una importancia trascendental, ya que representa al triunfador que hace que los demás también triunfen. En otras palabras, es la personalidad que desde el fundamento de su modelo de triunfo, trabaja para que los demás triunfen. Es la imagen que traduce la capacidad de la participación.

En su mala imagen, en caso de la exageración del discurso cohesivo, Argentina podría ser vista desde Viedma con una imagen de **explotadora**, es decir, como la personalidad que hace trabajar al otro para quedarse con su producto.

## II) IMAGEN PSICOLÓGICA

Cuando se confrontan las cifras de la psicología de Argentina desde Viedma, se tiene que el promedio es de 5.95, es decir, que se evalúa como una personalidad que está saliendo del círculo de la dependencia en el rol de **victimario**, para iniciar una fase de egoísmo egocéntrico, que le ayude a buscar su preparación para el logro autónomo y, en consecuencia, para poder llegar a la psicología de la independencia.

Esta percepción se convalida al analizar detalladamente sus fortalezas y debilidades:

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
sociabilidad	6.89	flexibilidad	5.15
agresividad	6.47	tolerancia	5.31
inteligencia	6.47	autonomía	5.36
simpatía	6.52	sentido psicológico	5.38
liderazgo	6.42	responsabilidad	5.61
<b>PROMEDIO</b>	<b>6.57</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>5.36</b>

Para la percepción de Viedma, la Argentina presenta su conflicto interno psicosocial, donde se confronta una realidad egoísta y egocéntrica (que quiere autonomía e independencia) con otra parte que se encuentra en un rol de victimario.

Esta dinámica de conflicto con valores tan cercanos, va a establecer una realidad de grandes luchas competitivas que, de no estar regidas por un claro marco ético llevan a graves procesos de atomización. Con un marco ético delimitado, conlleva a un sano proceso de competitividad.

Cuando se unen las fortalezas de este balance de percepción, se comienzan a presentar los calificativos que según Viedma son los que indican las grandes potencialidades de la Argentina.

<b>MAPA PSICOLÓGICO POSITIVO</b>		
sociabilidad	+ agresividad	carisma/ mando
sociabilidad	+ inteligencia	mando / eficacia
sociabilidad	+ simpatía	carisma
sociabilidad	+ liderazgo	carisma
agresividad	+ inteligencia	cambio / logro
agresividad	+ simpatía	mando/carisma
agresividad	+ liderazgo	cambio
inteligencia	+ simpatía	confiabilidad
inteligencia	+ liderazgo	productividad / cambio
simpatía	+ liderazgo	carisma

Viedma ve que la Argentina es (y por lo tanto, debe demostrar) poseedora de un gran carisma, de una gran capacidad de cambio y de mando.

Por otra parte, el gui3n de las debilidades de la Argentina, de acuerdo a Viedma, surgen de la uni3n de las conceptos que aparecen con las menores puntuaciones.

<b>MAPA PSICOL3GICO NEGATIVO</b>		
baja flexibilidad	+ baja tolerancia	intransigencia
baja flexibilidad	+ baja autonomía	resentimiento/amargura
baja flexibilidad	+ bajo s.psicol3gico	tozudez / crueldad
baja flexibilidad	+ baja responsabilidad	inconsciente / malcriadez
baja tolerancia	+ baja autonomía	resentimiento / frustraci3n
baja tolerancia	+ bajo s.psicol3gico	error /injusticia
baja tolerancia	+ baja responsabilidad	malcriadez / petulante
baja autonomía	+ bajo s.psicol3gico	sumisi3n / ingenuidad
baja autonomía	+ baja responsabilidad	saboteo / dependencia
bajo s.psicol3gico	+ baja responsabilidad	incapacidad

La gran cantidad de conceptos que aparecen en este mapa psicol3gico negativo demuestra la poca fuerza de cada uno de ellos en particular. Ello los hace menos importantes pero, al mismo tiempo, revela que existen m3s puntos de ataque hacia ella. Esto se clarifica con el gui3n operativo.

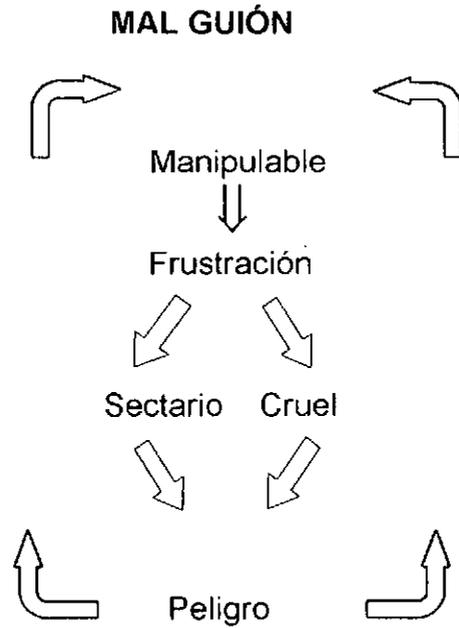
Al mezclar las fortalezas y las debilidades, surge el gui3n con el cual Viedma en forma negativa e inconsciente juzga a la Argentina.

## GUIÓN OPERATIVO

sociabilidad	+	baja flexibilidad	sectarismo/grupalismo
sociabilidad	+	baja tolerancia	selectividad/sectarismo
sociabilidad	+	baja autonomía	objeto
sociabilidad	+	bajo s.psicológico	manipulable
sociabilidad	+	baja responsabilidad	superficialidad
agresividad	+	baja flexibilidad	implacable / peligro
agresividad	+	baja tolerancia	implacable / crueldad
agresividad	+	baja autonomía	rebeldía / frustración
agresividad	+	bajo sentido psicológico	peligro
agresividad	+	baja responsabilidad	peligro
inteligencia	+	baja flexibilidad	peligro/implacable
inteligencia	+	baja tolerancia	peligro / crueldad
inteligencia	+	baja autonomía	frustración/resentimiento
inteligencia	+	bajo sentido psicológico	ingenuidad
inteligencia	+	baja responsabilidad	peligro
simpatía	+	baja flexibilidad	temperamental / selectividad
simpatía	+	baja tolerancia	sectarismo/temperamental
simpatía	+	baja autonomía	resignación
simpatía	+	bajo s.psicológico	egocéntrico
simpatía	+	baja responsabilidad	manipulable
liderazgo	+	baja flexibilidad	intransigencia / dictatorial
liderazgo	+	baja tolerancia	peligro / injusticia
liderazgo	+	baja autonomía	represión / frustración
liderazgo	+	bajo s.psicológico	manipulable
liderazgo	+	baja responsabilidad	peligro

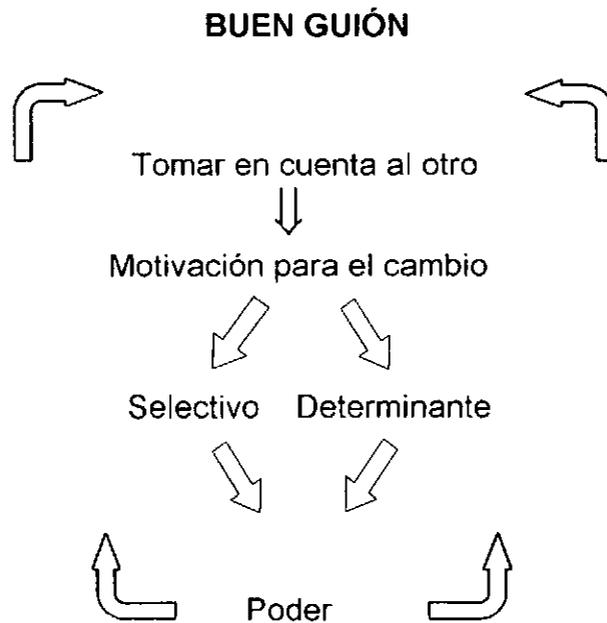
Los calificativos claves que se sacan de estas conclusiones, son: crueldad, frustración, manipulable, peligroso, sectarismo

Estos cinco calificativos que salen del análisis de carga semántica, al ser organizados en un sistema explicativo, nos da el siguiente guión operacional:



De acuerdo a este guión, la Argentina se siente manipulable, lo cual genera un sentimiento de frustración que la lleva a reaccionar con una gran demostración de sectarismo y de temperamentalidad. Por estas dos características, se vuelve cruel, llegando a representar un gran peligro tanto para sí misma como para los demás. Al concientizar esta capacidad de peligro, se convierte en una personalidad manipulable.

Cuando este guión operativo sufre la transformación a su parte positiva, se obtiene el siguiente sistema:



La Argentina, al desarrollar su capacidad de tomar en cuenta al otro, logra una motivación para obtener cambios adecuados, lo cual hace de una manera selectiva y determinante. Ello le permite ejercer el poder tomando en cuenta al otro, base psicológica para un liderazgo interdependiente.

### III) IMAGEN IDEOLÓGICA

Por último, al hacer la revisión de los valores que Viedma le da a la Argentina, se tienen las siguientes cifras significativas:

Ante el Cambio	4.78
Ante el Conflicto	4.57
Ante los Valores	4.73

Esta visión de la Argentina en un punto intermedio, muy cercana en cada una de las variables ideológicas al 5, genera un promedio en 4.69, que la sitúa en una posición coyuntural en el mapa del poder, en la que las diferentes situaciones son las que logran manejar a esta personalidad.

### ANTE EL CAMBIO:

Cuando se va a evaluar la posición renovadora de la Argentina, de acuerdo a esta visión de Viedma y con los instrumentos que aporta la perfiencia gerencial, tenemos que los valores que se obtienen en cada una de las diez áreas de evaluación son los siguientes:

LEGITIMIDAD	7.40
AUTO ESTIMA	6.79
COMUNICACIÓN	6.22
CREDIBILIDAD	6.09
MASCULINIDAD	6.08
FEMINIDAD	5.97
PROMEDIO PSICOLÓGICO	5.95
PENSAMIENTO ESTRATÉGICO	5.90
IMAGEN	5.36
RECURSOS	5.03
<b>IDENTIDAD</b>	<b>6.07</b>

Estos resultados en el área de perfiencia, revelan que la Argentina es una personalidad renovadora con un índice muy aceptable y estable de perfiencia gerencial, es decir que tiene una gran conciencia de su existencia como ser de continuos cambios.

### ANTE EL CONFLICTO INDIVIDUALISMO - COLECTIVISMO:

En la evaluación de la Argentina en el conflicto humano entre individualismo y colectivismo, la puntuación con que se percibe (4.57) vuelve a reflejar una posición claramente individualista, sin tener claro el concepto de Argentina como un grupo, un nosotros que al pertenecer a ella, genera poder. De acuerdo a esta percepción Argentina

necesita de otras identidades o grupos que le den poder y que, de acuerdo a esta misma percepción no es América Latina, ya que para esta muestra ambas se encuentran en el mismo nivel de percepción.

### ANTE LOS VALORES

En cuanto al fundamento organizacional que puede sostener a la posición intermedia que obtuvo Argentina ante los valores (4.73), se obtuvieron los siguientes resultados:

organización deportiva	7.05
organización religiosa	6.88
organización de medios masivos	6.73
organización amistosa	6.68
organización económica	6.00
organización instituciones oficiales	6.00
organización de ciencia y tecnología	5.84
organización política	5.80
organización cultura	5.73
organización ecológica	5.68
organización familiar	5.63
organización laboral	5.56
organización instituciones no oficiales (ONG)	5.47
organización educativa	5.31
organización militar y de seguridad	5.26
organización ideológica	5.11
organización judicial	4.88
<b>Organización del sistema</b>	<b>5.85</b>

De acuerdo a esta percepción, el 100% de las instituciones se encuentran en el escenario de la organización: seis de las diecisiete instituciones se encuentran, en organización estable, y las otras diez, en baja organización. Tan sólo una de las instituciones fundamentales se encuentra crisis y no es otra que la organización judicial.

Esto conforma una imagen organizacional que se encuentra en un punto muy cercano a la estabilidad, es decir a la percepción de un sistema que aún siendo eficaz para solucionar problemas, se encuentre lo suficientemente abierto y flexible para introducir los cambios necesarios.

## V. Cuadro Resumen comparativo de percepciones sobre las realidades evaluadas

### AUTOPERCEPCIÓN

		Bariloche	Cipoletti	Viedma
Imagen General		Dispersión de imágenes generales: entre imagen serena, protectora, dirigente, negociadora, realizada y fulgurante	Personalidad en proceso de transición: de imagen luchadora deberá decidir si va a la imagen negociadora o a la productiva	Su percepción oscila entre una imagen solidaria y una imagen luchadora
Imagen Psicológica		Victimario (5.13)	De egoísta egocéntrico hacia la independencia (6.66)	Personalidad en nivel de victimario con rasgos del estadio vengador (5.09)
Imagen Ideológica				
	Ante el cambio	Renovadora (con algunos rasgos conservadores) (6.43) Identidad: baja organización (5.35)	Renovadora (5.71) Identidad: organización estable y flexible (6.39)	Renovadora (5.68) Identidad: baja organización (5.62)
	Ante el conflicto	Individualista (4.04)	Grupalista (5.83)	Individualista (4.34)
	Ante los valores	Eficaz (5.04) Organización: baja (5.79)	Eficaz (5.36) Organización: estable y flexible (6.31)	Eficaz (5.19) Organización: baja (5.55)
Intención de poder		Estratégica (5.17)	Estratégica (5.63)	Estratégica (5.07)

### PERCEPCIÓN DE RÍO NEGRO

		Bariloche	Cipoletti	Viedma
Imagen General		Imagen inicial imprecisa. En segundo impacto, se la percibe entre una imagen dirigente y otra serena.	Imagen entre luchadora y solidaria	Imagen entre luchadora y conciliadora
Imagen Psicológica		Vengador en transición hacia victimario (4.83)	Victimario hacia Egoísta-Egocéntrico (5.29)	Victimario hacia Egoísta-Egocéntrico (5.82)
Imagen Ideológica				
	Ante el cambio	Renovadora (5.73) Identidad: en crisis (4.79)	Renovadora tendencia hacia conservadora (6.66) Identidad: baja organización (5.55)	Renovadora (4.92) Identidad: entrando en estrategia (5.98)
	Ante el conflicto	Individualista (4.42)	Grupalista (5.64)	Grupalista (5.07)
	Ante los valores	Eficaz (4.15) Organización: en crisis (4.90)	Eficaz (5.24) Organización: baja (5.76)	Eficaz (4.81) Organización: estable (6.09)
Intención de poder		Coyuntural (4.76)	Estratégica (5.62)	Llegando a Estratégica (4.93)

## PERCEPCIÓN DE ARGENTINA

		Bariloche	Cipoletti	Viedma
Imagen General		Entre imagen productiva y fulgurante	Entre imagen luchadora y negociadora	Imagen productiva
Imagen Psicológica		Victimario (5.13)	Victimario (5.48)	Victimario hacia Egoísta-Egocéntrico (5.95)
Imagen Ideológica				
	Ante el cambio	Renovadora (4.90) Identidad: baja organización (5.36)	Renovadora (4.72) Identidad: baja organización (5.53)	Renovadora (4.78) Identidad: organización estable (6.07)
	Ante el conflicto	Individualista (3.45)	Individualista (4.63)	Individualista (4.57)
	Ante los valores	Eficaz (4.25) Organización: baja (5.24)	Eficaz (5.19) Organización: baja (5.19)	Eficaz (4.73) Organización: baja (5.85)
Intención de poder		Manejo coyuntural	Manejo coyuntural	Manejo coyuntural

# RÍO NEGRO

Pampa, camino ancho  
de alto techo  
pampa del río negro  
dónde el silencio no es soledad  
ni la soledad, castigo  
pampa, ancha y alta  
pampa, espacio eterno  
pampa del río negro  
dónde el horizonte no es miedo  
y el miedo, reto

Roberto de Vries

## VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES PARA LA PROVINCIA DE RÍO NEGRO

Luego de evaluar y comparar las percepciones de Río Negro, de las tres ciudades investigadas, se obtuvo los siguientes resultados:

### I Imagen General

Se trata de un hombre, de 39 años de edad, con una estatura de 1.68 mts y un peso de 72 Krgs. De piel blanca (evaluado moreno por Viedma), de cabello oscuro, ojos pardos y de rostro ovalado.

De acuerdo a estos datos, Río Negro es un hombre que se encuentra dentro del llamado **modelo social**, con algunos elementos que lo podrían ubicar tanto en el **modelo afectivo** (al cual pasará, si se aumenta de peso), como en el **modelo económico**, (si incrementa su autocuidado).

Al estudiar los diferentes códigos de percepción comunicacional de Río Negro, obtenemos los siguientes valores:

Su velocidad al caminar es de 4.62/10, (valor que se encuentra) pero es observada más rápida en Viedma.

La presencia de la gestualidad se evalúa con una cifra de 5.40/10, que le hace ser percibido con una gestualidad promedio, sin exageraciones por su presencia o ausencia.

Por último, la presencia de la sonrisa (símbolo de bienestar y de felicidad) se percibe en nuestra escala con un valor de 4/10; es decir, se trata de un hombre que tiene una sonrisa un poco por debajo del promedio.

Río Negro, en su gran mayoría es descripta como un hombre casado, con tres hijos, con un nivel educativo Secundario y que presenta, en la actualidad, problemas de tipo económicos.

Al hacer un resumen, de la percepción de los diferentes códigos de comunicación, con los cuales Río Negro transmite sus rasgos principales de personalidad, se tiene que Río Negro presenta un discurso **indeterminado**, ya que en las evaluaciones de las tres ciudades, encontramos elementos significativos de los modelos cohesivo (agrupador), armónico (cercanía) y hasta proyectivo (triunfo). Esta diversidad de percepciones, se acompaña de: una dispersión similar, en la definición de la Misión de Vida, ya que según las tres imágenes obtenidas de la Provincia, ésta se debate entre la Misión **luchar** (asociada al discurso cohesivo) **amar** (asociada al discurso armónico) y **tener** (asociada al discurso proyectivo). De hecho, estas Misiones, guardan relación con las Ciudades encuestadas, ya que Bariloche le pide triunfos a la Provincia, Cipoletti le pide fuerza para crecer y Viedma le pide solidaridad. Esta dispersión de imágenes, le puede dificultar la definición de los criterios para la obtención de sus logros y, sobre todo, la medición de sus éxitos.

A pesar de esta limitación inicial (dispersión de discurso), la imagen más importante, que surge en este análisis conjunto de Río Negro, apunta hacia el discurso cohesivo, que le hace tener una imagen **luchadora**, de exagerar su discurso puede transmitir la mala imagen, y ser percibido como un **hombre sacrificado**, es decir el que no obtiene lo que realmente quiere, a pesar de los esfuerzos y del trabajo.

## **II Imagen Psicológica**

En esta segunda imagen, que se analiza en el presente trabajo, Río Negro tiene un promedio psicológico de 5.31 (Victimario), en el cual Bariloche es el único, que lo ubica por debajo de este nivel (lo coloca en un rol de Vengador).

Esto significa que, para esta muestra, Río Negro se encuentra en un importante proceso de transición psicosocial, en el cual esta personalidad, debe decidir si permanece en el círculo de la dependencia (Víctima - Victimario - Venganza) o, si por el contrario, se lanza a conquistar niveles superiores del desarrollo de la personalidad. Para ello, deberá cumplir con las duras exigencias, que le permitan alcanzar tanto el nivel Egoísta-Egocéntrico (de refuerzo de la propia personalidad), como los niveles de Independencia (búsqueda de logros y éxitos), e Interdependencia (que implica el crecimiento propio a partir del crecimiento de los demás). En otras palabras, la Provincia deberá emprender necesaria e impostergablemente un proceso de crecimiento, para optimizar las relaciones consigo misma y con su entorno.

Nuestra metodología permite operacionalizar e identificar, las áreas que es necesario atacar, para facilitar dicho proceso. En este sentido, al analizar las fortalezas y debilidades obtenidas de la muestra encuestada, se obtiene los siguientes resultados.

Las fortalezas que más se repiten en las tres zonas de investigación son: la iniciativa, la perseverancia y la valentía, mientras que, dentro de las debilidades aparecen: el sentido psicológico, el tacto social y la tolerancia. La característica más polémica es la estabilidad que mientras para Bariloche es una de las más grandes fortalezas de Río Negro para Cipoletti y Viedma, es una de sus principales debilidades.

### MAPA PSICOLÓGICO POSITIVO

iniciativa	+	perseverancia	logro de imposibles dar soluciones
iniciativa	+	valentía	cambio / progreso
perseverancia	+	valentía	cambio

De acuerdo a estos valores, Río Negro podría ser reforzada, si se le reconoce su papel, como entidad de cambio y progreso, capaz de dar soluciones y hasta de lograr imposibles.

### MAPA PSICOLÓGICO NEGATIVO

bajo sentido psicológico	+	bajo tacto social	error/primitividad
bajo sentido psicológico	+	baja tolerancia	defensividad
bajo tacto social	+	baja tolerancia	intransigencia

Tomando este guión negativo vemos que Río Negro se siente afectada si se la trata de primitiva e intransigente; si se la acusa de equivocarse y estar a la defensiva.

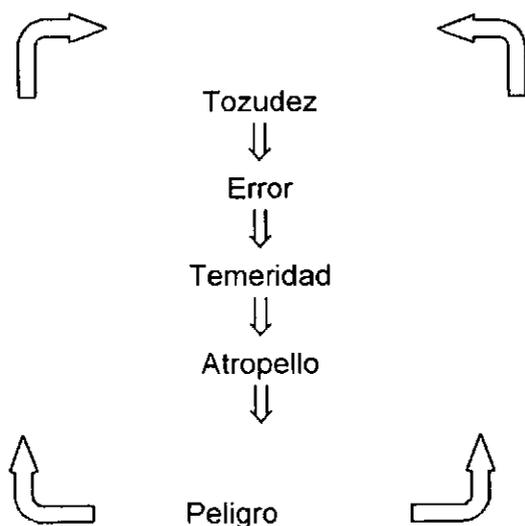
Todo esto se aclara cuando se hace el guión operativo con el cual estas tres zonas rionegrinas califican a la Provincia de Río Negro.

### GUIÓN OPERATIVO

iniciativa	+	bajo sentido psicológico	temeridad
iniciativa	+	bajo tacto social	atropello
iniciativa	+	baja tolerancia	atropello
perseverancia	+	bajo sentido psicológico	tozudez
perseverancia	+	bajo tacto social	atropello
perseverancia	+	baja tolerancia	tozudez
valentía	+	bajo sentido psicológico	temeridad/error
valentía	+	bajo tacto social	peligro
valentía	+	baja tolerancia	peligro

Las palabras que representan la gran carga semántica de este guión son: atropello, peligro, temeridad y tozudez, que al ser relacionadas por medio de un sistema coherente queda,

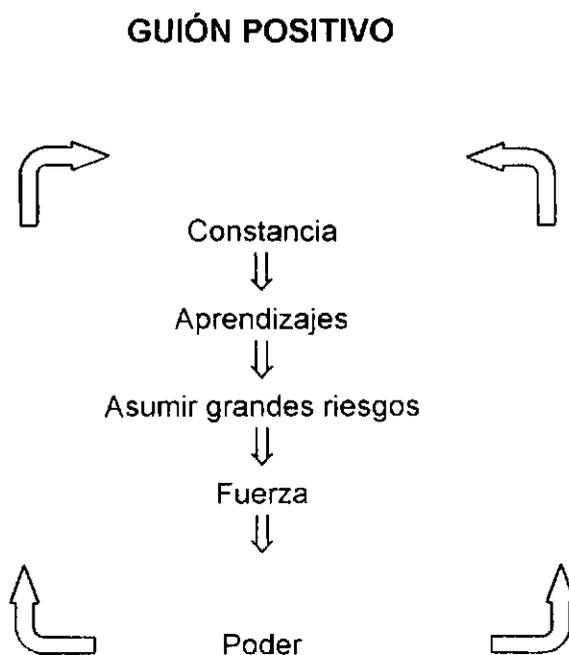
### GUIÓN NEGATIVO



De acuerdo a este esquema, Río Negro es una personalidad que por tozuda comete errores, por mantenerlos corre riesgos innecesarios, que la convierten en

temeraria, por ello atropella y se convierte en un ente peligroso que persevera en su tozudez.

Al transformar estos defectos en atributos tenemos:



En el buen guión, Río Negro, se puede describir como una personalidad que, por su gran constancia, ha logrado aprender de múltiples y duras experiencias, que la han fortalecido y le han enseñado a asumir grandes riesgos para obtener, mantener e incrementar su fuerza, para ejercer el poder con constancia.

### III Imagen Ideológica

Los valores promedios, que obtuvo la percepción de la provincia de Río Negro, en las tres zonas de la investigación, son los siguientes:

Ante el Cambio	5.75
Ante el Conflicto	5.04
Ante los Valores	4.73

De acuerdo con estos valores, Río Negro es una personalidad, que ante el cambio, está en una posición renovadora (con una discreta tendencia a ser conservadora), ante el conflicto, se encuentra en un punto intermedio entre el individualismo y el colectivismo y, finalmente ante los valores, también está en el punto medio, entre ser pragmática o principista.

El promedio de la valoración de sus organizaciones es de 5.17, lo que indica que maneja el poder con baja estrategia, es decir, que está comenzando a controlar la coyuntura.

## ANTE EL CAMBIO

En el análisis del cambio, que nosotros evaluamos con los siguientes ítems, tenemos que Río Negro presenta estos resultados:

I	AUTO ESTIMA	6.15
II	LEGITIMIDAD	6.76
III	RECURSOS	4.86
IV	PENSAMIENTO ESTRATÉGICO	5.39
V	IMAGEN	4.92
VI	COMUNICACIÓN	4.91
VII	CREDIBILIDAD	5.67
VIII	FEMINEIDAD (convencimiento)	5.24
IX	MASCULINIDAD (mando)	5.12
X	PSICOLOGÍA	5.31
	<b>IDENTIDAD</b>	<b>5.4</b>

Ser percibido como una personalidad renovadora, ante el cambio (con valores en 5.75), con un valor de identidad en 5.4, nos permite concluir que la Provincia de Río Negro, tiene la capacidad de adelantarse a los continuos cambios. Sin embargo, es

necesario mejorar de una manera importante, las áreas de recurso, imagen y comunicación, que aparecen en un escenario de crisis.

A continuación presentamos los resultados obtenidos en cada ciudad para las distintas áreas de perficiencia gerencial:

	Bariloche	Cipoletti	Viedma	Promedio
sentido de pertenencia	6.47	7.29	7.42	7.06
organización	4.57	5.34	5.71	5.20
productividad	5.65	6.36	6.60	6.20
justificación	7.31	7.00	8.21	7.50
misión	5.10	5.81	6.96	5.95
marca de producto	5.68	6.84	8.00	6.84
administración	3.78	5.23	4.96	4.65 (crisis)
inteligencia	4.73	5.00	5.78	5.17
investigación	3.78	4.92	5.64	4.78 (crisis)
ev. fortalezas y oportunidades	4.57	5.76	6.25	5.52
ev. debilidades y amenazas	5.00	5.42	6.10	5.50
claridad de objetivos	4.57	4.96	6.00	5.17
imagen del gobernador	4.94	5.45	5.28	5.22
imagen de Río Negro	4.10	4.92	5.03	4.68 (crisis)
imagen de Argentina	5.21	4.36	5.03	4.86 (crisis)
comunicación intragrupal	4.21	5.04	5.44	4.89 (crisis)
comunicación interliderazgo	4.31	5.16	5.51	4.99 (crisis)
comunicación con Argentina	3.89	5.38	5.33	4.86 (crisis)
confiabilidad	4.57	5.69	6.00	5.42
competencia	4.73	5.29	5.77	5.26
comunalidad	5.31	6.07	5.96	5.78
interés	5.84	6.07	7.25	6.38
dinamismo	4.84	5.88	5.85	5.52

Analizando este cuadro vemos que en cinco de las áreas estudiadas, los resultados finales, que la llevan al escenario de la crisis se deben a la percepción de Bariloche de las mismas.

### ANTE EL CONFLICTO INDIVIDUALISMO - COLECTIVISMO

En el análisis de las realidades perceptivas de Río Negro ante el conflicto humano, entendido éste, como las posiciones que van desde el extremo individualismo, hasta el extremo colectivismo, el valor obtenido es de 5.04.

El punto intermedio en esta escala equivale a una convicción, que se fundamenta en el valor del **nosotros** (por encima del **yo** y por debajo del **todos**), y revela una capacidad de gran negociación, para establecer intercambios nutritivos con las diferentes individualidades que la integran (y que proporcionan fuerza a la Provincia) recibiendo fuerza de ellas y dándoles a cambio el poder que ésta detenta.

Asimismo, a partir del mejoramiento de las áreas críticas, identificadas en la perfiencia gerencial, Río Negro podrá establecer claros parámetros de competitividad, con otras personalidades que estén en estadios similares, que le permitirá irse reafirmando como un ente de poder creciente.

### ANTE LOS VALORES:

El resultado obtenido en esta área, 4.73, revela una personalidad que tiene una posición intermedia entre el pragmatismo y el principismo, que de acuerdo a nuestra metodología refleja una actitud orientada hacia la búsqueda de la eficacia. Sin embargo, ésta debe estar respaldada, por el desarrollo de una capacidad institucional y organizativa de la sociedad, que responda adecuadamente a los problemas que se le planteen. En este sentido, Río Negro obtiene una puntuación de su capacidad organizativa que, aunque está en niveles bajos, busca fortalecer sus debilidades frente a las oportunidades del entorno lo cual aumenta sus posibilidades para prestar especial

atención al área de Justicia, Ideología y Educación, que son los puntos más débiles de su evaluación.

Se muestra a continuación la capacidad organizativa de Río Negro, obtenida del promedio de la evaluación hecha por las tres ciudades:

organización familiar	5.48
organización amistosa	5.86
organización ecológica	6.33
organización judicial	5.14
organización militar y de seguridad	5.56
organización deportiva	5.52
organización religiosa	5.48
organización de instituciones oficiales	5.78
organización de instituciones no oficiales	5.86
organización de medios masivos	5.52
organización política	6.13
organización ideológica	5.25
organización educacional	5.28
organización cultural	5.48
organización de ciencia y tecnología	6.10
organización laboral	5.74
organización económica	5.93

La conclusión de estos últimos valores, es que la percepción interna de la muestra encuestada, señala que Río Negro, ha logrado organizar todos los temores analizados (soledad, culpa, rechazo, anonimato, ignorancia, locura y pobreza) en niveles que, aunque no son óptimos aún, permiten neutralizarlos. Es decir, la Provincia puede acercar y enriquecer a quienes a ella se dirigen.

# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1) Existen problemas para detectar una percepción de la imagen general clara e inequívoca, en las percepciones de las ciudades que participaron en el estudio, lo cual debilita en forma importante el impacto inicial de la Provincia. Para enfrentar esta problemática, creemos que es necesario iniciar un profundo proceso de autoconocimiento, que le permita detectar la Misión de Vida de la Provincia, para así clarificar la utilización de los diferentes códigos comunicacionales, que al ser congruentes con aquella, permitan el incremento del liderazgo real y del poder de esta personalidad.

Para clarificar su imagen general y concientizar su Misión de Vida, sugerimos realizar un Taller de Trabajo, en el cual las personalidades y organismos competentes traten de ubicar el modelo o estereotipo más acorde con la Provincia, tomando en cuenta las tres alternativas presentadas (modelo social o de comunalidad según Cipoletti; modelo afectivo o de acercamiento según Viedma o modelo económico del triunfador según Bariloche).

2) Es necesario que la Provincia de Río Negro comprenda, que se encuentra en un duro y decisivo proceso de transición psicosocial, donde puede (y debe) evolucionar del rol de Victimario al de Egoísta-Egocéntrico, y luego a los estadios de Independencia e Interdependencia. Este autoconocimiento producirá un balance de las áreas que tiene que mejorar, para alcanzar los criterios de logro, éxito y triunfo que necesita.

En este análisis, se torna fundamental el estudio profundo del concepto de la **iniciativa** de la Provincia, definida como la capacidad que tenga esta personalidad para iniciar conductualmente las acciones, que la lleven a obtener un objetivo determinado.

En este sentido, será necesario revisar en forma operacional, la cantidad de proyectos que han sido decididos por parte de la Provincia y que aún no se han

comenzado a realizar o que no han sido concluidos. En este análisis de factores, puede encontrarse la respuesta de por qué el concepto de la iniciativa es evaluado en forma tan dispar por parte de las tres ciudades analizadas.

3) La presencia del guión operativo descripto, plantea la gran necesidad de concientizar y hacer conocer los componentes del buen guión, dándole especial énfasis a las realidades descriptas en el guión positivo:

- la constancia rionegrina para el logro de los objetivos propuestos.
- los grandes procesos de aprendizaje por los que ha tenido que pasar.
- la capacidad de asumir con seguridad los grandes riesgos.
- la fuerza de la Provincia.
- el poder real y potencial de la Provincia.

A tal efecto, se aconseja la realización de campañas comunicacionales, que se fundamenten en la visión del valor positivo, de este **guión operativo** que se encuentra en el inconsciente colectivo.

4) La presencia de una percepción de identidad de la Provincia, en un nivel de 5.40, revela una personalidad, que se plantea un nivel de mejoramiento continuo de su realidad. Para consolidar y fortalecer esta percepción, se debe proceder a una revisión de los diferentes elementos que se incluyen en las áreas críticas de la **Imagen**, de los **Recursos**, (en especial, en la **Administración** de los activos humanos, los recursos materiales, los cronogramas y en la **Investigación**, como elemento de innovación y liderazgo) así como en los elementos básicos de la **Comunicación**, (tanto a nivel interno como externo).

5) La Provincia se percibe como una personalidad que está comenzando a valorar su realidad como **grupo** (5.04). Esto significa, que tiene que darle poder a las diversas individualidades que la integran, e impulsar el desarrollo de su competitividad frente a otros grupos de similar poder. Esta realidad, al ser concientizada como tal, conlleva un proceso de unión entre la parte egoísta y egocéntrica de la competitividad y el sentido del **nosotros**, que se general en el grupo, adviniendo una dinámica de fortalecimiento mutuo.

Para ello, sería conveniente hacer campañas comunicacionales específicas en las que se dé el siguiente mensaje:

Los individuos e instituciones de la Provincia de Río Negro deben darle fuerza a ella para que así, como respuesta, ella le de poder a cada uno.

Río Negro debe saber competir, Río Negro debe poder competir. Río Negro debe competir para ganar.

6) La percepción de la realidad provincial, tiene un esquema de organización, que aunque en bajo nivel (5.69), puede generar una sensación de bienestar, que haga crecer la confianza en sí mismo.

De acuerdo con esta auto percepción, en esta provincia se pueden vencer con seguridad los principales miedos del ser humano a través de una buena organización. Para ello, es posible realizar campañas internas en la provincia en la cual se exprese que un Río Negro un poco más organizado significa el poder vencer los miedos a la soledad y a la pobreza.

Río Negro es una Provincia en la que la ecología está cada vez más presente.

Río Negro es una Provincia que toma en cuenta a la ciencia y a la tecnología.

Centro de Estudios del Poder

**VII. ANÁLISIS COMPARATIVO DE IMAGEN  
ENTRE EL PODER POLÍTICO Y PODER  
MEDIÁTICO  
EN NEUQUÉN**

- 1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**
- 2. ANEXO CUANTITATIVO**

Dr. Roberto De Vries  
Dra. Mireya Rodríguez  
Dra. Alicia Perrotto

Caracas, 1997

## **1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Evaluados estos dos poderes bajo los mismos parámetros y en base a la percepción de esta muestra de Neuquén, tenemos las siguientes conclusiones generales:

### **IMAGEN GENERAL COMPARADA: PODER POLÍTICO - PODER MEDIÁTICO**

Al comparar las descripciones físicas de cada uno de los poderes por parte del Gabinete Ampliado de Gobierno de la Provincia de Neuquén nos encontramos con que ambos son del sexo masculino, con edades diferentes en las que el político tiene 51 años mientras el mediático tiene 35 años y medio; la estatura del poder político es mayor (1.75 mts) que la del poder mediático que mide 1.68 mts; en peso, el político tiene 82 Kgrs mientras el mediático pesa 70.2 Kgrs. Ambos tienen piel blanca, cabello castaño, ojos oscuros. El rostro del poder mediático tiende más a ser circular y el del poder político ovalado.

De acuerdo a estas características, el poder político se autodescribe como un hombre maduro fuerte y corpulento mientras que éste evalúa al poder mediático como un hombre más joven (que se asocia a una mayor inexperiencia) de menor estatura y de contextura normal.

En estas percepciones la lucha de poder se genera entre dos psicologías masculinas (de agresividad y mando) con una mayor presencia por parte del poder político, lo que hace que se sienta con mayor fuerza física.

Al describir los datos generales, el poder político es un hombre casado mientras que el mediático es soltero; el poder mediático tiene un mayor nivel educativo que el político; la clase social es mayor en el político que en el mediático.

Estos datos llevan específicamente a la percepción de unos niveles variables de compromiso por parte de ambas personalidades : siendo mayor en el poder político que en el mediático mientras que la información y la educación formal favorece un poco al poder mediático.

Cuando se revisan las características de los tres códigos comunicacionales que se expresan con la velocidad del caminar, la expresión de la gestualidad y la sonrisa, se encuentra que mientras el caminar y la sonrisa son similares en ambas descripciones, la gestualidad es mucho más evidente en el poder mediático que en el poder político, lo que se interpreta como un mayor nivel de expresión comunicacional. Esto se corrobora con la percepción de una voz con volumen mas alto y velocidad rápida. El saludo del poder político se describe como afectivo mientras que el del poder mediático es de compromiso y frío.

En la valoración integral de estos datos se encuentra el choque de dos personalidades masculinas, una con mayor experiencia y el otro con mayor educación formal. Uno (el mediático) con grandes capacidades de comunicar emocionalidad pero que al mismo tiempo no se compromete y el otro (el político) más mesurado y con la presencia de compromisos importantes.

Si lo llevamos al esquema de imagen general nos encontramos a un poder político que pareciera estar mejor ubicado en el modelo o estereotipo económico (triunfador) frente a un poder mediático asociado al **modelo social** (comunalidad) que incluso podría llegar a transformarse en afectivo. En cuanto a los discursos evidenciados, mientras el poder político se ubica dentro del discurso cohesivo , el otro pareciera manejarse con un discurso de triunfador, es decir, proyectivo.

Esto produce una confrontación de imágenes muy interesante: el poder político se ubica a sí mismo con una imagen productiva (**modelo económico** mas discurso cohesivo) mientras que el poder mediático se transforma en una imagen negociadora (**modelo social** mas discurso proyectivo). Ambas son del poder secundario (es decir, que conlleva el ejercicio del poder con altos beneficios y bajos costos), guardando diferencias

importantes en que mientras que el político se plantea como un poder participativo (ya que crece haciendo crecer a los demás), el mediático es evaluado como un poder representativo (a quien se le delega poder para la búsqueda del bienestar).

Esta lucha de poder es la que se está presentando en cuanto a imágenes generales (primer impacto) en la gran parte de los escenarios electorales del mundo entero.

### **Psicología comparada del Poder Político - Poder mediático**

En este punto se confrontan los valores obtenidos como promedio de los veinticinco factores que integran la imagen psicológica de las personalidades evaluadas.

En estos valores, el poder político obtiene 7.70, que lo ubica como una personalidad que ya casi ha superado las características de la psicología de la independencia para entrar en el nivel de la humanización. Se trata de una personalidad que está por concientizar sus logros para convertirlos en factores de éxito y, en consecuencia de esto, ayudar a que los demás también lo tengan.

Por el contrario, el poder mediático con un promedio de 5.98 en la misma escala, se encuentra en un punto importante de decisión entre el seguir asumiendo un rol de victimario (en relaciones de dependencia) o el asumir unas conductas propias de un egoísmo egocéntrico que quiere y debe cultivar sus fortalezas (nivel seis) y captar las oportunidades que le lleven al nivel de psicología de la independencia (que se encuentra en el nivel siete).

En otras palabras, la lucha que se plantea es la de un independiente (poder político) contra la de un victimario (poder mediático) lo cual resume una confrontación en la que el poder mediático trata de descalificar al poder político mientras que éste trata de ilegitimar al poder mediático; en un punto más específico, la confrontación se da entre un ente humanizado y un egoísta egocéntrico. Entre estas dos personalidades ésta última siente una admiración sin grandes expresiones de acercamiento emocional con el poder

político mientras que éste ente humanizado responde con una comprensión integral del proceso de vive el egoísta egocéntrico, pudiendo llegar incluso a liderarlo.

Al evaluarse sus valores de masculinidad y de feminidad, nos encontramos que ambas personalidades revelan un equilibrio individual entre su parte masculina (capacidad de dirección) y su parte femenina (capacidad de receptividad y negociación) lo cual plantea una similitud de esquemas para llevar adelante sus respectivas actividades.

## **IDEOLOGÍA COMPARADA DEL PODER POLÍTICO - PODER MEDIÁTICO**

### **ACTITUD ANTE EL CAMBIO**

Con los resultados obtenidos, se percibe una actitud fundamentalmente renovadora en ambos poderes, es decir, no se comportan ni en forma revolucionaria ni en modo conservador. Esta renovación, al ser confrontada con la percepción de identidad o perficiencia gerencial nos revela unos excelentes resultados propios de una personalidad con un nivel estable de conciencia de sí mismos y del rol que deben cumplir en la sociedad. Ello explica la fuerte lucha que se da entre ambos poderes.

- Identidad del poder político	6.81
- Identidad del poder mediático	6.24

Sin embargo una revisión detallada de las áreas que integran el concepto de perficiencia gerencial permite detectar los distintos escenarios en que aquella se encuentra. Esta percepción es útil para identificar las diversas estrategias de intervención y cambio.

### **ÁREAS EN ESCENARIO DE REALIZACIÓN:**

Poder político: Imagen del líder.

Poder Mediático:

### ÁREAS EN ESCENARIO DE ALTA ORGANIZACIÓN: (RIGIDEZ)

Poder Político: Sentido de Pertenencia, Justificación, Misión y Marca de producto.

Poder Mediático: Justificación, Marca de producto, Claridad de objetivos.

### ÁREAS EN ESCENARIO DE ORGANIZACIÓN ESTABLE: (FLEXIBLE)

Poder Político: Organización, Productividad, Administración, Inteligencia, Investigación, Evaluación de Fortalezas y oportunidades, Evaluación de debilidades y amenazas, Visión, Claridad de objetivos, Imagen institucional.

Poder Mediático: Organización, Productividad, Misión, Administración, Evaluación de fortalezas y oportunidades, Evaluación de debilidades y amenazas, Visión, Imagen institucional y del entorno, Comunicación intragrupal, Interliderazgo y con el entorno, Confiabilidad y dinamismo.

### ÁREAS EN BAJA ORGANIZACIÓN: (CON PELIGRO DE CAER EN CRISIS)

Poder Político: Imagen del entorno, Comunicación intragrupal y con el entorno, Confiabilidad, Competencia, Comunalidad, Interés, Dinamismo.

Poder Mediático: Pertenencia, Inteligencia, Imagen del líder, Competencia, Comunalidad, Interés.

### ÁREAS EN CRISIS: (QUE REQUIEREN URGENTE INTERVENCIÓN)

Poder Político: Comunicación interliderazgo.

Poder Mediático: Investigación.

## ACTITUD ANTE EL CONFLICTO INDIVIDUALISMO - COLECTIVISMO

Los resultados que se obtuvieron en esta área fueron los siguientes:

- Poder Político	7.18
- Poder Mediático	5.62

Esto indica que ambos poderes son percibidos dentro del área que hemos denominado como área grupalista (5 a 7.4) aunque a niveles diferentes. Quiere decir que ambos se encuentran identificados como grupos particulares que pueden **empoderar** (darles poder) a individualidades (con valores inferiores a 5) que le den fuerza y que, por otra parte, pueden establecer unas relaciones de competencia con otros grupos de similar poder, como la que se da entre el poder político y poder mediático. Ello explica como y porque las individualidades colocadas con puntuaciones entre 2.5 y 4.9 probablemente establece negociaciones más rápidas y coyunturales con el poder mediático pero más estables y comprometidas con el poder político. Si el poder mediático fuera más estratégico y menos coyuntural, se podrían establecer relaciones de cooperación o de simple confrontación con el poder político (pero no de conflicto abierto como ahora) en beneficio de la sociedad neuquina. Por su parte el poder político podría aprender a manejar estratégicamente la coyuntura, y así luchar en el terreno mediático.

## ANTE LOS VALORES

Las cifras que se obtuvieron para delimitar la posición de ambos poderes entre el pragmatismo hasta el principismo , nos indican una serie de realidades perceptivas interesantes de revisar.

- Posición del Poder Político	4.76
- Posición del Poder Mediático	3.12

La posición del poder político señala la presencia de una actitud orientada hacia la búsqueda de la eficacia como fórmula intermedia entre ambos extremos (pragmatismo y

principismo) mientras que el poder mediático es evaluado como una personalidad con una tendencia más clara hacia el pragmatismo.

Al contrastar tales valores con sus respectivas imágenes organizacionales (llevar a revelar su capacidad real para respaldar sus respectivas posiciones) tenemos que: El poder político tiene una imagen organizacional en 5.80 y el mediático en 4.97, es decir que mientras el poder político tiene un esquema institucional organizado (aunque se encuentre en bajo nivel), el poder mediático tiene un esquema organizacional en crisis, transitando hacia un esquema de una baja organización.

A continuación presentamos una clasificación detallada de los resultados obtenidos.

#### INSTITUCIONES EN ESCENARIO DE REALIZACIÓN.

Poder Político: Ninguna

Poder Mediático: Ninguna

#### INSTITUCIONES EN ESCENARIO DE ALTA ORGANIZACIÓN: (RIGIDEZ)

Poder Político: Ninguna

Poder Mediático: Ninguna

### INSTITUCIONES EN ESCENARIO DE ORGANIZACIÓN ESTABLE: (FLEXIBLE)

Poder Político: Familia, Amistad, Justicia, Religión, Instituciones oficiales, Ideología.

Poder Mediático: Medios masivos.

### INSTITUCIONES EN ESCENARIO DE BAJA ORGANIZACIÓN: (CON PELIGRO DE CAER EN CRISIS)

Poder Político: Ecología, Milicias seguridad, ONG, Política, Medios masivos, Educación, Cultura, Ciencia y tecnología, Trabajo, Economía.

Poder Mediático: Ecología, Milicia seguridad, ONG, Ideología, Educación, Trabajo, Economía.

### INSTITUCIONES EN CRISIS: (QUE REQUIEREN URGENTE ATENCIÓN)

Poder Político: Deportes.

Poder Mediático: Familia, Amistad, Justicia, Religión, Instituciones oficiales, Política, Cultura, Ciencia y tecnología.

### INTENCIÓN DEL PODER (SEGÚN TERMINOLOGÍA DE SERGIO LABOUDETTE)

Estas cifras que surgen del promedio de las actitudes ideológicas ante el cambio, el conflicto humano y los valores, antes analizados señalan que mientras el poder político maneja estratégicamente el poder (aunque con niveles bajos), el poder mediático es manejado por el poder, es decir, actúa y responde en forma coyuntural. Esto tiene una importancia fundamental en la auto percepción del poder político, ya que siente que está manejando el poder, no lo contrario, que el poder está manejando a sus diferentes acciones. En este sentido vale la pena enfatizar que la justificación del poder estriba en el incremento de la calidad de vida de los ciudadanos y las posibilidades de un desarrollo

real de la vida democrática. Sin embargo creemos que la política actual podría ser mas "mediática", en el sentido de comprender el papel de los medios en la sociedad contemporánea, sin que se limite a aceptar compasivamente esta dinámica.

### INSTRUMENTOS DEL PODER

Al comparar los resultados obtenidos en los cinco instrumentos básicos que estudiamos para el ejercicio del poder, tenemos el siguiente cuadro:

AUTORIDAD	7.95	5.83
AUTORITAS	7.98	5.83
COACCIÓN	7.77	6.84
INFLUENCIA	7.58	5.49
MANIPULACIÓN	7.58	5.69

Mientras el poder político utiliza todos los instrumentos de poder de manera evidente, el poder mediático recurre mayormente a la coacción, lo cual es coherente con su perfil psicológico de victimario / egoísta egocéntrico siendo ésta más importante que el uso del resto de los instrumentos, lo cual muchas veces le hace aparecer "más poderoso" que el mismo poder político, quien en el caso de Neuquén tiene una alta auto estima y hace un manejo prudente del poder que sabe que detenta. Esta actitud combativa de los medios a contribuido a disminuir la credibilidad en los líderes y en el sistema político

De acuerdo a este mapa de poder los puntos débiles del poder político están en :

- La no superación plena del nivel independiente del poder político, que al pasar al estadio de ente humanizado le permitirá comprender y establecer claras relaciones con cada uno de los estadios anteriores (víctimas, rebeldes, sobreviviente, vengadores, victimarios y egoístas egocéntricos).

- El riesgo de que la buena imagen que genera el ente productivo sea evaluada con la mala imagen respectiva es quedar como un ente explotador (que hace que los demás trabajen para su beneficio).
- La necesidad de mejorar sus niveles de perfiencia (identidad) sobre todo en las áreas de comunicación (4.96) y en particular en su capacidad de convocatoria.
- El peligro de volverse un colectivista puro, es decir, que luche por los derechos de la humanidad antes que por los derechos de sus más directos liderados.
- La necesidad de concientizar sus niveles de estrategia en el manejo del poder, es decir, no dejarse llevar a que los procesos coyunturales le manejen su poder.
- Tienen la necesidad de mejorar sus niveles de organización para las instituciones vinculadas a: Milicia seguridad, Amistad, Educación, Familia.

Creemos que es necesario profundizar los alcances de esta confrontación que permita identificar líneas de cooperación entre ambos poderes para beneficio de la sociedad neuquina.

La cuestión es llevar a este ente humanizado a comprender a este victimario / egocéntrico, en el paso que esta lo puede liderar.

Por su parte los puntos débiles del poder mediático, de acuerdo a este esquema metodológico son:

- Enfrentar de manera clara lo duro del proceso psicosocial de egoísmo egocéntrico, que le haga abandonar su actual estadio de victimario, que le permita encontrar con mayor celeridad cuál es el criterio que satisface su misión de vida y ,por lo tanto, clarificar su

criterio de logros y éxitos. Ello ayudaría a establecer una relación más competitiva y menos destructiva con el poder político.

- Que sea evaluado como un ente que trafica con las necesidades de los otros como contra parte de su imagen negociadora, que las aprovecha para su crecimiento y desarrollo individual.

- Necesidad de mejorar sus niveles de perfiencia gerencial (e identidad) especialmente en las áreas que se encuentran en la más baja organización como los Recursos (en especial en la investigación) y la credibilidad .

- Tienen que mejorar los niveles de organización de las instituciones vinculadas afectiva, erótica e intelectual y no fundamentar sus logros en el incremento de sus miedos

- Manejar con mejor eficacia y mayor equilibrio el resto de los instrumentos de poder: autóritas

### RESUMEN COMPARADO

Elemento	Poder Político	Poder Mediático
imagen	imagen productiva	imagen negociadora
	mala imagen: explotadora	mala imagen: traficante
poder	secundario(participativo)	secundario (representativo)
psicología	de independencia	de victimario
	a humanización	a egoísta egocéntrico
	7.70	5.98
masculinidad	7.91	6.49
feminidad	7.44	5.88
ante el cambio	renovador	renovador
	5.70	4.93
ante el conflicto	grupalista	grupalista
	7.18	5.62
ante los valores	eficaz	pragmático
	4.76	3.12
intención de poder	baja estrategia	coyuntural
	5.88	4.55
instrumentos de poder	uso equilibrado de todos	mayor uso de la coacción

## RECOMENDACIONES

**“El político que se limite blanda y automáticamente a adaptarse a la dinámica de los medios a dejado de ser político”**

**HUMBERTO NJAIM**

1) El poder político debe profundizar el proceso de reflexión que le lleve a comprender cabalmente las características de la actual sociedad mediática y del rol que, dentro de ella, le corresponde jugar a los medios masivos de comunicación.

Según el politólogo Humberto Njaim la política actual debería ser más "mediática, pero en el sentido de estar apertrechada de ideas sobre el papel de los medios en la sociedad contemporánea".

2) De esta comprensión cabal deberá surgir una percepción diagnóstica certera de fortalezas y debilidades de ambos poderes que permitirá diseñar una estrategia de fortalecimiento institucional (del poder político) y una estrategia comunicacional acorde con los resultados obtenidos.

3) En la estrategia de fortalecimiento institucional del poder político deberá concientizarse urgentemente los niveles críticos en que se encuentra la comunicación interliderazgo ( o capacidad de convocatoria) la cual se a convertido en una debilidad

ampliamente aprovechada por los medios de comunicación. Para ello, se podrá recurrir a los excelentes niveles obtenidos tanto en el área de autoestima como en los fuerte valores asociados a la autoridad y a la autórítas. Asimismo, deberá prestarse atención especial a las áreas de Imagen del entorno, Comunicación intragrupal y con el entorno, Confiabilidad, Competencia, Interés y Dinamismo, ya que están en peligro de caer en crisis.

4) En la estrategia comunicacional, el poder político deberá :

4.1) Interpretar adecuadamente el alcance y los límites del rol que han asumido los medios de comunicación, donde muchas veces asumen el rol de intermediación en su relación con la gente, que fue misión exclusiva de los partidos políticos. Para contrarrestar ese efecto el poder político deberá entender la magnitud de los cambios tecnológicos en el sector de las telecomunicaciones y su impacto en las relaciones con la sociedad (con la audiencia, en el lenguaje mediático). La audiencia se ha diversificado hasta llegar a la personalización, razón por la cual exige respuestas específicas a sus demandas, la mayoría asociadas al mejoramiento de su calidad de vida.

4.2) Ello requerirá una sofisticada estrategia que, asimismo, diversifique los mensajes que emite el poder político a sus electores, difunda explícitamente los logros que tienen como organización y reconquistar, al menos parcialmente la vocería de los intereses de la comunidad.

No se excluye que el poder político considere adquirir sus propios medios de comunicación ( estaciones de radio y televisión, prensa escrita, etc.) para poder competir más adecuadamente. Así los medios cumplirían una función de difusión complementaria (y no exclusiva como lo es actualmente) reduciendo así los niveles de dependencia del poder político. Sin embargo para entrar en esta estrategia, deberán tomarse las acciones

para atacar de una manera determinante cualquier signo de ineficiencia, despilfarro o incumplimiento de promesa, restando así argumentos al poder mediático.

4.3) Deberá asumirse una actitud más proactiva en la definición de la agenda política de Neuquén y no limitarse a reaccionar a las pautas establecidas y jerarquizadas por los medios masivos de comunicación.

4.4) Asimismo, deberán utilizarse las técnicas en el mejoramiento de la autopercepción del poder político, asumiendo una actitud más directiva en el manejo del contenido del discurso. Es decir, transmitir el discurso racional del poder, incorporando los factores emocionales propios de esta sociedad mediática.

5) Finalmente consideramos que la estrategia antes esbozada debe orientarse a generar un poder político que sustentada en una adecuada autoestima, consolide sus fuerzas internas y asuma el rol de identificar y destacar las fortalezas de los diferentes grupos de la sociedad neuquina para enfrentar sus amenazas.

## **2. ANEXO CUANTITATIVO**

### **PODER POLÍTICO**

#### **I) IMAGEN GENERAL**

Se percibe como un hombre de 51 años de edad, 1.75 mts. de estatura, 82 Kg. de peso, color de piel: blanca, cabello: castaño, ojos: marrones forma de rostro: ovalado, estado civil: casado, N° de hijos: 3, nivel educativo: secundaria, profesión: comerciante, actividad actual, ingresos mensuales: promedio, clase social: media alta/media media, caminar: 6.05, gestualidad: 4.76, sonrisa: 5.70, vestuario: cómodo / sobrio, hábitat: funcional / ordenado, voz: común / agradable, entonación: presente, volumen: normal, velocidad: normal, dicción: normal, saludo: afectivo, olor: no huele.

<b>II) <u>IMAGEN PSICOLÓGICA</u></b>	
ADAPTABILIDAD	7.47
AGRESIVIDAD	6.88
ATRACTIVO	7.47
AUTOCONFIANZA	7.52
AUTOCONTROL	7.52
AUTONOMÍA	8.17
DECISIÓN	8.05
DISCIPLINA	7.29
ESTABILIDAD	8.29
FLEXIBILIDAD	7.00
INICIATIVA	7.88
INTELIGENCIA	7.47
LIDERAZGO	8.11
MADUREZ	8.00
MEMORIA	8.29
PERSEVERANCIA	8.58
PLACER	6.82
RESPONSABILIDAD	8.11
SENTIDO PSICOLÓGICO	7.76
SENSIBILIDAD	7.94
SIMPATÍA	7.64
SOCIABILIDAD	7.58
TACTO SOCIAL	7.52
TOLERANCIA	7.17
VALENTÍA	8.11
<b>PROMEDIO DE PERCEPCIÓN PSICOLÓGICA</b>	<b>7.70</b>

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
Perseverancia	8.58	Placer	6.82
Estabilidad	8.29	Agresividad	6.88
Memoria	8.29	Flexibilidad	7.00
Autonomía	8.17	Tolerancia	7.17
		Disciplina	7.29
<b>PROMEDIO</b>	<b>8.33</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>7.03</b>

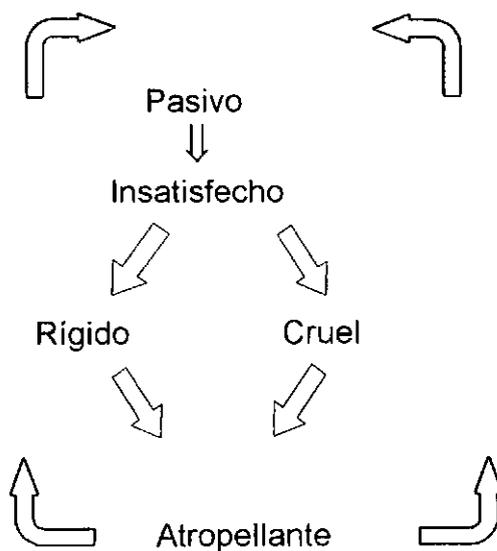
MAPA PSICOLÓGICO POSITIVO			
Perseverancia	+	Estabilidad:	Logro con confianza / solidez.
Perseverancia	+	Memoria:	metas claras / lecciones aprendidas.
Perseverancia	+	Autonomía:	logro.
Estabilidad	+	Memoria:	Seguridad / solidez
Estabilidad	+	Autonomía:	logro / solidez
Memoria	+	Autonomía:	decisiones acertadas / logro / certeza independencia

MAPA DE DESCRIPCIÓN PSICOLÓGICO NEGATIVO			
Bajo Placer	+	Baja Agresividad:	frustración / amargura represión.
Bajo Placer	+	Baja flexibilidad:	evasión / aislamiento / cruel
Bajo Placer	+	Baja Tolerancia:	autoritarismo / imposición / amargura
Bajo Placer	+	Baja Disciplina:	ineficiencia(por dispersión) insatisfacción / imposición
Baja Agresividad	+	Baja flexibilidad:	mantenimiento / autodaño
Baja Agresividad	+	Baja Tolerancia:	frustración / autodaño
Baja Agresividad	+	Baja Disciplina:	parálisis / indiferencia
Baja flexibilidad	+	Baja Tolerancia:	aislamiento / autoritarismo
Baja flexibilidad	+	Baja Disciplina:	ineficacia / malcriado
Baja Tolerancia	+	Baja Disciplina:	rebelde / subversivo / malcriado.

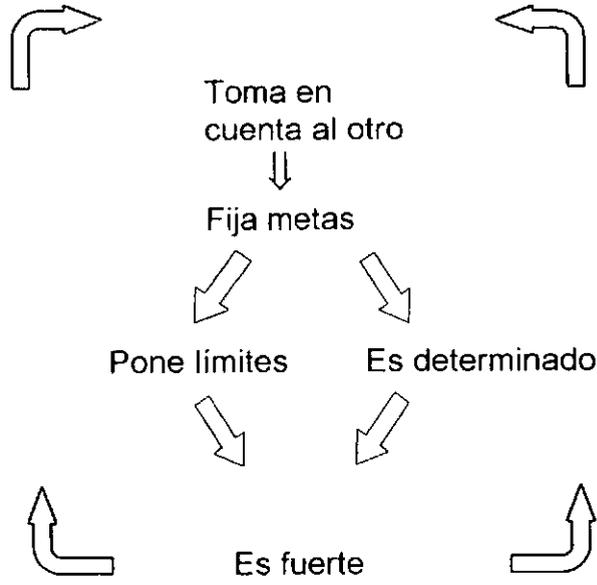
## GUIÓN OPERATIVO

Alta Perseverancia	+	Bajo placer:	normativo / rígido / cruel
Alta Perseverancia	+	Baja agresividad:	logro sin éxito
Alta Perseverancia	+	Baja flexibilidad:	rígido / cruel
Alta Perseverancia	+	Baja tolerancia:	rígido / cruel
Alta Perseverancia	+	Baja disciplina:	tozudez / improductivo
Alta Estabilidad	+	Bajo placer:	rígido / amargo
Alta Estabilidad	+	Baja agresividad:	pasividad
Alta Estabilidad	+	Baja flexibilidad:	egoísmo
Alta Estabilidad	+	Baja tolerancia:	cruel
Alta Estabilidad	+	Baja disciplina:	pasividad
Alta Memoria	+	Bajo placer:	intransigente / cruel
Alta Memoria	+	Baja agresividad:	resentido
Alta Memoria	+	Baja flexibilidad:	cruel / implacable
Alta Memoria	+	Baja tolerancia:	implacable
Alta Memoria	+	Baja disciplina:	insatisfacción / angustia
Alta Autonomía	+	Bajo placer:	insatisfecho
Alta Autonomía	+	Baja agresividad:	pasividad
Alta Autonomía	+	Baja flexibilidad:	atropello
Alta Autonomía	+	Baja tolerancia:	atropello
Alta Autonomía	+	Baja disciplina:	malcriado

### MAL GUIÓN



# BUEN GUIÓN



### III) .- IMAGEN IDEOLÓGICA

CAMBIO	5.70
CONFLICTO	7.18
VALORES	4.76
<b>TOTAL</b>	<b>5.88</b>

En baja estrategia de poder

Entre demócrata y socialdemócrata

Socialdemócrata

#### IV) IMAGEN ORGANIZACIONAL

<b>Organización afectiva:</b>	<b>6.38</b>
Familia	6.52
Amistad	6.76
Ecología	5.88
<b>Organización erótica:</b>	<b>5.58</b>
Milicias	5.35
Justicia	6.06
Religión	6.13
Deportes	4.78
<b>Organización Social:</b>	<b>5.57</b>
Institución Oficial	6.06
ONG	5.25
Política	5.37
Medios	5.62
<b>Organización intelectual:</b>	<b>5.95</b>
Ideología	6.68
Educación	5.50
Cultura	5.87
Ciencia y Tecnología	5.75
<b>Organización Económica:</b>	<b>5.52</b>
Trabajo	5.37
Economía	5.68
<b>Organización del Sistemas:</b>	<b>5.80</b>

<b>V)</b>	<b><u>PERFICIENCIA GERENCIAL E IDENTIDAD</u></b>	
	<b>Autoestima</b>	<b>7.27</b>
	Pertenenencia	7.94
	Organización	6.94
	Productividad	6.94
	<b>Legitimidad</b>	<b>7.57</b>
	Justificar	7.53
	Misión	7.41
	Marca de Producto	7.76
	<b>Recursos</b>	<b>6.37</b>
	Administración	6.17
	Inteligencia	6.70
	Investigación	6.17
	<b>Pensamiento Estratégico</b>	<b>6.74</b>
	EFO	6.53
	EDA	6.81
	Visión	6.67
	Claridad Objetivo	6.94
	<b>Imagen</b>	<b>6.60</b>
	Imagen líder	8.06
	Imagen institucional	6.12
	Imagen entorno	5.62
	<b>Comunicación</b>	<b>4.96</b>
	Comunicación intragrupal	5.06
	Comunicación interliderazgo	4.75
	Comunicación Entorno	5.06

<b>Credibilidad</b>	<b>5.57</b>
Confiabilidad	5.47
Competencia	5.23
Comunalidad	5.75
Interés	5.70
Dinamismo	5.70
<b>Feminidad</b>	<b>7.44</b>
Adaptabilidad	7.47
Atractivo	7.47
Placer	6.82
Sensibilidad	7.94
Tacto Social	7.52
<b>Masculinidad</b>	<b>7.91</b>
Agresividad	6.88
Autonomía	8.17
Estabilidad	8.29
Liderazgo	8.11
Valentía	8.11
<b>Promedio Psicológico</b>	<b>7.70</b>
<b>Identidad</b>	<b>6.81</b>

VI) **MISIÓN DE VIDA**

Entre amar y luchar

**VII) IMAGEN SIMBÓLICA**

Elemento:	Tierra
Animal	Águila
Estructura Corporal:	Corazón / Manos
Palabra:	Lucha
Color:	Marrón

## VIII) MAPAS DE PODER

I)	Psicología del poder:	7.70
II)	Intención del Poder:	5.88
	(Imagen Ideológica)	(baja estrategia)
III)	Organización del Poder:	5.80
IV)	Identidad:	6.81
V)	Instrumentos de Poder:	

### **Autoridad:** **7.95**

Autonomía:	8.17
Disciplina:	7.29
Liderazgo:	8.11
Responsabilidad:	8.11
Valentía:	8.11

### **Autoritas:** **7.98**

Autoconfianza:	7.52
Autonomía:	8.17
Estabilidad:	8.29
Madurez:	8.00
Sensibilidad:	7.94

### **Coacción:** **7.77**

Agresividad:	6.88
Decisión:	8.05
Iniciativa:	7.88
Memoria:	8.29
Sentido Psicológico:	7.76

<b>Influencia:</b>	<b>7.58</b>
Adaptabilidad:	7.47
Flexibilidad:	7.00
Memoria:	8.29
Simpatía:	7.64
Tacto Social:	7.52

<b>Manipulación:</b>	<b>7.58</b>
Atractivo:	7.47
Autoconfianza:	7.52
Simpatía:	7.64
Tacto Social:	7.52
Sentido Psicológico:	7.76

# PODER MEDIÁTICO

## I) IMAGEN GENERAL

Se percibe como un hombre de 35 años de edad, 1.68 mts. de estatura, 70.2 Kg. de peso, de piel blanca, cabello castaño, ojos pardos, forma del rostros circular / ovalado, estado civil soltero, 2 hijos, nivel educativo: secundaria / universitario, profesión, actividad actual, ingresos mensuales promedio, clase social media - media, caminar 6.11, gestualidad 7.88, sonrisa 5.52, vestuario descuidado / cómodo, hábitat: funcional / descuidado, voz: particular / agradable, entonación: presente, volumen: alto, velocidad: normal a rápida, dicción: buena, salud: compromiso / frío, olor: no huele.

## II) IMAGEN PSICOLÓGICA

ADAPTABILIDAD	6.70
AGRESIVIDAD	7.52
ATRACTIVO	6.64
AUTOCONFIANZA	6.47
AUTOCONTROL	6.05
AUTONOMÍA	6.00
DECISIÓN	6.23
DISCIPLINA	6.05
ESTABILIDAD	6.11
FLEXIBILIDAD	4.88
INICIATIVA	7.23
INTELIGENCIA	6.58
LIDERAZGO	6.94
MADUREZ	4.70
MEMORIA	6.88
PERSEVERANCIA	7.00
PLACER	6.11
RESPONSABILIDAD	4.29
SENTIDO PSICOLÓGICO	6.35
SENSIBILIDAD	5.88
SIMPATÍA	4.88
SOCIABILIDAD	6.05
TACTO SOCIAL	4.11
TOLERANCIA	4.11
VALENTÍA	5.88
<b>PROMEDIO DE PERCEPCIÓN PSICOLÓGICA</b>	<b>5.98</b>

Fortalezas		Debilidades	
Agresividad	7.52	Tacto Social	4.11
Iniciativa	7.23	Tolerancia	4.11
Perseverancia	7.00	Responsabilidad	4.29
Liderazgo	6.94	Madurez	4.70
Memoria	6.88		
<b>PROMEDIO</b>	<b>6.88</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>4.49</b>

#### MAPA PSICOLÓGICO POSITIVO

Agresivo	+	Iniciativa:	cambio
Agresivo	+	Perseverancia:	logro de imposibles
Agresivo	+	liderazgo:	cambio / progreso
Agresivo	+	memoria:	certeza
Iniciativa	+	Perseverancia:	cambio
iniciativa	+	Liderazgo:	mando
Iniciativa	+	Memoria:	certeza
Perseverancia	+	Liderazgo:	logro
Perseverancia	+	Memoria:	certeza / eficacia
Liderazgo	+	Memoria:	eficacia

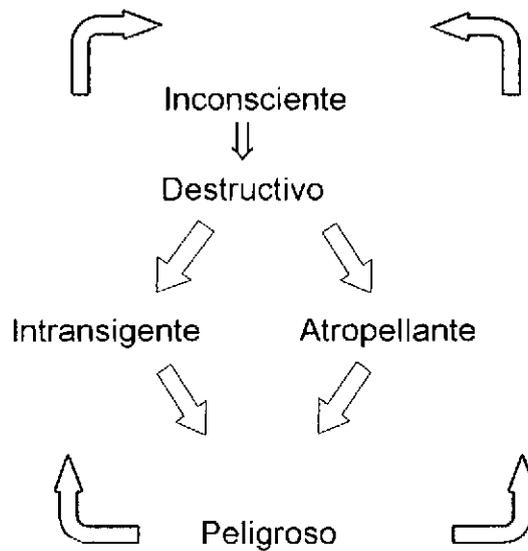
#### MAPA PSICOLÓGICO NEGATIVO

Bajo Tacto Social	+	Baja Tolerancia:	cruel
Bajo Tacto Social	+	Baja Responsabilidad:	cruel / peligro
Bajo Tacto Social	+	Baja Madurez:	peligro
Baja Tolerancia	+	Baja Responsabilidad:	peligro
Baja Tolerancia	+	Baja Madurez:	malcriado
Baja Responsabilidad	+	Baja Madurez:	infantil

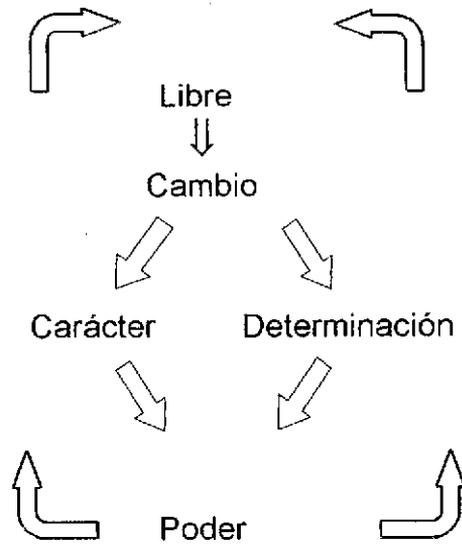
### GUIÓN OPERATIVO

Alta Agresión	+	Bajo Tacto Social:	destrutivo / malcriadez
Alta Agresión	+	Baja Tolerancia:	destrutivo / malcriadez
Alta Agresión	+	Baja Responsabilidad:	inconsciencia / peligro
Alta Agresión	+	Baja madurez:	peligro
Alta Iniciativa	+	Bajo Tacto Social:	atropello
Alta Iniciativa	+	Bajo Tolerancia:	atropello / peligro
Alta Iniciativa	+	Baja Responsabilidad:	peligro / destructivo
Alta Iniciativa	+	Baja Madurez:	peligro
Alta Perseverancia	+	Bajo Tacto Social:	destructor / atropello
Alta Perseverancia	+	Baja Tolerancia:	sádico / intransigente
Alta Perseverancia	+	Baja Responsabilidad:	inconsciencia / peligro
Alta Perseverancia	+	Baja Madurez:	peligro / malcriadez
Alto Liderazgo	+	Bajo Tacto Social:	prepotencia / atropello
Alto Liderazgo	+	Baja Tolerancia:	injusticia / prepotencia
Alto Liderazgo	+	Baja Responsabilidad:	peligro
Alto Liderazgo	+	Bajo Madurez:	peligro
Alta Memoria	+	Bajo Tacto Social:	dureza / intransigencia
Alta Memoria	+	Baja Tolerancia:	peligro / intransigencia
Alta Memoria	+	Baja Responsabilidad:	peligro

### MAL GUIÓN



**BUEN GUIÓN**



III)	<b><u>IMAGEN IDEOLÓGICA</u></b>	
	CAMBIO	4.93
	CONFLICTO	5.62
	VALORES	3.12
	<b>TOTAL</b>	<b>4.55</b>

Uso coyuntural del poder

Entre neoliberal y socialdemócrata

#### IV) IMAGEN ORGANIZACIONAL

<b>Organización afectiva:</b>	<b>4.58</b>
Familia	3.53
Amistad	4.50
Ecología	5.73
<b>Organización erótica:</b>	<b>4.65</b>
Milicias	5.00
Justicia	4.88
Religión	3.94
Deportes	4.80
<b>Organización social:</b>	<b>5.11</b>
Institución Oficial	4.37
ONG	5.25
Política	4.68
Medios	6.20
<b>Organización intelectual:</b>	<b>4.90</b>
Ideología	5.23
Educación	5.11
Cultura	4.82
Ciencia y Tecnología	4.47
<b>Organización económica:</b>	<b>5.63</b>
Trabajo	5.68
Economía	5.58
<b>Organización del sistema:</b>	<b>4.97</b>

<b>V)</b>	<b><u>PERFICIENCIA GERENCIAL E IDENTIDAD</u></b>	
	<b>Autoestima</b>	<b>6.25</b>
	Pertenencia	5.47
	Organización	6.41
	Productividad	6.88
	<b>Legitimidad</b>	<b>6.77</b>
	Justificar	7.05
	Misión	6.05
	Marca de Producto	4.23
	<b>Recursos</b>	<b>5.62</b>
	Administración	6.41
	Inteligencia	3.70
	Investigación	4.76
	<b>Pensamiento estratégico</b>	<b>6.56</b>
	EFO	6.35
	EDA	6.29
	Visión	6.32
	Claridad objetivo	7.05
	<b>Imagen</b>	<b>6.44</b>
	Imagen líder	5.94
	Imagen institucional	6.76
	Imagen entorno	6.64
	<b>Comunicación</b>	<b>6.51</b>
	Comunicación intragrupal	6.37
	Comunicación interliderazgo	6.64
	Comunicación entorno	6.52

<b>Credibilidad</b>	<b>5.91</b>
Confiabilidad	6.00
Competencia	5.41
Comunalidad	5.82
Interés	5.41
Dinamismo	6.94
<b>Femineidad</b>	<b>5.88</b>
Adaptabilidad	6.70
Atractivo	6.64
Placer	6.11
Sensibilidad	5.88
Tacto social	4.11
<b>Masculinidad</b>	<b>6.49</b>
Agresividad	7.52
Autonomía	6.00
Estabilidad	6.11
Liderazgo	6.94
Valentía	5.88
Promedio Psicológico	5.98
Identidad	6.24

**VI) MISIÓN DE VIDA**

**Entre disfrutar y luchar**

## VII) IMAGEN SIMBÓLICA

Elemento:	Fuego
Animal	Toro / Águila
Estructura Corporal:	Labios / Cuerpo
Palabra:	Lucha / Triunfo
Color:	Amarillo / Rojo

## VIII) MAPAS DE PODER

I)	Psicología del poder:	5.98
II)	Intención del Poder:	4.55
	Imagen Ideológica	uso coyuntural del poder
III)	Organización del Poder:	4.97
IV)	Identidad:	6.24
V)	Instrumentos de Poder:	

### **Autoridad: 5.83**

Autonomía:	6.00
Disciplina:	6.05
Liderazgo:	6.94
Responsabilidad:	4.29
Valentía:	5.88

### **Autoritas: 5.83**

Autoconfianza:	6.47
Autonomía:	6.00
Estabilidad:	6.11
Madurez:	4.70
Sensibilidad:	5.88

<b>Coacción:</b>	<b>6.84</b>
Agresividad:	7.52
Decisión:	6.23
Iniciativa:	7.23
Memoria:	6.88
Sentido Psicológico:	6.35
<b>Influencia:</b>	<b>5.49</b>
Adaptabilidad:	6.70
Flexibilidad:	4.88
Memoria:	6.88
Simpatía:	4.88
Tacto Social:	4.11
<b>Manipulación:</b>	<b>5.69</b>
Atractivo:	6.64
Autoconfianza:	6.47
Simpatía:	4.88
Tacto Social:	4.11
Sentido Psicológico:	6.35