

Propiedades psicométricas de una escala de identidad global en jóvenes mexicanos

¹Laura Nadheli Alfaro-Beracochea, ²Olaia Cusi Idigoras, ³Darío Alexander Páez Rovira,

⁴Felipe Santoyo Telles

^{1,4}Universidad de Guadalajara, México,

^{2,3}Universidad del País Vasco, San Sebastián, España

Cómo citar este artículo (estilo APA) / Citing this article (APA style):

Alfaro-Beracochea, L., Cusi, O., Paez, D., & Santoyo-Telles, F. (2019). Propiedades psicométricas de una escala de identidad global en jóvenes mexicanos. *Revista Mexicana de Investigación en Psicología*, 11(1), pp 41-56

Resumen

El pertenecer a un grupo o categoría social permea las emociones, los pensamientos y la conducta de una persona. Los procesos de globalización económica y política han dado paso a la creación de categorías de identidad más amplias, como la identidad global, que implica la adopción de prácticas y valores culturales de una cultura global. El presente estudio analiza las propiedades psicométricas de la escala de Identificación con la Humanidad de McFarland, Webb y Brown. El estudio incluyó 372 participantes jóvenes mujeres y hombres de una región de Jalisco. Se empleó un cuestionario transversal para medir la identidad global de la muestra, así como otras medidas de identidad global, cosmopolitismo y valores de universalismo y benevolencia. La escala mostró propiedades psicométricas apropiadas. Se realizó análisis factorial confirmatorio para mostrar evidencias de validez de constructo que mostraron índices de ajuste adecuados y evidencias de validez convergente con las otras medidas de identidad global, bienestar y valores. En el análisis factorial confirmatorio, el modelo de dos factores mostró un buen ajuste, mientras que el modelo unifactorial no mostró un buen ajuste. Se discute la necesidad de identificar los predictores y efectos de la identificación con la humanidad en países de América Latina.

Palabras clave: identidad global; globalización; IWAH; psicometría; análisis factorial confirmatorio.

Psychometric properties of a global identity scale in young Mexicans

Abstract

Belonging to a social group or category permeates a person's emotions, thoughts, and behavior. Economic and political globalization has permitted the creation of a broader classification of identity, such as global identity, which implies the adoption of cultural practices and values of a global culture. This study analyzes the psychometric properties of the McFarland, Webb, and Brown Identification With All Humanity scale. The study included 372 young female and male participants from a region of Jalisco. We used a cross-sectional questionnaire to measure global identity and measures of cosmopolitanism, and universalism and benevolence values. The scale showed appropriate psychometric properties. We performed confirmatory factor analysis to show evidence of construct validity that showed adequate fit indices and evidence of convergent validity with the other measures of global identity, well-being, and values. In the confirmatory factor analysis, the two-factor model showed a good fit, while the one-factor model did not show a good fit. We discuss the need to identify the predictors and effects of identification with humanity in Latin American countries.

Keywords: global identity; globalization; IWAH; psychometry; confirmatory factor analysis.

Dirigir toda correspondencia al autor a la siguiente dirección:

Dra. Laura Nadheli Alfaro-Beracochea
Av. Universidad 1115, Col. Lindavista, C.P.
47810, Ocotlán, Jalisco, México. Departamento de Comunicación y Psicología.
Correo electrónico: nadheli.alfaro@academicos.udg.mx
RMIP 2019, Vol. 11, Núm. 1, pp. 41-56
www.revistamexicanadeinvestigacionenpsicologia.com
Derechos reservados ©RMIP

INTRODUCCIÓN

El mundo actual está más conectado que nunca. El proceso de globalización ha facilitado que el planeta se haya vuelto un único lugar donde los seres humanos están más en comunicación que en cualquier otro momento de la historia. Más allá de dónde se sitúen, todos los individuos se encuentran expuestos a este fenómeno sin precedentes y en todas sus formas: social, cultural, económica, política, religiosa, legal, militar, etc. Es decir, la globalización y cada una de sus dimensiones tienen implicaciones muy importantes que afectan la cotidianidad.

Se ha planteado que la revolución digital y los canales de comunicación han transformado la forma como se entiende la interacción social, uno de los tópicos principales de la psicología social (Breakwell, 2014). La comunicación global también nos ha dado luz sobre problemas y retos a los que nos enfrentamos como comunidad global (Barth et al., 2015) y que requieren la interdependencia entre los seres humanos (Buchan et al., 2011).

En la actualidad, diversos problemas globales son dilemas sociales, en el sentido en que las personas deben elegir entre los intereses personales y el bienestar común (Buchan et al., 2011). Por otro lado, la solución a problemas de la humanidad requiere la coordinación de las naciones y para ello, es imprescindible observar y reconocer las inequidades entre los miembros de países llamados “desarrollados” y “en vías de desarrollo” (Reese et al., 2012). Es decir, elegir el bienestar común sobre el individual, así como enfatizar la coordinación entre grupos nacionales con estatus socioeconómicos asimétricos, son procesos esenciales para afrontar los retos globales de la humanidad en este periodo.

Desde la perspectiva de la Psicología Social, como consecuencia de este proceso emergente que refuerza paradójicamente tanto la diversidad como la homogeneidad, así como lo local y lo global, se observa que la identidad social de las personas también ha ido evolucionando, ya que el desarrollo de la identidad puede ser vista como

una interacción continua entre el individuo y su entorno sociocultural (Sevig et al., 2000). Por tanto, al alterar esa interacción mediante un cambio estructural del contexto, las identidades también se han transformado. En conclusión, es probable que tanto la identidad individual o personal, como las identidades colectivas o sociales, se vean afectadas por el proceso de globalización. Según las ciencias sociales la construcción de la identidad es un proceso que comienza en la infancia y continúa desarrollándose a lo largo de la vida, pero es durante la adolescencia y la juventud temprana que las personas afianzan algunas características especialmente relevantes para su identidad social. Así, se puede identificar que existen distintos niveles de lo que conforma la identidad de una persona, comenzando por la identidad personal, para llegar a categorías más amplias, como la identidad social, que se relaciona con los roles y actividades que se desempeñan dentro de un grupo social. El pertenecer a un grupo o categoría social permea las emociones, los pensamientos y la conducta de una persona (Tajfel et al., 1971, citado por Roth et al., 2019). El nivel en el que esto ocurre depende de la identificación intragrupo, como significado psicológico que el pertenecer a ese grupo le provoca a un sujeto (Roth et al., 2019). La conceptualización y medida de la identificación intragrupo ha sido controversial. Leach et al. (2008) y Reese et al. (2015) han abogado por un modelo multifactorial, mientras autores como Postmes et al. (2013) refirieron que la identificación global debiera ser un constructo unitario. Roth et al. (2019) investigaron patrones de identificación intragrupo donde las dimensiones (definición y compromiso) convergen y divergen y mostraron evidencia que apoya el modelo multidimensional de Leach. Según este, la identidad social tiene dos componentes, el primero de ellos tiene que ver con la identificación con el grupo, o el reconocimiento de que se es parte de él y el segundo se refiere al grado de compromiso o implicación se tiene con éste (Tajfel & Turner, 1979; Turner et al., 1987). El modelo de Leach plantea que existe una fa-

ceta de identificación con el grupo o autodefinición, que incluye primero, la auto estereotipación (ilustrada por la afirmación “Soy similar a la persona típica/media del grupo interno”) y la segundo, la homogeneidad en el endogrupo (representada en el ítem “Las personas del grupo [de mi endogrupo] son muy parecidas entre sí”). Una segunda faceta es el grado de implicación o compromiso con el grupo, que incluye un aspecto de solidaridad con el grupo (ejemplificado con la frase “Me siento comprometido con [el intragrupo]), la valoración positiva del grupo o satisfacción con éste (ilustrada por el ítem “Me alegro de ser del [endogrupo]) y por último la centralidad o importancia del grupo en la identidad (reflejada en la afirmación “Ser del [endogrupo] es una parte importante de cómo me veo a mí mismo) (Leach et al., 2008).

De forma más general, la identidad social o colectiva se refiere a la identificación de las personas con los grupos y categorías sociales a los que pertenecen, los significados que les dan a estos grupos y categorías sociales, y los sentimientos, creencias y actitudes que resultan de identificarse con ellos (de Fina, 2007; Tajfel & Turner, 1986). En otras palabras, las personas también se identifican socialmente, con grupos y comunidades (Tajfel, 1978) y, dentro de la tradición de la identidad social (Tajfel & Turner, 1986), se considera que los individuos tienen múltiples identidades grupales que pueden cambiar o destacarse y hacerse prevalentes, dependiendo de las características del contexto intergrupar.

En este sentido, además de cambiar el rol de las naciones en las relaciones internacionales, la globalización está creando ciertos retos en la formación y el desarrollo de la identidad que se manifiesta en una tensión entre lo local/nacional y lo global/mundial (Korff, 2003; Schaeffer, 2003). En el debate sobre la identidad en relación con la globalización a menudo se ha centrado en la desaparición de la importancia de las culturas locales en la configuración de las identidades (Hermans & Kempen, 1998). Como proceso de intercambio e interacción entre diferentes enti-

dades culturales y, debido a la heterogeneidad de sus valores básicos, historia, costumbres, etc., la globalización puede ayudar a socavar la identidad nacional de los ciudadanos. Sin embargo, la trayectoria histórica de la globalización, a su vez, también puede alimentar un enfoque en lo local, donde la intensificación de esta experiencia puede motivar a individuos y grupos a mantener, defender e incluso expandir sus valores y prácticas locales (Chiu et al., 2011; Hermans & Dimaggio, 2007). Por consiguiente, en la sociedad contemporánea, la comunidad se contempla como una mezcla entre la comunidad local (nacional, tradicional) y la comunidad global (mundial, universal). Así, los dilemas que enfrentan los ciudadanos en términos de contenido y de estructura de la identidad pueden dificultar la identificación con una sola comunidad a la que pertenecer y desarrollar un sentido de conexión con esta (Arnett, 2002).

Como consecuencia, se observa que estos dos mundos aparentemente paralelos, local y global, están constantemente chocando, integrándose y transformándose mutuamente. Para algunos, la globalización amenaza estas identidades locales, mientras que, para otros, las realza o hace ambas cosas, teniendo por tanto, un impacto tanto positivo como negativo (véase Edensor, 2002). Dado que la identidad es un proceso constante de aceptación y rechazo de arquetipos y valores, una decisión continua entre qué incluir y qué excluir, se configura como una categoría en constante cambio, un constructo que se debe tratar de comprender y conceptualizar continuamente. Por tanto, con el fin de conocer cuáles son estos desafíos, es necesario ofrecer una conceptualización correcta de los términos a los que se hace referencia. La identidad social es un constructo muy poderoso (Baum, 2008; Brown, 2000; Moshman, 2007; Tajfel & Turner, 1986) y, por un lado, dentro de las diversas formas de identidad grupal, se encuentra la identidad local. La identidad local es un término complejo que hace referencia al autorreconocimiento y la identificación activa de los individuos con la comunidad

particular en la que viven. La identidad nacional, por su parte, se define como un concepto general de vínculo emocional o pertenencia a una nación (Der-Karabetian & Ruiz, 1997), o como el mantenimiento y la reproducción continua del patrón de valores, símbolos, recuerdos y tradiciones que componen la herencia distintiva y la identificación de individuos con esta (Smith, 2001).

No obstante, por otro lado, la difusión mundial de valores fundamentales como la democracia, los derechos humanos y la libertad, impactando en el tejido social, cultural y subjetivo (Woodward, 2002), despertado a su vez la conciencia individual de los ciudadanos y el deseo de formar parte de entidades más amplias. De este modo, desde hace algunas décadas, los procesos de globalización económica y política han dado paso a la creación de entidades más grandes de identificación, la de la identidad global.

Existen términos en la literatura asociados al concepto de identidad global desde el siglo XIV (para una revisión histórica, ver McFarland, 2011). Más recientemente, de Rivera habla de la formación de comunidades globales que estén dispuestas a implicarse en rituales o actividades para celebrar la cultura global (de Rivera & Carson, 2015), mientras que Liu et al. (en prensa) proponen el cosmopolitismo como una forma de sentirse y saberse ciudadano del mundo. Por su parte McFarland et al. (2012) abonaron al concepto de identificación con la humanidad para hacer referencia a una cualidad o característica de las identidades sociales, el reconocernos como seres humanos. Lo anterior representa un problema para la medición del constructo, ya que, aunque íntimamente relacionados, no se refieren a lo mismo.

Como se ha mencionado previamente, la teoría clásica de la identidad social (Tajfel, 1978, 1981; Tajfel & Turner, 1979) se conceptualiza como parte de la imagen de uno mismo que se logra y se mantiene mediante la pertenencia a un grupo (o varios) que el individuo compara favorablemente en relación a grupos externos. En contraste con esta concepción de identidad social,

la identidad global representa una identidad que abarca a todos los seres humanos, sin considerar la nacionalidad, cultura o estatus socioeconómico (McFarland et al., 2013). De igual forma, se asume que la identidad global tendría el supuesto de que las personas se identifiquen como miembros de la raza humana, independientemente del lugar en donde viven o el grupo político al que pertenezcan y, por otro lado, que están dispuestos a involucrarse en combatir los problemas propios de la raza humana, que nos competen a todos como por ejemplo, el cambio climático, o las violaciones a los derechos humanos (McFarland et al., 2013). Por tanto, la identidad global implica la adopción de prácticas y valores culturales de una cultura global.

Barth (2015) mostró que la identidad global evaluada con el modelo multidimensional de Leach antes descrito incrementa la solidaridad y predice la acción colectiva de forma indirecta (a través de la solidaridad). McFarland et al. (2012), a través de una serie de estudios, encontró que la identificación con la humanidad va más allá de la mera ausencia de etnocentrismo. Esta identidad se relaciona positivamente con la empatía, la moralidad y el valor de universalismo de Schwartz. Además, se ha demostrado que la identificación con toda la humanidad se asocia al apoyo de los derechos humanos universales, la valoración de todas las vidas de forma equitativa, independientemente de si pertenecen o no al endogrupo, el conocimiento de problemas globales y el voluntariado en organizaciones internacionales (McFarland, 2016) e incluso las decisiones de consumo individuales (Reese & Kohlmann, 2015). En este trabajo se asume que la identidad global comprende la auto-identificación y el compromiso con la comunidad o ciudadanía global, conforme a lo reportado por Reese, Proch y Finn (2015) y se pretende validar el instrumento propuesto por McFarland et al. (2012) en una muestra de jóvenes mexicanos, de modo que se facilite identificar y describir la prevalencia del constructo en nuestro contexto, suponiendo, a su vez, que habría una relación positiva con los valo-

res de universalismo y benevolencia de Schwartz (1994).

Si bien existen tendencias nacionalistas de algunas orientaciones políticas en México y otras partes de América Latina y el mundo (por ejemplo, Estados Unidos, Alemania o Francia que están tomando fuerza con los movimientos de ultraderecha, que favorecen “el bienestar solo para los nuestros”) que se enfocan en la primacía de lo que se podría considerar como “nuestra historia” y la identificación como “miembros de una nación”, se considera relevante la medición de la identidad global en México dadas las propias características del contexto. Los procesos de globalización económicos, sociales, políticos, así como el acceso a las tecnologías de la información, refuerzan la relativa apertura a otras experiencias culturales. En este sentido, las fronteras nacionales parecen “desvanecerse” con el intercambio de experiencias, culturas y empresas transnacionales vinculadas a la globalización.

México es considerado un país con gran apertura hacia otras culturas y el turismo en el país recibe a personas de distintas partes del mundo, especialmente en las costas del golfo de México y el océano Pacífico. De igual forma, para el movimiento migratorio de América Latina, México ha sido tradicionalmente el país de paso para llegar a la frontera con Estados Unidos, por lo que ha recibido migrantes de distintas nacionalidades desde hace varias décadas. En los últimos años, se han implementado políticas mucho más restrictivas para el movimiento migratorio debido a la presión de Estados Unidos sobre México. Esto ha dado lugar a fenómenos de violencia hacia los migrantes en distintos puntos del país, particularmente en el sur del país, en donde se ha impedido el paso a caravanas de migrantes. Conforme crecen tendencias económicas y políticas en varios países de América Latina centradas en el nacionalismo, el rechazo y la discriminación a personas debido al lugar de origen, se hace importante fomentar culturas más inclusivas y considerar a todas las personas como merecedoras de la dignidad y trato correspondiente a los de-

rechos humanos. Por lo que es necesario comenzar por evaluar las creencias, valores y roles que conforman una identidad global y describirlas en distintas culturas.

Aunque el modelo multidimensional de la identidad social y el instrumento creado por McFarland et al. (2012) ha sido un referente utilizado en estudios alrededor del mundo, existe la necesidad de probar las propiedades psicométricas del instrumento en castellano y en poblaciones con características culturales diversas, por lo que se propuso realizar la validación del instrumento en México. Ya McFarland y Hornsby (2015) referían de las limitaciones de evaluar estos constructos con poblaciones de Estados Unidos y la necesidad de utilizar muestras en diferentes culturas.

MÉTODO

PARTICIPANTES Y PROCEDIMIENTO

Un total de 372 participantes formaron parte de este proyecto que se llevó a cabo en México. Los sujetos que accedieron a colaborar con el estudio eran principalmente estudiantes de la Universidad de Guadalajara, en Jalisco, siendo un muestreo no probabilístico por conveniencia (Gil-Escudero & Martínez-Arias, 2001), en función de su accesibilidad y utilizando la estrategia de bola de nieve con los contactos personales de estudiantes e investigadores.

En concreto, se trata de un cuestionario que, después de aceptar el consentimiento informado, las personas respondieron de forma individual entre 30 a 40 minutos aproximadamente. Después de completarlo, los participantes también rellenaron los datos sociodemográficos requeridos.

Los encuestados fueron contactados en la propia universidad y todos los cuestionarios fueron respondidos a través de un formulario en línea. Tras la recogida de información, los datos se introdujeron en la base de datos. Cabe señalar que, los profesionales que obtuvieron la muestra que conforma este proyecto, fueron instruidos en la temática de estudio y contaban con el conocimiento necesario para solventar cualquier

duda que pudiera surgir al respecto. Además, los participantes no recibieron ningún tipo de compensación económica o de otro carácter por la participación en el estudio. Los cuestionarios se codificaron para preservar el anonimato de los participantes y ofrecer la confidencialidad absoluta de su persona y datos. Además, los datos se trabajaron de forma conjunta y nunca de una forma individual.

INSTRUMENTOS

Valores de Logro y Poder. Portrait Values Questionnaire – PVQ (Schwartz, 1994), validada en población mexicana por Druet et al. (2017 ; $\alpha = .74$). A través de 4 ítems, los participantes respondieron hasta qué punto estaban de acuerdo con afirmaciones que hacían referencia a la superioridad y la estima social. En concreto, respondieron a dos ítems que hacían referencia al logro, es decir, éxito personal según los estándares sociales dictados (e.g., “Para él/ella es importante ser rico/a. Quiere tener mucho dinero y cosas caras”) y otros dos ítems que se refieren a la dimensión de poder, que se basa en el interés por lograr poder social, autoridad y riqueza (e.g., “Para él/ella es importante ser respetado por la gente. Desea que las personas hagan lo que les dice”). Las puntuaciones de esta escala oscilan entre 1 (“No se parece nada a mí”) y 6 (“Se parece mucho a mí”).

Valores de Universalismo y de Benevolencia. Portrait Values Questionnaire – PVQ (Schwartz, 1994) validada en población mexicana por Druet, et al. (2017 ; $\alpha = .76$). Mediante 5 ítems en un rango de respuesta de 1 (“No se parece nada a mí”) a 6 (“Se parece mucho a mí”). Esta escala mide los valores que corresponden a la benevolencia, que enfatiza la preocupación voluntaria por el bienestar de los demás (2 ítems; e.g., “Es muy importante para él/ella ayudar a las personas que lo rodean”), y el universalismo, que acentúa la comprensión, apreciación, tolerancia y protección para el bienestar de todas las personas, el mundo y la naturaleza (3 ítems; e.g., “Es importante para él/ella que todos sean tratados justamente, incluso las personas que no conoce”).

Bienestar. Pemberton Happiness Index – PHI (Hervás & Vázquez, 2013). Como medida de bienestar se empleó la escala de 11 ítems que en un rango de 10 puntos (0 = “Totalmente en desacuerdo” a 10 = “Totalmente de acuerdo”) evalúa las cuatro dimensiones que componen el bienestar. En concreto, esta escala recoge las dimensiones de bienestar general (2 ítems; e.g., “Me siento muy satisfecho/a con mi forma de ser”), afectivo (2 ítems; e.g., “En mi día a día tengo muchos ratos en los que me siento mal” [invertido]), eudaimónico (6 ítems; e.g., “Me siento con la energía necesaria para cumplir bien mis tareas cotidianas”), y social (1 ítem; “Siento que vivo en una sociedad que me permite desarrollarme plenamente”). El alfa de Cronbach obtenido por los autores en la población mexicana fue de .92.

Cosmopolitismo. Cosmopolitan Orientation Scale – COS (Leung et al., 2015; Liu et al., 2019) Se llevó a cabo la validación de la escala en los países de América Latina Argentina y Brasil por Liu et al. (2019). La orientación cosmopolita se midió mediante esta escala que consta de 15 ítems. Según Leung et al. (2015), la escala COS constituye tres factores: apertura cultural (5 ítems; e.g., “Estoy dispuesto a estudiar o trabajar en el extranjero en otra cultura”, $\alpha = .90$), prosocialidad global (5 ítems; e.g., “Serviría a la comunidad mundial ayudando a los seres humanos”, $\alpha = .92$) y respeto por la diversidad cultural (5 ítems; e.g., “Yo respeto las diferencias culturales”, $\alpha = .86$). Se pidió a los encuestados que respondieran en una escala de 1 (“Completamente en desacuerdo”) a 7 (“Completamente de acuerdo”).

Identidad Global. Global Identity Scale (de Rivera & Carson, 2015), que obtuvo en México un alfa de Cronbach de .75 (Basabe et al., 2018). A través de esta escala de 7 ítems en un formato de 6 puntos (1 = “Muy en desacuerdo” a 6 = “Muy de acuerdo”) se midió la identificación supranacional con la humanidad como una comunidad global (e.g., “Siento que vivo en la misma aldea o ciudad global”).

Fusión de la Identidad. Inclusion of Other in the Self – IOS (Aron et al., 1992) la versión verbal de

la escala (Gómez et al., 2011) obtuvo un alfa de Cronbach de .88 en población latinoamericana en Brasil (Bortoloni et al., 2018). Los encuestados eligieron entre tres diferentes grados de superposición representados mediante dos círculos (“Yo y Mi comunidad”; “Yo y Mi País” y; “Yo y La Humanidad”) donde, en un rango de respuesta del 1 al 5, debían escoger el grado de fusión con dicha identidad, mostrando mayor fusión de identidad a mayor puntuación.

Celebración de la Comunidad Global. Celebrations of Global Community Scale (de Rivera, 2018), en población mexicana se probó un alfa de Cronbach de .82 (Basabe et al., 2018). La escala se compone de 8 ítems que hacen referencia a diversos temas sociales que podemos celebrar todos como humanidad (e.g., “Los trabajadores que producen lo que necesitamos de la tierra y en las fábricas, aquí y en todo el mundo”). Los participantes deben indicar hasta qué punto les gustaría celebrar dichas premisas en un rango de 1 (“No me gustaría nada”) a 4 (“Me gustaría mucho”).

Identificación con Toda la Humanidad. Identification With All Humanity – IWAH (McFarland et al., 2012). La escala completa recoge en 27 ítems la preocupación y el comportamiento de apoyo hacia los desfavorecidos, un respaldo de los derechos humanos y respuestas sólidas a favor de la armonía local, nacional y global. En concreto, los participantes deben contestar si están de acuerdo con cada uno de los ítems (e.g., “¿Cuánto diría que tiene en común con los siguientes grupos?”) que componen esta escala y contestar en función de cada categoría social o identitaria (1 = “Mi comunidad”; 2 = “Mi país” y; 3 = “Toda la Humanidad”), en un rango de 1 (la puntuación más baja) a 5 (la puntuación más alta). Para este estudio sólo se consideró la dimensión global para su validación.

Datos sociodemográficos. Se preguntó acerca de la edad, el sexo, el nivel educativo (primaria, secundaria, grado/licenciatura, doctorado), orientación política (1 = “Extrema izquierda” y 7 = “Extrema derecha”), cuál es la religión que profesan (“Católica”, “Evangélica/protestante”, “Judía”, “Atea/Ag-

nóstica/Sin religión” y “Otra”) y la importancia que los participantes daban a la religión en una escala de 1 (“Nada importante”) a 4 (“Muy importante”).

ANÁLISIS DE LOS DATOS

Se utilizaron los softwares estadísticos SPSS V25.0 (IBM, 2017) y R (Fox, 2005). En primera instancia, mediante el análisis de consistencia interna, se examinó la fiabilidad de la escala de Identificación con Toda la Humanidad empleando los estadísticos alfa de Cronbach y omega de McDonald. Asimismo, se evaluó la validez de constructo empleando un análisis factorial confirmatorio (AFC). Se utilizó el método de estimación “mínimos cuadrados no ponderados” (ULS) el cual es adecuado para datos con distribución no normal. El ajuste del modelo se examinó mediante los índices de bondad de ajuste χ^2 , GFI (Goodness of Fit Index), CFI (Comparative Fit Index), TLI (Tucker-Lewis Index) y RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation). Finalmente, para lograr evidencias de validez de constructo convergente y divergente se llevaron a cabo correlaciones con la escala total y sus dimensiones y las variables criterio. Los análisis de descriptivos, pruebas de fiabilidad y correlaciones también fueron realizados a través del mismo software SPSS V25.0 (IBM, 2017).

RESULTADOS

La muestra final fue constituida por 372 participantes con una edad comprendida entre los 18 y 79 años con una media de 23.36 años (DE = 6.85) y fue compuesta por 250 mujeres y 122 hombres. A continuación, en la Tabla 1, se exponen detalladamente los estadísticos descriptivos de las variables sociodemográficas que se analizaron en la muestra total.

Tabla 1. Porcentajes de las variables sociodemográficas

<i>Sociodemográficos</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
Sexo (Mujeres)	250	67.2
Nivel Educativo		
. Primaria	5	1.3
. Secundaria	12	3.2
. Terciaria	270	72.6
. Universidad	80	21.5
Estado Civil		
. Soltero/a	290	78.0
. Convive/Pareja de hecho	22	5.9
. Casado/a	48	12.9
. Separado/a	7	1.9
. Divorciado/a	3	0.8
. Viudo/a	2	0.5
Religión		
. Católica	316	84.9
. Evangélica/Protestante	10	2.7
. Judía	1	0.3
. Atea/Agnóstica/Sin religión	42	11.3
. Otra	2	0.5

A través de esta tabla de frecuencias se observa que en la muestra mexicana los participantes indicaron haber finalizado los estudios terciarios o bachillerato en una gran mayoría (72.6%), mientras que el 21.5% terminó los estudios universitarios o licenciaturas y solo un 1.3% y un 3.2% cursaron estudios de primaria y secundaria, respectivamente. Respecto al estado civil, una gran mayoría del 78% también informó estar soltero/a, mientras que el 5.9% convivían con su pareja o tenían una pareja de hecho y un 12.9% aseguraron estar casados/as. Por otro lado, considerando la religiosidad de los participantes, estos informaron ser religiosos en un porcentaje acumulado del 88.7%, es decir, una gran parte de los sujetos profesaban alguna religión (11.3% de personas sin religión). Ade-

más, en torno a la importancia que los sujetos dan a la religiosidad en su día a día, la media de los sujetos fue relativamente elevada ($M = 2.85$; $DE = 0.90$). Finalmente, acerca de la orientación política de la muestra (rango de 1 a 7) se observaron medias que sitúan a los participantes en una “orientación política de centro” ($M = 4.12$; $DE = 1.35$).

Seguidamente, en la Tabla 2, se presenta la información de los estadísticos descriptivos de las escalas utilizadas para llevar a cabo este estudio, así como las dimensiones de estas, incluyendo la cantidad de sujetos, la media y la desviación estándar, la fiabilidad mediante el alfa de Cronbach, el rango de respuesta y la cantidad de ítems de cada (sub)escala.

Tabla 2. Estadísticos descriptivos de las escalas empleadas en el estudio

<i>Escalas Totales</i>	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>α</i>	<i>Mín.</i>	<i>Máx.</i>	<i>Ítems</i>
Logro/Poder	66	3.68	1.27	.76	1	6	4
. Logro	66	3.33	1.23	.32	1	6	2
. Poder	66	4.03	1.46	.62	1	6	2
Universalismo/Benevolencia	306	4.96	1.04	.87	1	6	5
. Universalismo	306	4.93	1.12	.81	1	6	3
. Benevolencia	306	5.01	1.11	.77	1	6	2
Bienestar	342	7.13	1.75	.91	0	10	11
. Bienestar General	372	7.20	2.26	.90	0	10	2
. Bienestar Eudaimónico	372	7.04	2.02	.95	0	10	6
. Bienestar Hedónico	342	6.08	1.64	.63	0	10	2
. Bienestar Social	372	6.23	2.62	-	0	10	1
Cosmopolitismo	230	5.64	1.18	.93	1	7	15
. Apertura Cultural	230	5.73	1.40	.90	1	7	5
. Prosocialidad Global	230	5.41	1.41	.88	1	7	5
. Diversidad Cultural	230	5.78	1.26	.83	1	7	5
Identidad Global	372	4.08	1.08	.85	1	6	7
IOS	372	2.56	0.99	.70	1	5	3
. Mi Comunidad	372	2.91	1.32	-	1	5	1
. Mi País	372	2.54	1.18	-	1	5	1
. La Humanidad	372	2.24	1.26	-	1	5	1
Comunidad Global	372	3.13	0.51	.90	1	4	8
Identificación (IWAH)	365	3.38	0.69	.94	1	5	27
. Identificación Comunidad	370	3.40	0.81	.90	1	5	9
. Identificación País	368	3.56	0.76	.88	1	5	9
. Identificación Humanidad	366	3.15	0.79	.86	1	5	9

Nota: Las diferencias en tamaño muestral se deben a datos perdidos (los participantes no contestaron el instrumento en su totalidad) y en el caso de las escalas de valores de Schwartz (1994) se aplicaron dos versiones del instrumento y sólo una parte de la muestra respondió a cada escala.

Como se puede observar los sujetos mostraron puntuaciones relativamente elevadas en la mayoría de las escalas, ya que las puntuaciones, de forma general, se sitúan por encima de la media del rango de respuesta de las escalas empleadas. Por otro lado, cabe mencionar que las alfas calculadas en base al alfa de Cronbach mostraron una fiabilidad óptima de las escalas y subescalas, tal y como se refleja en la Tabla 2.

Respecto a los valores Schwartz (1994), por un lado, se contó con los valores de logro y po-

der que hacen referencia al éxito personal de acuerdo con los estándares sociales y al estatus social, prestigio, control o dominio sobre las personas y los recursos, respectivamente. Si bien la suma de ambas escalas mostró puntuaciones medias con referencia al rango de respuesta, las puntuaciones más prominentes se encontraron en la dimensión de poder ($M = 4.03$; $DE = 1.46$).

Por otro lado, en torno a los valores de universalismo que versan acerca de la comprensión,

el aprecio, la tolerancia y la protección por el bienestar de todas las personas y de la naturaleza, y, los valores de benevolencia que acentúan preservar y mejorar el bienestar de aquellos con quienes uno está en contacto personal frecuente, se puede decir que los sujetos mostraron puntuaciones ciertamente elevadas respecto al rango de respuesta, siendo más altas las puntuaciones logradas en la dimensión de benevolencia ($M = 5.01$; $DE = 1.11$).

En lo que respecta al bienestar, un constructo más estable dado que se pregunta acerca del bienestar recordado en las últimas semanas, los participantes indicaron puntuaciones elevadas ($M = 7.13$; $DE = 1.75$), siendo el bienestar general la dimensión que recibió mayores puntuaciones ($M = 7.20$; $DE = 2.26$).

En el caso de otra variable de interés, el cosmopolitismo, se obtuvieron puntuaciones altas en dicha escala ($M = 5.64$; $DE = 1.18$), sin grandes diferencias en las medias de las dimensiones que componen este constructo, dando a entender que los sujetos que participaron en el estudio muestran tener capacidad de apertura y de apego a la comunidad mundial.

Los participantes también mostraron tener una concepción amplia de la identidad, medida a través de la escala de Identidad Global (de Rivera & Carson, 2015), ya que las medias ($M = 4.08$; $DE = 1.08$) para este constructo fueron elevadas.

La identidad medida mediante pictogramas (IOS; Aron et al., 1992), demostró que en la población mexicana los participantes se sienten más unidos o vinculados con su comunidad ($M = 2.91$; $DE = 1.32$), en comparación con su país ($M = 2.54$; $DE = 1.18$), o la humanidad ($M = 2.24$; $DE = 1.26$). No obstante, si se observan las puntuaciones de la escala de Identificación con Toda la Humanidad (IWAH; McFarland et al., 2012), se puede percibir que, de forma contraria a la escala pictórica, los sujetos demostraron puntuaciones más elevadas en la dimensión

de identificación con el país ($M = 3.56$; $DE = 0.76$), en comparación con una identificación más comunal ($M = 3.40$; $DE = 0.81$), o más global ($M = 3.15$; $DE = 0.79$), existiendo diferencias significativas entre las mediciones utilizando la prueba Friedman y obteniendo una significancia menor a .01 ($\chi^2 = 199.10$, $gl = 2$) por lo que destaca que la identificación con la nación es mayor en la muestra. Ahora bien, en ambos casos la identificación con la humanidad es la más baja de todas. Cabe destacar que no se encontraron diferencias significativas entre hombres (mediana = 3.22) y mujeres (mediana = 3.11) con la prueba de U de Mann Whitney ($Z_u = -.707$, $p = .480$) con respecto a la identificación con la humanidad. Finalmente, con relación a la escala de acuerdo con la celebración de la comunidad global, los participantes mostraron puntuaciones que reflejan un grado alto de acuerdo ($M = 3.13$; $DE = 0.52$) respecto a conmemorar actos y personas que nos unen a todos como humanidad.

PROPIEDADES PSICOMÉTRICAS

Con el fin de operacionalizar adecuadamente el constructo de “Identificación con Toda la Humanidad” y lograr la validez estructural de la dimensión global de la escala IWAH (McFarland et al., 2012) se realizó análisis factorial confirmatorio (AFC). En primera instancia, la distribución de los datos por ítem al igual que los puntajes totales, no siguen una distribución normal ($K-S$; $p < .000$), con una asimetría negativa. Esta distribución no normal es de esperarse en escalas tipo Likert.

En la Tabla 3 se muestran las propiedades psicométricas de dos modelos: uno unifactorial con que contiene los 9 ítems de la escala, y un modelo con los dos factores correlacionados: autoimplicación y autoidentificación. En la tabla también se muestran los coeficientes de consistencia interna, alfa y omega.

Tabla 3. Índices de ajuste del análisis factorial confirmatorio para uno y dos factores.

Modelo	χ^2	gl	GFI	CFI	TLI	RMSEA	[90% CI]	Alfa	Omega
Un factor	246.97	27	.98	.93	.90	.15	[.13 - .16]	.88	.86
Dos factores	62.06	26	.99	.98	.98	.06	[.04 - .08]	.87	.84

Nota. χ^2 = chi-cuadrado; gl = grados de libertad; CFI = índice de ajuste comparativo; TLI = índice Tucker-Lewis; GFI = índice de bondad de ajuste; RMSEA = raíz del error cuadrático medio de aproximación (se utilizó un RMSEA con 10% de desajuste para una muestra de 200 sujetos).

Además, con la intencionalidad de conocer mejor cómo se relacionan o comportan las variables de estudio entre sí, tal y como se muestra en la Tabla 4, también se llevaron a cabo análisis de correlaciones entre las variables de estudio. Es decir,

con el fin de evaluar las evidencias de validez convergente y divergente se realizaron análisis de correlación entre la escala de Identificación con la Humanidad (IWAH; McFarland et al., 2012) y las escalas criterio.

Tabla 4. Correlaciones entre las escalas de identidad global, bienestar y valores

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Logro/Poder	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. Universalismo/Benevolencia	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. Bienestar	.16	.42**	1	-	-	-	-	-	-	-	-
4. Cosmopolitismo	-.01	.56**	.33*	1	-	-	-	-	-	-	-
5. Identidad Global	.05	.35**	.33**	.30**	1	-	-	-	-	-	-
6. Fusión Identidad	.20*	.10*	.10*	.19**	.25**	1	-	-	-	-	-
7. Identificación	.10	.36**	.37**	.41**	.51**	.45**	1	-	-	-	-
8. Comunidad*	.04	.32**	.40**	.34**	.45**	.36**	.86**	1	-	-	-
9. País*	.10	.33**	.32**	.38**	.42**	.42**	.92**	.72**	1	-	-
10. Humanidad*	.14	.31**	.27**	.40**	.50**	.42**	.87**	.56**	.76**	1	-
11. Comunidad Global	.14	.50**	.35**	.45**	.43**	.20**	.53**	.44**	.50**	.50**	1

Nota: *Dimensiones de la escala de Identificación con Toda la Humanidad (IWAH; McFarland et al., 2012)

La tabla de correlaciones mostró coherencia con lo esperado. De forma general, las variables se asocian de forma positiva y estadísticamente significativa, sobre todo las escalas de identidad (fusión de la identidad, identificación con la comunidad, el país, la humanidad, intención de celebración de la comunidad global, etc.), que, tal y como se puede observar, correlacionaron de forma intensa entre sí, y con las variables criterio como el bienestar, los valores de benevolencia y universalismo, y las escalas de

prosocialidad. Las correlaciones más fuertes se encontraron entre las dimensiones de la escala de Identificación con la Humanidad (IWAH; McFarland et al., 2012) y sus dimensiones de identificación con la “Comunidad” ($r = .86$; $p = .000$), con mayor fuerza con la dimensión de identificación con el “País” ($r = .92$; $p = .000$), y, finalmente, también se asoció con fuerza a la dimensión de identificación con la “Humanidad” ($r = .87$; $p = .000$). Finalmente, acerca de las correlaciones negativas, cabe decir que,

al contrario de lo esperado, no se encontraron correlaciones negativas y estadísticamente significativas entre los valores de logro y poder y el resto de las variables.

Con las subdimensiones de identificación con la comunidad global se llevaron a cabo correlaciones con las variables de estudio para lograr la validez de criterio de las dimensiones de la escala IWAH tal y como se muestra en la Tabla 5.

Tabla 5. Correlaciones de los factores de Identificación con la Humanidad con variables de estudio

	IWAH Global	WAH Autodefinición	IWAH Autoimplicación
Logro/Poder	.14	.06	.17
. Logro	.04	-.03	.08
. Poder	.21*	.14	.23*
Universalismo/Benevolencia	.31**	.37**	.16**
. Universalismo	.28**	.33**	.16**
. Benevolencia	.30**	.38**	.15**
Bienestar	.27**	.28**	.20**
. Bienestar General	.21**	.23**	.14**
. Bienestar Eudaimónico	.28**	.29**	.20**
. Bienestar Hedónico	.06	.13**	.00
. Bienestar Social	.28**	.21**	.26**
Cosmopolitismo	.40**	.47**	.27**
. Apertura Cultural	.27**	.31**	.20**
. Prosocialidad Global	.41**	.49**	.28**
. Diversidad Cultural	.35**	.44**	.24**
Identidad Global	.50**	.34**	.51**
IOS	.42**	.30**	.40**
. Mi Comunidad	.20**	.18**	.17**
. Mi País	.33**	.22**	.32**
. La Humanidad	.46**	.30**	.48**
Comunidad Global	.50**	.54**	.35**
Identificación (IWAH)	.87**	.78**	.73**
. Identificación Comunidad	.56**	.55**	.43**
. Identificación País	.76**	.72**	.61**
. Identificación Humanidad	-	.81**	.90**

Nota: ** $p < .01$; * $p < .05$

Tal y como se puede observar en la tabla de correlaciones, las dimensiones extraídas del análisis factorial confirmatorio se asocian de manera positiva y estadísticamente significativa con el total de las escalas empleadas. Específicamente, la di-

mensión de autodefinición ($\alpha = .86$), en comparación con la dimensión de autoimplicación ($\alpha = .82$), correlacionó con mayor fuerza con las variables criterio salvo en el caso de la identificación con “*Toda la Humanidad*” ($r = .81^{**}$ y $r = .90^{**}$,

respectivamente) dimensión de la escala IWAH (McFarland et al., 2012); de la dimensión de bienestar social ($r = .21^{**}$ y $r = .26^{**}$, respectivamente) evaluado a través de la escala PHI (Hervás & Vázquez, 2013); de la identidad global ($r = .34^{**}$ y $r = .51^{**}$, respectivamente) que se midió con la escala de Global Identity (de Rivera & Carson, 2015); de la fusión de identidad ($r = .30^{**}$ y $r = .40^{**}$, respectivamente) empleando la escala IOS (Aron et al., 1992), sobre todo en los ítems que hacen referencia a la fusión de identidad con “*Mi País*” ($r = .22^{**}$ y $r = .32^{**}$, respectivamente) y “*La Humanidad*” ($r = .30^{**}$ y $r = .48^{**}$, respectivamente). Por último, cabe subrayar que la dimensión de autoimplicación se asoció de forma inesperada con los valores de poder ($r = .23^*$).

DISCUSIÓN

Considerando los resultados antes presentados, se puede concluir que la escala de identificación con la humanidad obtuvo coeficientes de confiabilidad alfa y omega adecuados al tener valores mayores a .8 (Nunnally, 1978), mostrando buenas propiedades psicométricas.

En el análisis factorial confirmatorio se identificó una estructura compuesta por dos factores, mostrando el sentido del modelo multidimensional de Leach (2008). El modelo de dos factores mostró un buen ajuste, mientras que el modelo unifactorial no mostró un buen ajuste, considerando los siguientes criterios: chi cuadrado sobre grados de libertad (χ^2/df), del cual, valores ≤ 5 se consideran como un buen ajuste (Hair et al., 1999); la raíz del error cuadrático medio de aproximación (RMSEA, por sus siglas en inglés) del cual, valores $< .08$ son considerados adecuados y se recomienda rechazar el modelo si los valores son $> .1$ (Browne & Cudeck, 1992); el índice de ajuste comparativo, el índice Tucker Lewis y el índice de bondad de ajuste (respectivamente CFI, TLI y GFI por sus siglas en inglés), de estos últimos 3 índices se consideran valores adecuados si son ≥ 0.95 (Hu & Bentler, 1999).

Las respuestas de los participantes en cada una de las escalas respondiendo por encima de la me-

dia aritmética no ilustra que existe una categorización o identificación de los sujetos con una macro-categoría, una identidad global, un reconocimiento del ser humano y saberse y sentirse como tal. La limitación de haber realizado el estudio de forma transversal nos impide realizar aseveraciones sobre la posibilidad de la influencia de las comunicaciones globales como factores de predicción de estas identidades, sin embargo, se puede sugerir futuros estudios en los que se analice la relación entre el uso de medios y redes sociales globales con la mayor presencia de una identidad global.

Se mostraron evidencias de validez convergente de acuerdo con lo esperado, con relaciones significativas positivas con el bienestar (Hervás & Vázquez, 2013), los valores de universalismo y benevolencia (Schwartz, 1994), y con otras escalas que evalúan constructos similares, como la escala de identidad global (de Rivera & Carson, 2015), la escala de cosmopolitismo (Leung et al., 2015; Liu et al., 2019) y de celebración de la comunidad global (de Rivera, 2018). Estas correlaciones no se explican por método común de medida. El Análisis Factorial Exploratorio de todos los ítems (IWAH, IG, COS, CCG y valores) no encontró un solo factor que explicara más del 40% varianza. Sin embargo, no se encontraron correlaciones significativas en la escala de valores de poder y logro (Schwartz, 1994) de forma negativa, lo que impidió la evidencia de validez divergente. Se propone que en futuros estudios se utilicen medidas orientadas a la dominancia social y el autoritarismo de derecha, que han mostrado resultados en este sentido (McFarland, 2010; Reese et al., 2015).

Por otro lado, las correlaciones que se realizaron con los dos factores de autodefinición y autoimplicación mostraron correlaciones más fuertes de la autodefinición con el bienestar, los valores de universalismo y benevolencia, cosmopolitismo y la celebración de la comunidad global; mientras que el factor de autoimplicación tuvo correlaciones más altas con la escala de identidad global (de Rivera & Carson, 2015) y la fusión de iden-

tidad, y de forma contraintuitiva, una correlación significativa con el valor de poder (Schwartz, 1994). Se sugiere en futuros estudios analizar la dirección de las relaciones y cómo la identificación con la humanidad pudiera predecir la celebración de comunidades globales y otras conductas orientadas a otros, como la prosocialidad. Asimismo, sería importante identificar si los valores de universalismo y benevolencia, así como emociones orientadas a la conexión con otros, como las emociones de auto-trascendencia, pudieran predecir la identificación con la humanidad y en qué medida.

El estudio realizado tiene algunas limitaciones que cabe mencionar, particularmente la falta de incorporación de medidas o escalas que dotaran de mayor evidencia de validez divergente. Sin embargo, se logró mostrar evidencia de las propiedades psicométricas de la escala en cuanto a su confiabilidad, validez de criterio y constructo, por lo que se considera que puede ser utilizada para la evaluación típica de identificación con la humanidad. Por otro lado, la muestra obtenida de forma no probabilística limita la generalización de resultados a otros contextos (Gil-Escudero & Martínez-Arias, 2001), por lo que en este caso se hace referencia a la validación del instrumento en un contexto específico, que requerirá su implementación en otras poblaciones para su estandarización.

Por otro lado, se requiere de la profundización en el estudio de las identidades sociales y globales en distintos contextos, ya que se considera que estas promueven comunidades más inclusivas y, como lo han expresado otros autores en el pasado, pudieran abonar a conductas orientadas a la ayuda de otros, un consumo responsable y medidas y acciones para combatir el cambio climático (McFarland, 2016, Reese & Kohlmann, 2015). Será necesario incluir estas categorías en estudios orientados a la participación política y el activismo, particularmente en jóvenes, y las causas que los mueven en la actualidad.

Por último, se considera importante la validación y adaptación de escalas que permitan medir

identidades globales y más inclusivas en más países de América Latina, de modo que se facilite realizar comparativos y monitorear la tendencia al endocentrismo y nacionalismo que comienza a mostrarse en varios países de Latinoamérica y el mundo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arnett, J. (2002). The psychology of globalization. *American Psychologist*, 57, 774–783.
- Barth, M., Jugert, P., Wutzler, M., & Fritsche, I. (2015). Absolute moral standards and global identity as independent predictors of collective action against global injustice. *European Journal of Social Psychology*, 45(7), 918–930. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2160>
- Basabe, N., Pizarro, J., de Rivera, J., Alfaro, L., González-Burboa, A. & Vera-Calzaretta, A. (2018). Celebración de la comunidad global e identidad global: valores, creencias y emociones trascendentes en culturas hispanoamericanas. *Revista Latinoamericana de Psicología Positiva*, 4, 108–124.
- Baum, S. K. (2008). *The psychology of genocide: Perpetrators, bystanders, and rescuers*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511819278>
- Bortoloni, T., Newson, M., Natividades, J.C., Vázquez, A. & Gómez, A. (2018). Identity fusion predicts endorsement of pro-group behaviours targeting nationality, religion, or football in Brazilian samples. *British Journal of Social Psychology*, 1-21. <https://doi.org/10.1111/bjso.12235>
- Breakwell, G. M. (2012). Identity process theory: Clarifications and elaborations. In *Identity Process Theory: Identity, Social Action and Social Change* (pp. 20–38). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139136983.004>
- Brown, R. (2000). Social identity theory: past achievements, current problems and future challenges. *European Journal of Social Psychology*, 30(6), 745–778. [https://doi.org/10.1002/1099-0992\(200011/12\)30:6<745::AID-EJSP24>3.0.CO;2-O](https://doi.org/10.1002/1099-0992(200011/12)30:6<745::AID-EJSP24>3.0.CO;2-O)
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1992). Alternative Ways of Assessing Model Fit. *Sociological Methods & Research*, 21(2), 230–258. <https://doi.org/10.1177/0049124192021002005>
- Buchan, N. R., Brewer, M. B., Grimalda, G., Wilson, R. K., Fatas, E., & Foddy, M. (2011). Global social identity and global cooperation. *Psychological Science*, 22(6), 821–828. <https://doi.org/10.1177/0956797611409590>
- Chiu, C. Y., Gries, P., Torelli, C. J., & Cheng, S. Y. (2011). Toward a social psychology of globalization. *Journal of Social Issues*, 67(4), 663–676.
- Der-Karabetian, A., & Ruiz, Y. (1997). Affective bicultural and global-human identity scales for Mexican-American adolescents. *Psychological Reports*, 80(3), 1027–1039.
- de Fina, A. 2007. Code switching and ethnicity in a community of practice. *Language in Society*, 36 (3), 371–392. <http://doi.org/10.1017/S0047404507070182>
- de Rivera, J., & Carson, H. A. (2015). Cultivating a global identity. *Journal of Social and Political Psychology*, 3, 310–330. <https://doi.org/10.5964/jspp.v3i2.507>
- de Rivera, J., & Mahoney, C. O. (2018). Promoting a Sense of Global Community. *Peace and Conflict: Journal of Peace Psychology*, 24, 347–353. <https://doi.org/10.1037/pac0000323>

- Druet, N., Escalante, R., Cisneros, I. & Guerrero, G. (2017). Validez y confiabilidad de la escala de valores de Schwartz para población mexicana. *ACADEMO (Asunción) Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(2), 39-44.
- Edensor, T. (2002). *National Identity, Popular Culture and Everyday Life*. Oxford: Berg.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1999). *Multivariate data analysis* (5th ed.). Prentice Hall.
- Hermans, H. J., & Dimaggio, G. (2007). Self, identity, and globalization in times of uncertainty: A dialogical analysis. *Review of General Psychology*, 11(1), 31-61.
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Fox J (2005). "The R Commander: A Basic Statistics Graphical User Interface to R". *Journal of Statistical Software*, 14(9), 1-42. <https://www.jstatsoft.org/article/view/v014i09>.
- Gil-Escudero, G., & Martínez-Arias, M. R. (2001). *Metodología de encuestas*. En M. J. Navas (Ed.). Métodos, diseños y técnicas de investigación psicológica (pp. 379-436). Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Gómez, A., Brooks, M., Buhrmester, M., Vázquez, A., Jetten, J. & Swann, W. (2011). On the nature of identity fusion: insights into the construct and a new measure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(5), 918-933. <https://doi.org/10.1037/a0022642>
- Hermans, H. J. M., & Kempen, H. J. G. (1998). Moving cultures: The perilous problems of cultural dichotomies in a globalizing world. *American Psychologist*, 53, 1111-1120.
- Hervás, G., & Vázquez, C. (2013). Construction and validation of a measure of integrative well-being in seven languages: the Pemberton Happiness Index. *Health and Quality of Life Outcomes*, 11, 66. <https://doi.org/10.1186/1477-7525-11-66>
- Korff, R. (2003). Local enclosures of globalization. The power of locality. *Dialectical Anthropology*, 27(1), 1-18.
- Leach, C. W., van Zomeren, M., Zebel, S., Vliek, M. L. W., Pennekamp, S. F., Doosje, B., Ouwerkerk, J. W., & Spears, R. (2008). Group-Level Self-Definition and Self-Investment: A Hierarchical (Multicomponent) Model of In-Group Identification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(1), 144-165. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.95.1.144>
- Leung, A. K. Y., Koh, K., & Tam, K.P. (2015). Being environmentally responsible: Cosmopolitan orientation predicts pro-environmental behaviors. *Journal of Environmental Psychology*, 43, 79-94. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2015.05.011>
- Liu, JH., Zhang, RJ., Leung, AKY., Gil de Zúñiga, H., Gastardo-Conaco, C., Vasiutynskyi, V., . . . Kus-Harbord, L. (en prensa). Empirical Correlates of Cosmopolitan Orientation: Etiology and Functions in a Worldwide Representative Sample. *Political Psychology*.
- McFarland, S. (2010). Personality and support for universal human rights: A review and test of a structural model. *Journal of Personality*, 78(6), 1735-1764. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2010.00668.x>
- McFarland, S. (2011). The slow creation of humanity. *Political Psychology*, 32(1), 1-20. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2010.00801.x>
- McFarland, S., Webb, M., & Brown, D. (2012). All humanity is my ingroup: A measure and studies of identification with all humanity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103(5), 830-853. <https://doi.org/10.1037/a0028724>
- McFarland, S., Brown, D., & Webb, M. (2013). Identification With All Humanity as a Moral Concept and Psychological Construct. *Current Directions in Psychological Science*, 22(3), 194-198. <https://doi.org/10.1177/0963721412471346>
- McFarland, S., & Hornsby, W. (2015). An analysis of five measures of global human identification. *European Journal of Social Psychology*, 45(7), 806-817. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2161>
- McFarland, S. (2016). Identification with All Humanity: The Antithesis of Prejudice, and More. In *The Cambridge Handbook of the Psychology of Prejudice* (pp. 632-654). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781316161579.028>
- Moshman, D. (2007). Us and them: identity and genocide. *Identity: An International Journal of Theory and Research*, 7(2), 115 - 135.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. McGrawHill.
- Postmes, T., Haslam, S. A., & Jans, L. (2013). A single-item measure of social identification: Reliability, validity, and utility. *British Journal of Social Psychology*. <https://doi.org/10.1111/bjso.12006>
- Reese, G., Berthold, A., & Steffens, M. C. (2012). We are the world-and they are not: Prototypicality for the world community, legitimacy, and responses to global inequality. *Political Psychology*, 33(5), 683-700. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2012.00892.x>
- Reese, G., Proch, J., & Finn, C. (2015). Identification With All Humanity: The role of self-definition and self-investment. *European Journal of Social Psychology*, 45(4), 426-440. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2102>
- Reese, G., & Kohlmann, F. (2015). Feeling global, acting ethically: Global identification and fairtrade consumption. *Journal of Social Psychology*, 155(2), 98-106. <https://doi.org/10.1080/00224545.2014.992850>
- Roth, J., Mazziotta, A., & Barth, M. (2019). The two-dimensions-five-components structure of in-group identification is invariant across various identification patterns in different social groups. *Self and Identity*, 18(6), 668-684. <https://doi.org/10.1080/15298868.2018.1511465>
- Schaeffer, R. K. (2003). *Understanding Globalization: The Social Consequences of Political, Economic, and Environmental Change*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Sevig, T. D., Higlen, P. S., & Adams, E. M. (2000). Development and validation of the self-identity inventory (SII): A multicultural identity development instrument. *Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology*, 6, 168-182.
- Smith, A. (1991). *National Identity*. Reno: University of Nevada Press.
- Schwartz, S.H. (1994). Are there universal aspects in the content and structure of values? *Journal of Social Issues*, 50, 19-45.
- Tajfel, H., Flament, C., Billig, M. G. & Bundy, R. P. (1971). Social categorization and intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 1, 149-178.
- Tajfel, H. (Ed.). (1978). *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations*. Academic Press.
- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories: Studies in social psychology*. Cup Archive.
- Tajfel, H. & Turner, J. C. (1986). *The social identity theory of intergroup behaviour*. In S. Worchel & W. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7-24). Chicago, IL: Nelson Hall
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). *An integrative theory of intergroup*

conflict. In W. G. Austin, & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-37). Monterey, CA: Brooks/Cole.

Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Basil Blackwell.

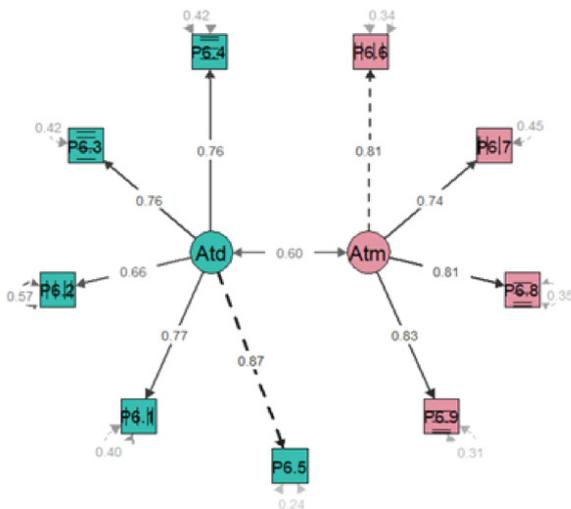
Woodward, K. (2002). *Understanding Identity*. London: Arnold.

Anexos

Escala de Identificación con Toda la Humanidad (IWAH; McFarland et al., 2012)

	Toda la Humanidad				
1. ¿Qué tan cercano se siente con cada uno de los siguientes grupos?	1	2	3	4	5
2. ¿Qué tan seguido usa la palabra "nosotros" para referirse a los siguientes grupos de personas?	1	2	3	4	5
3. ¿Cuánto diría que tiene en común con los siguientes grupos?	1	2	3	4	5
4. A veces la gente piensa en personas que no son parte de su familia inmediata como "familia". ¿Hasta qué punto piensa en los siguientes grupos de personas como "la familia"?	1	2	3	4	5
5. ¿Cuánto se identifica con/se siente parte de/siente amor hacia/se preocupa por...?	1	2	3	4	5
6. ¿Qué tanto diría que le importa (siente deseos de ayudar) cuando cosas malas suceden a...?	1	2	3	4	5
7. ¿Qué tanto quisiera ser...?	1	2	3	4	5
8. ¿Qué tanto cree en...?	1	2	3	4	5
9. En el caso de que surja la necesidad ¿Qué tanto quisiera ayudar a...?	1	2	3	4	5

Modelo con dos factores correlacionados



Modelo unifactorial

