UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

FACULTAD DE PSICOLOGÍA Y RELACIONES HUMANAS

LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA

TESIS DE GRADO

Clima Social Emocional, Bienestar Social y Valores en usuarios de transporte público.

.

Tesista: Della Pittima, María Luciana

Tutor: Dr. Depaula, Pablo Domingo

Título a obtener con la presentación de la tesis: Licenciatura en Psicología

Octubre de 2016

Sede: Lomas de Zamora

Turno: Noche

‘‘Las cosas y las palabras van a separarse. El ojo será destinado a ver y sólo a ver; la oreja sólo a oír. El discurso tendrá desde luego como tarea el decir lo que es, pero no será más que lo que dice.’’

Michael Foucault

AGRADECIMIENTOS

En principio quiero agradecer a mis padres Adriana y Claudio por el apoyo y la confianza incondicional, porque siempre me guiaron por el camino del cuestionamiento de cada aspecto de la vida, lo cual me llevó cada día a la sensación de querer conocer más allá, al deseo de entenderme a mí misma, al mundo y a los demás. Su guía me llevo a leer cada palabra para realizar este trabajo y para concluir esta licenciatura con pasión, perseverancia, dedicación y disfrute porque son dos apasionados del conocimiento. A mis hermanos Marcos, Luis y Paz, quienes a través de la alegría, compañerismo e impulso en la vida, han logrado que cada día de estudio haya sido más simple, más divertido, mas valorable. A mi cuñada Andrea quien siempre me mostró su confianza en que iba a poder dar cada día más y a mi sobrino Lorenzo, quien trajo más alegría a mis días.

Quiero agradecer a Clara, mi gran compañera de viaje en la vida. A Gabi, quien me hizo parte de su familia y compartió sus peores y mejores momentos conmigo como yo con ella los míos. A Vivi, con quien con solo mirarnos logramos entendernos. A Flor, con quien compartí risas, llantos, trabajos, pero sobre todo, sobra solidaridad entre nosotras. María Rosa, con quien cursé muy pocas horas de clase en contraparte de las que compartí divirtiéndome fuera del ámbito universitario.

A cada uno de mis compañeros de trabajo quienes siempre se interesaron por mis logros académicos. Gracias a todos aquellos que participaron por cualquier medio, para realizar las encuestas para hacer posible esta investigación.

A mi amiga del alma Caro, quien siempre me acompañó, confió cada día en mis capacidades para salir adelante.

A mi prima del alma Melina, quien estuvo más que presente en los últimos momentos de mis estudios, gracias por el apoyo, la fuerza, la alegría y acompañamiento incondicional.

A Omar Fernández, que con su gracia y dedicación profesional, me motivó a seguir con la elección del tema a investigar y demás cosas. Su frase “hay que dejar de repetir lo que dicen los demás y hay que investigar” la recordé cada día que me senté a realizar este trabajo.

Y principalmente a Pablo Depaula quien además de guiarme y aceptar la tarea de acompañarme en este proceso, me motivó, incentivó y generó desafíos en mi interés por la investigación. Gracias por cada minuto dedicado a leer, corregir, mejorar y aconsejarme.

Clima social emocional, bienestar social y valores en usuarios de transporte público

RESUMEN

El Clima Social Emocional fue desarrollado por De Rivera (1992), como la presencia de emociones colectivas que se generan en un determinado contexto socio económico y temporal, ampliando la mirada de que las emociones se sienten de forma individual. La presente investigación tuvo como objetivo indagar los niveles de Clima Social Emocional y Bienestar Social en usuarios de transporte público, si existen diferencias entre el contexto de los distintos medios de transporte y la relación entre los Valores Humanos y las variables mencionadas.

Con el fin de verificar dichas asociaciones, se seleccionó una muestra de 300 usuarios de transporte público, siendo 149 pasajeros de colectivos y 151 usuarios de ferrocarril que realizan el recorrido de Zona Sur del Gran Buenos Aires a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. La edad promedio de la muestra fue de 35,57 (DE 10,64, Mínimo: 18, Máximo: 68).

El estudio realizado fue de tipo cuantitativo, correlacional y de diferencia de grupos. Los instrumentos utilizados para evaluar las variables mencionadas fueron la Escala de Clima Social Emocional (CE, De Rivera, 1992), la Escala de Bienestar Social (Keyes, 1998) en su versión española traducida por Blanco y Díaz (2005) y la Escala de Valores (Schwartz, Melech, Lehman, Burgess, Harris y Owens, 2001)

Los resultados indican un Clima Emocional Negativo en general, pero más representativo en los usuarios de ferrocarril. Además se observan diferencias en las dimensiones del Bienestar Social, presentando una mejor percepción de ésta aquellas personas que no utilizan el tren como medio de transporte de preferencia. Por otro lado, en el Clima Social Emocional y el Bienestar Social influyen los distintos horarios de uso del transporte, las actividades que realizan durante el viaje y el motivo por el cual se elije cada medio.

Palabras clave: Clima Social Emocional, Bienestar Social, Valores.

ABSTRACT

Social Emotional Climate was developed by De Rivera (1992), as the presence of collective emotions that are generated in an economic and socio time, broadening the approach that emotions feel individually. This research aimed to investigate the levels of Emotional Social Climate and Social Well-being in users of public transport, if there are differences between the context of the transport and the relationship between Human Values and variables.

In order to verify these associations, a sample of 300 public transport users was selected, with 149 passengers of bus and 151 rail users doing the tour of Southern Zone of Greater Buenos Aires to Buenos Aires. The average age of the sample was 35.57 (SD 10.64, Minimum: 18 Maximum: 68).

The study was quantitative, correlational and differential groups. The instruments used to assess these variables were the Scale of Social Emotional Climate (CE, De Rivera, 1992), the Scale of Social Welfare (Keyes, 1998) in its Spanish version translated by Blanco and Diaz (2005) and Scale values (Schwartz, Melech, Lehman, Burgess, Harris and Owens, 2001)

The results indicate a Negative Emotional Climate in general, but more representative rail users. In addition differences are observed in the dimensions of Social Well-being, presenting a better perception of it those who do not use the train for transportation of preference. On the other hand, in the Emotional Climate and Social Well-being influence use different transport schedules, their activities during the trip and why each medium is chosen.

Keywords: Emotional Social Climate, Social Well-being, Values.

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTOS 2
RESUMEN 3
ABSTRACT 4
ÍNDICE DE GRÁFICOS 8
ÍNDICE DE TABLAS 9
INTRODUCCIÓN 10
JUSTIFICACIÓN Y RELEVANCIA 12
ESTADO DEL ARTE 14
CAPÍTULO I. Transporte público en Argentina 18
1.1 Sistema de transporte público en Argentina 18
1.1.1 Sistema de Transporte. 18
1.1.2 Surgimiento del transporte de pasajeros. 18
1.2 Transporte terrestre de pasajeros 18
1.2.1 El ferrocarril, recorrido histórico. 18
1.3 Surgimiento de alternativas del ferrocarril 21
1.4 Transporte público de colectivos 21
1.5 Situación actual del transporte público de pasajeros 23
CAPÍTULO II. Clima Social Emocional 24
2.1 Clima emocional 24
2.1.1 Modelos de clima emocional. 25
2.2 Emociones desde un aspecto subjetivo y colectivo 26
2.2.1 Emociones Sociales. 27
CAPÍTULO III. Bienestar social 29
3.1 Bienestar 29
3.2 Bienestar asociado a aspectos sociales 29
3.2.1 Necesidades y problemas sociales. 30

3.3 La importancia de lo social 30
3.4 Bienestar social Keyes (1998) 31
CAPÍTULO IV. Valores Humanos 32
4.1 Valores 32
4.1.1 Perspectiva social de la teoría de los valores. 32
4.1.2 Modelo de estilo psicológico. 32
4.1.3 Perspectiva psicosocial. 33
4.2 Teoría de los valores de Schwartz 33
CAPÍTULO V. Metodología 38
5.1 Objetivos 38
5.1.1 Objetivo general. 38
5.1.2 Objetivos específicos. 38
5.2 Hipótesis 39
5.3 Tipo de estudio 39
5.4 Población 39
5.4.1 Criterios de inclusión. 39
5.4.2 Criterios de exclusión. 39
5.5 Participantes 39
5.6 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos 40
5.6.1 Escala de Clima Social Emocional. 40
5.6.2 Escala de Bienestar Social. 40
5.6.3 Escala de Valores Humanos. 41
5.6.4 Cuestionario sociodemográfico. 42
5.7 Procedimiento 42
5.8 Descripción de la muestra 43
CAPÍTULO VI. Resultados 49
6.1 Análisis de la normalidad 49
6.2 Puntuaciones medias de Clima Social Emocional, Bienestar Social y Valores 49

6.3 Correlación entre variables 50
6.3.1 Correlación entre Bienestar Social y Valores 50
6.3.2 Correlación entre Bienestar Social y Clima Social Emocional 55
6.3.3 Correlación entre Clima Social Emocional y Valores 57
6.4 Diferencias de grupos 59
6.4.1 Diferencias de rangos del Clima Social Emocional, Bienestar Social y Valores Humanos entre usuarios de tren y de otros medios de transporte 60
6.5 Diferencia de grupos con variables socio demográficas 62
6.5.1 Diferencias de grupos en variable Clima Social Emocional 62
6.5.2 Diferencias de grupos con respecto al Bienestar Social. 66
6.6 Otros resultados significativos 72
CAPÍTULO VII. Discusión 75
7.1 Discusión 75
REFERENCIAS 82
ANEXOS 88
Anexo I. Instrumentos 89

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. Máximo nivel de educación alcanzado. 44
GRÁFICO 2. Frecuencia de viaje por semana 45
GRÁFICO 3. Motivo por el cual se traslada 45
GRÁFICO 4. Utilizaría vehículo propio 45
GRÁFICO 5. Realiza algún transbordo 46
GRÁFICO 6. Medios de transporte utilizados. 46
GRÁFICO 7. Viaja sentado. 47
GRÁFICO 8. Motivo por el cual elije este medio de transporte 47
GRÁFICO 9. Qué realiza mientras viaja 48

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. Puntuaciones medias de Clima Social Emocional, Bienestar Social y Valores 49
TABLA 2. Correlación entre Bienestar Social y Valores..... 52
TABLA 2.a Correlación entre Bienestar Social y Valores en usuarios de tren 53
TABLA 2.b Correlación entre Bienestar Social y Valores en usuarios de transporte automotor 54
TABLA 3. Correlación entre Bienestar Social y Clima Social Emocional 56
TABLA 3.a Correlación entre Bienestar Social y Clima Social Emocional en usuarios de tren y usuarios de transporte automotor 56
TABLA 4. Correlación entre Clima Social Emocional y Valores..... 57
TABLA 4.a Correlación entre Clima Social Emocional y Valores (puntajes totales) 59
TABLA 4.b Correlación entre Clima Social Emocional y Valores en usuarios de tren y en usuarios de transporte automotor 59
TABLA 5. Diferencias de rangos de Clima Social Emocional, Bienestar Social y Valores entre usuarios de ferrocarril y usuarios de colectivos 61
TABLA 6. Diferencias de rangos. Clima Social Emocional y horario de viaje de ida 63
TABLA 7. Diferencias de rangos. Clima Social Emocional y condición de comodidad de viaje 64
TABLA 8. Diferencias de rangos. Clima Social Emocional y motivo de elección del medio de transporte 64
TABLA 9. Diferencias de rangos. Clima Social Emocional y actividad durante el viaje..... 65
TABLA 10. Diferencias de rangos. Bienestar Social y horario de viaje de ida 66
TABLA 11. Diferencias de rangos. Bienestar Social y horario de viaje de vuelta 67
TABLA 12. Diferencias de rangos. Bienestar Social y condición de comodidad de viaje 68
TABLA 13. Diferencias de rangos. Bienestar Social y motivo de elección del medio de transporte 70
TABLA 14. Diferencias de rangos. Bienestar Social y actividad durante el viaje..... 71
TABLA 15. Tabla de contingencia. Motivo de elección del transporte en usuarios de tren y quienes no viajan en tren 73

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, en un contexto de profundo malestar en relación al servicio de transporte público de trenes de superficie, emergieron entre los usuarios distintas formas de expresar su disconformidad, sobrepasando los procedimientos institucionales en la resolución de los conflictos (Pérez, 2010).

Rebón et al. (2010), analizan que en un contexto general de distintas formas de difusión y confrontación frente a las problemáticas, y en particular de marcada disconformidad social con la forma de prestación del servicio de transporte ferroviario, surgieron una serie de hechos que requirieron la atención de los medios de comunicación masiva con diversas conceptualizaciones como "caos", "furia", "estallido" y "violencia".

Por un lado podemos detenernos a pensar que ante estas problemáticas se pone en juego el concepto de Clima Social Emocional, el cual refleja tanto lo que las personas piensan como lo que la mayor parte de las personas sienten en alguna situación, mediante juicios que se basan en las experiencias y observaciones personales, así como por lo que hacen y dicen los otros (Conejero, et al., 2004).

Para comprender las conductas tanto saludables como patológicas de las personas, es necesario que se las considere desde aspectos culturales, como los valores, creencias y expectativas, y de los procesos psicológicos que aquellos moldean (Zubieta, Delfino & Fernández, 2007).

El viaje en transporte público constituye una práctica social que influye en nuestra vida cotidiana, en la que se ponen en juego aspectos que forman parte de la realidad social, la interacción y la acción sobre el ambiente, como lo son los Valores Humanos, siendo bien caracterizados con el término *psicosocial*, por tener en cuenta la interacción entre lo social, el ambiente, la cultura, el trabajo, las creencias y los valores compartidos en un medio específico (Peiró, Prieto & Roe, 1996). Frente a la problemática abordada, en la que grupos de personas usuarias de transporte público que diariamente realizan esta práctica social (compartiendo una experiencia en común, en un contexto específico) manifiestan disconformidad ante determinados imprevistos del sistema de transporte ferroviario, es relevante considerar a los Valores Humanos, definidos por Schwartz (2001) como metas deseables, que sirven como guía en la vida de las personas y para regular el funcionamiento social, al tiempo que facilitan la adaptación a la realidad de una sociedad, expresándose a través del lenguaje propio de aquellos valores que intervienen en las relaciones interpersonales cotidianas y en la

comunicación. En suma, el estudio de los Valores Humanos en el marco del presente problema de investigación se legitima en tanto, podría pensarse (a modo de ejemplo ilustrativo) que valores tales como Seguridad, Tradición, Conformidad y Benevolencia (asociados básicamente al respeto y compromiso con normas institucionalizadas y a la limitación de acciones que pudieran generar malestar en otras personas; Castro Solano, 2005), podrían mecanizar a los usuarios de transporte público a manifestar mecanismos sobreadaptativos o de elevada tolerancia las condiciones negativas del sistema (siento entonces, generadores de estrés) como consecuencia de que los sujetos que portan este tipo de valores vinculados en mayor medida a la Conservación y a cierta tendencia restrictiva del cambio de conductas y actitudes.

Por otro lado, se visibiliza cierta percepción del Bienestar Social, definido por Keyes (1998), como la valoración que hacemos de las circunstancias y el funcionamiento dentro de la sociedad. El mismo destaca la necesidad de considerar lo individual y lo social, el mundo dado y el mundo intersubjetivamente construido, ya que ambos aspectos de la existencia, tienen relación con el bienestar y la salud.

Lo que se busca indagar a través de este estudio es la relación que existe entre el Clima Social Emocional, los Valores y el Bienestar Social entre usuarios de tren de la Línea General Roca y usuarios de colectivos, apoyándonos en los autores de disciplinas diversas, que investigaron acerca del malestar creciente en los usuarios del ferrocarril.

Gutiérrez (2009), argumenta acerca de lo que implica el viaje en una sociedad, considerándolo como una práctica social que implica una repetición de comportamientos sociales, en un contexto social, espacial y temporal específico. Frente a esta práctica que gran cantidad de personas realiza a diario, Pírez (1999) enfatiza que existiría un desligamiento a nivel social de la responsabilidad de cada ciudadano en el funcionamiento de la urbe como una condición de la vida en grupo. Y continúa con la idea de que este hecho, indicaría una pérdida de la capacidad social de decisión sobre los servicios y de poder social sobre un componente básico de las condiciones de la vida en la ciudad. Este contexto de malestar frente a la desmejora del servicio de transporte, no cesa con el pasar de los años, haciéndose manifiesto en la caída de la calidad de vida de los usuarios del ferrocarril metropolitano de pasajeros de Buenos Aires (Müller, 2015).

JUSTIFICACIÓN Y RELEVANCIA

La realización de esta investigación surge del interés de poder aportar nuevos conocimientos para el desarrollo de futuros proyectos o propuestas de mejora, principalmente en usuarios del tren Línea General Roca, ya que se registran investigaciones, que a continuación serán mencionadas, de los últimos años respecto de la disconformidad de los usuarios del servicio ferroviario metropolitano.

Rebón et al. (2010), en su investigación sobre las formas de disconformidad social que asumen un carácter de acción directa entre los usuarios del sistema público de transporte ferroviario de pasajeros del área metropolitana de Buenos Aires, plantean como hipótesis que la lógica estructurante de los hechos está centrada en expresar espontáneamente la disconformidad con las condiciones de prestación del servicio.

Siguiendo con la temática de malestar frente al servicio, Pérez (2010), en su investigación sobre la gestión del sistema ferroviario durante 1998 y 2004, observa entre algunos de los resultados, que en los últimos años en un contexto de profundo malestar en torno a la provisión del servicio de transporte público de trenes de superficie, comenzaron a aparecer entre los usuarios del sistema formas de expresar su disconformidad.

Por otro lado, Fuentes (2012), sostiene que frente a la imprevisibilidad del funcionamiento del tren que los usuarios conocen, los mismos desarrollaron alternativas de desplazamiento en automóvil, moto o colectivo, debido a los retrasos y ausencias sistemáticas del servicio ferroviario. Los usuarios, ante sus horarios desestabilizados por el mal funcionamiento del transporte del que dependen para desplazarse a través de la ciudad, se agrupan informalmente y sin organizarse, generando acusaciones y reclamos.

Resulta relevante investigar a los usuarios de ferrocarril, a partir de la hipótesis que sostiene que el uso de este medio de transporte influye en el Clima Emocional Negativo y en la percepción del Bienestar Social, al tiempo que los Valores pueden tener relación en la influencia de estas variables. Es posible apoyarse en el análisis de Pírez (1999), quien afirma que la prestación del servicio ferroviario es evaluada negativamente por la población usuaria, presentando la calificación más negativa entre el conjunto del transporte público de pasajeros. Tomando en consideración lo mencionado, y la caída en la calidad de vida de los usuarios del ferrocarril (Müller, 2015), resulta relevante la intervención de un equipo interdisciplinario, ya que para conocer esta problemática contribuyen diferentes disciplinas debido a determinados factores influyentes (i.e., económicos, políticos y demográficos); pero enfatizando en el

aspecto psicológico, se podrían llevar a cabo estrategias de intervención que tengan como objetivo mejorar las relaciones interpersonales (e.g., entrenamiento en habilidades sociales específicas), la comunicación y el afrontamiento de situaciones que de por sí generan un malestar general.

ESTADO DEL ARTE

Zubieta, Muratori y Mele (2012), realizaron un estudio sobre el bienestar y las emociones experimentadas en un determinado contexto social, relacionando el bienestar psicológico y social con el Clima Emocional, la percepción de problemas sociales y la confianza institucional. Seleccionaron una muestra de 947 sujetos de distintas ciudades de Argentina, reportando en el total de la muestra, buenos niveles de bienestar psicológico y social, una percepción de Clima Emocional Negativo, de baja confianza institucional y de alta percepción de problemas sociales. Respecto de la relación entre el bienestar social, la integración y aceptación social se asocian positivamente con el clima emocional positivo y la confianza en las instituciones, pero la segunda dimensión se relaciona, a su vez, de manera negativa con el clima emocional negativo y la percepción de problemas sociales. La dimensión actualización social del Bienestar Social se asocia de manera positiva tanto con el Clima Emocional Positivo como con la confianza en las instituciones y de forma negativa con el clima emocional negativo y la percepción de problemas sociales. Por último, la coherencia se relaciona negativamente con el clima emocional negativo y los problemas sociales percibidos y de manera positiva con la confianza en las instituciones.

Zubieta, Fernández y Sosa (2012), investigaron acerca del Bienestar, los Valores y las variables asociadas. Con el objetivo de indagar en la relación entre el Bienestar Psicológico, el Bienestar Social y los Valores, se realizó un estudio con individuos de distintas ciudades de Argentina. Analizaron también posibles diferencias en función de variables como el género, la edad, el estado civil, la práctica de una actividad informal o de ocio y la práctica religiosa. Los resultados reportados en este estudio dan cuenta de buenos niveles de bienestar en general aunque, al igual que lo hallado en estudios previos (Zubieta & Delfino, 2010; Zubieta, Muratori & Fernández, 2012) son más altas las medias en el bienestar psicológico que en el social. En lo que hace al primero, las esferas en que mejor se perciben los participantes son las de crecimiento personal y propósito en la vida; en el segundo, la percepción es mejor respecto de la contribución social, observándose un mayor déficit en la dimensión coherencia social. Los participantes perciben que tienen metas que le dan sentido a su vida y que el entorno les permite desplegar sus potencialidades, se sienten útiles. Sin embargo, al nivel del contexto, exhiben dificultad para percibir la organización del mundo social.

Martínez-Zelaya, Reyes, Muratori y Ruiz (2014), presentaron en el I Congreso de la Sociedad Científica Española de Psicología Social un estudio comparando en sujetos de diversos países (Argentina, Chile, Colombia, México y Euskadi) con el propósito de describir las estrategias de afrontamiento al delito utilizadas en cada uno de los países analizando en qué medida las distintas dimensiones del Bienestar Social, la percepción del Clima Social Emocional y los valores asociado, indican un afrontamiento de tipo prudente o extremo. Los datos recolectados señalan que el afrontamiento al delito funciona de manera diferente en cada contexto.

Rebón et al. (2010), investigaron acerca de la disconformidad social que asumen un carácter de acción directa entre los usuarios del sistema público de transporte ferroviario de pasajeros del área metropolitana de Buenos Aires, entre mediados de 2004 y fines del 2008. Este trabajo se basa en el análisis comparativo de los episodios de violencia colectiva ocurridos en las estaciones de Haedo (noviembre de 2005), Constitución (mayo de 2007) y Castelar (septiembre de 2008). Para aproximarse al conjunto de los hechos ocurridos durante el período bajo análisis, se construyó una base de datos con la totalidad de las notas que referían al transporte ferroviario metropolitano de pasajeros que fueron publicadas por un diario de circulación nacional. Dentro de esta base seleccionaron aquellas noticias que referían a hechos de disconformidad social protagonizados por usuarios. El análisis de los registros permitió identificar la relevancia en esta localización, de formas de disconformidad y la preeminencia de los "ataques de usuarios". Con los datos de la encuesta llevada a cabo hipotetizaron la presencia de una serie de representaciones y creencias: 1. La interrupción o la demora del servicio de transporte como "la gota que rebalsa el vaso", como un momento en que se supera el umbral de lo tolerable en relación a las habituales malas condiciones de viaje. 2. La empresa es sentida y vivida como responsable de la situación. 3. El ataque y las demostraciones de disconformidad expresan la posibilidad de mostrar la bronca con la situación, de hacerse oír y/o de castigar a los responsables. "Por lo menos que le cueste algo a la empresa" exclamaba un manifestante mientras atacaba a piedrazos los vidrios de un edificio cercano a la estación de Castelar. Quienes se interpongan pretendiendo defender a la empresa también pasarán a ser percibidos por los manifestantes como legítimos destinatarios de la indignación y el malestar.

Pérez (2010), estudió el servicio de transporte ferroviario urbano de pasajeros, en la década de '90, cuando fue transferido a concesionarios privados. Esta transferencia

se realizó declarando la necesidad de alcanzar “servicios eficientes”, con “tarifas adecuadas al nivel económico de los habitantes” y el “menor subsidio posible” para los operadores que se harían cargo de la prestación. Sin embargo, a quince años de concesionada la última línea de servicios, el modelo ha mostrado ineficacia en el logro de un equilibrio entre las metas planteadas. Así, entre algunos de sus resultados se observa que configuró condiciones favorables para la manifestación de hostilidades por parte de usuarios que, en ausencia de canales institucionales considerados efectivos para la resolución del conflicto, expresan su disconformidad con la forma de prestación del servicio a través de la violencia colectiva.

Gutiérrez & Kralich (2005), hicieron un análisis sobre la evolución del transporte alternativo en la región metropolitana de Buenos Aires entre 1993 y 2003. Su trabajo surge a partir de la experiencia recogida en investigaciones previas, relativas a la movilidad cotidiana en la RMBA (Red Metropolitana de Buenos Aires), a partir de la observación de la creciente importancia que cobraba la prestación de dichos servicios, particularmente para la cobertura de tramos inter jurisdiccionales radiales, es decir, los que conectan la ciudad capital con los suburbios. La crisis verificada en los últimos años, que tuvo su culminación a fines del 2001 (inflación, devaluación, desocupación, subocupación, etc.), entre otros efectos redujo la tasa de movilidad, retroalimentando un círculo vicioso en el que la menor demanda (y por añadidura mayores costos operativos) conllevó el deterioro de las prestaciones (incluso desaparición de líneas, aún en zonas de buena accesibilidad), que a su vez retraen nuevamente la demanda. El proceso responde en suma a diversas causas; desde el punto de vista del usuario de clases media baja y baja, por la desproporción de los presupuestos de transporte; por la merma y deterioro de la oferta de transporte público (espaciamiento de las frecuencias y aún su inexistencia en horario nocturno, así como la saturación de las unidades en horas pico (en las que viajan mayor cantidad de usuarios) y el incremento de la inseguridad. Con referencia al contralor por parte de los organismos y agencias responsables, se advierten dificultades para realizar los controles requeridos, mientras que las falencias y rigideces reglamentarias y de gestión, dificultan la consecución de equilibrio entre el resguardo del sistema de transporte público y la genuina y hasta acuciante necesidad, tanto de trabajar y percibir ingresos (oferta), como de disponer de servicios alternativos que cubran las falencias del sistema de transporte convencional.

Schweitzer (2008), plantea como objetivos aproximarse a las transformaciones del sistema ferroviario que se vienen desarrollando en los últimos años. Para ello, parte de una mirada de la situación del sistema ferroviario hasta principios de siglo, para luego ver los avances que se fueron realizando en los últimos cinco años. Finalmente, se reflexiona sobre la situación actual y sobre la tendencia que se viene desarrollando en materia de política ferroviaria.

Pírez (1999), analiza la gestión de los servicios urbanos en Buenos Aires en los últimos cien años, estudiando sus efectos en la calidad de los servicios metropolitanos. Identificó tres modelos; el primero, caracterizado como descentralizado-privado, vigente desde los primeros años hasta casi mediados del siglo; el segundo, centralizado-estatal, que se prolongó hasta fines de los años ochenta; y el tercero, centralizado-privado iniciado a comienzos de los años noventa. El análisis permite relacionar la gestión de los servicios con el deterioro de la ciudad y explicar su mejoría en el último período, junto con la transferencia a las empresas privadas de un gran poder social sobre los servicios. Se presenta una incógnita sobre el futuro, en particular, porque el mencionado distanciamiento de los actores sociales respecto de los servicios y su gestión no parecen haber sido superados. Será necesario un ejercicio de los derechos de los usuarios y de las posibilidades reguladoras y de control existentes para que la sociedad local se responsabilice de los servicios de los que depende la calidad de vida de la ciudad y, con esa base, utilice los instrumentos existentes y proponga modificaciones en ellos.

CAPÍTULO I. Transporte público en Argentina

1.1 Sistema de transporte público en Argentina

1.1.1 Sistema de Transporte.

El Departamento de transporte (2014 citado en Martínez, et al. 2014), define al sistema de transporte como un *"conjunto de instalaciones fijas (redes y terminales), entidades de flujo (vehículos) y un sistema de control que permiten movilizar eficientemente personas y bienes, para satisfacer necesidades humanas de movilidad"* (p.7).

1.1.2 Surgimiento del transporte de pasajeros.

El surgimiento del transporte acontece de la demanda que surge a partir de las necesidades en cuanto al funcionamiento social, incluyendo la circulación de personas, bienes y servicios, por lo cual se denomina al transporte como una "demanda derivada". Las funciones básicas del sistema de transporte tienen que ver con la movilidad teniendo en cuenta la seguridad, comodidad, rapidez y economía en la circulación y el acceso que tienen las personas y vehículos a cualquier parte del país. Otro punto a tener en cuenta es la diferencia en cuanto a la demanda entre distintos sectores del país, momentos de año y horas del día, lo cual genera una dificultad en cuanto a las plataformas, si frente a la demanda cambiante se encuentran suficientemente preparadas (Martínez, De Cristófaro, Sánchez, Hantke & Díaz, 2014).

1.2 Transporte terrestre de pasajeros

El servicio de transporte terrestre se puede clasificar en automotor y ferroviario. Por un lado, el transporte automotor puede distinguirse en transporte urbano como el caso de los colectivos y también en automóvil particular, taxi, remis, y ómnibus de larga distancia. Por otro lado el transporte ferroviario, que puede subdividirse en ferrocarriles metropolitanos y subterráneos (Martínez et al, 2014).

1.2.1 El ferrocarril, recorrido histórico.

Se considera al ferrocarril como el medio de transporte fundacional en Argentina. Con los años se ha problematizado el uso y desarrollo de este medio de transporte pero ha cumplido un papel fundamental como medio para el desarrollo económico, político y social en los comienzos del Estado-Nación. El primer ferrocarril de Argentina fue creado en 1857, siendo nombrado Ferrocarril del Oeste, antecesor de

la línea Sarmiento, había sido financiado por la provincia de Buenos Aires con una extensión de 9,8 km de vías. Luego en 1864 recibió el aporte de capitales ingleses (Müller, 2015).

Müller (2015), relata sobre el recorrido histórico, en el que los primeros 25 años hubo un desarrollo lento expandido hasta la Primera Guerra Mundial, acompañada de la inversión privada. El crecimiento siguió, de manera más moderada los 40 años siguientes por compromiso estatal y finalizando la década de 1950 se llegó al mayor desarrollo del sistema, obteniendo casi 44.000 km de líneas. El Estado Nacional, se hizo cargo del control pleno del sistema a partir de 1947 finalizando este proceso pasados 4 años.

La cantidad de coches de pasajeros se acrecentó un 4% de 1936 a 1948 y la demanda de pasajeros fue creciente en un 150% pero con peores condiciones de viaje, especialmente en el caso del ferrocarril metropolitano, dado que no se realizaron modificaciones relevantes entre esos años.

En 1957 se estableció una única empresa ferroviaria estatal. De esta forma, comenzó un proceso en el que el ferrocarril se renovó y modernizó, a través de mejoramientos en la maquinaria, como el paso de la tracción al modo diesel, sobre todo en el ferrocarril metropolitano.

El tráfico de pasajeros en la Región Metropolitana de Buenos Aires mostró una caída, después de la segunda mitad de la década de 1950 (el valor máximo de tráfico se alcanza en 1958; el cual nunca fue superado posteriormente); esta caída es un reflejo estadístico de la evasión en el pago de pasajes y falta de control, que podría representar en promedio un 25-30% de los pasajes (Müller, 2013).

En la década del 60, se desarrolló un proceso de reajuste, que redujo gradualmente la presencia y capacidad de la actividad, tanto en la red de ferrocarril como en sus servicios. Pasó a centrarse en la atención de cargas masivas y pasajeros de líneas troncales; de lo cual solo el servicio metropolitano de Buenos Aires, mantiene la configuración que se había logrado para 1950. Este reajuste se aligeró durante la gestión de la última dictadura militar y también por las reformas económicas de 1990, en las que se redefinieron cuestiones institucionales y se sustituyó la empresa estatal por concesionarios privados. Gran parte de las concesiones se han restituido al estado en los últimos 10 años (Instituto del transporte, 2011).

Actualmente, el ferrocarril sólo cumple una función importante en el caso del transporte metropolitano de Buenos Aires y la gran desmejora del servicio que fue

evidente en la última década no fue generadora de grandes situaciones críticas, aun siendo innegable la caída en la calidad de vida de los usuarios (Müller, 2015).

Müller (2013), desarrolló un estimativo que para 2006, período en el que el ferrocarril metropolitano mantenía todavía cierta calidad en los servicios, cerca del 20% de los viajes que ingresaban desde el Conurbano Bonaerense a la Ciudad de Buenos Aires se realizaba por ferrocarril.

1.2.1.1 Red ferroviaria del Área Metropolitana de Buenos Aires.

La red ferroviaria del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) cuenta actualmente con una extensión de 828 km, teniendo más de 250 estaciones y 4 terminales. Cuenta con 7 líneas que van desde el Gran Buenos Aires (GBA) hacia la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA).

Líneas Mitre y Belgrano Norte, abarcan la zona norte del AMBA. Las líneas Sarmiento, Urquiza y San Martín se extienden a la zona oeste. Por último, las líneas Roca y Belgrano Sur comprenden la zona sur del conurbano. Por dicha red de ferrocarriles metropolitanos circula una flota de 1.400 coches y alrededor de un millón de pasajeros por día (CNRT, 2015).

Figura 1

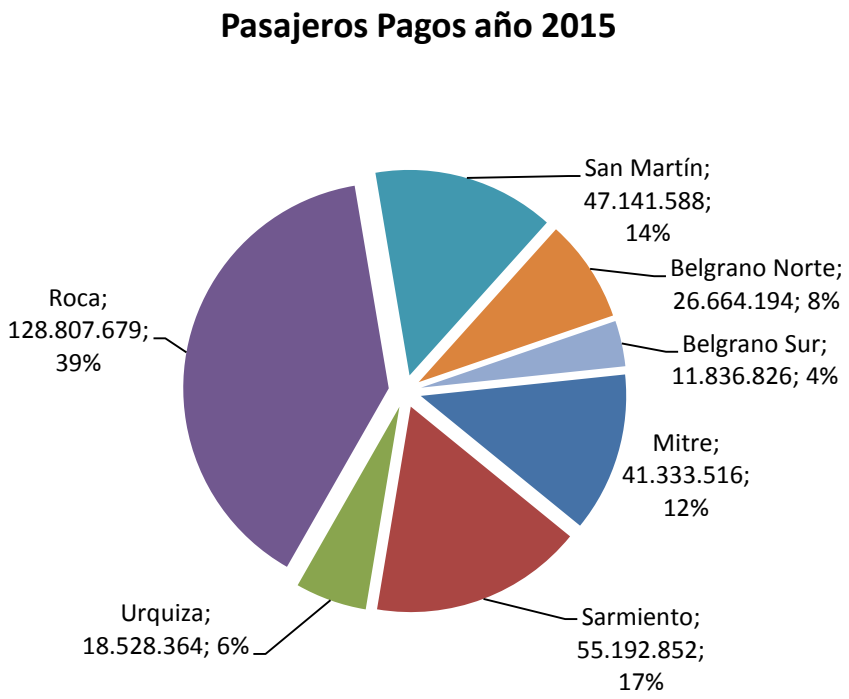


Fig. 1. Extraída de (CNRT, 2015)

1.2.1.2 Línea Ferrocarril General Roca.

Es de nuestra importancia la línea que conecta GBA Sur, con CABA, específicamente el Ferrocarril General Roca (FCGR). Como indican los datos de la Comisión Nacional de Regulación del Transporte (CNRT), es la línea que mayor cantidad de pasajeros transporta. En el sur del área metropolitana de Buenos Aires, la empresa UGOFE cuenta con trenes de pasajeros de cinco ramales; Constitución - La Plata, Constitución - Cañuelas, Constitución - Alejandro Korn, Temperley - Haedo y Temperley - Bosques.

1.3 Surgimiento de alternativas del ferrocarril

A partir de la década del 30, se comenzaron a construir cada vez mas caminos, de forma paralela a las vías, apareciendo un competidor del ferrocarril (Müller, 2013).

El estado le empezó a dar prioridad, dedicando recursos y subsidios a la inversión vial dando lugar al uso masivo del transporte automotor, aumentando así la accesibilidad de la población. Debido a la inversión en la red de caminos pavimentados, en 1960 se llegó a unos diez mil kilómetros, duplicándose hacia finales de esa década.

A partir de este momento, se fortaleció el transporte automotor como una alternativa que era competente técnica y económicamente, frente a lo cual muchos estuvieron de acuerdo y otros sostuvieron que esto sólo generó un impedimento en el aprovechamiento de las potencialidades que podía lograr el modo ferroviario, al no estar en claro que este proceso devenía de intereses específicos vinculados a la industria automotriz y al desarrollo de redes viales.

Müller (2010), relata que el autotransporte de jurisdicción provincial y municipal fue tomando buena posición, en parte por las ventajas técnicas, que fueron dando lugar a vehículos cada vez más eficientes y confortables y fueron mejorando los accesos a la Región Metropolitana de Buenos Aires. Colaboró en este crecimiento, el estancamiento del ferrocarril, alcanzando para la década del ´80 tiempos de viajes similares a los de los mejores servicios de ferrocarril, que ya ni los lograba en esa misma época.

1.4 Transporte público de colectivos

El surgimiento del colectivo (denominado así por ser un transporte colectivo) en la Ciudad de Buenos Aires se remonta a 1928, cuando un grupo de taxistas se propusieron realizar un recorrido fijo, con un anuncio en un cartel en la parte delantera, permitiendo subir a más de un pasajero. Se considera su nacimiento como consecuencia

de la baja de los viajes en taxis en esa época, debido a la gran competencia con los ómnibus y tranvías (ECYT-AR).

Es importante aclarar, que en 1922 se había creado la primera línea de ómnibus de larga distancia la cual dio un servicio regular en la ciudad. A partir de ese momento se habían creado varias compañías y a fines de 1923 se aprobó la ordenanza general sobre el servicio de ómnibus. En esos años, crecían las empresas de ómnibus y hasta el momento el tranvía fue durante 20 años el único medio masivo de transporte (El esquiú, 2010). En este contexto, los taxistas fueron atrayendo clientes, realizando traslados, como por ejemplo del hipódromo a las canchas de futbol los domingos, cobrando una tarifa fija a cada usuario.

En 1928, surgió la idea de que el "auto-colectivo" sea un hecho, circulando la primera línea de la ciudad en Septiembre de 1928. Trasladaban hasta 5 pasajeros y el boleto se cobraba al llegar al destino.

Martínez et al (2014) describen que en la gran mayoría de los centros urbanos, las personas viajan en transporte colectivo diariamente. El servicio se presenta reducido en las zonas alejadas de las grandes urbes y más frecuentes en los centros más poblados como el centro de la Capital Federal. En puntos específicos de gran cantidad de población, el tráfico que se genera en horas pico sobre todo, repercute en las malas condiciones de viaje y extensas demoras.

A través de datos constatados, Müller (2010), afirma que en la década del ´80 el sistema se mantuvo con un bajo crecimiento. A partir del año 2004, se produce una gran expansión, la cual no era esperada, una alta demanda de pasajeros, que llega a un valor record en el año 2007.

Actualmente, las líneas de 1 a 199 de colectivos, son las que circulan dentro de la Ciudad de Buenos Aires o la conectan con los municipios. El control de los servicios está a cargo exclusivamente de la Comisión Nacional de Regulación del Transporte (CNRT), mientras que la regulación la comparte con la Secretaría de Transporte de la Nación. Aquellos colectivos que conectan dos o más municipios, pero no ingresan a CABA (líneas 200 a 499), son de competencia provincial, y su control está a cargo de la Dirección Provincial de Transporte de la provincia de Buenos Aires. Por otra parte, a cada jurisdicción municipal responden los servicios prestados por las líneas comunales que no salen del municipio (líneas 500 en adelante) (Poder ciudadano, 2009).

1.5 Situación actual del transporte público de pasajeros

Szenkman (2015), desarrolla que en el último tiempo, la red de transporte del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) creció de forma exponencial, evidenciándose en datos que muestran desde el año 2003 al 2013, una suma de casi un millón de pasajeros por día. El automóvil particular, de ser poco utilizado, pasó a ser parte del 60% de los viajes, generando así un crecimiento del 80% de tráfico en los accesos a la Ciudad de Buenos Aires. En el caso de los ferrocarriles metropolitanos, se observó una evidente caída, cercana al 40% en la cantidad de pasajeros pagos transportados. Por otro lado, el transporte colectivo creció más de un 30%, generando un 80% de los pasajeros del transporte público metropolitano.

Entre el año 2003 hasta 3 años atrás, la demanda del transporte aumentó un 15%, explicándose en el aumento del uso de colectivos, ya que el uso de los ferrocarriles bajó un 10%.

En estos últimos tiempos, el ferrocarril no forma parte de una alternativa importante, debido a la gran desmejora en los tiempos de viaje, el mal estado de la infraestructura. Últimamente, se implementaron regulaciones para control, mejoramiento y cierto seguimiento en el servicio de transporte público. Se llevó a cabo un Sistema Único de Boleto Electrónico, denominado tarjeta SUBE, con el fin de generar beneficios como, la ganancia de tiempo, comodidad, evitar falta de cambio y de monedas y una mejora del medio ambiente por una menor utilización del papel. También, en el caso del transporte de colectivos, el Estado otorga subsidios para el gasoil y se sancionó en el año 2013, la resolución 843/2013 que establece que todas las unidades cero kilómetro que se habiliten en el Servicio Público Urbano por Automotor de Jurisdicción Nacional, deberán estar equipadas con Aire Acondicionado, generando una mayor comodidad para los pasajeros (Martínez et al, 2014).

CAPÍTULO II. Clima Social Emocional

2.1 Clima emocional

El concepto de clima emocional hace referencia a las emociones colectivas que predominan en un contexto social, determinando que son aquellas que se generan a través de la interacción de los miembros de un grupo en un entorno en particular, descartando que sea la simple suma de emociones individuales (De Rivera & Páez, 2007).

En las últimas décadas, la psicología social, como la ciencia política y la sociología fueron dando importancia a lo cognitivo, desde una perspectiva más amplia tomando aspectos de la cognición y de la emoción. Esta inclinación se da a partir del reconocimiento de que las emociones cumplen un rol fundamental en el ser humano y el análisis de su comportamiento es necesario para entender las conductas tanto individuales como colectivas (Bar-Tal, Halperin & De Rivera, 2007).

En un determinado ámbito social se involucran emociones, normas y creencias sobre las relaciones interpersonales y de los grupos (Conejero et al., 2004; De Rivera & Yutserver, 2010; De Rivera, 1992; De Rivera, Kurrien & Olsen, 2007; Espinosa, Herschkowicz & Genna, 2011; Zubieta et al., 2008).

Conejero et al (2004), sostienen que el clima emocional refleja tanto lo que las personas piensan como lo que la mayor parte de las personas sienten en alguna situación, mediante juicios que se basan en las experiencias y observaciones personales, así como por lo que hacen y dicen los demás. Ruiz (2007) y Zubieta et al. (2008), remarcan que de esta manera, se forman realidades tanto subjetivas como intersubjetivas y Fernández-Dols et al. (2007), agregan que por medio de éstas, se posibilita el acceso a ciertas emociones mostrando el ambiente social que predomina.

El delineamiento del clima emocional abarca, por un lado la sensación de seguridad de las personas, el sentimiento de comodidad en el compartir de determinadas creencias y también la experimentación de rabia y desesperanza frente al gobierno o el sentimiento de esperanza en el futuro de su país, así como también, involucra la confianza y el respeto entre los individuos dentro de la sociedad (De Rivera et al. 2007).

Continuando la idea de los autores, el clima emocional es un afecto colectivo que se presenta en la interacción de los individuos, como respuestas colectivas a sus condiciones económicas, políticas y sociales.

Barbalet (1998) (citado en Zubieta, 2014), señala que una emoción colectiva puede llevar a una acción común con objetivos grupales aún cuando cada persona del grupo experimente personalmente distintas emociones.

2.1.1 Modelos de clima emocional.

Existen tres modelos posibles de cómo se constituyen los climas.

1) En el primero las emociones son consideradas como respuestas episódicas a las situaciones. Se toma al clima emocional como establecido por una serie de situaciones con una carga emocional y por las emociones predominantes.

Siguiendo este modelo, el clima se basa en la elección de la percepción de las situaciones, pudiéndose observar manifiestas, las normas y convenciones sociales desde las reacciones que se esperan emocionalmente, lo que debe guiar al comportamiento o lo que puede ser utilizado para justificar la conducta, más allá de lo que realmente se esté experimentando (Fernández-Dols, Carrera, Hurtado de Mendoza & Oceja, 2007).

2) En el segundo modelo, las emociones pueden verse como procesos que afectan a las relaciones, en cuanto a la identificación y la formación de grupos. De Rivera (1977), sostiene que estos procesos funcionan como una forma de preservación de la identidad y los valores. Desde este punto de vista, las relaciones sociales son emocionales.

Smith (1994) (citado por Zubieta, 2014), refiere que en la conformación de las sociedades modernas, se dan diferentes maneras, algunas en función de las burocracias estatales mientras otras en función de la identificación étnica, pero en ambos casos las identificaciones emocionales con símbolos colectivos mantiene una sociedad unida, siendo parte de aspectos importantes de la identidad individual.

3) Finalmente, según Valsiner (2001) (citado en Zubieta, 2014), el clima emocional puede ser visto como un campo de emociones abstracto que se centra en una narrativa colectiva y signos que se asocian a la misma. Dejando a un lado la mirada del clima emocional orientado a las emociones episódicas o como aspectos de las relaciones, dentro de una nación se lo considera como un campo de signos, símbolos y sentimientos que se han ido creando a partir de las historias que son relatadas con gran importancia frente a las situaciones económicas, sociales y políticas actuales de cada sociedad.

2.2 Emociones desde un aspecto subjetivo y colectivo

De Rivera (1992), sostiene que las emociones colectivas se van construyendo socialmente y tienen la característica de ser objetivas, es decir que se manifiestan de forma paralela a los sentimientos subjetivos de los individuos, desempeñando de esta forma, una función social.

Se puede hablar del clima emocional desde diferentes miradas, entendiéndolo objetivamente como un conjunto de emociones que predominan y reflejan la unión de una sociedad. Desde un punto de vista más bien subjetivo, se puede mencionar un agrupamiento de sentimientos que son captados por los individuos de un grupo pero existe en paralelo al sujeto. Estas emociones predominantes, se presentan en una sociedad en un momento determinado de su historia y hasta puede definir ese tiempo histórico.

Páez et al. (1997), agregaron sobre el clima emocional, que es como un estado anímico a nivel colectivo, que se manifiesta por un modo afectivo, por la repetición de emociones especificas y una mirada y representación social sobre el mundo, el futuro y algunas conductas que tienen que ver con emociones que son marcadas a través de las interacciones entre las personas.

El clima se puede considerar un compuesto a partir de las normas sociales de cómo las personas deben sentirse, poniendo énfasis en las convenciones de cómo se deben expresar las emociones, más que en la percepción misma de las emociones sentidas (Fernández-Dols, Carrera, Hurtado de Mendoza & Oceja ,2007). Seguido a esto, se puede afirmar la existencia de campos afectivos colectivos, que son descriptos por Valsiner (2001 citado por Zubieta, 2014), sosteniendo que afectan a diferentes personas de distinta manera, como por ejemplo, una fiesta puede generar alegría y excitación en algunas personas, mientras en otras ansiedad y que otros sujetos reaccionen con depresión.

El modo colectivo de las emociones, la atmosfera y clima emocional, son considerados como procesos psicosociales específicos por: a) Su contenido sociotrópico, ya que están cargados de creencias, emociones y conductas relacionadas con grupos e instituciones sociales; b) Su origen colectivo, tienen causas sociales; c) Porque son compartidos y se distribuyen en colectivos sociales y d) Por sus funciones adaptativas en el plano social e individual (Páez et al., 1996; de Rivera & Páez, 2007).

2.2.1 Emociones Sociales.

De Rivera (1992), diferencia tres tipos de emociones sociales. Por un lado, la atmósfera emocional, la cual se presenta cuando quienes forman parte de un grupo ponen su atención en un episodio común que afecta a las personas como miembros del grupo, manifestando la cohesión grupal y tiene un papel importante en la conformación de los movimientos sociales (Collins, 2001 citado en García Mazzieri, 2011).

Por otro lado, la cultura emocional, que refiere a la forma en que un pueblo piensa y denomina las experiencias emocionales y también a las normas que controlan las condiciones en que las emociones deben ser sentidas y la manera en que las personas deben actuar con respecto a la expresión de estas emociones. Estas culturas se mantienen hasta un cambio social significativo (Denison, 1928 citado en García Mazzieri, 2011).

Por último, el clima emocional social, el cual refiere a un estado de ánimo colectivo, caracterizado por la preponderancia de determinadas emociones, representando el mundo social, el futuro y algunas conductas que se relacionan directamente a las emociones que son marcadas por las interacciones sociales, en un contexto social, político y sociohistórico y en un momento determinado (De Rivera 1992; Páez, et al., 1997).

El clima social es una forma de opinión pública, en la que se ponen en juego emociones, normas y creencias sobre las relaciones emocionales que mantienen los individuos y los grupos de personas en un contexto social enmarcado (De Rivera & Yutserver, 2010).

En el contexto específico que se vivencia, caracterizado por estados emocionales de la situación social, se van generando atmósferas socioemocionales. Las emociones generan realidades subjetivas que intervienen en el comportamiento de cada persona, y de esta manera se forma una red de relaciones duraderas o frágiles que van a cumplir una función relevante en la integridad física y psíquica del sujeto y también la contribución en la sociedad con el paso del tiempo (Blanco & Díaz 2005; Zubieta, Delfino & Fernández, 2008).

Ubillos, Mayordomo y Basabe, (2005), afirman que el clima emocional es por un lado un proceso macro social pero también microsocial, por el hecho de que contiene un comportamiento común o cotidiano y está relacionado a los efectos que genera a nivel colectivo, una emoción dominante. Se pueden asociar las emociones que predominan con las percepciones y creencias que se comparten en las interacciones sociales y que influyen de forma directa en el accionar colectivo. Los distintos climas

que se generen, pueden estar definidos por el tipo de estado de ánimo que prevalece en un grupo social (e.g., emociones predominantes de miedo o temor, enojo, desesperación, tienen relación con un clima social negativo; y sentimientos de seguridad, confianza y respeto, se relacionan directamente con el clima social positivo). El clima social que predomine, manifiesta lo que los sujetos consideran que la mayor parte de las personas siente, en cuanto al funcionamiento del contexto, teniendo en consideración la comunicación interpersonal y el momento vivido, afirmando de este modo que las emociones que se sienten en relación a objetos sociales, organizan emociones colectivas que tienen que ver con conductas y con la contribución social.

De Rivera, Kurrien y Olsen (2007) concluyen en que frente a las preguntas referidas a cómo se siente o qué es lo que siente la gente, sus respuestas están menos afectadas que aquellas preguntas que apuntan a los sentimientos personales.

Páez et al. (1997), sostienen que los climas emocionales, están influidos por situaciones objetivas, cambios a niveles institucionales y en políticas públicas que generan experiencias compartidas.

CAPÍTULO III. Bienestar social

3.1 Bienestar

El bienestar desde la mirada psicológica, se estudió a partir de dos grandes tradiciones (Keyes, Shmotkin & Ryff, 2002); por un lado la hedónica, caracterizada por el estudio del bienestar subjetivo y la tradición «eudaemónica», centrada en el bienestar psicológico. La primera, resumida por Diener (1994 citado en Blanco & Díaz, 2005), de cómo y porqué las personas experimentan su vida de forma positiva, incluyendo tanto juicios cognitivos como reacciones afectivas. Mientras que la segunda, centrada en el bienestar psicológico, como resumen Blanco y Díaz (2005), ha sido estudiada más recientemente enfocando el interés en el desarrollo personal, el estilo y la forma de afrontar las pruebas de la vida cotidiana y en el esfuerzo para ir por nuestros objetivos. Ryff (1989) propone seis dimensiones del bienestar psicológico, que se reiteraron más tarde (Ryff & Keyes, 1995): Autonomía, objetivos vitales, autoaceptación, relaciones positivas con otros, dominio ambiental y crecimiento personal.

Estas formas de ver al bienestar psicológico, presentan el riesgo de mostrar la imagen de sujeto aislado del medio, buscando una satisfacción general y la felicidad y crecimiento personal al margen del entorno en el que se encuentra. Aunque no se ha enfatizado en ello, ambas tradiciones vinculan el bienestar con el contacto social y las relaciones interpersonales (Erikson, 1996), con el arraigo y los contactos comunitarios, con los patrones activos de amistad y la participación social (Allardt, 1996), con el matrimonio, la familia y el contacto social (Diener, 1994), con los recursos sociales (Veenhoven, 1994), con las relaciones positivas con los demás (Ryff & Keyes, 1995; Keyes, Shmotkin & Ryff, 2002), con el funcionamiento social (Smith et al., 1999).

Allardt (1996), ha dado más importancia a un enfoque sobre las necesidades básicas, condiciones sin las que las personas no podrían sobrevivir, relacionarse con otras personas y evitar el aislamiento. Estas condiciones serían; *tener*, relacionado con la supervivencia; *amar*, refiriendo a la necesidad de relacionarse con los otros y formar entidades sociales; y por ultimo *ser*, relacionado con la necesidad de ser parte de la sociedad y vivir armoniosamente con la naturaleza.

3.2 Bienestar asociado a aspectos sociales

El bienestar relacionado a necesidades sociales, problemas y aspiraciones colectivas, de acuerdo con Casas (1996), es el que se inscribe en el desarrollo sobre bienestar social, considerando relevante lo individual y lo social, el mundo que es dado

y el cual es construido de manera intersubjetiva, en contacto con otras personas, con la naturaleza y teniendo en cuenta la historia. Apoyándose en Vygotski (1978), las dos caras de la existencia, tienen relación con la salud física (Cabañero et al., 2004), con la salud cívica, con el capital social, y sobre todo, con la salud mental (Keyes & Shapiro, 2004).

3.2.1 Necesidades y problemas sociales.

Casas (1996), sostiene que las intervenciones sociales que se desarrollan son, en principio, a partir de la identificación de una necesidad social o de un problema social.

La mayoría de los problemas y las necesidades sociales provienen de situaciones sociales con cierta complejidad, en las que intervienen muchas variables, y que generalmente conllevan conexiones difíciles de controlar. Estas realidades sociales son valorables o computables por aproximaciones a través de indicadores sociales o psicosociales (Casas, 1996). Evaluando estos indicadores, se pueden desglosar; que existe un problema o necesidad, es decir, una situación no deseada o que existen suficientes factores de riesgo, prediciendo una emergencia en un futuro, una situación alarmante.

Las investigaciones psicosociales de la salud y el bienestar consideran a los procesos salud/enfermedad, teniendo en cuenta las interacciones del individuo con el medio (Basabe, 2004). Se intenta incluir además de los aspectos psicológicos, los criterios sociales del bienestar, frente a la importancia de considerar tanto lo individual como lo social, lo que es dado y aquello que se construye en las interacciones con los demás y con el mundo.

3.3 La importancia de lo social

Durkheim (1928), genera una propuesta que toca distintos puntos: a) por un lado, los fenómenos mentales tienen directa relación con causas sociales y conforman de esta manera, fenómenos colectivos; b) las causas de los mismos están centradas en la "constitución moral" de cada sociedad y se manifiestan en la cotidianeidad de lo colectivo que atraviesa de manera inevitable a los sujetos; c) tienen que ver con una tristeza y melancolía de tipo colectiva, con alteraciones de la sociedad que entran en la conciencia de las personas desde afuera, poniendo énfasis en que los estados sociales son externos del individuo; d) dichas corrientes de tristeza y melancolía surgen de la asociación entre los individuos, sus modos y estilos de relaciones; e) cuando la organización social no alcanza una integración de manera que los sujetos no se

encuentren dependientes de ésta, cuando no genera que el individuo se sienta unido, la salud mental corre el riesgo de dañarse definitivamente (Durkheim, 1928, p. 418).

El trastorno mental generado por la alteración debido a la falta de integración a nivel social, concluye en que "la única forma de remediar el mal es dar a los grupos sociales bastante consistencia para que mantengan más firmemente al individuo, y que éste, a su vez, se sostenga unido a ellos" (Durkheim, 1928, p. 418).

3.4 Bienestar social Keyes (1998)

El bienestar social de Keyes (1998), es definido como la valoración que hacemos de las circunstancias y el funcionamiento dentro de la sociedad y está compuesto por cinco dimensiones (Blanco & Díaz, 2005; Keyes, 1998; Keyes & Shapiro, 2004):

1) *Integración social*. Tiene que ver con la evaluación de la calidad en las relaciones que mantenemos con la sociedad y con la comunidad. Las personas con alto bienestar social se sienten parte de la sociedad, cultivan el sentimiento de pertenencia y generan lazos sociales con la familia, amigos, vecinos y otros grupos sociales.

2) *Aceptación social*. Refiere a la presencia de confianza, aceptación y actitudes positivas hacia los demás, como atribución de honestidad, bondad, amabilidad, capacidad y el reconocimiento de los aspectos positivos y negativos de nuestra propia vida.

3) *Contribución social*. Es el sentimiento de ser útil, de que se es un miembro vital de la sociedad y que se tiene algo para ofrecer al mundo. Tiene que ver con el provecho, eficacia y aportación al bien común.

4) *Actualización social*. La concepción de que la sociedad y las instituciones que la conforman son unidades eficientes, que se movilizan en una determinada dirección relacionada a la obtención de metas y objetivos de los que podemos beneficiarnos. Hay cierta confianza en el progreso y en el cambio social. Existe la seguridad en el futuro de la sociedad, en su capacidad de crecimiento y de desarrollo y para producir bienestar.

5) *Coherencia social*. Es la percepción de la cualidad, organización y funcionamiento del mundo social, e incluye el involucramiento por enterarse de lo que ocurre en el mundo. La sensación de que se es capaz de comprender lo que sucede en el contexto en el que vivimos.

CAPÍTULO IV. Valores Humanos

4.1 Valores

Para abordar el estudio de los valores, en principio podemos mencionar las diferentes disciplinas desde las cuales son abordados; desde lo sociológico, psicológico, antropológico o filosófico. Sin embargo, se puede decir que su estudio se aborda desde una perspectiva psicológica o sociológica, en mayor medida. Desde la perspectiva psicológica, los valores son de utilidad para conocer las prioridades que orientan a las personas en la toma de decisiones y en las actitudes. Desde el punto de vista sociológico, los valores sirven para comparar y describir ciertas particularidades de cada cultura y grupo social. El autor pone interés en un punto de vista que media entre los dos anteriormente mencionados: la psicología social, ya que tiene en cuenta el fuerte componente social, a pesar de que los valores residen en los individuos (Molero, 2003).

Desde la postura filosófica, los valores fueron estudiados desde las virtudes, teniendo en consideración una visión ligada a la ética y a la moral, las preferencias de las personas, correspondiéndose al comportamiento humano individual y concreto (Barylko, 2000).

4.1.1 Perspectiva social de la teoría de los valores.

Los valores no pueden estudiarse sin ser analizado el contexto social, ya que según Rockeach (1973), no existen de forma aislada y las actitudes o conductas de los individuos, generalmente, no son en función de un solo valor.

4.1.2 Modelo de estilo psicológico.

Sánchez Canovas y Sánchez López (1994), proponen el modelo de estilo psicológico, teniendo en cuenta que un mismo individuo actúa de manera diferente en las distintas situaciones que se le presentan. Los mismos autores, aseguran que a nivel cultural, los valores son considerados como variables dependientes, que resultan de distintos factores, tanto sociales como políticos y económicos, teniendo en cuenta además el tiempo como una variable, ya que puede haber similitudes en el comportamiento del individuo en las distintas situaciones. Entonces, desde este punto de vista, los valores tienen que ver con el ser humano en relación con una situación determinada, el tiempo y el tipo de respuesta, sirviendo como base para el estudio de la conducta humana.

4.1.3 Perspectiva psicosocial.

Teniendo en cuenta la idea de Ross (2001), de cualquier manera que se aborde el estudio de los valores, se puede percibir que existe un nivel psicosocial distintivo. A finales del siglo XX se comenzaron a integrar teorías del modelo cultural con el análisis de los valores a nivel individual, teniendo como meta, descubrir espacios y significados comunes para llegar a una comparación considerada, entre sujetos y grupos sociales.

El estudio de los valores, abarca muchos factores, no pudiéndose limitar a la actividad del sujeto. Hay que tener en cuenta para su estudio que también forma parte; la realidad social, la interacción social y la acción sobre el ambiente. Entonces, se lo define así, psicosocial, ya que se tiene en cuenta la interacción entre lo social, el ambiente, la cultura, el trabajo, las creencias y los valores compartidos en un medio específico, otorgándole importancia al concepto de sistema de valores colectivos (Peiró, Prieto & Roe, 1996).

Zubieta, Delfino y Fernández (2007), sostienen que las conductas de todos los individuos ya sean las denominadas saludables o las que se entienden como patológicas, tendrían que ser consideradas como consecuencia de aspectos culturales y de procesos psicológicos que modelen el comportamiento. Los autores posicionan dentro de los aspectos culturales a los valores, las creencias y los intereses de cada sujeto.

4.2 Teoría de los valores de Schwartz

Schwartz (2001), propone una teoría universal sobre el significado y el contenido de los valores humanos. Los define como metas deseables, a través de situaciones, que varían en importancia y que sirven como principios en la vida de una persona y para regular el funcionamiento social.

El autor agrega que, los valores sirven a los intereses de alguna entidad social, motivan las acciones, funcionan como criterios en los que se apoyan los juicios de valor y la justificación de algunos actos, siendo aprendidos y adquiridos a través de la socialización de los valores de un grupo dominante y mediante experiencias personales en el aprendizaje. Se tiene en cuenta que para poder adaptarse a la realidad de una sociedad y determinada cultura, los diversos grupos y las personas transforman las necesidades propias de la existencia humana y las expresan en el lenguaje de los valores específicos a través de los cuales pueden comunicarse (Schwartz, 2001).

En un estudio que se desarrolló en más de 40 países Schwartz (2001), encontró que había diez valores que aparecían en todas las culturas estudiadas, agrupándose todos ellos en dos dimensiones que se contrastan. El autor da relevancia al aspecto

motivacional en la manera que se ponen en juego estos valores, viéndose reflejado en cada uno metas y objetivos. Los mismos, se agrupan dependiendo del objetivo al que se pretenda llegar.

Por un lado, la autotrascendencia, dando prioridad a los intereses colectivos y lo grupal por sobre los intereses personales, se enfrenta a la autopromoción, en la que se priorizan los intereses propios. Por otro lado, la conservación, que se relaciona con las personas que aprecian la seguridad y el orden, se opone a la apertura al cambio, que predomina en aquellos sujetos que valoran la independencia de conductas y pensamientos. Estos pares que se oponen, delimitan los intereses sociales y culturales de cada persona. Pueden definirse intereses *colectivistas*, aquellos valores que predominan en una sociedad y tienen que ver con atender a los intereses de la comunidad entera e *individualistas*, para los cuales se valoran aquellos aspectos que tienen que ver con el desarrollo y éxito personales o *mixtos*.

Páez y Zubieta (2006), elaboraron un cuestionario que incluían 56 valores obtenidos de las regiones más extendidas mundialmente y de estudios realizados en Asia y África. El estudio consistió en preguntar en qué medida cada uno de esos 56 valores eran representativos en cuanto a los principios que ordenaban sus vidas.

Los autores sostienen que aunque los grupos e individuos varíen de manera significativa en el nivel de importancia que se les da a ciertos valores, se encuentran constituidos en cierta estructura general que establece las relaciones interpersonales.

Páez & Zubieta (2006), sosteniendo la idea de Schwartz desarrollan que todas aquellas acciones que están orientadas a lograr un tipo de valor, tienen repercusiones psicológicas, prácticas y sociales que podrían no ser adecuadas para lograr la obtención de otros valores. Para Schwartz, la prioridad de los valores puede manifestar la conducta social.

Siguiendo con la idea de Schwartz (2001 citado por Castro Solano, 2005), los valores representan las respuestas que las personas y los grupos deben dar a tres requisitos universales: (a) las necesidades de los individuos en su condición de seres biológicos, (b) la coordinación de las acciones sociales y (c) el funcionamiento correcto y la supervivencia de los grupos.

Los diez tipos motivacionales de valores que se derivan de estas tres precisiones son los siguientes:

Poder: interés por lograr poder social, autoridad, riqueza.

Logro: buscar el éxito personal poniendo en juego aptitudes que son socialmente aceptables.

Hedonismo: importan el placer y la gratificación personal, el poder disfrutar de la vida.

Estimulación: buscan la novedad y los desafíos.

Autodirección: interés por poder pensar de manera independiente, tener libertad de acción y exploración, poder ser creativo.

Universalismo: importancia a la tolerancia y la justicia social, la protección del medio ambiente.

Benevolencia: son importantes preservar e intensificar el bienestar de las personas, la honestidad y la ausencia de rencor.

Tradición: interesa el respeto y el compromiso con las costumbres y la cultura tradicional así como la religiosa.

Conformidad: se valoran las normas sociales y se evitan los comportamientos que puedan herir o molestar a los demás, se respeta a los mayores.

Seguridad: interesan la seguridad, armonía y estabilidad sociales y personales.

Al predominar algunos valores, pueden comprometer otros tipos de valores debido a las acciones que repercuten en aspectos psicológicos, prácticos y sociales. Por ejemplo, con el valor benevolencia, el logro puede entrar en conflicto, por lo tanto, se acomodan a un modelo circular en el que los valores contiguos se relacionan. Por tal motivo, Schwartz relaciona logro y poder con la autopromoción y pone en contraposición a valores como el universalismo y la benevolencia, los cuales corresponden a la autotrascendencia. Generalmente cuando aumenta el universalismo, que refiere a un aspecto social disminuye la benevolencia, la cual se centra en un interés sobre las personas pero de manera más individualista. El encuentro de estos valores, muestra que de manera continua se relacionan las motivaciones, formando un todo circular (Schwartz, 1992).

Fontaine, Poortinga, Delbeke y Schwartz (2008), proponen asociar los valores en dos grupos que se oponen, por un lado los que expresan los intereses personales, los cuales están centrados en la persona: autodirección, estimulación, hedonismo, logro y poder; y los que están focalizados en lo social, aquellos que tienen que ver con las relaciones interpersonales: universalismo, benevolencia, tradición, conformidad y seguridad. Hay cierta relación entre algunos pares de valores pudiendo unificarse:

Poder y Logro: en quienes predominan estos valores, se resalta la superioridad y la estima social por sobre el crecimiento grupal y la sociedad como relevante.

Logro y Hedonismo: las personas le dan importancia a la satisfacción personal e individual por sobre la satisfacción social.

Hedonismo y Estimulación: se relacionan con un deseo del despertar afectivo.

Estimulación y Autodirección: predominan el interés por la novedad, alejados del egoísmo, la conservación y la protección.

Autodirección y Universalismo: manifiestan confianza en la propia sensatez. Dan importancia a la comodidad personal, se sienten más cercanos a la diversidad de la existencia.

Universalismo y Benevolencia: ponen en primer lugar el bienestar de las demás personas transcendiendo a los intereses personales y al egoísmo.

Benevolencia y Conformidad: predomina la importancia a las relaciones cercanas. Se comportan y esperan que los demás se comporten respondiendo a las normas.

Benevolencia y Tradición: se centran en lo social, dando importancia y creencia al propio grupo al que pertenecen.

Conformidad y Tradición: se interesan por cumplir las normas y expectativas de la sociedad. Sostienen razonable subordinar sus propios ideales.

Tradición y Seguridad: dan importancia a mantener normas sociales existentes, consiguiendo así, mayor seguridad y llevar un estilo de vida sin grandes improvisaciones.

Conformidad y Seguridad: priorizan la protección del orden y la armonía en las relaciones con otros.

Seguridad y Poder: predomina la seguridad ante el crecimiento personal. Tienden a evitar o superar los miedos propios, controlando las relaciones.

Bilbao, Techio y Páez (2007), sostienen que las metas que se orientan a los valores basados en la autotrascendencia, son reforzadoras de las relaciones positivas que las personas tienen con quienes comparten su vida cotidiana.

Figura 2

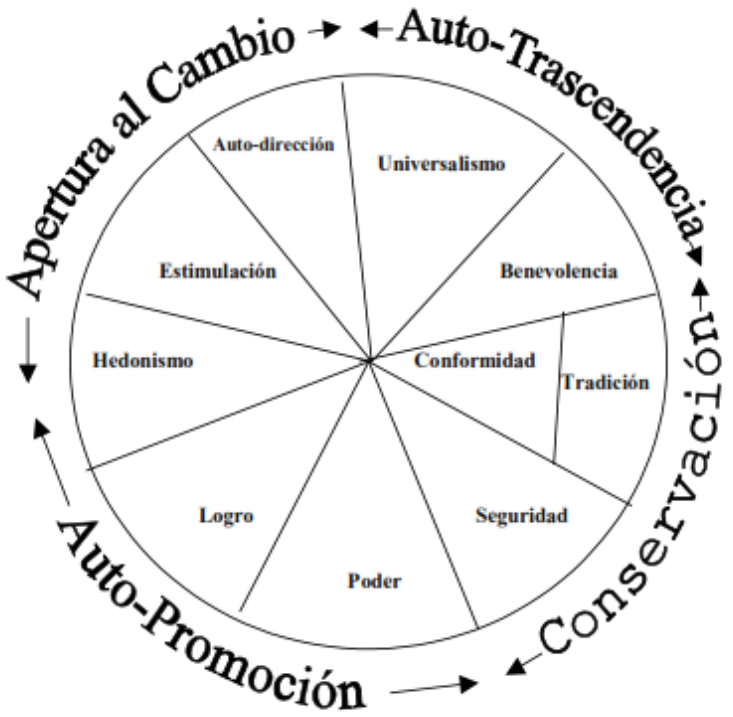


Fig. 2. Estructura circular de los valores (Extraída de Fontaine, Poortinga, Delbeke & Schwartz, 2008).

Schwartz (2001), modifica una versión que de 56 ítems, quedan 40, modificando a su vez la redacción en algunos de los ítems y también una versión resumida de la escala que posee 21 ítems. Peiró y Palencia (2009), formulan una adaptación del idioma inglés al español y latino, con la versión más actualizada de 21 ítems.

CAPÍTULO V. Metodología

5.1 Objetivos

5.1.1 Objetivo general.

Indagar la relación entre el Clima Social Emocional, los Valores Humanos y el Bienestar Social en usuarios de transporte público.

5.1.2 Objetivos específicos.

A- Caracterizar la muestra según variables sociodemográficas: edad, sexo, estado civil, nivel educativo, zona de residencia, si tiene o no hijos, ocupación, remuneración mensual por su trabajo, horas de trabajo por día, la frecuencia con la que viaja a CABA, el motivo por el cual se traslada, si tiene algún vehículo propio y si lo tuviera, con qué frecuencia lo utilizaría para viajar a CABA, si realiza algún transbordo, el tiempo total de viaje, los medios de transporte que utiliza con mas frecuencia, en qué horarios viaja de ida a CABA y vuelta a GBA Sur, con qué frecuencia viaja sentado, el motivo por el cual elije el medio de transporte que utiliza, que realiza durante el viaje, si viaja solo o acompañado y hace cuántos años viaja.

B- Describir el Clima Social Emocional de los usuarios de transporte público.

C- Describir las dimensiones del Bienestar Social en los usuarios de transporte público.

D- Describir los Valores Humanos en usuarios de transporte público.

E- Indagar la relación entre el Bienestar Social y los Valores Humanos.

F- Indagar la relación entre el Clima Social Emocional y los Valores Humanos.

G- Indagar la relación entre el Clima social emocional y las dimensiones del Bienestar Social.

H- Comparar el Clima Social Emocional entre los usuarios del transporte público.

I- Comparar las dimensiones del Bienestar Social entre usuarios de transporte público.

J- Determinar la asociación entre Clima Social Emocional, Valores Humanos y Bienestar Social según el medio de transporte que utilizan los usuarios.

5.2 Hipótesis

H1. Se encontrará una correlación positiva y significativa entre Clima Social Emocional y Bienestar Social.

H2. Se encontrará una correlación positiva y significativa entre Clima Social Emocional y Valores.

H3. Se encontrará una correlación positiva y significativa entre Bienestar Social y Valores.

5.3 Tipo de estudio

Estudio exposfacto, correlacional (Cancela Gordillo, Cea Mayo, Gabildo Lara & Valilla Gigante, 2010) y de diferencia de grupos (Hernández Sampieri et al., 2006)

5.4 Población

Usuarios de transporte público que se trasladen de GBA Sur a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

5.4.1 Criterios de inclusión.

Usuarios de tren de la Línea General Roca que se trasladen de GBA Sur a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Usuarios de colectivos que se dirigen de GBA Sur a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

5.4.2 Criterios de exclusión.

Usuarios de líneas de Ferrocarriles Mitre, Sarmiento, San Martín, Belgrano y Urquiza

Usuarios de ferrocarril de la Línea General Roca que no realicen el recorrido de GBA Sur a CABA

Usuarios de colectivos que no se trasladen de GBA Sur a CABA

5.5 Participantes

151 usuarios de ferrocarril de la Línea General Roca que se trasladen diariamente de GBA Sur a Plaza Constitución y 149 usuarios de colectivos que se trasladen diariamente de GBA Sur a CABA.

5.6 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

5.6.1 Escala de Clima Social Emocional.

Se utilizó la Escala de Clima Social Emocional (CE, de Rivera, 1992), la cual describe situaciones estructurales a nivel social y de las relaciones sociales que generan emociones negativas y positivas en las personas en general. Está integrada por 24 ítems tales como: "¿La gente tiene confianza en la existencia de buenas oportunidades para mejorar su vida y la de su familia?¨ El continuo de respuesta es de 1 (no) a 7 (completamente) y los ítems se agrupan en dos dimensiones subyacentes: Clima Social Emocional Positivo: una puntuación media superior a 37.5 indica un alto clima positivo. Clima Social Emocional Negativo: una puntuación media superior a 30.6 indica un alto clima negativo en la muestra. Para obtener el puntaje de Clima negativo se deben sumar los ítems: 2, 4, 6, 8,10, 12, 14, 16, 18, 20, 22, 24 y para el clima positivo 1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 17, 19, 21 y 23.

Además se tiene en cuenta en el análisis, la puntuación media del ítem C15: ¿La mayoría de la gente de este país respeta al otro lo suficiente como para no llegar a ser violentos en caso de conflicto?, es un indicador del nivel de clima positivo; una puntuación por debajo de tres reporta alto clima positivo. El coeficiente de fiabilidad para esta subescala fue satisfactorio (alfa de Cronbach= 0.75). El análisis de las puntuaciones medias de los ítems C2: "¿Cree usted que las personas se sienten inseguras porque el grado de violencia existente no permite que la gente viva en paz?" y C24 "¿Sienten rabia muchas personas debido al alto nivel de corrupción en el gobierno?", son indicadores del nivel de clima negativo; las puntuaciones por encima de 3 reportan alto clima negativo.

El coeficiente de fiabilidad para esta subescala fue aceptable (alfa de Cronbach= 0.66).

5.6.2 Escala de Bienestar Social.

Para medir el Bienestar Social, se utilizó la escala de Bienestar Social (Keyes, 1998) en su versión española traducida por Blanco y Díaz (2005), la cual evalúa la percepción de las personas sobre aspectos del entorno social que benefician el bienestar psicológico.

El coeficiente de fiabilidad para esta escala fue muy satisfactorio (alfa de Cronbach= 0.85). En 33 ítems con continuo de respuesta de 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo), y a través de la obtención de la puntuación

media, evalúa la percepción que las personas tienen sobre cinco aspectos del entorno social que facilitan su bienestar psicológico: integración social (7 ítems.*a*=0.71), aceptación social (8 ítems.*a*= 0.83), contribución social (6 ítems.*a*= 0.79), actualización social (6 ítems.*a* = 0.66) y coherencia social (6 ítems.*a*= 0.53).

Para el análisis de sus puntuaciones en esta escala deben invertir las puntuaciones de los ítems: 5, 6, 7, 8, 9, 10 , 11, 13, 14, 15, 17, 18, 20, 22, 23, 24 y 25. Luego sumar los ítems según las sub-dimensiones y se dividen por el número total de ítems de esa dimensión. Integración social: 1, 2, 3, 4, 5. Encima de 4 alta Integración Social. Aceptación social: 8, 9, 10, 11, 12, 13. Encima de 3,83 alta Aceptación Social. Contribución social: 16, 17, 18, 19, 20. Encima de 3,80 alta Contribución Social. Actualización social: 22, 23, 24, 25, 26. Encima de 3,80 alta Actualización Social. Coherencia Social: 28, 29, 30, 31. Encima de 3,50 alta Coherencia social

5.6.3 Escala de Valores Humanos.

Fue utilizada la Escala de Valores de Schwartz et al. (2001), en su versión resumida de 21 ítems. En el contexto argentino cuenta con la adaptación y validación realizada por Castro Solano y Nader (2006).

Los ítems describen características de las personas, evaluando las metas deseables que conducen al comportamiento social (por ejemplo: "*Le parece importante tener ideas nuevas y ser creativo/a. Le gusta hacer las cosas de manera propia y original"*). Las opciones de respuesta se presentan con una escala de tipo Likert, que van desde 0: No se parece nada a mí hasta 5: Se parece a mí.

Los ítems se suman, obteniendo las puntuaciones de 10 tipos motivacionales y luego se dividen por el número de ítems de cada dimensión, para obtener la puntuación media. Universalismo: 3, 8 y 19; Benevolencia: 12, 18; Tradición: 9, 20; Conformidad: 7, 16; Seguridad: 5, 14; Poder: 2, 17; Logro: 4, 13; Hedonismo: 21, 10; Estimulación: 6, 15; Autodirección: 1, 11.

Universalismo: Puntuación superior a 15 (M=5,03) elevado puntaje de la variable.

Benevolencia: Puntuación superior a 10 (M=5,03) elevado en Benevolencia y preocupación por los otros cercanos.

Tradición: puntuación superior a 7 (M=3,6) elevada en Tradición

Conformidad: puntuación superior a 8 (M= 3,7) elevado en valor Conformidad

Seguridad: puntuación superior a 9 (M= 4,5) elevado en Seguridad

Poder: puntuación superior a 6 (M=2,84) elevado en Poder

Logro: puntuación superior a 7 (M=3,38) elevado en Logro

Hedonismo: puntuación superior a 9 (M= 4,8) elevado en Hedonismo

Estimulación: puntuación superior a 10 (M= 4,8) Elevado en Estimulación

Auto-dirección: puntuación superior a 10 (M= 4,9) Elevado en Auto-dirección

Sumando determinados valores, se forman cuatro grupos motivacionales; en el primero se ubican: la apertura al cambio (autodirección, estimulación y hedonismo) en la autopromoción (se mide el logro y poder); auto-trascendencia (universalismo y benevolencia) y conservación (determina la tradición, conformidad y seguridad). La fiabilidad es aceptable en apertura al cambio (α de Cronbach = 0.65), en autopromoción (α de Cronbach = 0.72), en auto-trascendencia (α de Cronbach = 0.65) y en conservación (α de Cronbach = 0.64).

Los coeficientes de consistencia interna de las subescalas son los siguientes: Conformismo: α de Cronbach = .65; Tradición: α = .47; Benevolencia: α = .57; Universalismo: α = .75; Autodirección: α = .54; Estimulación: α = .63; Hedonismo: α = .74; Logro: α = .77; Poder: α = .65; Seguridad: α = .64.

5.6.4 Cuestionario sociodemográfico.

Plantea preguntas sociodemográficas relativas a: edad, sexo, estado civil, nivel educativo, zona de residencia, si tiene o no hijos, ocupación, remuneración mensual por su trabajo, horas de trabajo por día, la frecuencia con la que viaja a CABA, el motivo por el cual se traslada, si tiene algún vehículo propio y si lo tuviera, con qué frecuencia lo utilizaría para viajar a CABA, si realiza algún transbordo, el tiempo total de viaje, los medios de transporte que utiliza con mas frecuencia, en qué horarios viaja de ida a CABA y vuelta a GBA Sur, con qué frecuencia viaja sentado, el motivo por el cual elije el medio de transporte que utiliza, que realiza durante el viaje, si viaja solo o acompañado y hace cuantos años viaja.

5.7 Procedimiento

Teniendo en consideración los valores éticos de la investigación, se informó a cada persona encuestada el propósito general de la misma, la confidencialidad, que los datos serían anónimos y con fines académicos-científicos, y que serían utilizados para obtener el título de grado de la carrera Licenciatura en Psicología de la Universidad Abierta Interamericana.

Los datos fueron recolectados en el transporte de pasajeros Ferrocarril Roca, ramales Ezeiza, Alejandro Korn y Claypole, los cuales trasladan habitualmente

pasajeros desde la zona sur de Gran Buenos Aires y a pasajeros de distintas líneas de transporte colectivos, como la líneas 51, 74, 79, 45, 160 y 165 los cuales realizan recorridos desde la misma zona a Capital Federal.

Además, a través de la red social Facebook, en grupos de personas que utilizan estos medios de transporte. Por otro lado, frente a la predisposición de algunos encuestados de tomar el instrumento a conocidos que cumplían con los criterios de inclusión, se utilizó el muestreo de tipo Bola de Nieve el cual funciona de manera que unos individuos conducen a otros y éstos a otros llegando a obtener la muestra necesaria (Hernández Sampieri et al., 2006).

Los datos recolectados fueron procesados estadísticamente con el software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), en su versión numero 19.

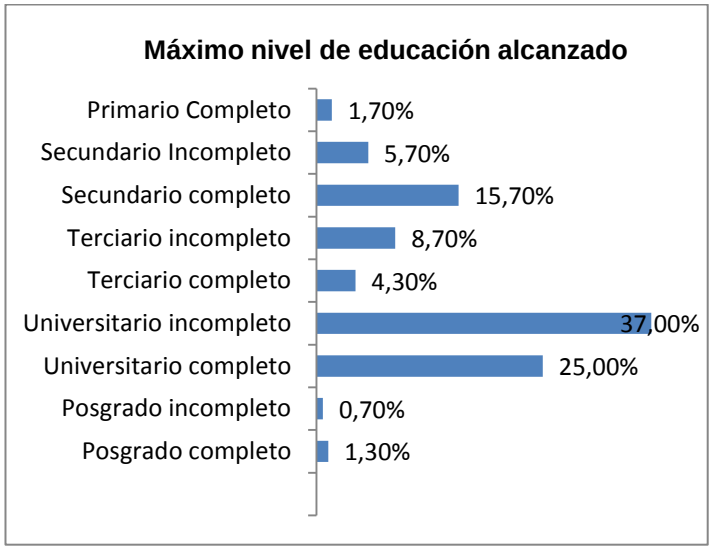
5.8 Descripción de la muestra

La muestra estuvo compuesta por 300 usuarios de transporte público. El 50,3% (n=151) usuarios de tren mientras que el 49,7% (n=149) fueron usuarios de colectivos que no utilizan el tren como medio de transporte. El 50,3% (n=151) fueron hombres y el 49,7% (n=149) fueron mujeres. Con respecto a la edad, la media fue de 35,57, Mínimo: 18, Máximo: 68.

En cuanto al estado civil, el 33,7% (n=101) no se encontraban en pareja, el 16,3% (n=49) se encontraban en pareja conviviendo, el 37% (n=111) eran casados, el 3,7% (n=11) se encontraban separados y el 9,3% (n=28) estaban en pareja.

Teniendo en cuenta el nivel máximo de educación alcanzado, el 1, 7 % (n=5) tenían solo el primario completo, el 5,7% (n=17) tenían el secundario incompleto, el 15, 7% (n= 47) tenían el secundario completo, el 8,7 % (n=26), tenían terciario incompleto, el 4,3% (n=13) tenían terciario completo, el 37% (n=111) tenían universitario incompleto y el 25% (75) tenían universitario completo mientras el 0,7% (n=2) tenían posgrado incompleto y el 1,3% (n=4) tenían un posgrado completo.

Gráfico 1



Con respecto a la cantidad de horas diarias que dedican a un empleo, el 37% (n=111) ocupaban entre 4 y 7 horas, el 54% (n=162) trabajaban entre 8 y 12 horas diarias. Y el 2% (n=6) trabajan más de 12 horas por día. En cuanto a la remuneración mensual que reciben por su empleo, el 0,7% (n=2) recibían hasta 1000 pesos, el 0, 7% (n=2) entre 1000 y 2000 pesos. El 1,3% (n=4) ganaban de 2000 a 3000 pesos mensuales mientras el 30% (n=90) de 5000 a 10000 y el 56,3% (n=169) ganaban mensualmente más de 10000 pesos.

A la hora de interrogar sobre la frecuencia de viaje hacia Capital Federal, el 7,3% (n=22) respondió que se traslada de 1 a 2 veces por semana, el 12,3% (n=37) realizaban el recorrido de 3 a 4 veces por semana y el 80% (n=240) se trasladaban de 5 a 7 veces por semana. En cuanto al motivo por el cual se trasladan, el 66,3% (n=199) fue por empleo, el 8,3% (n=25) utilizaban el transporte por estudio y el 21% (n=63) por empleo y estudio mientras el 4% (n=12) respondió por otros motivos.

Gráfico 2

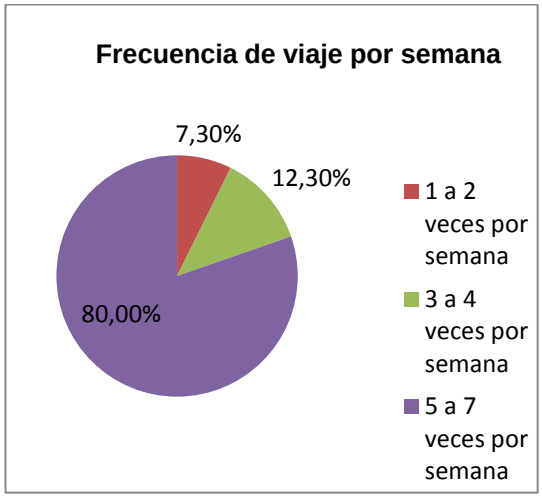
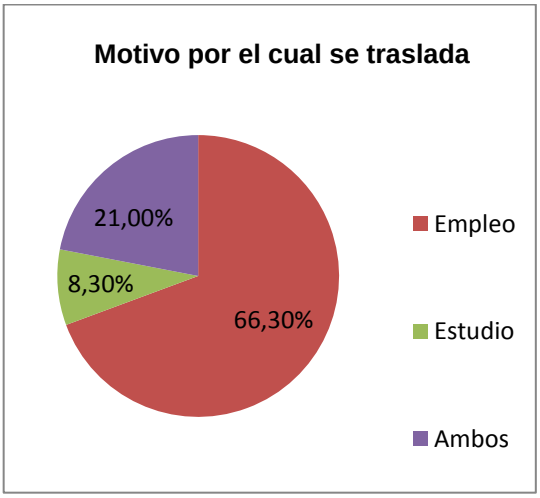
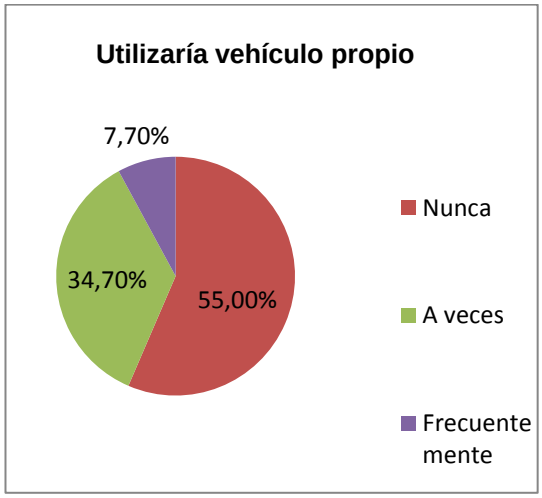


Gráfico 3



El 54% (n=162) de la muestra no poseía vehículo propio, mientras el 44,3% (n=133) vehículo automotor. De los encuestados, el 55% (n= 165) respondió que nunca utilizaría su vehículo propio para trasladarse a Capital Federal, mientras el 34,7% (n=104) lo haría pocas veces y el 7,7% (n=23) lo utilizaría con bastante frecuencia.

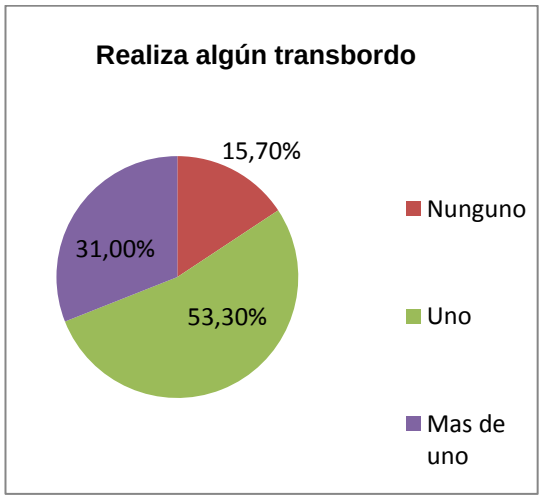
Gráfico 4



Con respecto a la combinación de un medio de transporte a otro, el 15,7% (n=47) no realizaban ningún transbordo, el 53,3% (n=160) realizaban una combinación de medios de transporte, mientras el 31% (n=93) utilizaban más de dos medios de transporte en su recorrido.

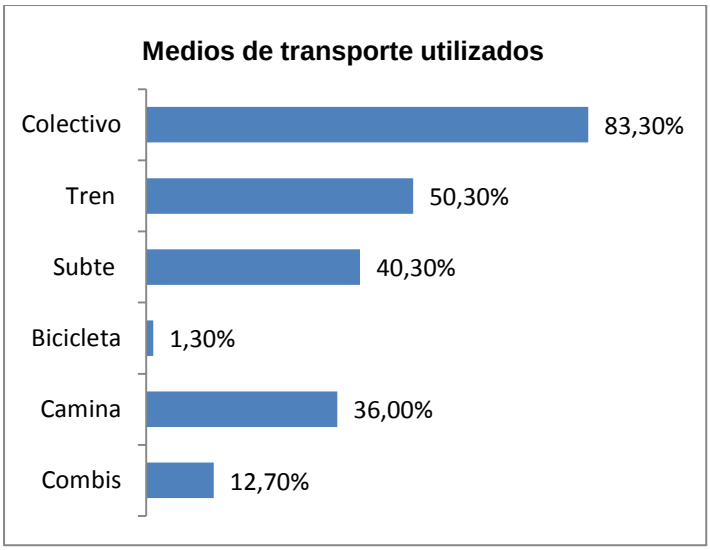
Al referirnos al tiempo total de viaje de los encuestados, la mayoría, representada en el 79,3% (n=238) tardaba entre una y dos horas, mientras el 18,7% (n=56) lo realizaba en menos de una hora.

Gráfico 5



Entre los medios de transporte utilizados con más frecuencia en el recorrido que hizo el foco del estudio, en primer lugar, el transporte de colectivos con el 83,3% (n=250), los usuarios del ferrocarril corresponden al 50,3% (n=151) de la muestra, el 40,3% (n=121) utilizaba en el recorrido el transporte subterráneo, el 36% (n=108) caminaba, mientras el 1,3% (n=4) optaba la bicicleta y el 12,7% (n=38) elegía las combis como medio de transporte para trasladarse.

Gráfico 6



Con respecto al horario de viaje, se preguntó respecto a tres franjas horarias tanto de ida a CABA como de vuelta a GBA Sur. En el horario de ida de antes de las 07:00 am, el 23,3% (n=70) viajaba, mientras que en el rango de 07:00 a 09:00 hs, se posicionó el 51,7% (n=155) y después de las 09:00 am realizaba el recorrido el 25%

(n=75). En cuanto al horario de vuelta, en el horario anterior a las 17:00 hs, viajaba el 35% (n=105), mientras que en la franja de 17:00 a 19:00 hs, se encontró el 50,3% (n=151) de la muestra y el 14,7% (n=44) restante realizaba el recorrido después de las 19:00 hs.

Ante el interés de indagar acerca de si los usuarios del transporte viajan sentados, sólo el 7% (n=21) indicó que siempre realizaban el viaje sentados, mientras que el 20,7% (n=62) marcaron frecuentemente, el 31% (n=93) indicó que a veces viajaban sentados, además el 21,7% (n=65) rara vez realizaban el recorrido de esta manera y por último, el 19,7% (n=59) respondió que nunca se trasladaban sentados en el transporte utilizado.

En el interrogante del motivo en la elección del medio de transporte de preferencia, la rapidez representó el 41,3% (n=124), el 14% (n=42) respondió que en su elección influía lo económico, el 9% (n=27) debido a la cercanía a la estación o parada y también con un alto porcentaje por sobre los anteriores, el 35% (n=105) opta por la comodidad.

Gráfico 7

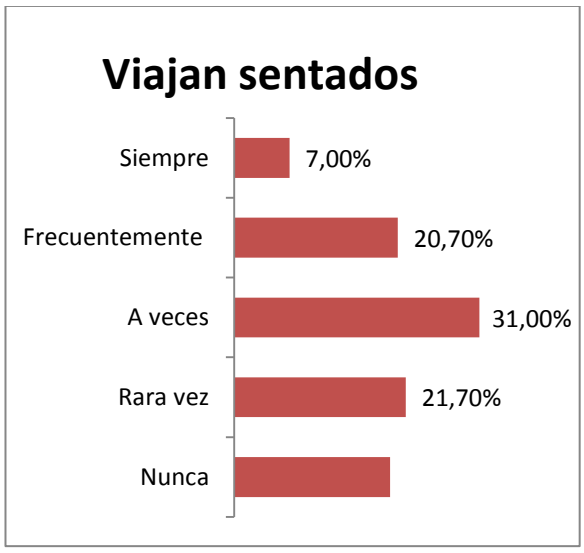
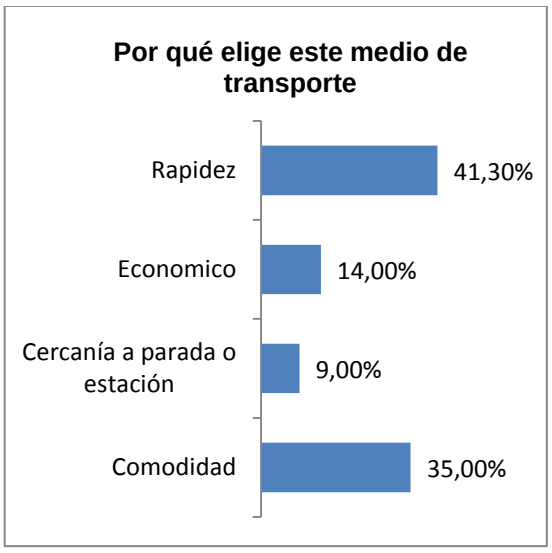


Gráfico 8



Con respecto a la pregunta acerca de qué realizan mientras viajan, dentro de las opciones, se destacó como significativa por sobre las demás, el uso del celular (incluyendo las acciones escuchar música, radio, uso de redes sociales e internet) representando el 59,3% (n=178) de la muestra. El 16,7% (n=50) leían un libro, mientras el 3,3% (n=10) optaron por leer el diario. El 16% (n=48) respondió que no hacía ninguna actividad concreta durante el recorrido, mientras el 1,3% (n=4) estudiaban y el 2% (n=6) conversaban con otras personas. Por otro lado el 88,7% (n=266) de los

usuarios viajaban solos, sin compañía de personas conocidas o familiares. En cuanto al tiempo que hace que realizan este recorrido en años, se presentó un puntaje medio de 9,44 años, siendo el mínimo: 1 y el máximo: 40.

Gráfico 9

CAPÍTULO VI. Resultados

6.1 Análisis de la normalidad

Primeramente, se llevó a cabo la prueba de normalidad con las escalas Clima Social Emocional, Bienestar Social y Valores, obteniéndose valores asimétricos, por lo cual se utilizaron pruebas no paramétricas para los análisis estadísticos. Con el fin de correlacionar variables se utilizó el coeficiente Rho de Spearman, y para realizar comparaciones entre diferentes grupos se utilizó el test de U de Mann-Whittney (en el caso de la asociación de dos grupos) y H de Kruskal-Wallis (para tres grupos o más).

6.2 Puntuaciones medias de Clima Social Emocional, Bienestar Social y Valores

Los resultados obtenidos a través del análisis de medias correspondiente a la variable Clima Social Emocional indicaron que existe una alta percepción del Clima Negativo por sobre el Clima Positivo, ya que una puntuación media mayor a 30,6, indica un alto nivel del primero, dando como resultado en la muestra 51,61. Una puntuación mayor a 37,5 indica un alto Clima Positivo, en la muestra la media del mismo es de 41,19. Esto significa que en mayor medida los sujetos evaluados tienen una percepción de las emociones negativas en relación al estado de ánimo que predomina en el grupo social por sobre sentimientos de seguridad, confianza y respeto.

En cuanto al Bienestar Social se observaron en la muestra, niveles superiores a la media en las dimensiones Contribución, Actualización y Coherencia Social, las cuales tienen que ver con un sentimiento de utilidad como miembro de la sociedad y la preocupación por lo que ocurre en el mundo (ver tabla 1).

Tabla 1

Puntuaciones medias de Clima Social Emocional, Bienestar Social y Valores

		Media	DE
Clima Social Emocional	Positivo	41,19	11,876
	Negativo	51,61	11,605
	CE 2	5,12	1,608
	CE 15	3,03	1,421
	CE 24	5,68	1,409

Bienestar Social	Integración Social	3,79	,634
	Aceptación Social	3,19	,850
	Contribución Social	3,95	,751
	Actualización Social	3,72	,798
	Coherencia Social	3,74	,829
Valores	**Autotrascendencia**	3,94	,613
	Universalismo	3,70	,791
	Benevolencia	4,18	,667
	Conservación	2,90	,762
	Tradición	3,07	,976
	Seguridad	3,25	1,132
	Conformismo	2,38	1,191
	Autopromoción	2,55	.933
	Poder	2,38	,948
	Logro	2,72	1,179
	Apertura al cambio	3,49	,850
	Hedonismo	3,59	1,043
	Estimulación	3,09	1,184
	Autodirección	3,79	,839

6.3 Correlación entre variables

6.3.1 Correlación entre Bienestar Social y Valores

Los valores de Autotrascendencia; Universalismo y Benevolencia; y el valor Seguridad, se asociaron positiva y significativamente con todas las dimensiones del Bienestar Social; Universalismo: Integración (*Rho* = .145; *p* = .012), Aceptación (*Rho* = .208; *p* = .000), Contribución (*Rho* = .259; *p* = .000), Actualización (*Rho* = .203; *p* = .000) y Coherencia (*Rho* = .125; *p* = .030). Benevolencia: Integración (*Rho* = .281; *p* = .000), Aceptación (*Rho* = .227; *p* = .000), Contribución (*Rho* = .214; *p* = .000), Actualización (*Rho* = .264; *p* = .000) y Coherencia (*Rho* = .212; *p* = .000) y Seguridad: Integración (*Rho* = .137; *p* = .018), Aceptación (*Rho* = .217; *p* = .000), Contribución (*Rho* = .157; *p* = .007), Actualización (*Rho* = .171; *p* = .003) y Coherencia (*Rho* = .118; *p* = .042). Podría entenderse ya que estos Valores Humanos tienen la característica de la importancia hacia la tolerancia, el bienestar de las personas y la estabilidad social

prevaleciendo intereses sociales por sobre los individuales; mientras que el Bienestar Social en general apunta a la valoración sobre el funcionamiento dentro de la sociedad, considerando aspectos como la confianza, aceptación, la seguridad social y el sentimiento de pertenencia.

Particularmente, en las dimensiones Integración Social, Actualización y Coherencia Social se halló una relación positiva y significativa con los valores de Apertura al cambio; Hedonismo, Estimulación y Autodirección, lo cual podría entenderse a partir de la posición activa de las personas en quienes predominan dichos valores que tienen que ver con una gratificación personal, un interés de pensar de forma independiente y la búsqueda de desafíos, relacionándose con las dimensiones del Bienestar Social mencionadas que tienen que ver con una concepción de la sociedad como una unidad eficiente, que va en busca de metas, sintiéndose involucrados socialmente y con un nivel de entendimiento sobre el mundo. En el caso de la Aceptación Social, con el Hedonismo (*Rho* = .133; *p* = .022) y la Autodirección (*Rho* = .146; *p* = .012); destacándose en esta relación, la confianza y actitudes positivas hacia los demás en relación con el disfrute de la vida y el sentimiento de libertad de acción de quienes poseen un nivel más elevado de dichos valores. Por otro lado la Contribución Social, como sentimiento de utilidad y aportación social, posicionando al sujeto como activo en la sociedad, se relaciona positiva y significativamente con los valores Estimulación (*Rho* = .216; *p* = .000), Autodirección (*Rho* = .312; *p* = .000) y Logro (*Rho* = .162; *p* = .005), los cuales tienen que ver con la búsqueda personal de éxito, desafíos y la libertad de acción.

El valor Conformismo se asocia positiva y significativamente con las dimensiones Integración Social (*Rho* = .144; *p* = .013) y Aceptación Social (*Rho* = .162; *p* = .005); dichas dimensiones se relacionan con la aceptación hacia los demás, un sentimiento de pertenencia, la presencia de confianza y actitudes positivas hacia los demás, relacionándose con los aspectos del respeto hacia los demás y a las normas sociales del Conformismo.

En el Valor Poder se observó una relación negativa y significativa con las dimensiones Aceptación (*Rho* = -.124; *p* = .032), Contribución (*Rho* = -.137; *p* = .018) y Coherencia Social (*Rho* = -.158; *p* = .006); es decir que cuanto más alto es la puntuación en estas dimensiones, más bajo es el nivel en el Poder. Las dimensiones del Bienestar Social apuntan a intereses sociales de aceptación hacia los demás, el sentimiento de pertenencia y las actitudes positivas hacia los demás, mientras el valor Poder, posee un

interés de autoridad, es decir trascendiendo lo social, poniendo énfasis en lo individual (ver tabla 2).

Tabla 2

Correlación entre Bienestar Social y Valores

	Integración Social	Aceptación Social	Contribución Social	Actualización Social	Coherencia Social
Autotrascendencia	Rho=.228**	.276**	.269**	.281**	.182**
	Sig.=.000	.000	.000	.000	.000
Universalismo	Rho=.145*	.208**	.259**	.203**	.125*
	Sig.=.012	.000	.000	.000	.030
Benevolencia	Rho=.281**	.227**	.214**	.264**	.212**
	Sig.=.000	.000	.000	.000	.000
Conservación	Rho=.175**	.160**	.139*	.157**	.038
	Sig.=.003	.006	.016	.007	.512
Tradición	Rho= -.025	-.087	-.059	.001	-.067
	Sig.= .674	.132	.306	.991	.245
Seguridad	Rho=.137*	.217**	.157**	.171**	.118*
	Sig.= .018	.000	.007	.003	.042
Conformismo	Rho=.144*	.162**	.106	.085	-.013
	Sig.= .013	.005	.067	.144	.821
Autopromoción	Rho=.037	-.001	.037	-.065	-.047
	Sig.= .529	.983	.525	.266	.421
Poder	Rho= -.016	-.124*	-.137*	.212**	-.158**
	Sig.= .787	.032	.018	.000	.006
Logro	Rho= .091	.094	.162**	.065	.067
	Sig.= .118	.104	.005	.265	.250
Apertura al cambio	Rho=.269**	.164**	.226**	.274**	.239**
	Sig.= .000	.004	.000	.000	.000
Hedonismo	Rho= .141*	.133*	.097	.200**	.154**
	Sig.= .015	.022	.093	.001	.007
Estimulación	Rho= .251**	.107	.216**	.242**	.208**
	Sig.= .000	.063	.000	.000	.000
Autodirección	Rho= .283**	.146*	.312**	.259**	.248**
	Sig.= .000	.012	.000	.000	.000

**. La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral).

*. La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral).

Tabla 2. a

Correlación entre Bienestar Social y Valores en Usuarios de tren

		Integración Social	Aceptación Social	Contribución Social	Actualización Social	Coherencia Social	Bienestar Social Total
Rho de Spearman							
Autotrascendencia	Rho	.308**	.335**	.298**	.347**	.088	.411**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.295	.000
Universalismo	Rho	.202*	.408**	.370**	.385**	-.018	426**
	Sig. (bilateral)	.013	.000	.000	.000	.830	.000
Benevolencia	Rho	.324**	.047	.105	.143	.219**	.202*
	Sig. (bilateral)	.000	.567	.200	.079	.008	.013
Conservación	Rho	.041	.137	.037	.106	.029	.115
	Sig. (bilateral)	.619	.094	.654	.195	.731	.164
Tradición	Rho	-.178*	-.164*	-.177*	-.046	.055	-.141
	Sig. (bilateral)	.030	.044	.030	.575	.515	.088
Seguridad	Rho	.101	.203*	.119	.195*	.052	.204*
	Sig. (bilateral)	.217	.013	.145	.017	.537	.013
Conformidad	Rho	.055	.181*	.006	-.002	-.107	.075
	Sig. (bilateral)	.501	.026	.944	.985	.200	.364
Autopromoción	Rho	.026	-.210**	-.080	-.307**	-.004	-.206*
	Sig. (bilateral)	.757	.010	.331	.000	.960	.012
Poder	Rho	-.030	-.300**	-.259**	-.428**	-.028	-.332**
	Sig. (bilateral)	.719	.000	.001	.000	.735	.000
Logro	Rho	.101	-.069	.114	-.115	.001	-.011
	Sig. (bilateral)	.220	.403	.162	.159	.994	.893
Apertura al cambio	Rho	.168*	-.128	.104	.009	.411**	.030
	Sig. (bilateral)	.041	.120	.206	.917	.000	.716
Hedonismo	Rho	.022	-.174*	-.020	-.073	.296**	-.077
	Sig. (bilateral)	.791	.032	.809	.373	.000	.349
Estimulación	Rho	.223**	-.129	.129	.049	.355**	.075

	Sig. (bilateral)	.006	.115	.114	.552	.000	.362
Autodirección	Rho	.141	-.045	.243**	.085	.381**	.110
	Sig. (bilateral)	.088	.583	.003	.304	.000	.183
Valores Total	Rho	.261**	.060	.173*	.057	.301**	.159
	Sig. (bilateral)	.001	.467	.036	.492	.000	.055

**. La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral).
*. La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral).

Tabla 2.b
Correlación entre Bienestar Social y Valores en Usuarios transporte automotor

		Integración Social	Aceptación Social	Contribución Social	Actualización Social	Coherencia Social	Bienestar Social Total
Rho de Spearman							
Autotrascendencia	Rho	.044	.053	.138	.128	.079	.088
	Sig. (bilateral)	.596	.524	.093	.124	.338	.295
Universalismo	Rho	.048	-.059	.113	-.012	.014	-.018
	Sig. (bilateral)	.561	.472	.169	.886	.862	.830
Benevolencia	Rho	.092	.179*	.164*	.257**	.138	.219**
	Sig. (bilateral)	.268	.029	.045	.002	.093	.008
Conservacion	Rho	.139	-.064	.104	.070	-.079	.029
	Sig. (bilateral)	.093	.439	.206	.396	.337	.731
Tradición	Rho	.162	-.054	.067	.085	-.070	.055
	Sig. (bilateral)	.051	.511	.413	.307	.396	.515
Seguridad	Rho	-.033	.078	.075	.003	-.011	.052
	Sig. (bilateral)	.691	.343	.365	.975	.897	.537
Conformidad	Rho	.039	-.176*	.001	-.041	-.164*	-.107
	Sig. (bilateral)	.641	.032	.988	.618	.046	.200
Autopromocion	Rho	-.074	-.010	.015	.018	.022	-.004
	Sig. (bilateral)	.371	.906	.859	.825	.792	.960
Poder	Rho	-.005	-.050	-.048	-.068	.026	-.028
	Sig. (bilateral)	.951	.548	.557	.414	.750	.735

Logro	Rho	-.107	.017	.030	.065	-.003	.001
	Sig. (bilateral)	.195	.836	.718	.432	.970	.994
Apertura al cambio	Rho	.287**	.274**	.226**	.420**	.253**	.411**
	Sig. (bilateral)	.000	.001	.006	.000	.002	.000
Hedonismo	Rho	.147	.292**	.081	.354**	.205*	.296**
	Sig. (bilateral)	.075	.000	.326	.000	.012	.000
Estimulación	Rho	.217**	.216**	.209*	.349**	.215**	.355**
	Sig. (bilateral)	.008	.008	.011	.000	.009	.000
Autodirección	Rho	.390**	.163*	.300**	.355**	.232**	.381**
	Sig. (bilateral)	.000	.047	.000	.000	.004	.000
Valores Total	Rho	.215**	.165*	.220**	.308**	.191*	.301**
	Sig. (bilateral)	.009	.044	.007	.000	.020	.000

**. La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral).
*. La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral).

6.3.2 Correlación entre Bienestar Social y Clima Social Emocional

Respecto del Bienestar Social, todas sus dimensiones: Integración (*Rho* = .398; *p* = .000), Aceptación (*Rho* = .458; *p* = .000), Contribución (*Rho* = .391; *p* = .000), Actualización (*Rho* = .532; *p* = .000) y Coherencia (*Rho* = .283; *p* = .000) se asocian de manera positiva y significativa con el Clima Emocional Positivo y negativamente con el Clima Emocional Negativo, Integración (*Rho* = -.395; *p* = .000), Aceptación (*Rho* = -.523; *p* = .000), Contribución (*Rho* = -.373; *p* = .000), Actualización (*Rho* = -.478; *p* = .000) y Coherencia (*Rho* = -.293; *p* = .000) debido a que dichas dimensiones tienen que ver con la valoración que hacemos de las circunstancias y el funcionamiento social, mientras el clima se relaciona con emociones colectivas, que predominan en un determinado contexto social, el Clima Positivo tiene que ver con la percepción de emociones positivas y en contraparte, el Clima Negativo con el predominio de emociones colectivas negativas (ver tabla 3).

Tabla 3

Correlación entre Bienestar Social y Clima Social Emocional

			Clima Social Emocional Negativo	Clima Social Emocional Positivo
Rho de Spearman	Integración Social	Coeficiente de correlación	-.395**	.398**
		Sig. (bilateral)	.000	.000
	Aceptación Social	Coeficiente de correlación	-.523**	.458**
		Sig. (bilateral)	.000	.000
	Contribución Social	Coeficiente de correlación	-.373**	.391**
		Sig. (bilateral)	.000	.000
	Actualización Social	Coeficiente de correlación	-.478**	.532**
		Sig. (bilateral)	.000	.000
	Coherencia Social	Coeficiente de correlación	-.293**	.283**
		Sig. (bilateral)	.000	.000

**. La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral).
*. La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral).

Tabla 3.a

Correlación entre Bienestar Social y Clima Social Emocional en usuarios de tren y transporte automotor

		Usuarios de tren		Usuarios de transporte automotor	
	Rho de Spearman	Clima Social Negativo	Clima Social Positivo	Clima Social Negativo	Clima Social Positivo
Integración Social	Coeficiente de correlación	-.241**	.126	-.345**	.435**
	Sig. (bilateral)	.003	.125	.000	.000
Aceptación Social	Coeficiente de correlación	-.419**	.311**	-.510**	.337**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000
Contribución Social	Coeficiente de correlación	-.187*	.224**	-.317**	.332**

	Sig. (bilateral)	.021	.006	.000	.000
Actualización Social	Coeficiente de correlación	-.447**	.453**	-.394**	.465**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000
Coherencia Social	Coeficiente de correlación	.009	.018	-.406**	.301**
	Sig. (bilateral)	.911	.828	.000	.000
Bienestar Social Total	Coeficiente de correlación	-.402**	.366**	-.628**	.569**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

6.3.3 Correlación entre Clima Social Emocional y Valores

En cuanto a la relación entre el Clima Social Emocional y los Valores Humanos, se encontró una relación positiva entre el Clima Emocional Positivo, en el cual predomina la percepción de emociones positivas en determinado contexto y Benevolencia (*Rho* = .125; *p* = .030), Seguridad (*Rho* = .230; *p* = .000) y Conformismo (*Rho* = .167; *p* = .004), dichos Valores tienen que ver con la estabilidad social, el cumplimiento de las normas sociales, la ausencia de rencor para con los demás; y con Estimulación (*Rho* = .159; *p* = .006), donde importa la búsqueda de la novedad y los desafíos. Por otro lado, se halló una relación negativa entre el Clima Negativo, en el que predominan emociones colectivas negativas como el miedo, la inseguridad y los Valores Benevolencia (*Rho* = -.116; *p* = .044) y Conformismo (*Rho* = -.129; *p* = .026), que tienen que ver con el respeto hacia los demás, importa la ausencia de rencor y el bienestar de las personas; y además se halló una relación positiva con el valor Poder (*Rho* = .161; *p* = .005), el cual enfatiza en la búsqueda de autoridad y riqueza (ver tabla 4).

Tabla 4

Correlación entre Clima Social Emocional y Valores

		Clima Social Emocional Negativo	Clima Social Emocional Positivo
Autotrascendencia	Coeficiente de correlación (Rho de Spearman)	-.068	.110

	Sig. (bilateral)	.243	.058
Universalismo	Coeficiente de correlación	.014	.049
	Sig. (bilateral)	.815	.398
Benevolencia	Coeficiente de correlación	-.116*	.125*
	Sig. (bilateral)	.044	.030
Conservación	Coeficiente de correlación	-.091	.263**
	Sig. (bilateral)	.116	.000
Tradición	Coeficiente de correlación	.061	.104
	Sig. (bilateral)	.292	.072
Seguridad	Coeficiente de correlación	-.065	.230**
	Sig. (bilateral)	.265	.000
Conformismo	Coeficiente de correlación	-.129*	.167**
	Sig. (bilateral)	.026	.004
Autopromoción	Coeficiente de correlación	.132*	-.038
	Sig. (bilateral)	.022	.508
Poder	Coeficiente de correlación	.161**	-.060
	Sig. (bilateral)	.005	.297
Logro	Coeficiente de correlación	.068	.004
	Sig. (bilateral)	.242	.950
Apertura al cambio	Coeficiente de correlación	-.074	.125*
	Sig. (bilateral)	.202	.031
Hedonismo	Coeficiente de correlación	-.035	.045
	Sig. (bilateral)	.542	.437
Estimulación	Coeficiente de correlación	-.103	.159**
	Sig. (bilateral)	.074	.006
Autodirección	Coeficiente de correlación	-.032	.079
	Sig. (bilateral)	.578	.176

**. La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral).
*. La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral).

Tabla 4. a

Correlación entre Valores y Clima Social Emocional

Correlaciones

			Valores total
Rho de Spearman	Clima Social Negativo	Coeficiente de correlación	-.073
		Sig. (bilateral)	.207
	Clima Social Positivo	Coeficiente de correlación	.209**
		Sig. (bilateral)	.000

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 4. b

Correlación entre Valores y Clima Social Emocional en usuarios de tren y de transporte automotor

		Usuarios de tren		Usuarios de transporte automotor	
		Clima Social Negativo	Clima Social Positivo	Clima Social Negativo	Clima Social Positivo
Rho de Spearman					
Autotrascendencia	Coeficiente de correlación	.107	-.077	.115	-.126
	Sig. (bilateral)	.191	.348	.161	.127
Universalismo	Coeficiente de correlación	.186*	-.133	.242**	-.224**
	Sig. (bilateral)	.023	.104	.003	.006
Benevolencia	Coeficiente de correlación	-.117	.102	-.094	.079
	Sig. (bilateral)	.153	.215	.256	.339
Conservacion	Coeficiente de correlación	.255**	-.131	.157	.059
	Sig. (bilateral)	.002	.110	.056	.474
Tradición	Coeficiente de correlación	-.009	.069	.071	.169*
	Sig. (bilateral)	.915	.401	.391	.039
Seguridad	Coeficiente de correlación	.283**	-.137	.199*	-.029
	Sig. (bilateral)	.000	.092	.015	.722

Conformidad	Coeficiente de correlación	.147	-.112	.092	-.082
	Sig. (bilateral)	.071	.172	.265	.322
Autopromocion	Coeficiente de correlación	-.216**	.245**	.209*	-.065
	Sig. (bilateral)	.008	.002	.011	.431
Poder	Coeficiente de correlación	-.208*	.240**	.154	.027
	Sig. (bilateral)	.010	.003	.061	.745
Logro	Coeficiente de correlación	-.136	.158	.216**	-.110
	Sig. (bilateral)	.096	.053	.008	.183
Apertura al cambio	Coeficiente de correlación	-.200*	.262**	-.248**	.255**
	Sig. (bilateral)	.015	.001	.002	.002
Hedonismo	Coeficiente de correlación	-.222**	.195*	-.130	.128
	Sig. (bilateral)	.006	.016	.115	.121
Estimulación	Coeficiente de correlación	-.060	.119	-.246**	.257**
	Sig. (bilateral)	.464	.146	.003	.002
Autodirección	Coeficiente de correlación	-.229**	.328**	-.227**	.196*
	Sig. (bilateral)	.005	.000	.005	.017
Valores Total	Coeficiente de correlación	-.044	.154	.017	.116
	Sig. (bilateral)	.594	.062	.834	.161

**. La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral).
*. La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral).

6.4 Diferencias de grupos

Luego de comprobar través de una prueba de normalidad que las variables se distribuyen se forma no paramétrica, se realizó una prueba *U de Mann-Whittney* para verificar si existen diferencias entre 2 grupos y *H de Kruskal-Wallis* (en el caso de 3 grupos o más). Los resultados se presentan a continuación.

6.4.1 Diferencias de rangos del Clima Social Emocional, Bienestar Social y Valores Humanos entre usuarios de tren y de otros medios de transporte

Al realizar la comparación entre grupos se encontraron diferencias significativas entre los usuarios de tren y aquellos que no viajan en este medio de transporte.

Principalmente, con respecto al Clima Social Emocional, quienes viajan en tren tienen una puntuación más elevada del Clima Negativo (*U de Mann-Whittney* = 5868,500; *p* = .000), es decir, que poseen una percepción predominante de emociones colectivas negativas en comparación con quienes no viajan en tren, los cuales obtuvieron altos niveles de Clima Social Emocional Positivo (*U de Mann-Whittney* = 4866,500; *p* = .000), lo cual refiere que poseen sentimientos positivos a nivel social; de respeto, confianza y seguridad.

Por otra parte, se observan diferencias significativas en todas las dimensiones del Bienestar Social; Integración (*U de Mann-Whittney* = 6441,500; *p* = .000), Aceptación (*U de Mann-Whittney* = 5283,500; *p* = .000), Contribución (*U de Mann-Whittney* = 6152,500; *p* = .000), Actualización (*U de Mann-Whittney* = 6810,000; *p* = .000) y Coherencia (*U de Mann-Whittney* = 7309,500; *p* = .000), interpretando de esta manera que aquellas personas que utilizan el tren como medio de preferencia para movilizarse, tienen baja puntuación en dichas dimensiones, es decir, tienen una valoración negativa del funcionamiento de la sociedad, mientras que aquellos que viajan en otro medio de transporte obtuvieron elevados niveles, considerando que poseen una percepción positiva con respecto a la valoración y funcionamiento de la sociedad.

Al analizar las diferencias entre los usuarios de ferrocarril y aquellos que no lo utilizan, se evidenciaron mayores puntuaciones en aquellos que no utilizan el tren como medio de transporte preferente en los Valores Humanos, Benevolencia (*U de Mann-Whittney* = 8090,000; *p* = .000), Conformismo (*U de Mann-Whittney* = 7705,000; *p* = .000), Seguridad (*U de Mann-Whittney* = 7302,000; *p* = .000): los cuales refieren a la importancia de las relaciones cercanas y la armonía con los demás; Logro (*U de Mann-Whittney* = 8577,000; *p* = .000) y Hedonismo (*U de Mann-Whittney* = 8881,000; *p* = .001): dando importancia a la satisfacción personal e individual; Estimulación (*U de Mann-Whittney* = 9505,500; *p* = .019) y Autodirección (*U de Mann-Whittney* = 9086,000; *p* = .006); predominando el interés por lo novedoso y la libertad de acción (ver tabla 5).

Tabla 5

Diferencias de rangos del Clima Social Emocional, Bienestar Social y Valores Humanos entre usuarios de tren y de otros medios de transporte

	Rango Promedio Usuarios de tren	Rango Promedio No viajan en tren	U de Mann-Whittney	Z	Sig.
Clima emocional positivo	108,23	193,34	4866,500	-8,500	**.000**
Clima emocional negativo	186,14	114,39	5868,500	-7,166	**.000**
Integración Social	118,44	180,18	6441,500	-6,228	**.000**
Aceptación Social	110,99	190,54	5283,500	-7,956	**.000**
Contribución Social	116,75	184,71	6152,500	-6,815	**.000**
Actualización Social	121,10	178,67	6810,000	-5,795	**.000**
Coherencia Social	124,41	176,94	7309,500	-5,269	**.000**
Autotrascendencia	133,17	168,06	8633,000	-3,488	**.000**
Universalismo	141,82	159,29	9939,500	-1,762	.078
Benevolencia	129,58	171,70	8090,000	-4,320	**.000**
Conservación	125,88	174,28	7557,000	-4,854	**.000**
Tradición	151,18	148,82	10998,500	- ,239	.811
Seguridad	124,36	176,99	7302,000	-5,310	**.000**
Conformismo	127,03	174,29	7705,000	-4,754	**.000**
Autopromoción	138,16	163,01	9385,500	-2,491	**.013**
Poder	147,14	153,90	10742,500	-,684	.494
Logro	132,80	169,44	8577,000	-3,592	**.000**
Apertura al cambio	134,15	164,85	8814,000	-3,081	**.002**
Hedonismo	134,81	166,40	8881,000	-3,191	**.001**
Estimulación	138,95	162,20	9505,500	-2,341	**.019**
Autodirección	135,98	163,02	9086,000	-2,758	**.006**

6.5 Diferencia de grupos con variables socio demográficas

6.5.1 Diferencias de grupos en variable Clima Social Emocional

En cuanto a las variables socio demográficas, se obtuvieron resultados significativos en la diferencia de grupos del Horario de viaje de ida a CABA con el Clima Social Emocional, siendo mayor la puntuación del Clima Positivo (x^2= 11.069,

gl=2, *p* = .004), un predominio de emociones positivas de seguridad y confianza en los usuarios que viajan después de las 09:00 am y mayor Clima Negativo (x^2= 15.225, *gl*=2, *p* = .000), predominando emociones de miedo e inseguridad y sentimientos de malestar en determinado contexto en aquellos que viajan en el rango de 07:00 a 09:00 am (ver tabla 6).

Tabla 6

Clima Social Emocional y horario de viaje de ida

	Horario de viaje: Ida a CABA:	Rango promedio
Clima Social Emocional Negativo	antes de las 07:00 am	153.03
	de 07:00 a 09:00 am	165.21
	después de las 09:00	117.74
Clima Social Emocional Positivo	antes de las 07:00 am	153.99
	de 07:00 a 09:00 am	136.29
	después de las 09:00	176.60

Estadísticos de contraste[a,b]

	Clima Social Negativo	Clima Social Positivo
Chi-cuadrado	15.225	11.069
Gl	2	2
Sig. asintót.	.000	.004

a. Prueba de Kruskal-Wallis

b. Variable de agrupación: Horario de viaje: Ida a CABA:

Por otro lado, al comparar rangos con la variable "¿Viaja sentado?", también se observaron diferencias significativas en el Clima Social Emocional, presentando un mayor Clima Positivo (x^2= 52.025, *gl*= 4, *p* = .000) aquellos que viajan sentados "siempre", "frecuentemente" y "a veces" y un mayor nivel de Clima Negativo (x^2= 39.938, *gl*= 4, *p* = .000), quienes respondieron a la pregunta que "rara vez" y "nunca" viajan en tal condición (ver tabla 7).

Tabla 7

Clima Social Emocional y condición de comodidad de viaje

	¿Viaja sentado?	Rango Promedio
Clima Social Emocional Negativo	SIEMPRE	136.83
	FRECUENTEMENTE	106.85
	A VECES	135.56
	RARA VEZ	181.42
	NUNCA	190.70
Clima Social Emocional Positivo	SIEMPRE	181.40
	FRECUENTEMENTE	180.65
	A VECES	180.09
	RARA VEZ	116.25
	NUNCA	98.91

Estadísticos de contraste[a,b]

	Clima Social Negativo	Clima Social Positivo
Chi-cuadrado	39.938	52.025
Gl	4	4
Sig. asintót.	.000	.000

a. Prueba de Kruskal-Wallis

b. Variable de agrupación: ¿Viaja sentado?

La comparación de grupos de la variable "¿Por qué motivo elige los medios de transporte que utiliza frecuentemente?", arrojó resultados que evidencian un nivel más alto de Clima Social Emocional Negativo (x^2= 55.952, gl= 4, p = .000) en aquellos que lo eligieron por "rapidez" y en menor medida por "comodidad", ocurre lo inverso en relación al Clima Emocional Positivo (x^2= 62.913, gl= 4, p = .000), dando como resultado mayores niveles en quienes eligen por "comodidad" (ver tabla 8).

Tabla 8

Clima Social Emocional y motivo de elección del transporte

	¿Por qué motivo elige los medios de transporte que utiliza frecuentemente?	Rango promedio

Clima Social Emocional Negativo	RAPIDEZ	188.22
	ECONOMICO	152.00
	CERCANIA A PARADA O ESTACION	158.80
	COMODIDAD	102.64
	SEGURIDAD	181.00
Clima Social Emocional Positivo	RAPIDEZ	105.46
	ECONOMICO	162.11
	CERCANIA A PARADA O ESTACION	166.67
	COMODIDAD	195.07
	SEGURIDAD	141.00

Estadísticos de contraste[a,b]

	Clima Social Negativo	Clima Social Positivo
Chi-cuadrado	55.952	62.913
Gl	4	4
Sig. asintót.	.000	.000

a. Prueba de Kruskal-Wallis

b. Variable de agrupación: ¿Por qué motivo elige los medios de transporte que utiliza más frecuentemente?

Al relacionar los grupos de las actividades que realizan los usuarios mientras viajan, con el Clima Emocional Positivo y Negativo, los resultados manifestaron que aquellos que leen un libro, tienen altos niveles de Clima Positivo (x^2= 19.701, gl=5, p = .001) por sobre los demás y aquellos que no hacen ninguna actividad específica o leen el diario, tienen un mayor Clima Emocional Negativo (x^2= 21.964, gl= 5, p = .001) (ver tabla 9).

Tabla 9

Clima Social Emocional y actividad durante el viaje

	¿Qué realiza USUALMENTE mientras viaja?	Rango promedio
Clima Emocional	USO DEL CELULAR	156.05

Negativo	LEO UN LIBRO	100.08
	LEO EL DIARIO	177.75
	NO HAGO NADA	168.31
	ESTUDIO	153.75
	CONVERSO CON PERSONAS	117.17
Clima Emocional Positivo	USO DEL CELULAR	141.90
	LEO UN LIBRO	195.08
	LEO EL DIARIO	149.95
	NO HAGO NADA	129.73
	ESTUDIO	97.63
	CONVERSO CON PERSONAS	137.75

Estadísticos de contraste[a,b]

	Clima Social Negativo	Clima Social Positivo
Chi-cuadrado	21.964	19.701
Gl	5	5
Sig. asintót.	.001	.001

a. Prueba de Kruskal-Wallis

b. Variable de agrupación: ¿Qué realiza USUALMENTE mientras viaja?

6.5.2 Diferencias de grupos con respecto al Bienestar Social.

En relación a la variable de horario de viaje de Ida a CABA se encontraron diferencias significativas en tres dimensiones del Bienestar Social; Integración Social (x^2= 8.598, gl=2, p = .014), Aceptación Social (x^2= 31.745, gl=2, p = .000) y Actualización Social (x^2= 16.745, gl=2, p = .000), aquellos que viajan después de las 09:00 am poseen niveles más elevados en estas dimensiones que aquellos que viajan antes de ese horario (ver tabla 10).

Tabla 10

Bienestar Social y horario de viaje de ida

	Horario de viaje: Ida a CABA:	Rango promedio
Integración Social	antes de las 07:00 am	139.54
	de 07:00 a 09:00 am	141.02
	después de las 09:00	173.98
Aceptación Social	antes de las 07:00 am	148.62
	de 07:00 a 09:00 am	128.71
	después de las 09:00	197.29
Actualización Social	antes de las 07:00 am	149.63
	de 07:00 a 09:00 am	133.28
	después de las 09:00	182.69

Estadísticos de contraste[a,b]

	Integración Social	Aceptación Social	Actualización Social
Chi-cuadrado	8.598	31.745	16.745
Gl	2	2	2
Sig. asintót.	.014	.000	.000

a. Prueba de Kruskal-Wallis

b. Variable de agrupación: Horario de viaje: Ida a CABA:

Lo mismo ocurre en el horario de vuelta a GBA Sur, presentando mayores niveles en todas las dimensiones del Bienestar Social aquellos usuarios que viajan antes de las 17:00 hs; Integración Social (x^2= 19.822, gl=2, p = .000), Aceptación Social (x^2= 13.011, gl=2, p = .001), Contribución Social (x^2= 13.720, gl=2, p = .001), Actualización Social (x^2= 10.961, gl=2, p = .004) y Coherencia Social (x^2= 16.652, gl=2, p = .000) (ver tabla 11).

Tabla 11

Bienestar Social y horario de viaje de vuelta

	Horario de viaje: Vuelta a GBA Sur	Rango promedio
Integración Social	antes de las 17:00 hs	175.74
	de 17:00 a 19:00 hs	127.94
	después de las 19:00 hs	159.30

Aceptación Social	antes de las 17:00 hs	172.83
	de 17:00 a 19:00 hs	133.43
	después de las 19:00 hs	155.78
Contribución Social	antes de las 17:00 hs	175.50
	de 17:00 a 19:00 hs	138.49
	después de las 19:00 hs	132.07
Actualización Social	antes de las 17:00 hs	164.27
	de 17:00 a 19:00 hs	133.38
	después de las 19:00 hs	170.23
Coherencia Social	antes de las 17:00 hs	178.11
	de 17:00 a 19:00 hs	134.44
	después de las 19:00 hs	139.72

Estadísticos de contraste[a,b]

	Integración Social	Aceptación Social	Contribución Social	Actualización Social	Coherencia Social
Chi-cuadrado	19.822	13.011	13.720	10.961	16.652
Gl	2	2	2	2	2
Sig. asintót.	.000	.001	.001	.004	.000

a. Prueba de Kruskal-Wallis

b. Variable de agrupación: Horario de viaje: Vuelta a GBASur

En todas las dimensiones del Bienestar Social, se hallaron diferencias significativas en cuanto a la manera y la regularidad en la que viajan sentados. Dio como resultado, niveles más altos, en aquellos que respondieron que “a veces”, “frecuentemente” o “siempre” viajan sentados (ver tabla 12).

Tabla 12

Bienestar Social y condición de comodidad de viaje

	¿Viaja sentado?	Rango promedio
Integración Social	SIEMPRE	164.20
	FRECUENTEMENTE	185.52
	A VECES	170.73
	RARA VEZ	114.41

	NUNCA	109.36
	Total	
Aceptación Social	SIEMPRE	175.55
	FRECUENTEMENTE	190.24
	A VECES	175.31
	RARA VEZ	129.03
	NUNCA	84.36
Contribución Social	SIEMPRE	175.19
	FRECUENTEMENTE	183.74
	A VECES	165.68
	RARA VEZ	141.05
	NUNCA	93.26
Actualización Social	SIEMPRE	180.58
	FRECUENTEMENTE	186.30
	A VECES	162.57
	RARA VEZ	137.49
	NUNCA	93.55
Coherencia Social	SIEMPRE	191.86
	FRECUENTEMENTE	196.88
	A VECES	148.64
	RARA VEZ	137.95
	NUNCA	103.81

Estadísticos de contraste[a,b]

	Integración Social	Aceptación Social	Contribución Social	Actualización Social	Coherencia Social
Chi-cuadrado	41.014	60.868	40.470	42.412	41.384
Gl	4	4	4	4	4
Sig. asintót.	.000	.000	.000	.000	.000

a. Prueba de Kruskal-Wallis

b. Variable de agrupación: ¿Viaja sentado?

Se observa que ocurre lo mismo con la variable "motivo por el cual eligen el medio de transporte" los sujetos que lo hacen por "comodidad", presentan niveles representativamente superiores a aquellos que optan por otros motivos, como la "rapidez" (ver tabla 13).

Tabla 13

Bienestar Social y motivo de elección del transporte

	¿Por qué motivo elige los medios de transporte que utiliza más frecuentemente?	Rango promedio
Integración Social	RAPIDEZ	130.63
	ECONOMICO	129.20
	CERCANIA A PARADA O ESTACION	149.91
	COMODIDAD	177.06
	SEGURIDAD	213.25
Aceptación Social	RAPIDEZ	119.87
	ECONOMICO	117.89
	CERCANIA A PARADA O ESTACION	138.43
	COMODIDAD	205.18
	SEGURIDAD	27.00
Contribución Social	RAPIDEZ	121.92
	ECONOMICO	132.32
	CERCANIA A PARADA O ESTACION	158.69
	COMODIDAD	191.20
	SEGURIDAD	57.00
Actualización Social	RAPIDEZ	120.97
	ECONOMICO	149.33
	CERCANIA A PARADA O ESTACION	146.98
	COMODIDAD	186.98
	SEGURIDAD	26.00
Coherencia Social	RAPIDEZ	122.39
	ECONOMICO	124.37
	CERCANIA A PARADA O ESTACION	136.93
	COMODIDAD	197.69
	SEGURIDAD	148.00

Estadísticos de contraste[a,b]

	Integración Social	Aceptación Social	Contribución Social	Actualización Social	Coherencia Social
Chi-cuadrado	20.252	67.933	41.341	37.575	49.031
Gl	4	4	4	4	4
Sig. asintót.	.000	.000	.000	.000	.000

a. Prueba de Kruskal-Wallis

b. Variable de agrupación: ¿Por qué motivo elige los medios de transporte que utiliza más frecuentemente?

Por último, es interesante destacar la diferencia que se observó entre los grupos en la variable "¿Qué realiza usualmente mientras viaja?", manifestándose mayores niveles en las dimensiones del Bienestar Social en aquellos sujetos que realizan alguna actividad como "leer un libro" o "uso del celular (incluyendo redes sociales, radio, música)" por sobre aquellos que respondieron que no hacen ninguna actividad específica durante el recorrido (ver tabla 14).

Tabla 14

Bienestar social y actividad durante el viaje.

	¿Qué realiza USUALMENTE mientras viaja?	Rango promedio
Integración Social	USO DEL CELULAR	146.99
	LEO UN LIBRO	177.15
	LEO EL DIARIO	162.55
	NO HAGO NADA	112.39
	ESTUDIO	181.00
	CONVERSO CON PERSONAS	124.25
Aceptación Social	USO DEL CELULAR	141.43
	LEO UN LIBRO	198.70
	LEO EL DIARIO	120.80
	NO HAGO NADA	120.11
	ESTUDIO	213.63
	CONVERSO CON PERSONAS	169.75
Contribución Social	USO DEL CELULAR	138.38
	LEO UN LIBRO	202.06

	LEO EL DIARIO	137.65
	NO HAGO NADA	129.99
	ESTUDIO	197.13
	CONVERSO CON PERSONAS	136.25
Actualización Social	USO DEL CELULAR	140.71
	LEO UN LIBRO	190.85
	LEO EL DIARIO	165.45
	NO HAGO NADA	121.59
	ESTUDIO	157.38
	CONVERSO CON PERSONAS	156.17
Coherencia Social	USO DEL CELULAR	146.92
	LEO UN LIBRO	186.06
	LEO EL DIARIO	117.00
	NO HAGO NADA	124.49
	ESTUDIO	130.13
	CONVERSO CON PERSONAS	139.25

Estadísticos de contraste[a,b]

	Integración Social	Aceptación Social	Contribución Social	Actualización Social	Coherencia Social
Chi-cuadrado	15.931	27.525	26.117	19.332	15.219
Gl	5	5	5	5	5
Sig. asintót.	.007	.000	.000	.002	.009

a. Prueba de Kruskal-Wallis

b. Variable de agrupación: ¿Qué realiza USUALMENTE mientras viaja?

6.6 Otros resultados significativos

Otros resultados llamativos, se observaron en relación a la edad, obteniendo resultados positivos y representativos en la correlación con la dimensión del Bienestar Social: Aceptación Social (*Rho*=122; *p* =.035), la cual hace referencia a la confianza y actitudes positivas hacia los demás; con el Clima Social Emocional Positivo (*Rho*=.175; *p* =.003), es decir que a mayor edad predomina una percepción de emociones colectivas positivas por sobre las negativas y con los Valores Tradición (*Rho*=.244; *p* =.000) y Conformismo (*Rho*=.241; *p* =.000) los cuales pertenecen a los que tienen que ver con la

Conservación y se interesan por cumplir con las normas y expectativas de la sociedad. Contrario a esto, se presentó una correlación negativa con el Clima Emocional Negativo (*Rho*= -.131; *p* =.023), es decir que a menor edad aumenta la percepción de las emociones negativas en un contexto social y con los Valores Logro (*Rho*= -.267; *p* =.000), Hedonismo (*Rho*= -.235; *p* =.000) y Estimulación (*Rho*= -.346; *p* =.000); tienen que ver con el predominio de satisfacción individual por sobre la satisfacción social y con búsqueda de desafíos. Estos resultados manifiestan que a menor edad los niveles de estas variables aumentan.

Por otro lado, en relación al tiempo que hace que realiza este recorrido, se observaron resultados similares a los de la variable edad, evidenciándose una relación positiva con el Clima Social Emocional Positivo (*Rho*= .175; *p* =.003), la Tradición (*Rho*= .261; *p* =.000) y el Conformismo (*Rho*= .221; *p* =.000) y una relación negativa con el Clima Negativo (*Rho*= -.137; *p* =.018) y los Valores Logro (*Rho*= -.198; *p* =.001), Hedonismo (*Rho*= -.148; *p* =.011) y Estimulación (*Rho*= -.271; *p* =.000). Podríamos interpretar que estos resultados se asemejan, ya que las personas que realizan hace más tiempo el recorrido, tienen mayor edad, vale decir entonces que dicha correlación significativa se explica por un factor de índole cronológica.

Por último, es relevante la relación entre los datos que se obtuvieron a través de una tabla de contingencia, donde se observa que aquellos que utilizan el tren como medio de preferencia, lo hacen por rapidez, mientras que una parte importante de la muestra que elige como medio de transporte otro diferente al ferrocarril, lo hacen por comodidad (ver tabla 15).

Tabla 15

Tabla de contingencia: Motivo de elección del transporte en usuarios de tren y quienes no viajan en tren

Tabla de contingencia ¿Por qué motivo elige los medios de transporte que utiliza más frecuentemente? * TREN

Recuento

		TREN		
		No	si	Total
¿Por qué motivo elige los medios de transporte que utiliza más frecuentemente?	RAPIDEZ	14	110	124
	ECONOMICO	11	31	42
	CERCANIA A PARADA O ESTACION	20	7	27

COMODIDAD	102	3	105
SEGURIDAD	2	0	2

CAPÍTULO VII. Discusión

7.1 Discusión

En la introducción se argumentó acerca del interés de relacionar determinadas variables con el uso de los medios de transporte. Cabe destacar la importancia del uso de los medios para trasladarse, citando a Gutiérrez (2009) quién hace referencia a una práctica, en la que se reiteran conductas sociales en un determinado contexto. La mayoría de los usuarios del transporte, realizan un recorrido diario y rutinario, para llevar a cabo las actividades de su vida diaria.

El interés marcado en el transporte ferroviario, se debe a partir del estudio, tanto al recorrido histórico como al malestar que genera a nivel social por diversos motivos. A raíz de accidentes y desmejora en los servicios, se genera un clima tal, que los usuarios manifiestan su disconformidad (Rebón et al., 2010).

De Rivera (1992), habla de Clima Social Emocional, refiriendo a las emociones que se generan a nivel grupal, no siendo la suma de las emociones individuales, sino como sentimientos colectivos generados frente a determinadas circunstancias, en un contexto social, económico y temporal determinado. El Clima Emocional puede estar provisto de emociones negativas, generando un Clima negativo o de emociones positivas, denominándose a éste positivo.

El énfasis en relacionar esta variable en los usuarios de tren y aquellos que no lo utilizan, deviene a partir de las problemáticas analizadas de diversas investigaciones a través de varios años, que refieren acerca de lo que generan en las personas algunas características del viaje en transporte (Pérez, 2010; Pírez, 1999; Müller, 2015).

Podríamos afirmar que el ferrocarril es un transporte de pasajeros masivo, en el que se generan emociones a nivel grupal, como también en el transporte de pasajeros colectivo, el cual tiene una capacidad física reducida, mostrándose allí diferencia y el hecho de que sea un transporte automotor, pone en juego la variable del tránsito.

Los resultados obtenidos, muestran una diferencia significativa del Clima Emocional, entre los usuarios del ferrocarril y los sujetos que eligen otros medios. Los primeros presentan altos niveles de Clima Emocional Negativo.

El Bienestar Social es definido por Keyes (1998), como la apreciación que las personas hacen de las circunstancias y el funcionamiento dentro de la sociedad, tomando en consideración lo subjetivo y lo social e influyendo directamente en el bienestar y la salud. El autor le da importancia al mundo que le es dado al sujeto y aquel que se construye intersubjetivamente.

Esta variable nos genera interés a la hora de analizar la influencia del transporte público en las personas a nivel social e individual y se ve reflejada en los resultados obtenidos que manifiestan que aquellos que utilizan el transporte ferroviario, presentan niveles significativamente bajos en las dimensiones del Bienestar Social. Podríamos entenderlo, a partir del conocimiento de las dimensiones Aceptación e Integración, que tienen que ver con la confianza, aceptación y relaciones positivas con los demás y por otra parte, la Contribución, Actualización y Coherencia Social, consideran cierta actividad del sujeto en la sociedad.

Este medio de transporte masivo, es utilizado por una parte de la sociedad para trasladarse diariamente y del uso del mismo depende la llegada a tiempo para la realización de una actividad diaria, como sea el empleo, la formación académica o mismo un turno médico, si se tiene en cuenta el mal funcionamiento del mismo y la calidad de viaje, se entienden los resultados obtenidos infiriendo que esta actividad diaria, el traslado de un lugar a otro, influye directamente en la percepción del Bienestar Social, tanto en sus dimensiones que se relacionan con la confianza y las actitudes positivas con los demás como también con aquellas que contemplan la parte activa del sujeto en la sociedad como la Contribución y la Coherencia Social. En relación a lo mencionado, se puede citar a Pírez (1999), quien sostiene que existe un desligamiento social y una incapacidad de decisión social frente a la desmejora del servicio de transporte férreo. Además, ante las situaciones de colapso por el mal funcionamiento del ferrocarril, se manifiesta una disconformidad en los usuarios como plantean Rebón et al. (2010) y esto se ve reflejado en las bajas puntuaciones de Bienestar Social de los usuarios, contrastados con quienes eligen otros medios, ya que como menciona Fuentes (2012), que lo imprevisible del funcionamiento del tren, hace que las personas busquen alternativas de desplazamiento, incluyendo entre estas al transporte colectivo.

Necesariamente, cabe continuar con el concepto de Clima Social Emocional, para entender mejor los resultados obtenidos en cuanto al Bienestar Social, ya que en las dimensiones del mismo se presentan aspectos sociales que tienen que ver con las relaciones positivas con los demás que se generan en un ambiente determinado y el Clima Social Emocional involucra los sentimientos y emociones que se generan en un contexto específico a nivel social, De Rivera (1992) considera que son emociones colectivas, que trascienden lo individual.

En cuanto a la relación de las variables ya mencionadas, estudios anteriores indican una asociación negativa entre el Clima Emocional Negativo y la Aceptación, Actualización y Coherencia Social percibidos por los sujetos (Zubieta et al., 2012). Los

resultados obtenidos en la investigación son relacionados con todas las dimensiones del Bienestar Social, ya que cuanto más elevada fue la puntuación de las mismas, el Clima Positivo fue más alto, y al descender el nivel en las dimensiones del Bienestar, mayor fue el predominio de emociones negativas percibidas en los sujetos, es decir, del Clima Emocional Negativo. Se pueden entender estos resultados de manera similar que con la variable anterior, ya que un mal funcionamiento del transporte ferroviario, afecta directamente a las emociones sociales percibidas y a las relaciones positivas con los demás, como también quienes eligen otro medio como el transporte colectivo por motivos de comodidad, manifiestan una percepción de emociones positivas por sobre las negativas.

Los valores humanos son definidos por Schwartz (2001) como metas deseables que cambian dependiendo de las situaciones de un determinado momento y sirven en la vida de las personas justificando las conductas. Cada cultura y grupo social tienen influencia sobre estas metas motivacionales.

En relación a la asociación entre los Valores Humanos y el Bienestar Social, estudios previos (Zubieta et al., 2012), han arrojado resultados de asociaciones positivas de la mayoría de las dimensiones con los valores de Auto-trascendencia y Apertura al cambio. En el presente estudio, esta relación también dio como resultado una asociación positiva de todas las dimensiones del Bienestar Social con los Valores de Autotrascendencia y con Seguridad, los primeros tienen que ver con una prevalencia de intereses colectivos y la Seguridad con la armonía y estabilidad social. Otra relación importante a destacar, es la asociación negativa y significativa entre las dimensiones Aceptación, Contribución, Actualización y Coherencia Social con el valor Poder, esto se evidencia entendiendo que el valor mencionado tiene que ver con intereses personales de autoridad y poder social, predominando aspectos individualistas, mientras que las dimensiones del Bienestar Social se relacionan mayormente con intereses del funcionamiento social, considerando al sujeto como activo dentro de la sociedad, prevaleciendo la importancia del bien común y trascendiendo lo individual por lo social.

Por otra parte, se encontró una relación positiva entre el Clima Emocional Positivo y la Benevolencia, Conservación, Seguridad, Conformismo y Estimulación, indicando que aquellos valores que tienen que ver con aspectos de la relación armoniosa con los demás, tienen una influencia en la percepción de emociones colectivas positivas. Asimismo, se halló una relación negativa entre el Clima Emocional Negativo y los Valores Benevolencia y Conformismo, es decir que en quienes predominan los Valores que tienen que ver con la ausencia de rencor, el cumplimiento de las normas sociales, y

el respeto a los demás, tienen una menor percepción de emociones colectivas negativas. Una asociación positiva con el Poder, indica que quienes se interesan más por lo individual y por el poder social y autoridad, tienen un predominio de emociones sociales negativas percibidas, es decir de Clima Emocional Negativo.

Al analizar la diferencia de los Valores que existe entre aquellos usuarios de transporte automotor y usuarios del ferrocarril, se evidenciaron en los primeros, mayores niveles de los Valores Benevolencia, Conformidad, Seguridad, los cuales tienen que ver con la armonía en las relaciones con los demás, la protección y el orden social (Fontaine, Poortinga, Delbeke & Schwartz, 2008), podríamos entender que aquellas personas que utilizan otros medios distintos al ferrocarril contemplan intereses de mayor orden social, seguridad y protección, para entender un poco más, cabe adelantar algunos datos obtenidos y mencionar que un alto porcentaje de usuarios de tren lo eligen por la rapidez del mismo dejando de lado la comodidad, mientras aquellos que eligen el transporte automotor, optan por la comodidad y por ésto como ya se mencionó, podrían poseer puntuaciones más elevadas en dichos Valores. Continuando con la idea, el Logro, Hedonismo, Estimulación y Autodirección también presentaron niveles más elevados en aquellos individuos que no utilizan el ferrocarril como medio de transporte preferente, ésta asociación podríamos entenderla a partir de una búsqueda en los intereses individuales y en el placer, considerando que apuntan al medio para trasladarse que menos malestar les genere, teniendo en cuenta el elevado porcentaje de usuarios de colectivos que lo eligen por comodidad.

Frente a los resultados obtenidos y desarrollados hasta aquí, podemos hacer referencia a estudios realizados en distintos momentos por Simmel (1903, Miller, 1964 & Milgram, 1970 citados en Dorantes Rodríguez & Matus García, 2002), acerca del desequilibro psicológico que resulta de la vida en las ciudades, generando un filtro en la información que reciben las personas y evitando contactos sociales, se podría entender por los mismos motivos a aquellos usuarios que prefieren viajar en condiciones más cómodas, sin dar mayor importancia a la rapidez. Pírez (1999) desarrolla acerca del desligamiento de la responsabilidad social que afecta a los usuarios de transporte y a la vida en las masas, agregando que existe una disminución del respeto en las relaciones interpersonales, lo cual se ve reflejada en la información desarrollada anteriormente.

Otros datos obtenidos que interesa destacar, es la asociación de dichas variables con aquellos datos socio demográficos que se consideraron importantes para la presente investigación. Se observa que existe una relación entre el horario de viaje, el Bienestar Social y el Clima Emocional. Se presenta un Clima Emocional Negativo y baja

percepción de las dimensiones del Bienestar Social en aquellos usuarios que viajan de ida a Capital Federal, antes de las 9 am, mientras que aquellos que viajan después de las 9 am tienen valores más elevados de Clima Positivo y en las dimensiones Integración, Aceptación y Actualización Social, lo mismo ocurre en el caso del horario de antes de las 17 hs, de vuelta a GBA Sur. Para entender esta información, es necesario considerar datos del Instituto del Transporte, de la Academia Nacional de Ingeniería (2011), que sostienen que las líneas que presentan un problema de saturación y también de comodidad en hora pico, entonces entendemos que lo que caracteriza a la "hora pico", considerándose al momento del día en el que una mayor cantidad de personas se trasladan, influye de manera directa en las emociones percibidas por los usuarios y en la percepción del funcionamiento social. Quienes viajan antes de las 9 am, poseen mayores limitaciones a la hora de pensar en el correcto funcionamiento social, evidenciándose en las bajas puntuaciones en la dimensión Actualización Social y existe un predominio en la percepción de emociones negativas en la relación con los demás, de Clima Social Emocional Negativo, la falta de comodidad y saturación que en algunos momentos se lo podría denominar "hacinamiento", no puede generar sentimientos y emociones que se alejen de lo negativo.

Por otra parte hubo una interesante asociación en la pregunta si en el desplazamiento en el medio de transporte "¿viajan sentados?", con un desglose de respuestas de la frecuencia, se presenta un Clima Social Emocional Negativo en aquellos que "nunca" o "rara vez" viajan sentados y quienes respondieron que "siempre", "a veces" o "frecuentemente" viajan sentados, manifiestan elevados niveles en las dimensiones del Bienestar Social y del Clima Emocional Positivo; lo cual se entiende si consideramos que viajar sentado es una condición de comodidad, la misma influye en la percepción de las emociones colectivas y del Bienestar Social.

Como se viene desarrollando y ya se mencionó, existe una relación entre el motivo por el cual se opta el modo de desplazamiento, el Bienestar Social y el Clima Social Emocional. Aquellos que lo eligen por comodidad poseen puntuaciones más elevadas en las dimensiones del Bienestar Social y en la percepción de las emociones colectivas positivas, mientras que quienes lo eligen por rapidez, obtienen altos niveles de Clima Social Emocional Negativo y bajas puntuaciones en la valoración del funcionamiento de la sociedad, es decir, del Bienestar Social.

Cabe mencionar otros resultados representativos, de la relación entre la edad de los encuestados y los niveles de Clima Social Emocional, predominando el clima negativo en personas de menor edad y elevándose el Clima Positivo a medida que

aumenta la edad. Lo mismo ocurre con los valores Tradición y Conformismo, que se asocian positiva y directamente con la edad, es decir que a mayor edad predominan Valores relacionados con el cumplimiento de las normas sociales y la preservación del bienestar entre las personas, la aceptación social y consideración sobre los intereses sociales; mientras que el Logro, Hedonismo y Estimulación se relacionan negativamente, mostrando una prevalencia de Valores que tienen que ver con intereses individualistas, de la búsqueda del placer y nuevos desafíos en las personas más jóvenes. Además, por una cuestión cronológica se evidencian los mismos resultados en el tiempo que hace que realizan el recorrido en transporte, mostrando un Clima Emocional Negativo quienes hace menos tiempo que viajan, pero por otro lado, puede relacionarse con un acostumbramiento de quienes hace más tiempo que realizan este recorrido y que no perciban de forma predominante las emociones colectivas negativas y a pesar de las situaciones puedan valorar el funcionamiento social presentando también un elevado nivel en el Bienestar Social.

A modo de conclusión, podríamos considerar la importancia de la presente investigación, ya que los datos obtenidos sostienen algunas de las hipótesis, como que los usuarios del transporte de ferrocarril tienen un Clima Social Emocional Negativo a comparación de quienes eligen el transporte automotor, y refuerzan datos de investigaciones de diversas disciplinas que estudian acerca de la influencia de los medios de transporte en la sociedad. El desplazamiento es un hecho social e influye de manera directa en las actividades cotidianas de las personas, por lo cual es necesario que se desnaturalicen las malas condiciones de viaje. También podría tenerse en cuenta para futuras investigaciones, el hecho de que las personas que realizan algo mientras viajan, como leer un libro o el uso del celular, presentan una prevalencia en la percepción de emociones positivas, frente a los que no realizan ninguna actividad específica, lo cual es relevante para considerar que la distracción o entretenimiento en el viaje en transporte influye de manera positiva en el Clima Social Emocional Positivo.

Conocer las variaciones del Clima Social Emocional y Bienestar Social en usuarios de transporte público y la relación de estas variables con los Valores, abre un amplio abanico de intereses hacia disciplinas varias, ya que repercute en el interés de quienes estudian acerca del funcionamiento social, la aglomeración de las grandes ciudades y las condiciones de los medios de transporte.

Teniendo en cuenta la diversidad de disciplinas que tienen que ver en la temática de la presente investigación, se podría considerar como una debilidad las posibles causas que pueden tener que ver con los resultados obtenidos, desde un contexto

político específico y aspectos económicos, por ejemplo, de aquellos usuarios que se encuentran limitados por lo económico u otras posibles causas que no se tomaron en cuenta. La presente investigación, aporta datos empíricos que permitirían ahondar en investigaciones futuras, teniendo en cuenta la mirada psicológica, hacia las conductas de las personas en sociedad, con el fin de construir estrategias de cambio o mejora en las emociones a nivel colectivo y en la calidad de las relaciones interpersonales.

Sería interesante entonces, para futuros estudios, realizar un diseño experimental que incluya una tarea en la que se plantee (con auxilio de algún video o simulación), para un grupo experimental un viaje en transporte público, para otro grupo de personas un viaje en otro tipo de transporte, y para el grupo control, se presente un viaje de tipo neutro (e.g., una caminata en una calle de un pueblo conocido, con algunos sujetos que también caminan, cuya situación no resultaría generadora de estrés, emociones negativas, como tampoco pudiera alterar negativamente el bienestar general auto-percibido); tomándose entonces medidas de Clima Social Emocional y Bienestar Social en una fase pre-experimental y en una fase post-experimental, a los fines de analizar diferencias "causales" intergrupo, en tanto la manipulación de la variable independiente (tipo de viaje realizado) pudiera influir sobre las medidas posteriores de Clima Social Emocional y Bienestar Social. Asimismo, podrían evaluarse los Valores Humanos en ambas fases, para verificar si la autopercepción valórica se modifica luego de la situación experimental, aunque se entiende que los Valores Humanos, además de ser universales, resultan difícilmente mutables situacionalmente (sobre todo, tratándose de un experimento) dada su alto nivel de estabilidad temporal.

REFERENCIAS

Allardt, E. (1996). Tener, amar, ser: una alternativa al modelo sueco de investigación sobre el bienestar. En M. Nussbaum y A. Sen (comps.), *La calidad de vida* (pp. 126-134). México: F.C.E

Barylko, J. (2000). *Los valores y las virtudes*. Buenos Aires, Argentina: Emecé.

Bar-Tal, D., Halperin, E., & de-Rivera, J. (2007). Collective emotions in conflict situations: Societal implications. *Journal of Social Issues*, 63, 441-460.

Basabe. N (2004). Salud, Factores Psicosociales y Cultura. En D. Páez, I. Fernández, S. Ubillos, & E. Zubieta (Coords.). *Psicología social, cultura y educación* (pp. 891-913). Madrid: Pearson Prentice Hall.

Bilbao, M. A., Techio, E. & Páez, D. (2007). Felicidad, Cultura y valores personales: Estado de la cuestión y síntesis meta-analítica. *Revista de Psicología, 25* (2), 233-276.

Blanco, A. & Díaz, D. (2005). El bienestar social: su concepto y medición. *Psicothema*, 17 (4), 582-589.

Blanco, A. & Díaz, D. (2006). Orden social y salud mental: una aproximación desde el bienestar social. *Revista Clínica y Salud*, 17, 7-29.

Cancela Gordillo, R., Cea Mayo, N., Gabildo Lara, G., & Valilla Gigante, S. (2010). *Metodología de la Investigación Educativa: Investigación Ex Post Facto*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.

Casas, F. (1996): Bienestar social. Una introducción psico-sociológica. Barcelona, PPU. Págs: 69-81; 123-126; 141-156

Castro Solano, A. (2005). *Técnicas de evaluación psicológica en los ámbitos militares.* Buenos Aires: Paidós.

Centro Tecnológico de Transporte y Seguridad Vial. (2006, 2007). *Resultados de la Investigación de Transporte Urbano Público de Buenos Aires – INTRUPUBA.* Recuperado de http://ondat.fra.utn.edu.ar/?p=1044

Colectivo. La enciclopedia de ciencias y tecnologías en Argentina [versión electrónica]. San Carlos de Bariloche: http://cyt-ar.com.ar/cyt-ar/

Conejero, S., De Rivera, J., Páez, D. & Jiménez, A. (2004). Alteración afectiva personal, atmósfera emocional y clima emocional tras los atentados del 11 de marzo. *Ansiedad y Estrés,* 10(2-3), 299-312.

De Rivera, J. H. (1977). *A structural theory of the emotions*. New York: International Universities Press.

De Rivera, J. (1992). Emotional climate: Social structure and emotional dynamics. *International Review of Studies on Emotion,* 2, 197-218.

De Rivera, J. & Páez, D. (2007). Emotional climate, human security and cultures of peace. *Journal of Social Issues, 63(2),*233-253.

De Rivera, J., Kurrien, R. & Olsen, N. (2007). The emotional climate of nations and their culture of peace. *Journal of Social Issues, 62*(2), 255-272.

De Rivera, J. & Yutserver, G. (2010). National Emotional Climate and the Value Freedom. *Beliefs and Values,* 2(1), 57-65.

Diener, E. (1994). El bienestar subjetivo. *Intervención Psicosocial, 3*, 67-113.

Dorantes Rodríguez, C. H. & Matus García G. L. (2002). El estrés y la ciudad. *Revista del Centro de Investigación. 18*(5), 71-77.

Durkheim, E. (1928). *El suicidio*. Madrid: Editorial Reus.

El primer colectivo del mundo, (2010, 22 de septiembre). *El esquiú.* Recuperado de http://www.elesquiu.com/humanidad/2010/9/22/primer-colectivo-mundo-5238.html

Erikson, R. (1996). Descripciones de la desigualdad: el enfoque sueco de la investigación sobre el bienestar. En M. Nussbaum y A. Sen (comps.), *La calidad de vida* (pp. 101-120). México: F.C.E.

Espinosa, A., Herschkowicz, S. & Genna, K. (2011). Correlatos psicológicos de las intenciones y comportamientos migratorios de jóvenes peruanos de clase media y alta. *Perspectivas Individuo y Sociedad*, 10(1), 99-124.

Fernández-Dols, J., Carrera, P., Hurtado de Mendoza, A. & Oceja, L. (2007). Emotional Climate as Emotion Accessibility: How Countries Prime Emotions. *Journal of Social Issues, 63*(2), 233-253.

Fontaine, J.R., Poortinga, Y.H., Delbeke, L. & Schwartz, S.H. (2008). Structural equivalence of the values domain across cultures. Distinguishing sampling fluctuations from meaningful variation. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 39* (4), 345-465.

Fuentes, A. (2012). *Cuestiones urbanas y regionales en Argentina. Procesos y prácticas en la ciudad contemporánea. Territorios en construcción*. Ponencia presentada en VII Jornada de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina.

Fundación Poder ciudadano. (2009). *Acceso al Transporte Público Guía de Trámites y Organismos para el Gran Buenos Aires.* Recuperado de http://poderciudadano.org/up_downloads/temas/108_2.pdf

García Mazzieri, S. (2011). Clima social emocional y criterios de bienestar psicosocial. *XVIII Jornadas de Investigación Séptimo Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR*. III Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Gutiérrez, A. (2009). Movilidad o inmovilidad: ¿Qué es la movilidad? Aprendiendo a delimitar los deseos. *XV Congreso Latinoamericana de Transporte Público y Urbano,* XV CLATPU, Buenos Aires.

Gutiérrez, A. & Kralich, S. (2005, marzo). *Transporte alternativo en la región metropolitana de Buenos Aires. Un análisis de su evolución entre 1993 Y 2003.* Ponencia presentada en Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina, Universidade de São Paulo, Sao Paulo, Brasil.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. & Baptista, L. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

Instituto del transporte Academia Nacional de Ingeniería. (2011). *Accesos a la región metropolitana de Buenos Aires. El transporte ferroviario y los subterráneos.* (2). Recuperado de http://www.acadning.org.ar/Institutos/ANI%20-instituto%20del%20Transporte%20Estudio%20Estrategico%20Preliminar%20Accesos%20RM%20%20%20v003.pdf

Keyes, C. (1998). Social well-being. *Social Psychology Quarterly*, *61*, 121-140.

Keyes, C., Ryff, C., & Shmotkin, D. (2002). Optimizing well-being: the empirical encounter of two traditions. *Journal of Personality and Social Psychology*, *82*, 1007-1022.

Keyes, C. & Shapiro, A. (2004). Social Well- Being in the United States: A Descriptive Epidemiology. En O. G. Brim, C. D. Ryff & R. C. Kessler (Eds.), How Healthy Are We?: A National Study of Well-Being at Midlife (pp. 350- 372). University of Chicago Press.

Martínez, F., De Cristófaro, G., Sánchez, L., Hantke, B. & Díaz, A. (2014). *"El sistema de transporte en Argentina" Diagnóstico y propuestas para su Desarrollo*. (CECREDA informe). Recuperado del sitio de internet de Centro Estratégico para el Crecimiento y Desarrollo Argentino: http://www.cecreda.org.ar/archivos/nNiKb.pdf

Martínez Zelaya, G., Reyes, H., Muratori, M. & Ruiz, J. (2014). Estrategias de afrontamiento, valores personales, bienestar social y clima emocional. Un estudio transcultural. I Congreso de la Sociedad Científica Española de Psicología Social. XII Congreso Nacional de Psicología Social.

Ministerio de Transporte. (2015). *Informe estadístico 2015 de la red ferroviaria argentina.* Recuperado de http://www.cnrt.gob.ar/content/estadisticas/ferroviario

Ministerio de Transporte. (2015). *Estadísticas del transporte automotor*. Recuperado de http://www.cnrt.gob.ar/content/estadisticas/automotor

Molero, S. (2003). Reseña de psicología social de los valores humanos. *Revista de psicología del trabajo y de las organizaciones, 2* (19), 215-218.

Müller, A. (2010). *Una reforma sin desenlace: El caso del autotransporte interurbano de pasajeros.* (Documento n°17). Recuperado de http://blogdelcespa.blogspot.com.ar/p/documentos-de-trabajo.html

Müller, A. (2013). *El transporte en la Región Metropolitana de Buenos Aires: ¿hacia el "colapso"?*. (Documento n°24). Recuperado de http://blogdelcespa.blogspot.com.ar/p/documentos-de-trabajo.html

Müller, A. (2015). *Ante un nuevo ciclo: delineando un futuro para el ferrocarril interurbano en la Argentina.* (Documento n°42). Recuperado de http://blogdelcespa.blogspot.com.ar/p/documentos-de-trabajo.html

Páez, D., Ruiz, J. I., Gailly, O., Kornblit, A. L., Wiesenfeld, E. & Vidal, C. M. (1996). Trauma político y clima emocional. Una investigación transcultural. *Psicología Política*, 12, 47-69.

Páez, D., Ruiz, J. I., Gailly, O., Kornblit, A. L., Wiesenfeld, E., & Vidal, C. M. (1997). Clima emocional: Su concepto y medición mediante una investigación transcultural. *Revista de Psicología Social*, 12(1), 79-98.

Páez, D. & Zubieta, E. (2006). Dimensiones Culturales. Individualismo-Colectivismo como Síndrome Cultural. En: D.Paez, I.Fernandez, S. Ubillos & E.Zubieta. Psicología Social, Cultura y Educación. Madrid: Pearson Educación (pp.56- 87)

Peiró, J. M., Prieto, F. & Roe, R. (1996). *El Trabajo como fenómeno psicosocial. Tratado de Psicología del Trabajo, Volumen II*. Madrid, España: Síntesis.

Peiró S. & Palencia E. (2009). Adaptación transcultural del cuestionario. The portrait values cuestionare (P: V: Q) IV versión basada en el modelo de HRQOL Instruments. *Revista de valores Universidad de Carabobo, 1* (11), 9-17.

Pérez, V. (2010). La gestión del sistema ferroviario urbano de pasajeros. Un terreno fértil para el desborde hostil de los disconformes (1994-2008). *Revista Transporte y Territorio, 3*, 103-123.

Pírez, P. (1999). Gestión de servicios y calidad urbana en la ciudad de Buenos Aires. *Eure (Santiago), 76* (25).

Rebón, J., Quintana, G., Pérez, V., Álvarez, J., Gamallo, L., Hernández, M., & Tafuro, S. (2010). Trenes en llamas. La disconformidad social entre los usuarios del sistema público de transporte ferroviario del área metropolitana de Buenos Aires. *Revista Theomai, 21,* 77 – 95.

Rokeach, M. (1973). *Naturaleza de los valores humanos*. New York: Free Press.

Ross, M. (2001). *Psicología social de los valores: Una perspectiva histórica*. Madrid, España: Biblioteca Nueva.

Ruiz, J.I. (2007). Emotional Climate in Organization: application to Latin American prisons. *Journal of Social Issues*, 63, 289-306.

Ryff, C. (1989b). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology, 57*, 1069-1081.

Ryff, C., & Keyes, C. (1995). The structure of psychological well-being revisited. *Journal of Personality and Social Psychology, 69*, 719-727.

Sánchez Canovas, J. & Sánchez López, M. P. (1994). *Psicología diferencial: Diversidad e individualidad humanas.* Madrid, España: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.

Schwartz, S. (1992). *Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical test in 20 countries*. New York: Academic Press.

Schwartz, S. (2001). ¿Existen aspectos universales en la estructura y contenido de los valores humanos? En: M. Ros y V. Gouveia (Eds.), *Psicología Social de los valores humanos* (pp. 53-76). Madrid: Biblioteca Nueva.

Schwartz, S., Melech, G., Lehman, A., Burgess, S., Harris, M. & Owens, V. (2001). Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement. *Journal of Cross Cultural Psychology, 32* (5), 519-542.

Schweitzer, M. (2008). *El sistema ferroviario argentino. Situación actual y perspectivas*. Décimo Encuentro Internacional Humboldt. El mundo como geografía, Centro de estudios Alexander Von Humboldt. Rosario, Santa Fe.

Smith, K., Avis, N. y Assmann, S. (1999). Distinguishing between quality of life and health status in quality of life research: a meta-analysis. Quality of Life Research, 8, 447-459.56.

Szenkman, P. (2015). *Menos autos y mejor transporte público para la Región Metropolitana de Buenos Aires*. (CIPPEC análisis 149). Recuperado del sitio de internet de Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento:http://www.cippec.org/documents/10179/51825/149+DPP+ADE,%20Menos+autos+y+m%C3%A1s+y+mejor+transporte+p%C3%BAblico+para+la+Regi%C3%B3n+Metropolitana+de+Buenos+Aires,%20Szenkman+2015.pdf/afb097fb-5f95-4301-bc2e-9f950f118a30

Ubillos, S., Mayordomo, S., & Basabe, N. (2005). Percepción de Riesgo, reacciones emocionales y el Impacto del 11-M. *Revista de Psicología Social*, 20, 257-416.

Veenhoven, R. (1994). El estudio de la satisfacción con la vida. *Intervención Psicosocial, 3*, 87-116.

Vygotsky, L. (1978). Interaction between. 1earning and development. From: Mind and. Society (pp. 79–91). Cambridge, MA: Harvard University Press.

Zubieta, M., Delfino, G. & Fernández, O. (2007). Confianza institucional y el rol mediador de creencias y valores. *Revista de Psicología*, 3 (6) 101-120.

Zubieta, E. M., Delfino, G. I., & Fernández, O. D. (2008). Clima social emocional, confianza en las instituciones y percepción de problemas sociales. Un estudio con estudiantes universitarios urbanos argentinos. *Psykhe*, 17(1), 5-16.

Zubieta, E. M. & Delfino, G. I. (2010). Satisfacción con la vida, bienestar psicológico y bienestar social en estudiantes universitarios de Buenos Aires. *Anuario de Investigaciones*, 17, 277-283.

Zubieta, E., Fernández, O. & Sosa, F. (2012). Bienestar, valores y variables asociadas. *Boletín de Psicología*, 106, 7-27.

Zubieta, E., Muratori, M. & Fernández, O. (2012). Bienestar subjetivo y psicosocial: explorando diferencias de género. *Salud & Sociedad*, 3, 66-76.

Zubieta, E. M., Muratori, M. & Mele, S. (2012). Bienestar, clima emocional, percepción de problemas sociales y confianza. *Anuario de Investigaciones*, 19, 97-106.

Zubieta, E., Valencia, J., & Delfino, G., (2014). *Culturas de paz y el clima emocional de las sociedades.* Psicología Social y Política. Procesos teóricos y estudios aplicados. Buenos Aires: Eudeba.

ANEXOS

Anexo I. Instrumentos

Como alumna de la Universidad Abierta Interamericana solicito su apoyo para la realización de mi tesis de grado con la finalidad de obtener el título de Licenciatura en Psicología. La información brindada por usted es anónima y sus datos no serán difundidos. Los resultados de la misma serán utilizados sólo para fines académicos-científicos.

Recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas, por favor intente no omitir ninguna pregunta y responder a todo el cuestionario.

P.1 Por favor señale con un círculo la respuesta que mejor corresponda, teniendo en cuenta que:

1 Totalmente en desacuerdo	2 Algo en desacuerdo	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo

1-Siento que soy una parte importante de mi comunidad.	1	2	3	4	5
2-Creo que la gente me valora como persona.	1	2	3	4	5
3-Si tengo algo que decir, creo que la mayoría de la gente me escucharía.	1	2	3	4	5
4- Me siento cercano a otra gente.	1	2	3	4	5
5-Si tuviera algo que decir, pienso que la gente no se lo tomaría en serio.	1	2	3	4	5
6- No me siento pertenecer a ningún grupo social.	1	2	3	4	5
7- La sociedad en la que vivo es una fuente de bienestar.	1	2	3	4	5
8-Creo que la gente no es de fiar.	1	2	3	4	5
9-Creo que las personas sólo piensan en sí mismas.	1	2	3	4	5
10- Creo que no se debe confiar en la gente.	1	2	3	4	5
11- Creo que la gente es egoísta.	1	2	3	4	5
12-Hoy en día, la gente es cada vez más deshonesta.	1	2	3	4	5
13- Las personas no se preocupan de los problemas de otros.	1	2	3	4	5
14- Creo que las personas son amables.	1	2	3	4	5
15- Las personas no esperan nada a cambio cuando hacen un favor.	1	2	3	4	5

16-Creo que puedo aportar algo al mundo.	1	2	3	4	5
17-No tengo nada importante que ofrecer a la sociedad.	1	2	3	4	5
18-Mis actividades diarias no aportan nada que valga la pena a la sociedad	1	2	3	4	5
19-No tengo ni el tiempo ni la energía para aportar algo a la sociedad.	1	2	3	4	5
20-Pienso que lo que hago es importante para la sociedad.	1	2	3	4	5
21-Lo que hago tiene alguna influencia sobre otras personas.	1	2	3	4	5
22- Para mí el progreso social es algo que no existe.	1	2	3	4	5
23- La sociedad no ofrece alicientes para gente como yo.	1	2	3	4	5
24- Veo que la sociedad está en continuo desarrollo.	1	2	3	4	5
25-No creo que instituciones como la justicia o el gobierno mejoren mi vida.	1	2	3	4	5
26. La sociedad ya no progresa.	1	2	3	4	5
27. El mundo es cada vez un lugar mejor para la gente.	1	2	3	4	5
28. No entiendo lo que está pasando en el mundo	1	2	3	4	5
29. El mundo es demasiado complejo para mí.	1	2	3	4	5
30. No merece la pena esforzarse en intentar comprender el mundo en el que vivo.	1	2	3	4	5
31. Muchas culturas son tan extrañas que no puedo comprenderlas.	1	2	3	4	5
32. Los científicos son los únicos que pueden entender cómo funciona el mundo.	1	2	3	4	5
33. Me resulta fácil predecir lo que puede suceder en el futuro.	1	2	3	4	5

P.2 ¿En qué medida cree Ud. que las siguientes situaciones son verdaderas? Por favor señale con un círculo la respuesta que mejor corresponda, teniendo en cuenta que:

1 No	2 Poco	3 Algo	4 Mas o menos	5 Suficiente	6 Bastante	7 Completamente

1-¿La mayoría de la gente siente confianza en que hay y habrá suficiente comida, agua, medicinas y vivienda para ellos y sus familias tanto en el presente como en el futuro?	1	2	3	4	5	6	7
2-¿Cree usted que las personas se sienten inseguras porque el grado de violencia existente no permite que la gente viva en paz?	1	2	3	4	5	6	7
3-¿Sienten las personas que los diferentes grupos políticos	1	2	3	4	5	6	7

tienen suficiente confianza entre ellos como para trabajar conjuntamente en favor del bienestar del país?							
4-¿La gente siente miedo de reunirse públicamente para organizarse o para protestar pacíficamente?	1	2	3	4	5	6	7
5-¿La gente tiene confianza en la existencia de buenas oportunidades para mejorar su vida y la de su familia?	1	2	3	4	5	6	7
6-¿La gente siente desesperanza porque las cosas en este país nunca mejoran?	1	2	3	4	5	6	7
7-¿La mayoría de la gente en este país se compadece de la precaria situación de algunos niños y desea contribuir a su mejora?	1	2	3	4	5	6	7
8-¿Muchas personas están enojadas con el gobierno porque éste favorece a la gente que tiene dinero y poder?	1	2	3	4	5	6	7
9-¿La mayoría de la gente en este país siente seguridad respecto a que hay otros que se preocupan por ellos?	1	2	3	4	5	6	7
10-¿La gente se siente muy insegura porque está preocupada por lo que ocurrirá en el futuro?	1	2	3	4	5	6	7
11-¿Las diferentes organizaciones sociales confían suficientemente entre sí para trabajar de modo conjunto por una solución que funcione para todos?	1	2	3	4	5	6	7
12-¿A los periodistas y a los medios les da miedo publicar información que la gente debe saber?	1	2	3	4	5	6	7
13-¿La gente confía en que los métodos no violentos (como votar, manifestaciones pacíficas, huelgas que no destruyen la propiedad) pueden aumentar la justicia en esta sociedad?	1	2	3	4	5	6	7
14-¿Es tan corrupto el sistema político que no tiene sentido pensar que trabaja en favor del bien público?	1	2	3	4	5	6	7
15-¿La mayoría de la gente de este país respeta al otro lo suficiente como para no llegar a ser violentos en caso de conflicto?	1	2	3	4	5	6	7
16-¿Existe mucha rabia porque no se distribuye la riqueza de este país de modo equitativo?	1	2	3	4	5	6	7
17-¿La mayoría de la gente siente seguridad respecto a que recibirá ayuda si tiene un problema?	1	2	3	4	5	6	7
18-¿La gente de este país siente inseguridad respecto a la capacidad del sistema de justicia para castigar a quienes cometen crímenes contra personas?	1	2	3	4	5	6	7
19-¿Sienten los grupos étnicos y religiosos de este país confianza entre ellos?	1	2	3	4	5	6	7
20-¿A la gente le da miedo decir lo que realmente piensa porque “hablar en voz alta” es peligroso?	1	2	3	4	5	6	7
21-¿La mayoría de la gente siente confianza respecto a que es escuchada cuando quiere decir algo?	1	2	3	4	5	6	7
22-¿Es tal la desesperanza en este país que mucha gente quiere irse?	1	2	3	4	5	6	7

23-¿Se respetan los hombres y las mujeres como iguales?	1	2	3	4	5	6	7
24-¿Sienten rabia muchas personas debido al alto nivel de corrupción en el gobierno?	1	2	3	4	5	6	7

P.3 A continuación describimos brevemente a algunas personas. Por favor, lea cada descripción y piense hasta qué punto se parece o no se parece a usted cada una de las personas descritas. Por favor señale con un círculo la respuesta que mejor corresponda, teniendo en cuenta:

1 No se parece nada a mí	2 No se parece a mí	3 Se parece poco a mí	4 Se parece algo a mí	5 Se parece a mí	6 Se parece mucho a mí

01. Tener ideas nuevas y ser creativo/a es importante para él/ella. Le gusta hacer las cosas de manera propia y original.	1	2	3	4	5	6
02. Para él/ella es importante ser rico/a. Quiere tener mucho dinero y cosas caras.	1	2	3	4	5	6
03. Piensa que es importante que a todos los individuos del mundo se les trate con igualdad. Cree que todos deberían tener las mismas oportunidades en la vida.	1	2	3	4	5	6
04. Para él/ella es muy importante mostrar sus habilidades. Quiere que la gente le/la admire por lo que hace.	1	2	3	4	5	6
05. Le importa vivir en lugares seguros. Evita cualquier cosa que pudiera poner en peligro su seguridad.	1	2	3	4	5	6
06. Le gustan las sorpresas y siempre busca experimentar cosas nuevas. Piensa que es importante hacer muchas cosas diferentes en la vida.	1	2	3	4	5	6
07. Cree que las personas deben hacer lo que se les dice. Opina que la gente debe seguir las reglas todo el tiempo, aún cuando nadie le esté observando.	1	2	3	4	5	6
08. Le parece importante escuchar a las personas que son distintas a él/ella. Incluso cuando está en desacuerdo con ellas, todavía desea entenderlas.	1	2	3	4	5	6

09. Para él/ella es importante ser humilde y modesto/a. Trata de no llamar la atención.	1	2	3	4	5	6

10. Pasársela bien es muy importante para él/ella. Le agrada “consentirse” a sí mismo/a.	1	2	3	4	5	6
11. Es importante para él/ella tomar sus propias decisiones acerca de lo que hace. Le gusta tener la libertad y no depender de los demás.	1	2	3	4	5	6
12. Es muy importante para él/ella ayudar a la gente que le/la rodea. Se preocupa por su bienestar.	1	2	3	4	5	6
13. Para él/ella es importante ser una persona muy exitosa. Espera que la gente reconozca sus logros.	1	2	3	4	5	6
14. Es importante para él/ella que el gobierno le proteja contra todos los peligros. Quiere que el estado sea fuerte para así poder defender a sus ciudadanos.	1	2	3	4	5	6
15. Anda siempre en busca de aventuras y le gusta arriesgarse. Tener una vida llena de emociones es importante para él/ella.	1	2	3	4	5	6
16. Es importante para él/ella comportarse siempre correctamente. Procura evitar hacer cualquier cosa que la gente juzgue incorrecta.	1	2	3	4	5	6
17. Para él/ella es importante ser respetado por la gente. Desea que las personas hagan lo que les dice.	1	2	3	4	5	6
18. Es importante para él/ella ser leal a sus amigos. Se entrega totalmente a las personas cercanas a él/ella.	1	2	3	4	5	6
19. Cree firmemente que las personas deben proteger la Naturaleza. Le es importante cuidar el medio ambiente.	1	2	3	4	5	6
20. Las tradiciones son importante para él/ella. Procura seguir las costumbres de su religión o de su familia.	1	2	3	4	5	6
21. Busca cualquier oportunidad para divertirse. Para él/ella es importante hacer cosas que le resulten placenteras.	1	2	3	4	5	6

Por favor *complete* los siguientes *Datos Socio-Demográficos:*

a) Edad: _____ años. (Indique número)
b) Sexo: (marque con una cruz) ☐ 1. Masculino
☐ 2. Femenino

c) Estado civil
1. ☐ Soltero
2. ☐ Convive
3. ☐ Casado
4. ☐ Separado
5. ☐ En pareja

d) ¿Tiene hijos? SI ___
NO___

e) Máximo nivel de educación alcanzado (marque con una cruz)
1. ☐ No asistió
2. ☐ Primario incompleto
3. ☐ Primario completo
4. ☐ Secundario Incompleto
5. ☐ Secundario Completo
6. ☐ Terciario Incompleto
7. ☐ Terciario Completo
8. ☐ Universitario Incompleto
9. ☐ Universitario Completo
10. ☐ Posgrado Incompleto
11. ☐ Posgrado Completo

f) Lugar de residencia_____
g) Ocupación_____

h) Remuneración que recibe por su trabajo en forma mensual (en pesos): (Indique con una cruz)

1. Hasta 1.000 ☐
2. De 1.000 a 2.000 ☐
3. De 2.000 a 3.000 ☐
4. De 3.000 a 5.000 ☐
5. De 5.000 a 10.000 ☐
6. Más de 10.000 ☐

i) Cantidad de horas de trabajo de 4 a 7 hs ___
de 8 a 12 hs___
mas de 12 hs___

j) ¿Con qué frecuencia viaja a Capital Federal?
1. De 5 a 7 veces por semana ☐
2. 3 a 4 veces por semana ☐
3. De 1 a 2 veces por semana ☐

k) Motivo por el cual se traslada
1. Empleo ☐
2. Estudios ☐
☐

3. Ambos
4. Otros Indique cuál_____

l) ¿Tiene algún vehículo propio?
- ☐ Ninguno
- ☐ Auto
- ☐ Moto

m) ¿Posee licencia para conducir?
- ☐ Si
- ☐ No

n) En el caso de tener vehículo propio ¿Lo utiliza para trasladarse a Capital Federal?
- ☐ Nunca
- ☐ Pocas veces
- ☐ Con bastante frecuencia

ñ) ¿Realiza algún transbordo (combinación de un medio de transporte a otro)?
- ☐ No
- ☐ 1
- ☐ Más de 1

o) ¿Cuál es el tiempo total que tarda en el viaje de origen a destino (incluyendo todos los transportes)?
- ☐ Menos de 1 hora
- ☐ De 1 a 2 horas
- ☐ Más de 2 horas

p) ¿Qué medios de transporte utiliza **con más frecuencia** para viajar a Capital Federal? (Puede marcar más de una opción) (si utiliza más de un transporte enumere el orden de su uso)
- ☐ 1. Colectivo
- ☐ 2. Tren
- ☐ 3. Subte
- ☐ 4. Bicicleta
- ☐ 5. Camina
- ☐ 6. Combis
- 7. Otros (Indicar cuáles) _____

q) Horario de viaje:

Ida a CABA:
- 1. Antes de las 7 hs. ☐
- 2. De 7 a 9 hs. ☐
- 3. Después de las 9 hs. ☐

Vuelta a GBASur:
- 1. Antes de las 17 hs. ☐
- 2. De 17 a 19 hs. ☐
- 3. Después de las 19 hs. ☐

r) ¿Viaja sentado?
- ☐ 1. Siempre
- ☐ 2. Frecuentemente

☐ 3. A veces
☐ 4. Rara vez
☐ 5. Nunca

s) ¿Por qué motivo elige los medios de transporte que utiliza más frecuentemente? (Marque con una cruz SOLO 1 OPCION)

☐ 1. Rapidez
☐ 2. Económico
☐ 3. Cercanía a parada/estación del transporte
☐ 4. Comodidad
☐ 5. Seguridad
6. Otros _____ (Indique cuáles)

t) ¿Qué realiza mientras viaja?

☐ Uso del celular (música, radio, redes sociales, internet)
☐ Leo un libro
☐ Leo el diario
☐ No hago nada
☐ Estudio
☐ Converso con otras personas
Otros (Indique cual) _____

u) ¿Frecuentemente con quién viaja?

☐ Solo
☐ Con alguien familiar
☐ Con personas conocidas

v) ¿Hace cuánto tiempo realiza este recorrido? (indique en meses o años) _____

MUCHAS GRACIAS POR TU COLABORACIÓN!!!