



1. INTRODUCCIÓN

¿De qué forma llegamos a saber quiénes somos? ¿Cuáles son los procesos que forman y mantienen la imagen que tenemos de nosotros mismos?

Conocernos nos ayuda a decidir qué y cómo debemos pensar y qué tenemos que hacer en cada situación. Este conocimiento de uno mismo puede darse a nivel individual o grupal. La conciencia de nuestra identidad y la de otros nos hace la vida más sencilla y facilita nuestras relaciones interpersonales e intergrupales.

Los **psicólogos de la personalidad** se han preocupado por el **contenido** de la identidad en sí. Los **psicólogos sociales** en cambio, han prestado más atención a la **forma** en la que las personas piensan sobre las cosas que afectan a su comportamiento y a la influencia que puede tener lo que piensan en sus relaciones interpersonales e intergrupales.

Por otro lado los **psicólogos de la personalidad** se han centrado en buscar **tipologías** de personas mientras que los **psicólogos sociales** se han interesado más por buscar **procesos generales** que puedan afectar a todos los individuos.

2. EL AUTOCONCEPTO

¿Qué es el autoconcepto?

Es la idea o imagen que el individuo tiene de sí mismo.

El autoconcepto global de una persona está formado por los distintos roles que desempeña y que pueden variar con el tiempo o crearse otros nuevos.

Leary y Tangey distinguen 5 tipos de definiciones:

Cuadro 12.1 Descripciones sobre qué es el autoconcepto

1. Como toda la persona en general
2. Como personalidad
 - i. Todas las partes de la personalidad de un individuo
 - ii. Colección de habilidades, metas, valores etc que distinguen a las personas.
 - iii. Personalidad del individuo
3. Como experiencia subjetiva
4. Como creencias sobre uno mismo
5. Como agente ejecutor

Conocerse a uno mismo: el autoconocimiento

El autoconocimiento es la comprensión de cómo es uno mismo y de cómo son las propias metas y habilidades. Para alcanzar esa comprensión recurrimos a los auto-esquemas. (vistos en el tema 3)

El autoconcepto está formado por un gran número de auto-esquemas que nos ayudan ante acontecimientos negativos. Una persona que está en paro puede desarrollar un auto-esquema



negativo (ser un fracasado) pero si esa misma persona considera que tiene una buena relación familiar recurrirá a su auto-esquema de buen padre para tener mejor opinión de si mismo.

Los auto-esquemas extremos pueden producir consecuencias negativas para el individuo. Una persona magnifica en los estudios pero torpe en deporte puede hacer que sus estudios se acaben viendo perjudicados.

¿Cómo podemos llegar al conocimiento de cómo somos realmente?

Haciendo inferencias sobre nuestro comportamiento

Teoría de la autopercepción (Bem): Las personas construimos un concepto de nosotros mismos haciendo atribuciones internas de nuestro comportamiento. Nos asignamos rasgos personales que explican porqué nos comportamos como lo hacemos. En ocasiones las atribuciones que hacemos pueden cambiar por agentes externos. Además, cuando se utilizan recompensas o castigos con alguien con el fin de que realice una tarea para la que ya estaba intrínsecamente motivado, las personas re-atribuye a una fuente externa la razón para llevarla a cabo, en lugar de explicarlo por causas internas. Esto recibe el nombre de **efecto de sobrejustificación**. (esto ya lo hemos visto en temas anteriores)

Comparándonos con los demás

Comparación social (Festinger): Comparación que hacen las personas de sus opiniones y habilidades con las de otros miembros del grupo al que pertenecen. Se produce a nivel individual e intergrupala.

Brillar con gloria ajena. Aliarse con personas o grupos deseables por algún motivo para mejorar la impresión que los demás tienen de uno mismo.

¿Cómo se forma y modifica el autoconcepto?

a) La teoría de la autodiscrepancia: Las personas estamos motivadas para mantener un sentido de coherencia entre las creencias y las percepciones que tenemos sobre nosotros mismos. Cuando se producen diferencias nos sentimos incómodos y tratamos de reducir la disonancia.

Esta teoría postula otros autoconceptos diferentes que sirven de guía...

Funciones de las guías:

1. Son incentivos para nuestro comportamiento futuro
2. Operan como un criterio de comparación de nuestro autoconcepto real

Cuáles son esos otros autoconceptos:

- Autoconcepto ideal: Cómo nos gustaría ser
- Autoconcepto responsable: Cómo creemos que deberíamos ser
- Autoconcepto potencial: Cómo pensamos que podemos llegar a ser
- Autoconcepto esperado: Cómo esperamos ser en el futuro

Todos estos autoconceptos se pueden considerar desde nuestro punto de vista y desde el punto de vista de alguna otra persona significativa para nosotros.



5 supuestos en los que se fundamenta la teoría de la autodiscrepancia:

1. Las personas estamos motivadas para conseguir que nuestro autoconcepto real se aproxime a otros autoconceptos.
2. Una autodiscrepancia es una estructura cognitiva que interrelaciona distintos tipos de autoconcepto discrepantes entre sí.
3. Las discrepancias entre distintos tipos de autoconcepto provocan diferentes situaciones psicológicas negativas asociadas a estados emocionales/motivacionales concretos.
4. La probabilidad de que una auto-discrepancia produzca malestar psicológico depende de la facilidad con la que sea activada en la mente de la persona.
5. Cuanto mayor sea la magnitud y la accesibilidad de un tipo de auto-discrepancia para un individuo, más sufrirá la clase de malestar asociado con ese tipo de auto-discrepancia.

¿Qué sucede cuando lo que pensamos de nosotros mismos no coincide con nuestros deseos o metas?

Experimentamos **insatisfacción, tristeza, depresión y decepción**

Sin embargo... si creemos que no hemos cumplido los deseos y esperanzas que otros tenían sobre nosotros, **experimentamos vergüenza y consternación.**

La teoría de la auto-discrepancia tiene mucho en común con la teoría de la disonancia cognitiva (tema 5)

b) El yo espejo: Fenómeno consistente en vernos a través de los ojos de los demás.

Charles Cooley: Percibimos que en la mente de los demás existe el pensamiento o la imagen nuestra y nos vemos afectados por ello. Las personas constuyen un auto-concepto congruente con la forma en la que las ven los demás.

Shrauger y Schoeneman: Las personas no tendemos a vernos tal como nos ven los demás, sino como pensamos que nos ven.

Ichiyama: La valoración que hace el individuo de sí mismo es lo que influye en cómo cree que le evalúan los demás, en lugar de ser al revés.

Kenny y De Paulo: Los sujetos determinan cómo les ven los demás no por la información que reciben de ellos, sino por sus autopercepciones. En primer lugar tienen una imagen de sí mismos y, en segundo lugar, creen que los demás les ven tal como se ven a sí mismos.

Sin embargo hay estudios, como el de Murray, Holmes y Griffin que demuestran que lo que sucede no es el yo espejo, sino lo contrario:

Cuando los participantes veían reflejada en su pareja una imagen idealizada de sí mismos, trataban de cambiar su autoconcepto para hacerlo consistente con la evaluación que pensaban que su pareja hacía de ellos.



Este efecto estaba mediatizado por la autoestima: Las personas con alta autoestima son más precisas a la hora de conocer cómo les ve su pareja, sin embargo las personas con baja autoestima tienen más dudas y temor al rechazo de su pareja

Fenómeno Miguel Angel: Uno de los miembros de la pareja (el Miguel Ángel) es el responsable consciente de que el otro modifique su autoconcepto. Cuando la persona percibe que su pareja le ve como le gustaría ser visto, se comporta según ese yo ideal para que su comportamiento sea consistente con la imagen que su pareja tiene de él. De esta forma, se produce un cambio del autoconcepto para llegar a ser ese yo ideal. Así, ambos miembros de la pareja se esculpirían el uno al otro hasta conseguir que cada uno se convierta en su yo ideal gracias al otro.

Motivos que afectan al conocimiento sobre uno mismo

La autoevaluación

Es el motivo que nos lleva a buscar información sobre nosotros y revisar todos los componentes que forman parte de nuestro autoconcepto: habilidades, limitaciones, creencias, etc.

Hay dos puntos de vista:

- Uno más centrado en la valoración positiva o negativa del yo (autoestima)
- Otro en el que se tiene en cuenta el grado en el cual las circunstancias, los contextos y las situaciones influyen en la evaluación que las personas hacen de sí mismas

La autoevaluación está muy influida por el estado afectivo y esa influencia es mutua
“pensar que no somos inteligentes nos puede hacer infelices”
“si estamos deprimidos podemos creer que no aprobaremos un examen.

3 tipos de estrategias para mantener una autoevaluación positiva:

- **Mediante comparación social:** si nos sentimos mal, compararnos con personas inferiores a nosotros nos puede hacer sentir mejor.
- **A través de la reducción de la incertidumbre:** Al activar el autoconcepto y su autoevaluación se puede generar una incertidumbre sobre cómo somos realmente y tratamos de reducirla comparándonos con los demás.
- **Por la expresión de valores:** Expresar nuestros valores nos proporciona herramientas para conocernos. La **autoafirmación** es un ejemplo de esto, consiste en expresar nuestras necesidades, deseos, opiniones, etc.

La autoverificación

Es la motivación para confirmar la imagen que tenemos de nosotros mismos.

Teoría de la autoverificación: A las personas nos gusta que los demás nos vean tal como nos vemos nosotros mismos. Nos gusta que los demás nos digan que somos tal y como creemos que somos. Se trata de una búsqueda de la coherencia.



Para lograr la coherencia de modo conductual, se utilizan tres estrategias:

1. Buscar una interacción
2. Mostrar claras señas de identidad
3. Aumentar nuestros esfuerzos para elicitación información auto-confirmatoria como solicitar feedback.

Para lograr la coherencia de manera cognitiva desarrollamos una percepción de la realidad compatible con cómo nos vemos a nosotros mismos. Se utilizan tres estrategias.

1. Por atención selectiva
2. Por el recuerdo selectivo
3. Por interpretación selectiva

Autoverificación estratégica: Los individuos prefieren que les perciban mejor de lo que s perciben ellos mismos.

El autoensalzamiento

Es la motivación para obtener y/o mantener evaluaciones positivas de uno mismo.

Teoría del autoensalzamiento: Estamos motivados para mantener un autoconcepto positivo

La motivación por el autoensalzamiento ha sido considerada en general como algo beneficioso para las personas, incluso si el resultado es una definición no realista de uno mismo.

Optimismo poco realista: (también “optimismo ilusorio” y “sesgo optimista”): Es el proceso por el cual las personas creen que para ellos será más probable experimentar situaciones positivas.

Ilusión de invulnerabilidad: Pensar que tendré menos probabilidades de experimentar situaciones negativas.

¿Cuál de las 3 es la motivación más fuerte? Autoensalzamiento, seguido de autoverificación y por último la autoevaluación.

El componente evaluativo del conocimiento de uno mismo: la autoestima

La autoestima es la actitud del individuo hacia sí mismo. Se trata de la valoración que la persona hace de todo lo que está incluido en su autoconcepto a lo largo de una dimensión de positividad-negatividad.

Cuadro 12.2 La autoestima como termómetro de la aceptación del grupo

La búsqueda de una autoestima positiva está relacionada con el motivo social básico de **potenciación personal** (necesidad de todo ser humano de sentirse especial y contento consigo mismo).



En las culturas individualistas habrá tendencia al autoensalzamiento mientras que en las culturas colectivistas sus miembros se sentirán mejor si consiguen ser miembro dignos del grupo.

Existe una hipótesis sobre el posible origen evolutivo de esta necesidad: el motivo de potenciación personal impulsaba a nuestros ancestros a disminuir la probabilidad de ser ignorados o rechazados por otras personas y a evitar la exclusión social. Cuando existiera algún indicio de rechazo por parte del grupo, la autoestima disminuiría y la persona amenazada buscaría el problema que ha puesto en peligro su pertenencia para corregirlo.

De esta forma, la autoestima actuaría como un “sociómetro” y su nivel alto o bajo no se debería a que los individuos estuvieran contentos o no consigo mismos, sino a que consiguieran mantener la pertenencia a grupos sociales.

En tiempos ancestrales, el ser humano debía de parecerse mucho más a los actuales colectivistas que a los individualistas.

Para apoyar el argumento evolucionista existen numerosos estudios que demuestran que:

- a) la experiencia de sucesos con gran probabilidad de provocar rechazo o exclusión por parte de otros correlaciona positivamente con el descenso de la autoestima de las personas.
- b) La exclusión efectiva disminuye la autoestima
- c) la baja autoestima va unida a una percepción de rechazo por parte de otros
- d) las amenazas a la autoestima provocan conductas de búsqueda de aprobación social.

- Otro factor relacionado con la autoestima es la **identificación grupal**. Es posible que incluso perteneciendo a un grupo que habitualmente es discriminado, las personas mantengan una autoestima positiva si se sienten identificados con dicho grupo.

- También es importante que la información incluida en el autoconcepto sea **distintiva**. La autoestima más baja se produce cuando las personas consideran que las características que les gustan de las que les autodefinen son comunes y las que les gustan son atípicas.

Además existen estrategias que las personas pueden utilizar para afrontar posibles amenazas al autoconcepto y a la autoestima que pueden llegar a afectar a su salud y dañar su autoconfianza.

Cuadro 12.3 Principales fuentes de amenaza del autoconcepto que pueden afectar a la autoconfianza y estrategias de afrontamiento de dichas amenazas.

Fuentes de amenaza

- **Fracasos:** suspender un examen
- **Inconsistencias:** situaciones inusuales
- **Estresores:** Situaciones repentinas que pueden exceder la capacidad de afrontamiento de una persona.

Estrategias de afrontamiento

- **Escapar** de la amenaza



- **Negar:** Tomar alcohol o drogas para distraer la atención de algo estresante
- **Reducir la amenaza**
- **Autoexpresión:** Hablar y/o escribir sobre el estado emocional y las reacciones conductuales que se han realizado.
- **Atacar la amenaza:** Se puede desacreditar la base en la que se apoya la amenaza, negar la responsabilidad de haber fallado en la situación o poner excusas.

Algunos estudios defienden que la baja autoestima es la causa de determinados comportamientos antisociales como el crimen. Sin embargo otros apoyan que la baja autoestima no es la causa sino la consecuencia.

Cuadro 12.4 Características de las personas con alta y baja autoestima.

Personas con alta autoestima

- Persistentes y resistentes al fracaso
- Emocional y afectivamente estables
- Menos flexibles y maleables
- Menos fácilmente influenciables y más difíciles de persuadir
- No les supone un conflicto querer y obtener éxito y aprobación
- Reaccionan positivamente a una vida alegre y de éxito
- Minuciosos, con un autoconcepto estable y consistente
- Motivados al autoensalzamiento

Personas con baja autoestima

- Vulnerables al impacto de las situaciones diarias
- Muy cambiantes en cuanto a las emociones y el estado de ánimo
- Flexibles y maleables
- Fáciles de persuadir e influir
- Desean el éxito y la aprobación pero se muestran escépticos ante ello
- Reaccionan negativamente a la vida alegre y de éxito
- Con un autoconcepto inconsistente e inestables
- Con una motivación autoprotectora.

3. DEL AUTOCONCEPTO A LA IDENTIDAD SOCIAL

Para comprender el autoconcepto es importante hablar de nuestra pertenencia grupal. El concepto de identidad social lo veremos desde dos teorías: "teoría de la identidad social (TIS)" y la teoría de la autocategorización.

¿Qué es la identidad?

"La identidad es una construcción altamente personal desarrollada a través de la integración de varias des-identificaciones con otras personas significativas y grupos de referencia, y una construcción social generada a través de la interiorización de roles y del reflejo de las valoraciones de otros"



La identidad social es un conocimiento que se construye:

1. De manera personal
2. Teniendo en cuenta a otras personas y grupos
3. Incluyendo el rol que el individuo desempeña
4. En un contexto relacional. Es decir, influenciada por las reacciones, pensamientos, etc que los demás tienen de nosotros.

Cuadro 12.5 Imagen de uno mismo y cultura: Autoconcepto independiente e interdependiente.

La necesidad de poseer un autoconcepto distintivo parece universal, si bien las bases de esta distintividad son culturalmente diferentes. En las culturas colectivistas asiáticas es frecuente encontrarse con personas que tienen un autoconcepto interdependiente mientras que en las culturas individualistas lo característico es el autoconcepto independiente.

Autoconcepto independiente: Tiende a afirmar la individualidad y pone énfasis en:

- a) aspectos internos (habilidades, pensamientos)
- b) ser único y expresar el yo (autoafirmación)
- c) realizar atribuciones internas y perseguir metas personales
- d) ser directo en la comunicación

Autoconcepto interdependiente:

- a) Características externas y públicas
- b) Formar parte de alguna relación y de un grupo
- c) Ocupar el lugar que le ha sido asignado
- d) ser indirecto en la comunicación

Sin embargo no se puede realizar una asociación tan categórica.

Factores resultantes de la aplicación transcultural de la escala de Singelis

(ver pág 443)

- Los dos factores que configuraban el autoconcepto independiente fueron más característicos de las culturas individualistas.

- Las personas socializadas en valores colectivistas y jerárquicos se caracterizaban por un autoconcepto de lealtad y obligación hacia los miembros de su grupo. Sin embargo, el autoconcepto interdependiente igualitario no era tan frecuente, probablemente debido a las desigualdades interpersonales y a la confianza hacia los miembros de otros grupos características de muchas sociedades.

- Los colectivistas son interdependientes pero sólo en relación a su grupo. Los individualistas puntuaban bajo en el constructor que evaluaba el deber hacia el endogrupo. Sin embargo, al poseer un menor número de grupos adscritos que los colectivistas, tenían una mayor necesidad de mantener relaciones con otras personas y de adquirir nuevos amigos.



- El sentido de obligación y el deber hacia el endogrupo son elementos clave del autoconcepto interdependiente de los colectivistas, y de que ser voluntariamente interdependiente es congruente con los valores individualistas.

¿Qué es la identidad social?

Es una clase específica de identidad. Hay dos tipos de identidades que definen a su vez distintos tipos de autoconcepto:

Identidad personal: Define el autoconcepto en términos de rasgos y relaciones personales.

Identidad social: Es la parte del autoconcepto que deriva de la pertenencia a grupos sociales.

Esta doble dimensión ha sido también considerada de forma triple:

1. **Autoconcepto individual** (tengo los ojos verdes, me gusta la música)
2. **Autoconcepto relacional** (soy amigo de Luis, soy más trabajador que Pedro)
3. **Autoconcepto colectivo** (yo, como mujer, considero que poseo las características con las que habitualmente se define a las mujeres en general)

La teoría de la identidad social (TIS)

Se ha interesado por la relaciones intergrupales, el favoritismo por el propio grupo, la solidaridad intragrupal, los estereotipos, prejuicio, etc.

La teoría fue desarrollada por Henri Tajfel y asu vez la conducta asociada con los procesos abordados por la TIS fue enmarcada en la **teoría de la autocategorización o categorización del yo** desarrollada por John Turner.

- Tajfel mostraba un especial interés porque se tuvieran en cuenta los aspectos sociales en el estudio de la Psicología Social.

Son 3 los conceptos básicos de la TIS:

1. La categorización social

La categorización es un proceso cognitivo por el cual se agrupan objetos, personas o acontecimientos que se consideran equivalentes. A través de la categorización los individuos construyen su identidad social.

La categorización social no explica porqué en la mayoría de las ocasiones se valora positivamente al endogrupo y negativamente al exogrupo.

Los grupos competirán por una identidad social positiva a través de una diferenciación con otros grupos en la cual salgan beneficiados.



2. La identidad social

Se refiere a la parte del autoconcepto individual que deriva del conocimiento de la pertenencia a un grupo social junto con el significado emocional y valorativo que conlleva dicha pertenencia.

El conocimiento de la pertenencia al grupo y el significado valorativo incluidos en la definición se adquieren gracias a los procesos de comparación social que se producen entre el grupo al cual pertenece cada individuo y aquellos a los que no pertenece-

3. La comparación social

Es el proceso por el cual las personas tienden a compararse unas con otras.

La identidad social solo será positiva si las características que tienen el propio grupo son positivas, pero en comparación con otro u otros grupos.

La teoría de la autocategorización

La TIS sostiene que las conductas sociales se articulan dentro de un continuo interpersonal-intergrupar. Dónde nos situemos depende de dos factores: la identificación del individuo con su grupo y de las características específicas de la situación.

La teoría de la autocategorización es un desarrollo del TIS. Trata de explicar cuál es el proceso que lleva a las personas a incluirse en una u otra categoría.

Esta categoría se centra en cómo las personas son capaces de llegar a actuar como un grupo. Su hipótesis afirma que esto se consigue gracias a un cambio en el nivel de abstracción del autoconcepto: de la identidad personal se pasaría a la identidad social, y la conducta interpersonal se transformaría en conducta intergrupar, es decir el individuo dejaría de percibirse como persona individual (**esto se conoce como despersonalización**).

Las categorizaciones que forman el autoconcepto se hallan en tres niveles de abstracción:

- **Supraordenado**: es el más amplio
- **Intermedio**: correspondería a la identidad social
- **Subordinado**: correspondería a la identidad personal

La abstracción hace que se defina a las personas del propio grupo o de otros grupos en términos del prototipo, es decir, de las características típicas asociadas con la pertenencia al grupo.

4. LA RELACIÓN ENTRE IDENTIDAD PERSONAL E IDENTIDAD SOCIAL

La identidad personal y la identidad social se han considerado como dos aspectos separados del autoconcepto global del individuo.

La **identidad personal** se refiere a la autodefinición del individuo como único y diferente a los demás.



CAPÍTULO 12: AUTOCONCEPTO E IDENTIDAD SOCIAL

La **identidad social** alude a la parte del autoconcepto definida por las categorías sociales a la que se pertenece.

Cuando las personas de un grupo de bajo estatus se sienten amenazadas en una dimensión en la que su grupo está negativamente estereotipado pueden potenciar su identidad personal mediante la autoafirmación individual, aumentando su autoestima personal. Solamente las personas que están muy identificadas con el grupo de bajo estatus aumentan su identidad colectiva y su motivación para que el grupo haga mejor las cosas en dicha dimensión.

En algunos contextos, el individuo puede estar tan conectado con el grupo que la barrera yo-otros se vuelve difusa y el grupo es considerado como una extensión de uno mismo. **Esto recibe el nombre de fusión de la identidad.**

La fusión cambia las prioridades de los miembros del grupo hasta el punto de que se preocupan más de los resultados del grupo que de los suyos propios. Las personas fusionadas estarán preparadas para realizar sacrificios extraordinarios por el grupo y la concepción que las personas tienen de sí mismas y del grupo estarán dinámicamente relacionadas.