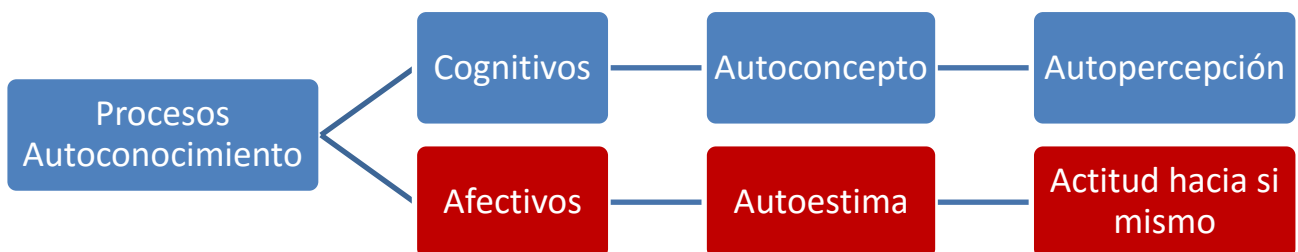


Tema 5: Autoconcepto e identidad

1. Introducción

Toda la riqueza y la complejidad del yo (la imagen que tenemos sobre nosotros) se podría enmarcar en dos grandes bloques de procesos psicológicos:

- **Cognitivos**: relativos al autoconcepto → percepción que tiene una persona de sí misma.
- **Afectivos**: relativos a la autoestima → evaluación positiva o negativa del yo. Actitud que tenemos hacia nosotros mismos.



Autopresentación: es el proceso mediante el que tratamos de controlar la imagen que los demás se forman de nosotros. Es una parte esencial de las relaciones interpersonales y en ella se esgrimen una serie de estrategias con el fin de mostrar determinadas facetas del yo (generalmente las más favorables en cada contexto social) y ocultar otras.

Estas características del yo están relacionadas con 3 motivos fundamentales que nos permiten adaptarnos a la vida social:

- **Conocimiento y comprensión**: necesitamos conocernos a nosotros mismos para funcionar socialmente.
- **Potenciación personal**: necesitamos valorarnos positivamente, desarrollar nuestras propias capacidades y sentirnos únicos y especiales.
- **Pertenencia**: nos comportamos de modo que posibilite buenas relaciones sociales, y nos lleva a presentarnos ante los demás del modo más adecuado para ser aceptados.

Conocimiento y comprensión

- conocerse les lleva a comportarse adecuadamente en las relaciones sociales

Potenciación Personal

- Valorarnos a nosotros mismos y con el desarrollo de nuestras capacidades

Pertenencia

- Presentarse de manera adecuada para ser aceptados

2. Conocimiento del yo

El **autoconcepto** suscitó gran interés en la Psicología Social debido a que se consideró que este constructo representaba el **vínculo entre el individuo y lo social**.

El autoconcepto se construye de forma similar a las impresiones sobre los demás, aunque existen diferencias importantes, ya que **el conocimiento de uno mismo es mucho más rico** y detallado. **Tenemos muchos más esquemas, y más precisos**, sobre nosotros mismos que sobre cualquier otra persona, ya que poseemos información sobre cómo somos y actuamos en múltiples ocasiones y **podemos acceder a nuestros pensamientos y sentimientos privados**.

El yo se compone de infinidad de ideas sobre todos los atributos y características del ser humano. Se trata de un sistema muy complejo que se podría describir como un **conjunto de "autoesquemas"**, que abarca las **creencias sobre uno mismo relativas a las distintas dimensiones** y facetas (laboral, familiar,...) que, a su vez, incluyen **rasgos de personalidad y características aplicables a unos contextos específicos, pero no a otros** (extravertido con la familia y reservado en el trabajo).

El autoconcepto se organiza alrededor de múltiples esquemas basados en:

- Roles: estudiante.
- Actividades e intereses: juego al fútbol, me gusta el cine...
- Relaciones interpersonales: soy padre.
- Pertenencia a grupos: soy español.
- Creencias o valores: lucho por un mundo justo.
- Experiencias del pasado.
- Expectativas sobre el futuro.

Pero hay **aspectos del yo que no siguen una estructura de esquema**, como:

- **Cuando tomamos conciencia de nuestros propios sentimientos**: estuve enamorado de esa persona.
- **Cuando planificamos qué y cómo vamos a hacer algo**.

El autoconcepto es multifacético, lo que no implica que no tengamos una visión de nosotros estable y unitaria.

Autoconcepto: modelo jerárquico y multidimensional, de modo que poseemos un **conocimiento global** de nosotros mismos y, al mismo tiempo, tenemos **conocimiento específico** de distintas áreas de nuestra existencia.

En este modelo se basa el cuestionario **"Autoconcepto Forma 5 (AF5)" de García y Musitu** (1999) que permite medir este constructo en 5 áreas específicas: académica/laboral, social, emocional, familiar y física (relacionadas entre sí, pero diferenciables). Consta de 30 ítems que puntúan entre 1 y 99.

Explicación E. Docente

El **autoconcepto es un factor cognitivo**, es decir, un **conjunto de creencias** que tenemos sobre nosotros mismos. La valoración positiva o negativa que hacemos de nuestro autoconcepto es la autoestima. Por tanto, lo que puede ser alto-bajo o negativo-positivo es la autoestima, no el autoconcepto. El autoconcepto y, por tanto, la autoestima van cambiando a lo largo de la vida en función de las experiencias que vamos teniendo

No todas las facetas del yo son igualmente relevantes. Las dimensiones más importantes tienen un esquema más amplio, se presta más atención a ese contenido, se memoriza mejor, y se recuerda con más facilidad.

Efecto de autorreferencia del yo: tendencia a recordar mejor la información relevante para el autoconcepto que cualquier otro tipo de información. Contribuyen dos procesos cognitivos:

- Los aspectos importantes del yo están bien estructurados y organizados en la memoria.
- La información que afecta sensiblemente al yo se elabora más que otro tipo de información.

Este efecto de la información relevante para el yo sobre la memoria ha sido comprobado en un meta-análisis realizado por Symons y Johnson (1997). En general se recuerda mejor la información de una persona a la que se conoce bien (no solo del yo) debido a que esa información está bien organizada y ha sido cuidadosamente elaborada.

La importancia que se concede a un determinado aspecto del autoconcepto predice otros fenómenos relacionados con el yo:

- Si se concede mucho valor a una determinada faceta del yo es más habitual que la persona trate de comportarse coherentemente con esa visión de sí misma, y que muestre alta estabilidad en su conducta a través de distintas situaciones.
- Ser poco competente en una dimensión que es muy importante, afecta más a la autoestima que en una dimensión menos importante.
Si una persona tiene una autoestima baja en general, pero una visión positiva de sí misma en una determinada dimensión, un fallo en esa faceta haría que la visión del yo quede enormemente deteriorada.

No todo el autoconocimiento se articula en forma de esquemas ni todos los Psicólogos Sociales lo han estudiado desde esta perspectiva. Existen múltiples aproximaciones sobre cómo es y cómo se representa mentalmente el yo (Fiske, 2010)

3. Representaciones mentales del yo

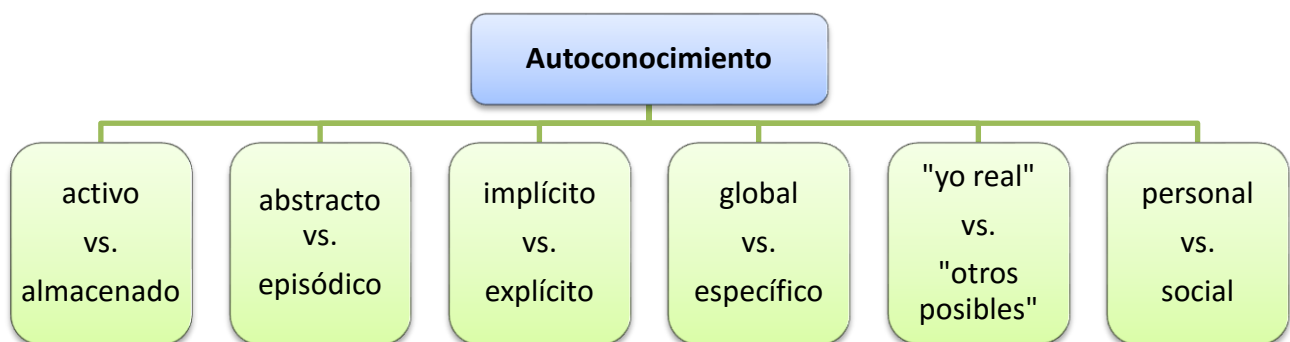
La primera teoría sobre las representaciones del yo es de **William James** (1890). Estableció una diferencia entre el “yo” y el “mi” para de ese modo, enfatizar dos perspectivas del autoconcepto:

- **"yo"**: abarca lo intrapersonal y privado, y está implicado en aquellos procesos relacionados con la introspección y con las acciones que se realizan de forma reflexiva.
- **"mi"**: percepción que tiene el individuo a partir de cómo lo ven los demás. Formado por el conjunto de creencias, evaluaciones, percepciones y pensamientos que la persona tiene sobre sí misma.

Para la Psicología Social, la parte interesante del autoconcepto es el "mi", que tiene más que ver con los procesos psicosociales.

Ser consciente de uno mismo permite pensar cómo te perciben y valoran los demás y regular el comportamiento para conseguir en una interacción los resultados deseados (Leary, 2007).

Swann y Bosson identifican y definen diferentes modos de almacenar y representar el conocimiento sobre el yo:



Autoconocimiento activo vs. almacenado

El conocimiento sobre nosotros es ilimitado. Abarca todos los pensamientos, creencias, deseos, sentimientos y recuerdos que seamos capaces de evocar (desde la infancia). Pero toda esa cantidad de experiencias nunca están presentes simultáneamente.

Conocimiento del yo activo: aquella información sobre uno mismo de la que se tiene consciencia en un momento determinado (autoconcepto espontáneo / autoconcepto en funcionamiento). Es muy sensible al contexto que hace que nos vengan a la mente unas u otras características personales.

Conocimiento del yo almacenado: toda la información de uno mismo que está en la memoria, pero a la que no se le presta atención en ese momento concreto.

Autoconocimiento abstracto vs. episódico

Autoconocimiento episódico: evocación de sucesos concretos en los que se vio implicado el autoconcepto. Está basado en experiencias específicas de la vida del individuo.

Autoconocimiento abstracto: deriva de la información redundante sobre el yo adquirida en diferentes contextos, lo que permite abstraer un rasgo o característica como algo propio e invariable.

La representación abstracta y episódica del yo parece que no se almacenen en la misma región cerebral, ya que cuando se hace saliente un rasgo abstracto (memoria semántica) no se recuerdan episodios específicos relacionados con ese rasgo. Se ha confirmado con técnicas de neuroimagen (Klein, 2004), lo que ratifica que son procesos independientes.

Autoconocimiento implícito vs explícito

Autoconocimiento explícito: facetas de nuestro yo sobre las que pensamos de forma deliberada, conscientes de que lo hacemos y controlando ese proceso de pensamiento (pensamos sobre lo que queremos pensar).

Autoconocimiento implícito: aspectos del yo sobre los que no reflexionamos de forma controlada y deliberada, y que no somos capaces de identificar correctamente porque no los reconocemos, ya que no somos conscientes de que sean partes de nuestro yo, ni de cómo influye en nuestra conducta. Son características que necesitan una introspección especial para poder conocerlas (implícitas).

Algunas facetas del yo de las que no somos conscientes afectan profundamente a nuestra vida. Probablemente los siguientes procesos están en el origen del conocimiento implícito del yo:

- Creencias relacionadas con el autoconcepto que en su día fueron conscientes y con el tiempo han pasado a ser automáticas. Ej. Obsesionarse durante la adolescencia con que no se es atractivo y posteriormente interiorizar esa creencia.
- Creencias que tienen su base en experiencias muy tempranas, anteriores a la adquisición del lenguaje. Ej. Debido al trato afectivo recibido de los padres.
- Procesos defensivos que bloquean el acceso consciente a creencias negativas sobre uno mismo, procurando desecharlos de la mente.
- Asociación (condicionamiento clásico) de autoevaluaciones positivas y negativas del yo, que se produce sin que la persona sea consciente de ello. Ej. Alguien nos ha rechazado en un contexto determinado lo que bajó nuestra autoestima y posteriormente en situaciones similares nuestra autoestima se ve disminuida.

Egotismo implícito: tendencia muy acusada a preferir aquellas cosas que recuerdan aspectos del yo (la fecha de nacimiento o las letras que figuran en nuestro nombre), y a valorar de forma más favorable aquellos objetos que son iguales a otros que nos han pertenecido en algún momento de nuestra vida (nuestro primer coche). La investigación ha comprobado que esas asociaciones inconscientes sobre el yo pueden guiar decisiones importantes, como la elección de la profesión, de la pareja o del lugar de residencia.

¿**Cómo se relacionan** los autoconocimientos explícito e implícito? Para algunos autores, se trata de dos sistemas separados que actúan independientemente a la hora de procesar información sobre uno mismo:

- **Explícito** → consciente y deliberado → lento / gran cantidad de recursos cognitivos.
- **Implícito** → al margen de la consciencia → emociones y experiencias pasadas → automático.

No se ha encontrado correlación entre ambos. En ocasiones **pueden actuar simultánea o sucesivamente**. El sistema **explícito puede servir para entender y corregir las respuestas automáticas del sistema implícito**. Ej. Hemos rechazado un trabajo (automático/implícito) por miedo a fracasar, y después recapacitamos (deliberado/explicito) y aceptamos el trabajo.

Explicación E. Docente

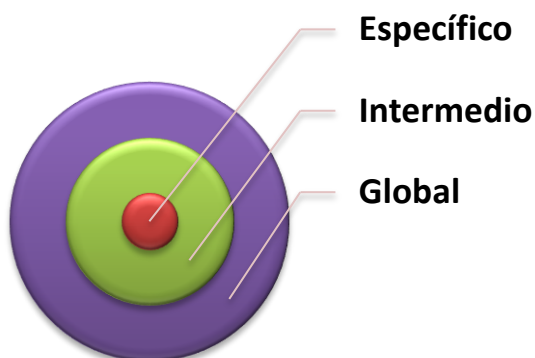
El autoconocimiento implícito es aquel del que no somos conscientes. Algunas de las ideas que tenemos sobre nosotros mismos no son accesibles directamente porque se adquirieron en edades muy tempranas, porque se han ido automatizando con el tiempo o porque las reprimimos. Un ejemplo muy claro son las creencias que se desarrollan en edades muy tempranas en función del estilo afectivo de los padres. Los niños que crecen en familias en las que no se cubren sus necesidades físicas y/o psicológicas suelen desarrollar ideas negativas sobre sí mismos (y/o los demás) sin ser conscientes de ello, porque esas ideas se van gestando a edades muy tempranas. A pesar de que estas ideas no son accesibles a la conciencia sí influyen notablemente en el comportamiento durante la vida adulta.

El autoconocimiento explícito, por el contrario, es consciente y deliberado. Está formado por las creencias sobre las que reflexionamos de manera controlada. Por ejemplo, si alguien te preguntara cómo te percibes a ti misma, recurrirías a creencias que forman parte de tu autoconocimiento explícito.

Autoconocimiento global vs. específico

Autoconocimiento global: implica la apreciación de **atributos que son extensibles a un amplio conjunto de conductas y situaciones**.

Autoconocimiento específico: se limita a **contextos y comportamientos muy concretos**.



Global y específico son los extremos de un rango de conocimiento de características personales entre los que se encuentran otras que podemos considerar en un nivel intermedio.

Explicación del E.D:

El autoconocimiento global se puede definir como la percepción que tenemos de nosotros mismos atendiendo a características o rasgos que puedan ser definitorios del sujeto (por ejemplo, pensar que "soy generoso").

Mientras que el autoconocimiento específico versa sobre aspectos o situaciones puntuales en las cuales esos rasgos o características se manifiestan (por ejemplo, "ayudo a mi abuela que está enferma, limpiando la casa los domingos")

Diferencia entre abstracto/episódico y global/específico

El conocimiento abstracto o semántico contiene información acerca de rasgos de personalidad, cualidades o roles. Un ejemplo podría ser "Tengo el pelo moreno". El conocimiento episódico contiene información acerca de episodios o eventos concretos vividos por la persona. Un ejemplo podría ser el primer beso. El conocimiento abstracto contendría esquemas, mientras que el episódico contendría ejemplares.

La dimensión global-específico hace referencia a la cantidad de información que transmite una creencia. Un ejemplo de un conocimiento global sería "Soy una persona que vale la pena", mientras que un ejemplo de conocimiento específico sería "Me gusta hacer sudokus". El conocimiento global, por tanto, hace referencia a la totalidad de la persona, mientras que el específico sólo remite a aspectos muy concretos.

Aunque puede existir cierto solapamiento entre lo abstracto y lo global, no siempre los esquemas se refieren a la totalidad de la persona. Por ejemplo, tener el pelo moreno (conocimiento abstracto) no hace referencia a un aspecto global. Tampoco lo específico tiene por qué ser episódico. Por ejemplo, el que me guste hacer sudokus no hace referencia a un episodio concreto, sino a un esquema.

El yo real vs. otros posibles

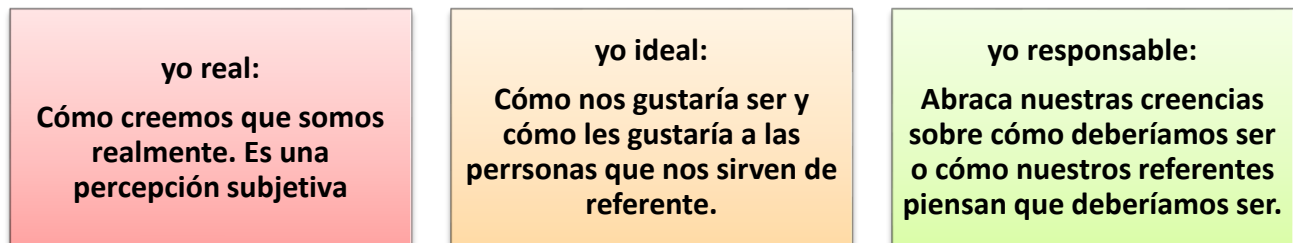
También **imaginamos cómo nos gustaría ser**, cómo deberíamos ser o cómo podríamos llegar a ser.

Teoría de la autodiscrepancia (Higgins, 1987): sugiere que las personas tenemos **3 tipos de auto-esquemas**:

- **El yo real**: es **cómo creemos que somos** realmente. Este esquema está formado por la representación de aquellas características que creemos poseer o que pensamos que otras personas nos asignan como parte de nuestra personalidad. Es una percepción **subjetiva** que **puede no ser correcta**.
- **El yo ideal**: **cómo nos gustaría ser** y cómo creemos que les gustaría que fuéramos a las personas que nos sirven de referente (**características que deseamos tener, expectativas**

y aspiraciones sobre nuestro desarrollo personal). Nos guía para lograr nuestros deseos y ambiciones.

- **El yo responsable:** creencias sobre cómo deberíamos ser o sobre cómo nuestros referentes piensan que deberíamos ser (atributos relacionados con nuestras obligaciones y responsabilidades). Nos impulsa a cumplir con nuestros deberes morales.



Esta teoría concede especial importancia al factor social en los esquemas del yo, ya que incorpora la presencia imaginada de los otros en la representación mental de sí mismo. El yo ideal y el responsable son autoestándares interiorizados que sirven de guías, puesto que fijan objetivos y metas.

Autodiscrepancia: las discrepancias entre el yo real y los autoestándares provocan malestar psicológico.

↑ Diferencia → ↑ Malestar → ↑ Motivación para reducir la discrepancia

Las discrepancias pueden producirse porque el individuo percibe que no alcanza los estándares o porque crea que las personas que le sirven de referente opinan que lo los está cumpliendo.

La Teoría de la Autodiscrepancia se enmarca dentro de un grupo de teorías tradicionales anteriores que hacen hincapié en que el desequilibrio y el malestar psicológico se originan cuando las creencias que mantienen no son coherentes entre sí:

- Teoría del equilibrio de Heider (1958)
- Teoría de la disonancia cognitiva de Festinger (1957)

Todas destacan que la incongruencia cognitiva provoca sentimientos negativos, y el deseo de evitar ese malestar psicológico motiva a la persona a cambiar.

La Teoría de Higgins va más allá y describe los sentimientos y emociones concretos que experimenta la persona:



En la búsqueda del bienestar, cuando el yo real no encaja con los deseos y obligaciones, el individuo se involucra en un proceso autorregulador orientado a acabar con las discrepancias.

Teoría de las metas regulatorias (Higgins, 1998): Existen dos sistemas de autorregulación del comportamiento:

- **Promoción:** implica una tendencia a obtener avances y progresos.
- **Prevención:** se centra en no perder, más que en ganar. Enfatiza la seguridad frente al riesgo.

Son independientes y utilizan diferentes estrategias para alcanzar determinados objetivos.

Explicación del E.D:

Higgins propone que para resolver las discrepancias cuando evalúan su Yo real frente al Ideal y al Responsable las personas tienen a su disposición una serie de estrategias que les permiten resolver ese tipo de conflictos psíquicos.

Lo que propone este autor es que existen dos tipos de metas posibles para resolver las citadas "disonancias" (usando la terminología de Festinger) como son las metas de promoción y las de prevención.

Las de promoción se centran más en obtener avances y progresos mientras que las de prevención tratan de minimizar los errores y evitar el riesgo a toda costa. Higgins asume que existen diferencias individuales en el uso de este tipo de estrategias.

El ejemplo que brindamos en el manual hace referencia a este asunto mostrando como 2 estudiantes ante el mismo objetivo (sacar una matrícula de honor) utilizan diferentes aproximaciones para lograr esa misma meta.

Markus y Nurius (1986) sugieren los yos posibles. Tienen que ver con lo que el individuo cree que podría, le gustaría o teme llegar a ser. Son diferentes al yo de ahora y se basan en las esperanzas, miedos, metas y amenazas específicas que tiene esa persona (mi yo de ahora es ATS pero puedo

llegar a ser psicólogo). Esta teoría hace hincapié en que, aunque son visiones de futuro muy personales, **su raíz es claramente social**, pues tienen su origen en **comparaciones sociales** (si él lo ha conseguido, yo también puedo).

Los **yos posibles** son muy importantes porque **afectan a la motivación**, **sirven de incentivo** para actuar (**positivo o negativo**), y permiten la **evaluación del yo presente**.

La imagen que la persona tiene de sí misma en el pasado influye en los posibles yos que imagina (si fue un buen estudiante en la infancia, puede imaginar retomar los estudios).

Autoconocimiento personal vs. social

Teoría de la identidad social (Tajfel, 1981) y su ampliación en la **teoría de la categorización del yo** (Turner, Hogg, Oakes, Reicher y Wetherell, 1987) se han ocupado de desarrollar la diferencia entre estas dos facetas del autoconcepto, y sus implicaciones para la percepción que la persona tiene de sí misma.

Nos categorizamos a nosotros como miembros de los grupos a los que pertenecemos. La categorización admite **distintos niveles** de abstracción que van de superiores o más inclusivos a inferiores o más específicos (mamífero -> rumiante -> caballo).



La teoría de la categorización del yo distingue 3 niveles jerárquicos en los que la concepción del yo se forma por la similitud con unos individuos y la diferenciación con otros:

- Categorización como **ser humano**: es el nivel más abstracto y comprende atributos compartidos con todos los de nuestra especie y que nos distinguen de todas las demás especies.
- Categorías derivadas **de la pertenencia grupal**: **incluye tantas y tan variadas como grupos a los que se pertenezca**. Cada una de esas identidades sociales se constituye a partir de características distintivas del grupo, compartidas con todos sus miembros en comparación con los miembros de otros grupos (Ej. Español en comparación con los suizos).

- Generalidad **particular del yo**: **propio y privativo**, que constituye la **identidad personal**. Cada persona encuadra en este nivel las características que considera individuales e idiosincrásicas que le distinguen como **ser único y singular** (en comparación con otros individuos).

Dejando aparte la categoría de seres humanos, la teoría de la identidad social propone dos tipos de identidades:

- **Identidad personal**: cada individuo se define en función de sus **rasgos de personalidad** y de las **relaciones interpersonales idiosincrásicas** que mantiene con otras personas
- **Identidad social**: la definición del yo se basa en la **pertenencia grupal**.

Para Tajfel, **la identidad social es aquella parte del autoconcepto del individuo que se deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo social, junto con el significado emocional y valorativo** asociado a dicha pertenencia.

Es importante el significado emocional y valorativo. **Pertenecer a grupos bien valorados, revaloriza nuestro yo y aumenta la autoestima**. Buscamos pertenecer a grupos valorados socialmente, y cuando no es así, intentamos abandonar el grupo para pasar a otro mejor valorado, lo cual, no siempre es posible (inmigrantes, siempre son inmigrantes).

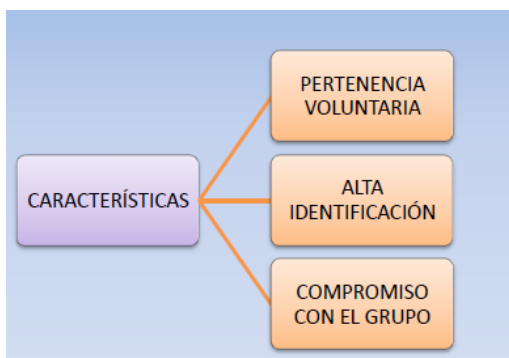
Tenemos tantas identidades sociales como grupos a los que pertenecemos.

La teoría de la identidad social estudia que tipo de identidad es más prominente en un momento concreto. Elegir entre categorización social o individual, o entre una y otra identidad social, depende de la importancia de las categorías en una situación específica. En una circunstancia determinada nos viene a la mente una faceta concreta del yo y no otra.

Cuando la categorización social es saliente, la percepción que la persona tiene de sí misma y de otros se despersonaliza. Pasamos de ver personas únicas a miembros de un grupo.

Algunos psicólogos sociales proponen un conocimiento del

- **yo relacional**: en el que se almacenan aquellos **aspectos que tienen que ver con las interrelaciones personales** (soy el marido de, soy un buen hijo...), y
- **una identidad colectiva**: referida a aquellas categorías en las que el individuo va más allá



de su pertenencia al grupo, identificándose con acciones específicas para forjar una buena imagen de ese grupo. Para Huddy (2001) se distingue de la identidad social en que es una **pertenencia voluntaria de alta identificación y compromiso con el grupo** (moviliza la acción política y el cambio social).

Esto se asocia con la diversidad cultural. En las culturas individualistas, las personas tienden a definirse como más independientes y en las colectivistas como más interdependientes.

Singelis (1994) elaboró una escala para medir la independencia o interdependencia. La cultura influye, pero ambos aspectos coexisten en cada individuo.

Cuando los individuos se describen tienden a enfatizar:

| Independientes | Interdependientes |
|--|---|
| Aspectos internos: <ul style="list-style-type: none"> • habilidades • pensamientos • sentimientos | Características externas y públicas: <ul style="list-style-type: none"> • estatus • roles • relaciones |
| Ser único y expresar sus valores (autoexpresión) | Pertenencia a grupos y buena integración en ellos |
| Realizar atribuciones internas y promover sus intereses y metas | Ocupar el lugar que les corresponde en la sociedad y actuar adecuadamente |
| Ser directos en la comunicación | Ser indirectos en la comunicación y tratar de descifrar lo que piensan los otros |

4. Complejidad y coherencia del autoconcepto

Aunque existan representaciones del yo que puedan entrar en contradicción unas con otras, se consigue la coherencia y la integridad a través de 3 tipos de procesos cognitivos:

- Haciendo mentalmente **accesibles únicamente algunas facetas del yo**.

Autoconcepto activo: El aspecto del yo que es más accesible a la mente en un momento determinado depende del contexto. De todas las facetas del yo, serán fácilmente accesibles aquellas que sean pertinentes para la situación. Con esto se mantiene la coherencia, puesto que no se tiene autoconsciencia en ese momento de otras características.

- **Buscando la consonancia** y la armonía entre aquellos **aspectos** que parezcan **discordantes**.

Cuando personas no consiguen que haya coincidencia entre distintos aspectos del yo se sienten incómodos y buscan algún modo de justificar sus incoherencias, mediante un proceso similar al utilizado ante la disonancia cognitiva. También pueden comprobar si su autoconcepto es coherente a través del feedback que le devuelven los demás (**autoverificación**).

- Acudiendo a **atribuciones situacionales** que permitan **justificar las discrepancias**.

Una manera de mantener la coherencia cuando el comportamiento es discrepante con el autoconcepto es haciendo atribuciones a la situación, en vez de a características personales.

5. Construcción del autoconcepto

Tenemos dos vías para el conocimiento de nosotros mismos:

- **Introspección y autopercepción.**
- **La imagen de uno mismo que devuelven los demás.**

Introspección y autopercepción

Introspección: Proceso mediante el que **reflexionamos sobre nuestros pensamientos y estados psicológicos.** Es una de las vías para llegar al conocimiento del yo. Nadie conoce mejor nuestros sentimientos y pensamientos que nosotros mismos.

Teoría de la autopercepción:

Inferimos cómo somos y elaboramos un concepto del yo **observando nuestro comportamiento**, del mismo modo que lo hacemos con otras personas. (Bem, 1972).

Este proceso de autopercepción es aplicable a situaciones nuevas o cuando se lleva a cabo una conducta que contradice la imagen que la persona tiene de sí misma. Cuando se tiene un autoconcepto formado y la conducta no lo contradice no es necesario este proceso.

La fuente de motivación es fundamental para establecer conclusiones sobre la relación entre conducta y predisposición interna:

- **Motivación intrínseca:** la persona desea actuar así.
- **Motivación extrínseca:** por circunstancias del entorno.

Efecto de sobrejustificación: **las motivaciones extrínsecas poco a poco van ahogando las motivaciones intrínsecas** (el premio elimina el factor intrínseco de la motivación).

Cuando una conducta no se realiza libremente (cuando no hay motivación intrínseca) no se podrá inferir que haya una característica personal que la motive y no influirá en el autoconcepto.

Comparación social

Mediante la comparación social podemos conocer si nuestros sentimientos, emociones y conductas son adecuados, lo que nos permite **valorarnos más o menos en función de cómo lo hacen otras personas a las que tomaremos de estándares o referentes.**

Teoría de la comparación social – Leon Festinger (1954)

Nos evaluamos en una serie de características y atributos tomando como base las características de los demás, y este proceso contribuye a la autopercepción.

Cómo nos percibimos respecto a otras personas **influye en nuestra autoestima.** Si nos creemos mejores, nuestra autoestima sube, y si nos vemos inferiores, baja. Lo más adecuado es **compararnos con personas similares para tener una evaluación más exacta de nosotros.**

Normalmente preferimos la **comparación social descendente** (compararnos con gente personas algo peores) lo que mantiene nuestra autoestima. A veces la **comparación social ascendente** nos sirve como acicate para mejorar y aproximarnos al yo ideal.

El “yo espejo”

A través de la interacción con otras personas conseguimos información sobre **cómo nos perciben**.

El término “yo espejo” (Cooley, 1902) no es más que un reflejo de lo que cada persona aprende sobre cómo le ven los demás. El sentimiento del yo es eminentemente social, ya que siempre implica una referencia a otras personas, por lo que no se puede pensar en el yo como un elemento separado de la sociedad. **El yo se compone de 3 elementos:**

- La **imaginación** de **cómo nos perciben otras personas**.
- La **imaginación** sobre **cómo nos valoran**.
- Algún tipo de **sentimiento propio**, cómo orgullo o vergüenza, **derivado de cómo pensamos que nos juzgan los demás**.

Interaccionismo Simbólico (Mead): la interacción entre personas es altamente simbólica y que está llena de significados que afectan a todos los que están interactuando. **La sociedad influye en el individuo a través del autoconcepto, y el autoconcepto surge y se modifica continuamente a través de la interacción con algunas personas concretas,** o con lo que Mead denomina el **“otro generalizado”** (combinación de la percepción de varias personas).

Si el autoconcepto depende de cómo nos ven los otros, debería existir una alta correlación entre ambas percepciones. La investigación ha demostrado que no, y es que **la percepción de uno mismo NO coincide con cómo le ven realmente los demás, sino con cómo cree que le ven.**

Explicación E. Docente

La perspectiva del interaccionismo simbólico sostiene que las personas actúan en función de los significados que las cosas o las personas tienen para ellos. Además, estos significados se van construyendo en la interacción con los demás. Se trata, por tanto, de la misma idea que ya vimos en el tema 1 al hablar de realidad objetiva y subjetiva. De acuerdo con este enfoque, las relaciones son altamente simbólicas porque se ven influidas y a la vez influyen en el significado que damos al mundo que nos rodea.

6. Valoración del yo: la autoestima

Autoestima: valoración que realiza de sí misma la persona a partir de su autopercepción. Tiene un fuerte **componente afectivo**, ya que se trata de la evaluación de la propia valía, y se asocia a **emociones como orgullo o vergüenza**.

La autoestima influye de manera determinante en cómo nos enfrentamos a la vida y en cómo nos relacionamos con los demás.

La autoestima positiva es una necesidad básica del ser humano (Maslow, 1954). La investigación demuestra una tendencia a puntuar por encima de la media teórica de las escalas construidas para medir esta variable.

El sentimiento global de autoestima tiende a fluctuar en función de los éxitos y fracasos, y se ve afectado por aquellas facetas que son especialmente importantes para cada individuo (para unos es fundamental la apariencia física, y para otros son primordiales otros atributos). **Los sucesos negativos afectan más si basamos la visión del yo en pocos aspectos.**

Baja complejidad del yo → estados de ánimo más polarizados

Autoconcepto más desarrollado → mantiene una autoestima más estable y positiva.

La complejidad del yo depende del número de roles, actividades y relaciones sociales.

Teoría de la autoafirmación: las personas con alta autoestima tienen una visión del yo con muchos atributos positivos que les pueden servir como medio para mejorar su autoimagen, mientras las personas con baja autoestima no cuentan con estos recursos (Steele, 1988).

La **escala de Rosenberg** (1965) es la más utilizada para medir la autoestima general. Integra valoraciones afectivas y cognitivas del yo.

En muchas ocasiones, lo importante es poder delimitar en qué aspectos el individuo se valora alto y en cuales se valora bajo. Cuestionarios como el de **Autoconcepto AF5**, no solo son útiles para **valorar el Autoconcepto** sino que pueden ser utilizados como **medida de autoestima** ya que los ítems que lo componen son indicadores de cómo la persona se valora en cada faceta.

La autoestima y el Autoconcepto dependen en buena medida de las comparaciones sociales. A veces no podemos elegir con quién podemos compararnos (tendemos a compararnos con los más cercanos) y eso afecta a nuestra autoestima.

Señale hasta qué punto está de acuerdo con las frases siguientes para describirse a sí mismo, teniendo en cuenta la siguiente escala: 1(muy de acuerdo), 2(de acuerdo), 3(en desacuerdo), 4(muy en desacuerdo).

| | | | | | |
|----|--|---|---|---|---|
| 1 | Siento que soy una persona valiosa, al menos tanto como los demás. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 2 | Creo que tengo buenas cualidades. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 3 | Tengo tendencia a pensar que soy un fracaso en todo. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 4 | Soy capaz de hacer las cosas tan bien como los demás. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5 | No me siento orgulloso de lo que hago. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 6 | Tengo actitudes positivas hacia mí mismo. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 7 | En conjunto, estoy satisfecho conmigo mismo. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 8 | Desearía tener más respeto por mí mismo. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 9 | A veces me siento un inútil. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 10 | A veces pienso que no soy gran cosa. | 1 | 2 | 3 | 4 |

Para obtener la puntuación de la escala, antes de efectuar la suma se invierten las puntuaciones de los ítems 1,2,4,6 y 7 (1=4,2=3,3=2,4=1). A mayor puntuación mayor autoestima.

La autoestima está relacionada con la pertenencia grupal (identidad social). La comparación entre nuestro grupo y otros determina si el nuestro es valorado socialmente, así como su estatus y prestigio. El favoritismo endogrupal busca una distintividad positiva que permite mantener la autoestima.

La autoestima está relacionada con el bienestar físico, social y psicológico. La **baja autoestima** se considera un predictor importante de **malestar psicológico** y de todo tipo de déficits conductuales como **dificultades en las relaciones sociales**, **bajo rendimiento académico y laboral** o **conductas desviadas** (consumo de drogas, violencia doméstica...), y desde el punto de vista clínico se asoció a la **depresión**.

Las personas con baja autoestima y depresión son más realistas a la hora de atribuirse éxitos y fracasos, al estimar su capacidad de control sobre los sucesos que les pueden acaecer en la vida, o al evaluar cómo les aprecian otras personas. El déficit no está en las personas con baja autoestima, sino en aquellas que tienen una visión excesivamente positiva de sí mismas (Baumeister y Bushman, 2008).

Los sesgos positivistas ayudan a mantener la autoestima lo que proporciona dos beneficios:

- **Favorece la iniciativa**: las personas con alta autoestima se relacionan mejor y son más asertivas, dejándose influenciar menos por los demás.
- **El bienestar que origina la autoestima funciona como una reserva** de la que se puede tirar cuando las cosas van mal; ayuda a superar sentimientos negativos o fracasos.

No sirve para superar todos los problemas psicológicos, pero contribuye al bienestar de la persona.

Características de las personas con baja autoestima (Baumeister y Bushman, 2008):

- **Miedo a fallar**: se cuestionan poder alcanzar sus objetivos.
- **Autoconcepto confuso, inseguro y variable**. (Ej, pueden decir que son nerviosos y tranquilos).
- **No arriesgan. Focalizan en la prevención y no en la promoción**. Tratan de no perder su autoestima, más que de autoensalzarse.
- Son más propensos a tener **reacciones emocionales fuertes, positivas o negativas**, ya que cualquier suceso les afecta más, por lo que son muy variables sus estados afectivos.

La autoestima se relaciona con la aceptación social. El rechazo provoca un descenso de la autoestima.

- En las **culturas individualistas** la búsqueda de la potenciación personal (↑autoestima) se lleva a cabo mediante el **autoensalzamiento y la autopromoción**.
- En las **colectivistas**, las personas se sienten mejor consigo mismas si consiguen ser **miembros dignos del grupo** al que pertenecen, lo que les lleva a **mejorar constantemente y a aprender de sus fracasos, no a ocultarlos ante los demás**.

Una hipótesis de **Leary** para explicar el posible origen evolutivo de nuestra necesidad de **autoestima** es que está actuaba como un **sociómetro** y nos llevaba a **evitar el rechazo del grupo** (antiguamente las personas se entiende que tenían que ser colectivistas).

7. Motivaciones relacionadas con la evaluación del yo

Para Mark **Leary** (2007), el **autoensalzamiento**, la **autoverificación** y la **autoexpansión** son **motivaciones fundamentales orientadas a la evaluación del yo**, y están estrechamente relacionados con la preocupación por la aprobación y la aceptación social (**motivo básico de pertenencia**).

Autoensalzamiento

La motivación para enaltecer los aspectos positivos del autoconcepto, así como mitigar los negativos, es muy fuerte y está orientada a proteger y aumentar la autoestima.

Destacan mecanismos como los **sesgos en atribución favorables al yo** y al endogrupo ("error último de atribución").

Efecto "**mejor que la media**": la mayoría de la gente no informa de que su autoestima sea baja, sino que se consideran que están por encima de la media en cuanto a sus capacidades y habilidades sociales. La gente se considera mejor en inteligencia, atractivo físico y amabilidad que lo que realmente es.

Sesgo del punto ciego: tendencia a pensar que se es menos proclive a cometer sesgos que el resto de las personas.

El autoensalzamiento parece darse de distinta manera en las culturas individualistas y colectivistas. Por ejemplo los japoneses tienden a mostrarse más modestos que a autoensalzarse. Se explica porque en esa cultura se enfatiza más la autosuperación que el autoensalzamiento. Son diferentes estrategias para satisfacer esa motivación.

La autoestima se ha relacionado con el **narcisismo**. Las personas narcisistas presentan una alta autoestima. El narcisismo se relaciona con la agresividad y la violencia. Tienen dificultades para las relaciones personales ya que buscan más la admiración de otros que su afecto.

Autoverificación

Teoría de la autoverificación: la gente tiene un fuerte deseo de confirmar su autoconcepto tanto en sus características positivas como negativas. Formamos nuestro autoconcepto a partir de como creemos que nos ven los demás (yo espejo). Mediante el proceso de autoverificación comprobamos si realmente nos conocemos y si existe coherencia entre la visión que tenemos de nosotros mismos y como lo perciben los demás. Ayuda a satisfacer el motivo de pertenencia. Estos procesos influyen en la persona al menos de 4 modos:

- Llevan a la persona a **interactuar más con aquellos que le confirman su autoconcepto**.

- Se tiende a **demandar a los demás información que sea consistente con el autoconcepto.**
- **Se recuerda mejor la información que es consistente con el autoconcepto.**
- **Se exhiben señas de identidad que claramente muestren a los demás cómo somos** (ej. Forma de vestir).

Lo más llamativo de esta teoría es que las personas puedan preferir confirmar que los demás también perciben sus características negativas, en vez de ignorarlas y que solamente le halaguen. Esto ocurriría cuando el riesgo percibido de rechazo es bajo. Si es alto, la persona prefiere el ensalzamiento y evita la autoverificación.

Autoexpansión

Modelo de expansión del yo: las personas están motivadas para acrecentar sus capacidades al menos en cuatro dominios diferentes:

- **Intelectual:** acumulando conocimientos.
- **Material:** a través de posesiones y de poder.
- **Social:** identificándose con otras personas.
- **Trascendente:** por medio de la comprensión de su lugar en el mundo.

El modelo se desarrolla fundamentalmente en torno a las relaciones íntimas. La inclusión del otro como parte del yo, es un componente esencial del modelo e implica que el autoconcepto propio se acrecienta con el de la pareja, ya que a través de las relaciones se comparten experiencias, afirmaciones, recursos, amistades e identidades, lo que propicia la expansión del yo (el autoconcepto se hace más rico y complejo). Asumimos características de la pareja como propias y nos proporciona posibilidades de desarrollo que no tenemos al margen de la relación.

8. Autopresentación

Mediante la Autopresentación **damos información sobre quiénes somos, y mostramos aquellos aspectos del yo que deseamos que los otros conozcan** (manejo de la impresión: tratamos de controlar la imagen que los demás se forman de nosotros).

Se tiende a presentar los aspectos positivos y a esconder los negativos para lograr la aceptación. Damos a conocer nuestras características a otros con el objetivo de obtener de ellos algo que deseamos.

Otro objetivo de la Autopresentación es **validar el autoconcepto**. Al presentar nuestras características vemos si la imagen que nos devuelven es coherente con la que presentamos.

No hay que confundir la necesidad de presentar una buena imagen con una predisposición a la **hipocresía**, ya que **la gente rara vez miente sobre sus cualidades, aunque tienda a ocultar lo negativo** y exagerar lo positivo. Normalmente nos describimos con características positivas dentro del rango de lo posible, ya que la imagen tiene que ser creíble.

Las autopresentaciones son especialmente útiles para causar una **buena primera impresión**. Según el contexto nos presentaremos con unas cualidades u otras.

A veces la Autopresentación puede estar dirigida a dar una impresión determinada en los otros, intentando validar la identidad personal, como cuando una persona defiende sus actitudes y valores públicamente.

La **escala de autoobservación** (self-monitoring, Snyder, 1974) fue elaborada para diferenciar entre dos tipos de personalidades:

- **Altos en autoobservación**: profundamente **preocupados por la situación social**, están **atentos a comportarse de acuerdo con las demandas de ese contexto**, para causar una buena impresión. Son **pragmáticos y flexibles adaptándose a distintas situaciones** y grupos, ya que **modifican sus actitudes dependiendo del contexto**. Pueden actuar deshonestamente, contradiciendo sus valores.
- **Bajos en autoobservación**: están **atentos a las señales internas**, y **son sus creencias y actitudes las que guían su comportamiento**. Son honestos al ser fieles a sus valores, pero su trato en grupo puede ser difícil, ya que son **individualistas y poco sensibles a los cambios de situación**.

Explicación E.D

La gente alta en auto observación es muy consciente de la impresión que quiere dar a los demás y busca ofrecer a los demás una imagen de sí mismo lo más positiva posible, a veces incluso traicionando sus actitudes y creencias verdaderas.

Por contra a la gente baja en auto observación les importa menos lo que puedan pensar de ellos y se muestran tal y como son.

9. Esquema

1. INTRODUCCIÓN

- Imagen del yo
 - Procesos Cognitivos → Autoconcepto (Percepción)
 - Procesos Afectivos → Autoestima (Valoración/Actitud)
- Autopresentación
- Las características del yo relacionan con 3 motivos
 - Conocimiento/Comprensión
 - Potenciación Personal
 - Pertenencia

2. CONOCIMIENTO DEL YO

- Autoconcepto: conjunto de autoesquemas. Jerárquico y multidimensional
 - Multifacético
 - Más complejo que la imagen de los otros

- Autoconcepto Forma 5 (AF5) García y Musitu
- Efecto de autorreferencia del yo.

3. REPRESENTACIONES MENTALES DEL YO

- W. James → yo/mi
- Swann y Bosson. 6 modos de almacenamiento:
 - Activo vs. Almacenado
 - Abstracto vs. Episódico
 - Implícito vs. Explícito → Egotismo implícito
 - Global vs. Específico
 - “Yo real” vs. “otros posibles”
 - Yo real / yo ideal / yo responsable
 - Teoría de Autodiscrepancia
 - Equilibrio – Heider
 - Disonancia Cognitiva – Festinger
 - Teoría de Higgins
 - Teoría de las Metas Regulatorias (Higgins)
 - Promoción
 - Prevención
 - “yos posibles” (Markus y Nurius)
 - Personal vs. Social
 - Teoría de la Categorización del yo
 - Particular del yo / pertenencia grupal / ser humano
 - Teoría de la Identidad Social – Tajfel
 - Identidad Personal
 - Identidad Social: tantas como grupos de pertenencia
 - Despersonalización
 - Estudia cuando se activa cada identidad
 - Otros autores
 - Yo relacional
 - Identidad colectiva

4. COMPLEJIDAD Y COHERENCIA DEL AUTOCONCEPTO

- 3 Tipos de procesos para buscar coherencia
 - Autoconcepto Activo: facetas a las que se accede en cada momento
 - Autoverificación: buscar consonancia
 - Atribuciones Situacionales

5. CONSTRUCCIÓN DEL AUTOCONCEPTO

- Introspección y Auto percepción
 - Motivación Intrínseca / Extrínseca
 - Efecto de sobrejustificación
- Comparación Social
 - Teoría de la comparación social – Festinger

- El “yo espejo” (Cooley)
 - Como creemos que nos perciben
 - Como creemos que nos valoran
 - Sentimiento propio derivado de como creemos que nos juzgan
- Interaccionismo Simbólico (Mead)

6. VALORACIÓN DEL YO: AUTOESTIMA

- Teoría de la autoafirmación (Steele)
- Escala de Rosenberg
- Autoconcepto AF5

7. MOTIVACIONES RELACIONADAS CON LA EVALUACIÓN DEL YO

- Autoensalzamiento
 - Sesgos en atribución favorables al yo
 - Error último de atribución
 - Efecto mejor que la media
 - Sesgo del punto ciego
- Autoverificación
 - Teoría de la autoverificación
- Autoexpansión
 - Modelo de expansión del yo

8. AUTOPRESENTACIÓN

- Escala de Autoobservación