

TEMA 12: AUTOCONCEPTO E IDENTIDAD SOCIAL

La conciencia de nuestra identidad, la de los otros y la de los grupos a los que pertenecemos y aquellos que no nos hacen la vida más sencilla y facilitan nuestras relaciones interpersonales e intergrupales:

- Conocernos nos ayuda a decidir qué y cómo debemos pensar y qué tenemos que hacer en cada situación.
- Saber cómo son los demás nos permitirá predecir lo que esas otras personas pensarán y harán.
- Saber cómo son, qué deben pensar y qué deben hacer los grupos de los cuales formamos parte también es importante

Psicólogos de la personalidad: Se centran en el **contenido** de la identidad en sí. Se centran en las diferencias individuales y en como esas diferencias llevan a las personas a comportarse de una determinada manera. Buscan tipologías que incluyan a varias personas con las mismas características (*extraversión, introversión*)

Psicólogos sociales: Se centran en la **forma** en las que las personas piensan sobre las cosas que afectan a su comportamiento y la influencia que puede tener lo que piensan en sus relaciones interpersonales e intergrupales. Buscan procesos generales que pueden afectar a todos los individuos.

2. EL AUTOCONCEPTO

2.1 ¿Qué es el autoconcepto?

Autoconcepto: Es la idea o imagen que el individuo tiene de sí mismo, lo que sabe de sí mismo. Es la respuesta a la pregunta ¿quien soy?

El autoconcepto global: de una persona está formado por los distintos roles que desempeña, los contextos en los que se desenvuelve, las actividades que realiza, los rasgos que posee, el estado de ánimo que presenta en cada ocasión. Pueden variar con el tiempo o crearse otros nuevos.

Leary y Tangney distinguieron **cinco tipos de definiciones**:

- Como toda la persona en general: sinónimo de “persona”.
- Como personalidad: tres deficiones:
 - Todas las partes de la personalidad de un individuo.
 - Colección de habilidades, temperamentos, metas, valores y preferencias que distinguen a unas personas de otras.

- Personalidad de un individuo o la totalidad de los aspectos de una persona que la hacen psicológicamente única.
- Como experiencia subjetiva. Proceso psicológico responsable de la autoconciencia y autoconocimiento, “yo como conocedor”.
- Como creencias sobre uno mismo: percepciones, pensamientos, sentimientos
- Como agente ejecutor, referido a la regulación y el control que ejerce la persona sobre sus pensamientos, sentimientos (de sí mismo) y comportamientos.

2.2 Conocerse a uno mismo: el autoconocimiento

Autoconocimiento: Es la comprensión de cómo es uno mismo y de cómo son las propias metas y habilidades. Para alcanzar esa comprensión necesitamos organizar la información que tenemos sobre nosotros mismos, y para ello recurrimos a los auto-esquemas.

Los autoesquemas: son esquemas (estructuras cognitivas que representan el conocimiento sobre un concepto) de nosotros mismos.

El autoconcepto está formado por un gran número de auto-esquemas que utilizamos como recursos que nos hacen sentir bien ante algún acontecimiento negativo. Sin embargo, los auto-esquemas excesivamente extremos pueden producir consecuencias aversivas para el individuo, provocando estados de ánimo y comportamientos extremos.

¿Cómo podemos llegar al conocimiento de cómo somos realmente?

1. Haciendo inferencias sobre nuestro comportamiento. Basándose en este principio, **Bem** desarrolló la **teoría de la autopercepción**. Según esta teoría, **las personas construimos un concepto de nosotros mismos haciendo atribuciones internas de nuestro comportamiento, asignándonos rasgos personales que expliquen por qué nos comportamos como lo hacemos**. Sería el mismo tipo de inferencias que hacemos para explicar la conducta de los demás. En ocasiones las atribuciones cambian por influencia de agentes externos: cuando se utilizan recompensas o castigos con alguien con el fin de que realice una tarea para que ya estaba intrínsecamente motivado, las personas re-atribuyen a una fuente externa la razón para llevarla a cabo, en lugar de explicarlo por causas internas, como el propio placer de realizarla. La consecuencia suele ser que **la motivación intrínseca se reduce y sólo se estará dispuesto a llevar a cabo la tarea si se espera algún incentivo externo**. A esto se denomina **efecto de sobrejustificación**.
2. Comparándonos con los demás. El concepto de **comparación social** fue definido por **Festinger**, refiriéndose a la **comparación que hacen las personas de sus opiniones y habilidades con las de otros miembros del grupo al que pertenecen**, pero también teniendo en cuenta la comparación con personas no similares. La teoría se centra en cómo las personas aprender sobre sí mismas a través de la comparación con otros. Esta comparación se produce no solo individualmente, sino también intergrupalmente. **(Ejm “brillar con la gloria ajena”: tendencia a aliarse con personas o grupos deseables para mejorar la impresión que tienen los otros de uno mismo)**

2.3 ¿Cómo se forma y se modifica el autoconcepto?

La teoría de la auto-discrepancia (Higgins)

Las personas estamos fuertemente motivadas para mantener un sentido de coherencia entre las creencias y las percepciones de nosotros mismos. **Cuando se producen diferencias entre como creemos que somos y cómo nos gustaría o deberíamos ser, nos solemos sentir incómodos** y tratamos de reducir la disonancia. (Tiene mucho que ver con la teoría de la disonancia cognitiva por la consideración de discrepancia como fuente motivacional). Esta teoría tiene en cuenta cómo las personas pensamos que somos, lo cual constituye el autoconcepto tal como se ha definido tradicionalmente.

Sin embargo, postula otros autoconceptos diferentes que servirán de guía a las personas para comparar el autoconcepto real con esos otros tipos de autoconcepto y solventar las posibles discrepancias entre ellos. Estas guías tienen dos funciones:

- Son incentivos para nuestro comportamiento futuro, nos dan información para saber a qué conducta debemos aproximarnos y qué es lo que debemos evitar para conseguir nuestras metas.
- Operan como un criterio de comparación de nuestro autoconcepto real.

Estos **otros autoconceptos** son:

- **Autoconcepto ideal**: cómo nos gustaría ser: aspiraciones, metas, expectativas
- **Autoconcepto responsable**: cómo creemos que deberíamos ser. Incluyendo normas, reglas, obligaciones, deberes.
- **Autoconcepto potencial**: cómo pensamos que podemos llegar a ser. Capacidades
- **Autoconcepto esperado**: Cómo esperamos ser en el futuro.

Estos múltiples autoconceptos se pueden considerar desde dos puntos de vista: el nuestro y el de alguna otra persona significativa para nosotros. Como consecuencia, nuestro autoconcepto real puede ser congruente o discrepante con los otros.

La teoría de la auto-discrepancia se fundamenta en:

- Las personas estamos motivadas para conseguir que nuestro autoconcepto real se aproxime a otros autoconceptos que consideramos relevantes.
- Una auto-discrepancia es una estructura cognitiva que interrelaciona distintos tipos de autoconcepto discrepantes entre sí.
- Las discrepancias entre distintos tipos de autoconcepto provocan diferentes situaciones psicológicas negativas asociadas a estados emocionales concretos.
- 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.
- 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.

Consecuencia: Cuanto menor sea la discrepancia entre los distintos tipos de autoconcepto, más positivo será nuestro estado emocional:

- Cuando pensamos que nuestros deseos y esperanzas personales no se han cumplido experimentamos **insatisfacción, tristeza, depresión y decepción**.
- Si creemos que no hemos cumplido los deseos y esperanzas que otros tenían sobre nosotros, experimentamos **vergüenza y consternación**.

El yo espejo:

Fenómeno que consiste en **vernos a través de los ojos de los demás como si nos estuviéramos mirando en un espejo**. Según el yo espejo, las personas construyen un autoconcepto congruente con la forma en la que las ven los demás (apariencia, comportamientos, metas, deseos, características...).

- **George Mead** propuso que, además, las personas se sienten afectadas por lo que piensan los grupos en general.

- **Shrauger y Schoeneman** concluyeron que las personas no tendemos a vernos tal como nos ven los demás, sino como pensamos que nos ven.

- **Ichiyama** comparaba cómo las personas se valoran a sí mismas con cómo creen que las valoran los demás, y con la valoración que los demás hacían de ellas en realidad. Encontró el efecto contrario al sugerido por el yo espejo: 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 DePaulo** muestran que 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
- En segundo lugar, creen que los demás les ven tal como se ven a sí mismos.

Nos vemos a nosotros mismos como pensamos que nos ven los demás en lugar de cómo nos ven realmente. Y al mismo tiempo la valoración que hacemos de nosotros mismos es, precisamente, lo que influye en cómo creemos que nos evalúan los demás.

Murray, Colmes y Griffin con sus estudios muestran que lo que sucede no es el efecto del “yo espejo” sino todo lo contrario.

Estudio con parejas: Encontraron que:

- 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.
- Mostraron que este efecto estaba mediatizado por la autoestima:
 - Alta autoestima: son más precisas a la hora de conocer cómo les ve su

- pareja y ven en ella una fuente de apoyo y autoconcepto.
- Baja autoestima: tienen más dudas y temor al rechazo de su pareja.

Conclusión: **la percepción de cómo uno es visto por los demás y no cómo los demás le ven a uno en realidad es lo que produce cambios en el autoconcepto.**

Fenómeno Miguel Ángel: El autoconcepto se modifica a través del comportamiento de la pareja. 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. Así cada uno se esculpe el uno al otro.

La diferencia de este fenómeno con el de Murray es que aquí el escultor es consciente de que se está representando el ideal de cómo quiere ser su pareja y de que su pareja no es así pero podrá llegar a serlo.

2.4 Motivos que afectan al conocimiento sobre uno mismo

Tres motivos que nos impulsan a buscar información sobre cómo somos y sobre la forma en que nos ven los demás: autoevaluación, autoverificación, autoensalzamiento

La autoevaluación:

Es el motivo que nos lleva a buscar información precisa sobre nosotros mismos y a revisar críticamente todos aquellos componentes que forman parte de nuestro autoconcepto: habilidades, limitaciones...

Dos puntos de vista de la autoevaluación:

1. Centrado en la valoración positiva o negativa del yo (autoestima)
2. Centrado en el grado en el cual las circunstancias, los contextos, y cada situación influyen en la evaluación que las personas hacen de sí mismas. En este último caso la autoevaluación tiene un importante componente situacional: está muy influida por el estado afectivo en el que nos encontramos en cada momento (influencia mutua entre afecto y cognición: los sentimientos producen creencias y viceversa)

Tres tipos de estrategias para mantener una autoevaluación positiva:

- Mediante comparación social: según el **modelo del mantenimiento de la autoevaluación**, las personas desean mantener una autoevaluación positiva, y dicha autoevaluación está influida por las comparaciones que establecemos con los demás. **Ejm: compararnos con personas inferiores ayuda a sentirnos 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. **Ejm teoría de la comparación social de Festinger**

- Por la expresión de valores: expresar nuestros valores nos proporciona herramientas para conocernos y evaluar la información que tenemos de nosotros mismos. *Ejm: La autoafirmación como estrategia para mantener una autoevaluación positiva.* (Autoafirmación: expresar claramente nuestras necesidades, deseos, actitudes, opiniones, sentimientos ...)

La autoverificación:

Es la motivación para confirmar la imagen que tenemos de nosotros mismos. A las personas nos gusta que los demás nos vean tal como nos vemos nosotros mismos.

Si pensamos que la imagen que los demás tienen de nosotros coincide con la que tenemos nosotros mismos se produce un doble efecto positivo: para nosotros (nos sentimos conocidos y comprendidos, indica que nuestra percepción es correcta; es más fácil para nosotros saber cómo comportarnos ante los demás y cómo los demás reaccionarán ante nosotros) para los otros (aumenta la credibilidad y confianza que tenemos en ellas al confirmar nuestras autoexpectativas).

Según la teoría de la autoverificación, **debido a la necesidad de coherencia psicológica, nos gusta que los demás nos digan y piensen que somos tal y como creemos.**

Para lograr la coherencia de modo conductual podemos hacer uso de tres estrategias.

1. Buscar una interacción de forma selectiva, estableciendo relaciones con las personas que sepamos que nos ven tal como nos vemos nosotros mismos.
2. Mostrar señas claras de identidad para que se reconozca más fácilmente cómo somos, como vestirnos o peinarnos de una manera determinada.
3. Aumentar nuestros esfuerzos para elicitación de información auto-confirmatoria, como solicitar feedback sobre nosotros mismos en relación con las características que estamos seguros de poseer (sobre todo si sabemos que su percepción no coincide con nuestra autoimagen)

Para lograr la coherencia de manera cognitiva desarrollamos una percepción de la realidad compatible con cómo nos vemos nosotros mismos, y podemos hacerlo mediante tres estrategias:

1. Por atención selectiva. Especialmente motivados para buscar feed-back que confirme nuestras creencias.
2. Por el recuerdo selectivo. Recordamos mejor la información que confirma la imagen que tenemos de nosotros mismos.
3. Por la interpretación selectiva. Mayor validez al feedback que confirma nuestra autoimagen.

El autoensalzamiento:

Es la motivación para **obtener o mantener el autoconcepto o evaluaciones positivas de uno mismo**. Según esta teoría:

- La necesidad de autoensalzamiento aumenta cuanto mayores son los deseos de pensar favorablemente sobre uno mismo.
- Las personas no sólo buscan tener una imagen favorable de sí mismas, sino que también se esfuerzan por mostrar a los demás sus aspectos positivos, bien de manera explícita, o bien de manera sutil (relacionado con el motivo básico de pertenencia). Se hace todavía más fuerte cuando la imagen de la persona se ha visto empañada por algún motivo.

A pesar de que en contextos académicos o laborales la motivación por autoensalzamiento se asocia con una baja autoestima y sensación de malestar, en general es considerada como algo beneficioso para las personas.

Un ejemplo de autoensalzamiento es el optimismo poco realista, también llamado optimismo ilusorio y sesgo optimista. Es el **proceso por el cual las personas creen que para ellos será más probable experimentar situaciones positivas**. Esto las hace sentirse más felices. Este sesgo suele ir acompañado de otro cuyo efecto no es beneficioso, la ilusión de invulnerabilidad que lleva a esas personas a **pensar que tendrán menos probabilidades de experimentar situaciones negativas en comparación con otras personas similares**, lo que produce llevar a cabo conductas arriesgadas.

¿Cuál de las tres es la motivación más fuerte? **Sedikides** afirma que es el **autoensalzamiento**, seguido de la **autoverificación** y, por último, la **autoevaluación**, pero depende de la situación específica.

2.5 El componente evaluativo del conocimiento de uno mismo: la autoestima

La autoestima Es la actitud del individuo hacia sí mismo, la valoración que cada persona hace **de todo lo que está incluido en su autoconcepto a lo largo de una dimensión de positividad-negatividad**. Es aceptado que las personas tienden a proteger su autoestima, a mantenerla si es positiva y a aumentarla si no lo es.

Otro factor importante 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 identificadas 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 no les gustan son atípicas

La autoestima como termómetro de la aceptación del grupo:

La búsqueda de una autoestima positiva es una necesidad universal y está relacionada con el **motivo de potenciación personal** (necesidad de todo ser humano de sentirse especial) que se manifiesta de forma diferente según la cultura:

- En **culturas individualistas**: la tendencia al autoensalzamiento y autopromoción lleva a los individuos a sentirse especiales.
- En **culturas colectivistas**: si consiguen ser miembros dignos del grupo al que pertenecen se sienten mejor.

Leary y sus colegas: Hipótesis sobre el posible origen evolutivo de la necesidad: este motivo impulsaba a nuestros ancestros a disminuir la probabilidad de ser ignorados o rechazados por el grupo. Cuando existiera algún indicio de rechazo o exclusión, 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.

Numerosos estudios apoyan esta teoría evolucionista de Leary y muestran que:

- La experiencia de sucesos con gran probabilidad de provocar rechazo o exclusión correlaciona positivamente con el descenso de la autoestima.
- La exclusión efectiva disminuye la autoestima.
- La baja autoestima va unida a una percepción de rechazo por parte de los otros.
- Las amenazas de autoestima provocan conductas de búsqueda de aprobación social.
- El rechazo social disminuye la autoestima más de lo que la aceptación social la aumenta.

Una de las formas de conseguir o aumentar una autoestima positiva es el autoensalzamiento, las personas que no muestran esta motivación o que no lo hacen correctamente, son tendentes a la depresión e incluso a las enfermedades mentales. Hay estrategias que las personas pueden utilizar para afrontar posibles amenazas al autoconcepto y a la autoestima que pueden afectar a su salud y dañar su autoconfianza:

Fuentes de amenaza de autoestima:

- **Fracasos:** *suspender, perder un partido*
- **Inconsistencias:** *situaciones inesperadas que ponen en cuestión qué clase de persona es*
- **Estresores:** *situaciones repentinas que exceden la capacidad de afrontamiento de la persona*

Estrategias de afrontamiento:

- **Escapar** de la situación que supone la amenaza
- **Negación:** *Tomar alcohol y/o drogas para distraer la atención de algo estresante*
- **Reducir la amenaza:** *Reevaluarse y reafirmar los aspectos positivos de uno mismo*
- **Autoexpresión sobre la amenaza:** *Hablar y/o escribir sobre el estado emocional y las reacciones conductuales desarrolladas ante la amenaza (produce mejora)*
- **Atacar la amenaza:** *Desacreditar la base en la que se apoya la amenaza, negar la responsabilidad de haber fallado o poner excusas que expliquen el fracaso*

Algunos estudios defienden que la baja autoestima es la causa de determinados comportamientos antisociales (crimen, delincuencia, drogadicción), sin embargo otros apoyan que la baja autoestima no es la causa sino la consecuencia. Lo cierto es que en realidad puede ser una mezcla de ambas cosas (ver cuadro 12.4).

3. DEL AUTOCONCEPTO A LA IDENTIDAD SOCIAL

El autoconcepto incluye los roles que desempeñamos a lo largo de nuestra vida y los grupos a los que pertenecemos. El concepto de identidad social será abordado aquí desde dos teorías: la **teoría de la identidad social** (TIS) y la **teoría de la autocategorización**.

3.1 ¿Qué es identidad?

La identidad es una **construcción altamente personal** desarrollada a través de la integración de varias identificaciones y 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.

Según esto, la identidad es un conocimiento que se construye:

- De manera personal: tiene como primer objetivo al individuo
- Teniendo en cuenta otras personas o grupos con los cuales el individuo se siente identificado, pero también aquellos con los que no.
- Incluyendo el rol o roles que el individuo desempeña en un momento determinado y a lo largo de su vida.
- En un contexto relacional, influida por las reacciones, pensamientos...que los demás tienen sobre nosotros, así como por la importancia que damos a esas reacciones o pensamientos.

Desde la **teoría de la autocategorización**, cuando alguien se categoriza a sí mismo teniendo en cuenta sólo su identidad personal, significa que se percibe diferente a todos los demás. La necesidad de poseer un autoconcepto distintivo parece ser universal, si bien las bases de esta distintividad son culturalmente diferentes:

- En culturas colectivistas asiáticas es frecuente un autoconcepto interdependiente
- En culturas individualistas lo característico es el autoconcepto independiente.
- **Autoconcepto independiente**: tiende a afirmar la individualidad y pone énfasis en:
 - Aspectos internos: habilidades, pensamientos, sentimientos...
 - Ser único y expresar el yo (autoafirmación)
 - Realizar atribuciones internas y perseguir metas personales
 - Ser directo en la comunicación
- **Autoconcepto interdependiente**: pone énfasis en:
 - Características externas públicas: estatus, roles, relaciones interpersonales
 - Formar parte de un grupo y comportarse en consecuencia

- Ocupar el lugar que le ha sido asignado y actuar de forma apropiada
- Ser indirecto en la comunicación.

Existe evidencia empírica que indica que no podemos realizar una asociación tan categórica entre individualismo cultural e independencia y colectivismo e interdependencia ya que a veces los autoconceptos no están tan delimitados culturalmente. *Ejm: los canadienses (individualistas) eran más interdependientes que lo japoneses (colectivistas).*

Según la investigación transcultural realizada por Fernández se puede constatar que la imagen de uno mismo tenía los siguientes componentes:

- **Lealtad grupal** (autoconcepto interdependiente)
- **Interdependencia igualitaria** (A. interdependiente)
- **Necesidad de recompensa individual** (A. independiente)
- **Autoconcepto de estilo directo-assertivo** (A. independiente)

3.2 ¿Qué es identidad social?

Identidad social: es una **clase específica de identidad**. Según la clasificación general adoptada en los años 70 y 80 del siglo pasado, hay dos tipos de identidades que definen a su vez distintos tipos de autoconcepto:

1. **Identidad personal:** define el autoconcepto en términos de rasgos y relaciones personales.
2. **Identidad social:** es la parte del autoconcepto que deriva de la pertenencia a grupos sociales.

De esta división surge la definición de identidad social de la cual parte la TIS. A finales de los años 90 del siglo pasado, se pasó de considerar esta doble dimensión a una triple. **Brewer y Gardner** distinguieron lo siguiente:

- **Autoconcepto individual:** Incluye las características personales que diferencian a una persona de otras. *Soy alto tengo ojos verdes.*
- **Autoconcepto relacional:** Se refiere a las relaciones diádicas con otras personas que son significativas para nosotros. *Soy más trabajador que Luis*
- **Autoconcepto colectivo.** Definido por la pertenencia grupal y diferencia el “nosotros” del “ellos”. *Como mujer tengo las características que definen el grupo de mujeres en general*

3.3 La teoría de la identidad social (TIS): Henri Tajfel

Es una de las teorías que ha suscitado más información en los últimos años. Se ha interesado por las **relaciones intergrupales, el favoritismo por el propio grupo, la solidaridad intragrupal, los estereotipos, el prejuicio, la discriminación, el racismo, el conflicto intergrupales, los efectos del estatus, el liderazgo...**

La idea básica de la teoría es que las personas se categorizan a sí mismas como pertenecientes a la vez a diferentes grupos o categorías sociales. Dicha pertenencia constituye parte de su autoconcepto (la pertenencia será positiva o negativa en función de la valoración que el individuo haga del grupo, de ahí la importancia de la comparación social).

Los tres conceptos básicos de la TIS son:

La categorización social

La categorización: es un **proceso cognitivo por el cual se agrupan objetos, personas o acontecimientos que se consideran equivalentes**. Es una manera de hacer más sencilla la percepción de la realidad. Es a través de la categorización como los individuos construyen su identidad social. De forma que:

- Acentúa las diferencias entre categorías distintas
- Incrementa las semejanzas entre los elementos que pertenecen a la misma categoría.

La categorización social puede explicar que se produzcan distinciones entre los grupos por el hecho de que los individuos se perciban como pertenecientes a categorías diferentes. Sin embargo no se puede esclarecer por qué en la mayoría de las ocasiones se valora positivamente al endogrupo y negativamente al exogrupo.

Ferguson y Kelley encontraron que en una situación no competitiva, la presencia de un exogrupo que desarrollaba las mismas tareas era suficiente para que los miembros del endogrupo sobreestimarán su propio trabajo.

Pero los efectos positivos o negativos de la pertenencia a una categoría no dependen tanto del contexto social como de la comparación del propio grupo con otros: los grupos competirán por una identidad social positiva a través de la diferenciación con otros grupos en la cual salgan beneficiados

La identidad social

La identidad social: es 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.

Tajfel y Turner argumentan que, de acuerdo con la TIS, puede hablarse de dos aspectos del autoconcepto, y distinguen entre dos tipos de identidades, como vimos en un apartado anterior:

- **Identidad personal:** “ el yo individual”: características de los individuos: sentimientos, habilidades y atributos personales.
- **Identidad social:** “El yo como miembro de uno o más grupos”: características de los grupos.

De acuerdo con la TIS, las personas se definen a sí mismas en función de la pertenencia a un grupo y tienden a mantener o conseguir una identidad social positiva mediante la comparación de su grupo con otros (sin ser necesaria una discriminación negativa hacia el exogrupo): Si la comparación tiene como consecuencia un resultado positivo el individuo obtiene una identidad social satisfactoria, si es negativa la identidad social resultante es insatisfactoria.

La comparación social

La comparación social es el **proceso por el cual las personas tienden a compararse a sí mismas con otras**. **Tajfel** hace uso del concepto de comparación social para explicar el proceso que lleva a las personas a evaluar a su propio grupo. Desde su concepción, la identidad social sólo será positiva si las características que tiene el propio grupo son positivas, pero en comparación con otro u otros grupos, no sólo se trata de ser diferente, sino también de ser mejor.

3.4 La teoría de la autocategorización

La **TIS** sostiene que las conductas sociales se articulan dentro de un continuo interpersonal-intergrupar, según el cual **en ocasiones nos comportamos en función de la pertenencia a un grupo, y en otras en función de nuestras preferencias individuales**.

Dónde nos situemos depende de dos factores: de la identificación del individuo con su grupo, y de las características específicas de la situación.

Tajfel manifestaba que las teorías que explicaban el comportamiento de las personas en función de su situación en uno de estos dos polos no podían explicar cómo se comportaban cuando se encontraban en el otro.

La TIS continuó su desarrollo con la **teoría de la autocategorización** o **categorización del yo (Turner)**. Esta teoría trata de explicar cuál es el proceso que lleva a las personas a incluirse en una u otra categoría.

La teoría de la categorización del yo pone su foco de atención en cómo las personas son capaces de llegar a actuar como un grupo. Su hipótesis básica afirma que esto se consigue gracias a un cambio en el nivel de abstracción o inclusividad del autoconcepto:

- De la identidad personal se pasaría (mediante una elaboración socio-cognitiva), a la identidad social.
- La conducta interpersonal se transformaría en conducta intergrupar,
- El individuo dejaría de percibirse como persona individual y empezaría a verse como miembro intercambiable de un grupo o categoría social: **Despersonalización**

Según la teoría, las categorizaciones que forman el autoconcepto (**Autocategorizaciones**) se hallan en tres niveles distintos de abstracción:

- **El supraordenado**, que es el más amplio o abstracto; el ser humano se categoriza como ser humano diferente de otras especies.
- **El intermedio**, que correspondería a la identidad social; se categoriza a sí mismo y a otros según semejanzas y diferencias de categorías

- **El subordinado**, que correspondería a la identidad personal, es el de menor inclusividad. El individuo se auto-categoriza como persona única y diferente de los demás miembros del grupo.

El comportamiento grupal sería entonces, según Turner, un cambio en el nivel de abstracción, llevando a una despersonalización pero sin perder la identidad individual, es decir, sin que se eliminen todos los procesos que influyen en la formación y desarrollo del autoconcepto. Por tanto, ambas teorías (TIS y categorización del yo) nos muestran que la identidad social y el comportamiento que realizamos en función de los grupos a los que pertenecemos son también parte de nuestro autoconcepto. Esto ocasiona que nuestro autoconcepto pueda ser cambiante en algunos aspectos y a la vez estable en otros.

4. RELACIÓN ENTRE IDENTIDAD PERSONAL E IDENTIDAD SOCIAL

Desde la perspectiva tradicional de la TIS: la identidad personal (individuo único y diferente de los demás) y la identidad social (categorías sociales a las que pertenece) se han considerado como dos aspectos separados del autoconcepto global del individuo.

Sin embargo 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 exteriorización de uno mismo. En estas circunstancias las personas equiparan el bienestar del grupo con su propio bienestar y perciben las metas y prioridades del grupo iguales a las suyas. Es lo que se ha denominado **"fusión de la identidad"**. Cuando esto ocurre:

- Se da alto grado de identificación con el grupo.
- Se da un sentimiento de unidad con el grupo tal que elimina las barreras entre uno y otro.
- Las prioridades de los miembros del grupo cambian de modo que se preocupan más de los resultados del grupo que de los suyos propios: se dan sacrificios extraordinarios por el grupo