



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO



**MEDIDAS IMPLÍCITAS Y PRE-ATENTIVAS DE LA REPRESENTACIÓN
CONCEPTUAL DE LA AUTOESTIMA Y DEL AUTOCONCEPTO**

TESIS
PARA OBTENER EL GRADO DE
DOCTOR EN FILOSOFÍA CON
ESPECIALIDAD EN PSICOLOGÍA

PRESENTA:
M.C. CECILIA CONTRERAS LOZANO

DIRECTOR DE TESIS:
DR. ERNESTO OCTAVIO LÓPEZ RAMÍREZ

MONTERREY N. L., NOVIEMBRE DE 2011

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	9
1.2 OBJETIVOS	18
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	20
2.1 Fundamentos de la autoestima y su relación al auto concepto.....	20
2.2 Sobre la naturaleza evolutiva y cognitiva de la autoestima	26
2.3. Sobre la representación dual de la autoestima.....	36
2.4 Representación mental y autoconcepto	40
2.5 Analizando la naturaleza explícita de la representación mental del autoconcepto y el autoestima.....	45
2.5.1 El procedimiento de la técnica de redes semántica naturales.....	46
2.6 Técnicas de investigación de la naturaleza implícita de la autoestima.....	54
2.7 Técnicas de investigación de la naturaleza del procesamiento automático de la autoestima.....	65
CAPÍTULO III. MÉTODO.....	75
3.1 Estudio 1.....	76
3.2 Estudio 2.....	85
3.3 Estudio 3	89
CAPÍTULO IV. RESULTADOS.....	94
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN	108
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS.....	121

ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

CAPÍTULO I

Figura 1. Esquema conceptual conexionista.....	3
--	---

CAPÍTULO II

Figura 2.1 Esquema general del YO.....	24
Figura 2.2 Aspectos multidimensionales del autoconcepto.....	26
Figura 2.3 Lista de conceptos o atributos usados para caracterizar a una persona.....	32
Figura 2.4 Técnicas de Redes semánticas pueden ser usadas conjuntamente con otras tareas cognitivas para determinar formas de significar lo atractivo de otras personas.....	33
Figura 2.5 Matriz simétrica.....	34
Figura 2.6 Agrupación conceptual basadas en el atractivo personal.....	35
Figura 2.7 Estructuras neuroanatómicas involucradas en procesos automáticos de intuición y procesos reflexivos conscientes.....	38
Figura 2.8 Grado de prototipia que un evento u objeto tiene con respecto a una categoría.....	41
Figura 2.9 Forma tabular de una red semántica.....	42
Figura 2.10 Base semántica de una inferencia lógica.....	43
Figura 2.11 Resultado de definición al concepto de manzana usando la técnica de redes semánticas naturales.....	47
Figura 2.12 Obtención del conjunto SAM para el concepto de manzana.....	48
Figura 2.13 Red semántica dibujada en base a las definiciones conceptuales del tema de Física usando la técnica de redes semánticas naturales.....	50
Figura 2.14 Definidores conceptuales con mayor carga semántica para la representación mental del auto concepto a diferentes usando la técnica de redes semánticas naturales en población mexicana.....	52
Figura 2.15 Definidores conceptuales con mayor carga semántica para la representación mental del autoconcepto a diferentes usando la técnica de redes semánticas naturales en niños Peruanos y argentinos.....	53
Tabla 2.1. Secuencia de los estímulos presentado en el IAT de Greenwald, McGhee y Schwartz.....	56
Tabla 2.2. Secuencia de estímulos presentados en el IAT.....	60

Tabla 2.3. Grupo de palabras presentadas en el estudio propuesto por Greenwal et al.....	61
Figura 2.15. Ejemplo de una pantalla del IAT de un estudio clásico.....	62
Figura 2.16. Secuencia de presentación de estímulos Greenwald, et al.....	63
Tabla 2.4. Conceptos correspondientes a los conceptos de femenino y masculino Greenwald, et al.....	64
Tabla 2.5. Tomada del IAT, presentado por Greenwald y Nosek, de la secuencia de los estímulos.....	65
Figura 2.17. Modelo de procesamiento de abajo hacia arriba de autoestima.....	67
Figura 2.18. Modelo afectivo de procesamiento de arriba hacia debajo de la autoestima.....	72
Figura 2.19. Modelo mixto de procesamiento de información del contenido de la memoria.....	74
CAPÍTULO III	
Figura 3.1. Diseño experimental del estudio.....	76
Figura 3.2. Pantalla principal SemNet ilustrando las diferentes opciones de análisis una vez que se han obtenido las definiciones conceptuales de la técnica de redes semánticas naturales.....	79
Figura 3.3. Posibles configuraciones conceptuales del esquema de autoconcepto y autoestima usando una aproximación conexionista.....	81
Figura 3.4 Pantalla típica de este tipo de simulaciones dentro del contexto de la organización conceptual de autoconcepto y autoestima.....	83
Figura 3.5. Grafica de una organización PathFinder dentro del contexto del esquema de organización conceptual para autoconcepto y autoestima.....	84
Tabla 3.1. Conceptos utilizados para el estudio de Facilitación Semántica.....	87
Figura 3.6. Secuencia de eventos de una tarea de decisión lexical.....	89
Tabla3.2. Categorías a utilizar en el IAT de auto concepto.....	90
Tabla 3.3. Grupo de palabras usadas para el IAT de autoestima.....	91
Tabla 3.4. Secuencia de eventos presentados en el estudio IAT de autoestima.....	92
CAPÍTULO IV	
Figura 4.1. Definiciones conceptuales obtenidas.....	95
Figura 4.2. Se describe alta conectividad entre las definiciones conceptuales	

de autoestima y autoconcepto a través del concepto HONESTO.....	96
Tabla 4.1. Definiciones conceptuales generadas para las frases de inducción de esquema “como me veo a mi mismo” y “como me siento conmigo”.....	97
Figura 4.3. A la pregunta ¿Cómo me veo físicamente? los participantes presentaron conectividad con el resto del esquema de autoestima con un definidor común subjetivo de Normalidad.....	99
Figura 4.4. Pantalla de la simulacion Pathfinder cuando se activa el concepto de HONESTO.....	100
Figura 4.5. Organización conceptual para el concepto ALTO con poca conectividad.....	101
Figura 4.6. Conectividad del concepto FELIZ al momento de activarlo.....	102
Figura 4.7. Conectividad del concepto BUENO al momento de activarlo.....	103
Figura 4.8. Desempeño de los participantes en las diferentes condiciones experimentales.....	104
Figura 4.9. Se describe las latencias de desempeño para grupo experimental y control a través de las condiciones experimentales del estudio de facilitación semántica.....	105
Tabla 4.2 Se presentan los valores del efecto IAT hacia la autoestima y el autoconcepto.....	106
CAPÍTULO V	
Figura 5.1. Modelo de procesamiento paralelo distribuido de autoconcepto y autoestima.....	109
Tabla 5.1 Correlación entre medidas implícitas y explícitas de autoestima y autoconcepto.....	114
Tabla 5.2 Correlación entre medidas implícitas relacionadas a actitudes usando el IAT.....	115

Medidas implícitas y pre-atentivas de la representación conceptual de la
autoestima y del autoconcepto

RESUMEN

A una muestra de 182 estudiantes adolescentes se les pidió participar en una serie de estudios cognitivos relacionados a la representación del conocimiento de la autoestima. Primero, se implementó un análisis de redes semánticas naturales como medida explícita de la organización del esquema del autoconcepto y de la autoestima. Aquí, definiciones conceptuales a diferentes reactivos de “cómo me veo” y “cómo me siento” fueron obtenidos de la población de jóvenes. De dichas definiciones conceptuales se obtuvieron aquellos conceptos más relevantes a la conectividad semántica y de relevancia al significado de la formación de la autoestima y el autoconcepto para explorar evaluaciones de actitud e identidad implícita en un estudio de asociación implícita, así como organización conceptual en el lexicón de los participantes. Los resultados señalan que conceptos de atributos físicos relacionados a atributos concretos (chaparro, delgado, etc.) son cualitativamente diferentes de conceptos abstractos sobre la apariencia física (por ejemplo, “normal”). Sorprendentemente, estos conceptos abstractos de apariencia física son los únicos que se relacionan al autoconcepto siendo que la literatura había señalado la relevancia de aspectos corporales concretos como relevantes a la autoestima y al autoconcepto. Los estudios de facilitación semántica corroboran de manera contundente que dichos atributos corporales concretos se organizan de diferente forma en el lexicón que los otros conceptos abstractos y de autoconcepto. Se argumenta que este tipo de presentación dual de la autoestima obedece a un mecanismo de balance psicológico dada una autoestima “normal”. Esto es los conceptos de descripción física abstractos regulan la conectividad entre la percepción de sí mismo y el significado que se genera de juicios de autovalor. También se argumentan implicaciones clínicas a este respecto pero sobre todo la convergencia de las medidas explícitas tanto como implícitas para señalar la existencia de una representación dual que participa de forma constructiva en la formación de una autoestima global.

Palabras clave: autoestima, autoconcepto, organización conceptual, medidas implícitas, medidas explícitas.

DEDICATORIA

A mis padres Sr. Armando Contreras y Sra. Lourdes Lozano por acompañarme y apoyarme no solo en el proceso doctoral sino toda mi vida académica, por darme su comprensión y cariño, por toda su paciencia, amor y apoyo en cada una de las etapas de mi vida, y en todo lo que me he propuesto, gracias por estar conmigo siempre, en las subidas y bajadas. A mi hermano Jorge Contreras por su apoyo y tiempo que me dedico cuando se me presentaba algún problema, gracias Yorch.

Laboratorio de Ciencia Cognitivo por permitirme trabajar con ellos, y muy en especial al Dr. Ernesto López, muchas gracias por el darme la oportunidad de seguir trabajando con usted, por darme todo su apoyo y su confianza, por creer en mí, por seguir compartiendo sus conocimientos conmigo, por tenerme paciencia y corregirme en mis errores cuando era necesario. Gracias por ser mi guía, por motivarme a seguir adelante, y estar conmigo durante todo este proceso.

A mi familia, mis abuelos Homero Lozano (†) y Luis Contreras (†), a mis abuelas Victoria Balderas (†) y Lourdes Vilano, a mis tías Lulú Contreras, Blanca Contreras (†), Martha Contreras, María Elena Lozano, Tana Lozano, Yocasta Treviño y Silvia Garza, a mis tíos Luis Contreras, Enrique Lozano, Homero Lozano, Alfredo Lozano, Guadalupe García y Alvaro Castillo, primos, Jorge Homero Lozano, Luis Lozano, Alejandro Lozano, David Lozano, Alfredo Lozano, José Ramón Méndez y Tyler Castillo, primas Brenda Contreras, Victoria García,

Patricia García, Gabriela García y María Elena Méndez, a mis ahijadas Melanie Castillo, Jennifer Castillo y Miranda Nieto, a mis sobrinos y sobrinas, por su cariño y comprensión y por haber robado tiempo que les pertenecía, gracias por haberme apoyado durante todo este tiempo para alcanzar mis metas.

A mis amigos que estuvieron conmigo durante todo este proceso, Gerardo Morales y Martha Olivia González.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a CONACYT por el apoyo otorgado para que este proyecto de investigación se haya llevado a cabo.

A la Escuela Industrial y Preparatoria Técnica “Pablo Livas”, de la Universidad Autónoma de Nuevo León, y al MC. Alejandro Galván Ramírez por las facilidades y el apoyo que me brindaron para la realización del Doctorado, y la elaboración del presente trabajo.

A mi director de tesis, el Dr. Ernesto López, por su constante asesoría y sus consejos sin los cuales no hubiera sido posible este trabajo.

Al Dr. Víctor Padilla, a la Dra. Concepción Rodríguez, a la Dra. Jacqueline González y al Dr. Héctor Maldonado, quienes forman parte de mi comisión de tesis, gracias darne sus consejos y comentarios que me ayudaron en la realización de este proyecto.

A mis compañeros:

Que me apoyaron cuando lo necesite, que siempre estuvieron ahí para orientarme y ayudarme en los problemas que se me presentaban a lo largo del proceso.

En especial a Martha Patricia Sánchez y Arturo de la Garza por su facilitarme con los programas de computo y su apoyo, gracias por ayudarme cuando lo necesité.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO



**“MEDIDAS IMPLÍCITAS Y PRE-ATENTIVAS DE LA REPRESENTACIÓN
CONCEPTUAL DE LA AUTOESTIMA Y DEL AUTOCONCEPTO”**

TESIS

COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL GRADO DE
DOCTOR EN FILOSOFIA CON ESPECIALIDAD EN PSICOLOGIA

PRESENTA

M.C. CECILIA CONTRERAS LOZANO

COMISIÓN DE TESIS:

PRESIDENTE: _____
DR. ERNESTO OCTAVIO LÓPEZ RAMÍREZ

LECTOR(1): _____
DRA. MA. CONCEPCIÓN RODRÍGUEZ NIETO

LECTOR(2): _____
DR. VICTOR MANUEL PADILLA MONTEMAYOR

LECTOR(3): _____
DRA. CLAUDIA JAQUELINA GONZALEZ TRUJILLO

LECTOR (4): _____
DR. HECTOR MALDONADO WILLMAN

MONTERREY, NUEVO LEÓN

NOVIEMBRE, 2011

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

El estudio de la arquitectura cognitiva como una entidad social ha generado una gran cantidad de estudios centrados en establecer la forma en la que nosotros como personas, basados en la forma en que procesamos y organizamos la información, llegamos a crear asociaciones acerca de la información que percibimos del medio social en el cual nos encontramos con la forma en cómo nos representamos a nosotros mismos (Nosek, Greenwald & Banaji, 2005; Brunel, Tietje & Greenwald, 2004). De esta forma, si bien es cierto que como individuos tendemos a representar información que nos permite significar objetos o animales (memoria semántica; Lindsay & Norman, 1977; Rodríguez, Assmar, & Jablonski, 2004) también es cierto que representaciones mentales sobre quiénes somos y cómo nos representamos como seres sociales son de suma importancia para nuestra supervivencia y desarrollo como individuos (Fiske & Taylor, 2007). Aquí, central al estudio de la vida cognitiva social de un individuo y del desarrollo teórico de la cognición social es el análisis académico de las representaciones mentales que especifican la forma en la que las personas se perciben a sí mismas, esto es, el autoesquema (Greenwald, & Banaji, 1995; Greenwald, Banaji, Rudman, Farnham, Nosek & Mellott, 2002; Haines & Kray, 2005; Knobe & Malle, 2002; Nosek, Banaji & Greenwald, 2000; Nosek, Greenwald & Banaji, 2005).

Dicho autoesquema contiene generalizaciones cognitivas sobre uno mismo, derivadas de la experiencia pasada, que organizan y guían el procesamiento de

información relacionada con uno mismo en la experiencia social del individuo (Cross & Markus, 1994; Markus, 1977; Markus & Nurius, 1986; Markus & Ruvolo, 1989; Patrick, Omoregie & Markus, 2004). Es de relevancia para el individuo ya que contiene información directa del Yo y nos permite identificarnos a un grupo social, formar actitudes y estereotipos sobre los demás jugando sobretodo un rol fundamental en la personalidad y los procesos interpersonales (Brunel, Tietje & Greenwald, 2004; Schroder, Rudolph & Schultz, 2007). Este esquema puede ser activado por claves externas o internas (Bargh & Chartrand, 2000; Robins & John, 1997) y es crónicamente accesible (Bornstein, Mei, Gallagher, Kloss & Regier, 2005).

Se dice que el autoesquema (Myers, 2005) contiene cuatro conceptos fundamentales que rodean al Yo que son: el Yo Social, el Autoconocimiento, el Autoconcepto y la Autoestima, siendo los últimos dos elementos representacionales íntimamente ligados (Jordan, Whitfield & Zeigler-Hill, 2007) y cuya relación representacional se constituye como el foco principal de interés y análisis para la presente investigación.

Instancias representacionales del autoesquema centradas en la inclusión de el auto concepto y la auto estima pueden ser encontrados en modelos centrales y seminales como el propuesto por Greenwald, Banaji, Rudman, Farnham, Nosek y Mellott (2002), el cual incluye dentro de un esquema de organización conceptual del YO patrones de activación que corresponden al autoconcepto y a la

autoestima. Esta propuesta queda ilustrada de forma grafica en el modelo conexionista de la Figura 1.

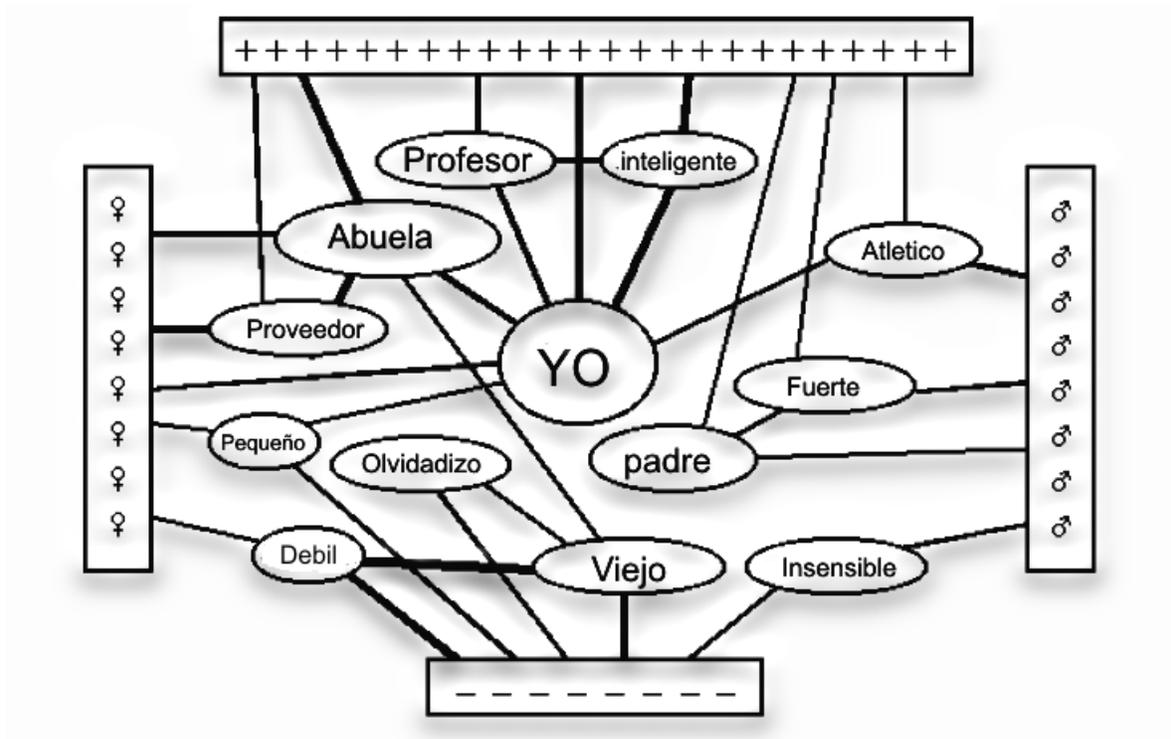


Figura 1. Esquema conceptual conexionista.

Esta posición representacional establece formalmente como es que conocimiento del Yo, de la autoestima, estereotipos y de identidad se van construyendo en la memoria a largo plazo basado en mecanismos de teorías del balance cognitivo, como lo es la teoría de Heider (Briñol, Horcajo, Becerra, Falces & Sierra, 2003). En particular, en este modelo el auto concepto implica conexiones del Yo a otros conceptos que especifican roles (profesor o abogado) así como atributos personales como el ser inteligente o atlético. Por otra parte, en dicho modelo la autoestima se considera un conjunto de asociaciones directas o

indirectas del Yo hacia los nodos de valencia (+ + + ó - - -). Los estereotipos sociales se pueden considerar asociaciones de atributos como el ser abuelo, profesor, etc. a dimensiones generales como lo es el género del individuo. Finalmente, una actitud es un conjunto de asociaciones que conectan conceptos de forma directa o indirecta a través de un estereotipo hacia una valencia.

De acuerdo a la Teoría Unificada del Autoconcepto y la Autoestima (Greenwald, Banaji, Rudman, Farnham, Nosek & Mellot, 2002) la relación social entre el Yo y el entorno está basada por la construcción de triadas en las que la asociación entre dos conceptos determina la relación a un tercero. En otras palabras, la fuerza de asociación entre el Yo y un atributo (cálido, inteligente, etc.) más la fuerza de asociación de pertenencia a un grupo (identidad) puede determinar la magnitud de actitud hacia el grupo o la magnitud del estereotipo que se tiene sobre un grupo (Fiske & Taylor, 2007; más de esto en el marco teórico).

Aunque dicha dinámica representacional va especificando de esta forma la construcción de conocimientos sociales con el Yo, no necesariamente analiza el significado que uno genera sobre sí mismo. Mas bien, esta propuesta representacional también conocida como la “Teoría Unificada del Autoconcepto y de la Autoestima” (Greenwald, Banaji, Rudman, Farnham, Nosek, B & Mellot, 2002) propone la construcción del auto concepto y la autoestima desde una perspectiva de un modelo ideal o ideosincrático de teorías del balance cognitivo de Heider (Briñol, Horcajo, Becerra, Falces & Sierra, 2003) en donde la formación de una conexión del Yo hacia un concepto que denota un evento u objeto (un carro)

está **determinado** por la previa asociación del Yo hacia un ente social (un esposo) que previamente está asociado (positiva o negativamente) a dicho objeto u evento (el carro del esposo). Por un lado, el problema de esta propuesta es que dicho mecanismo de determinación de conectividad conceptual excluye la riqueza de posibles conexiones conceptuales semánticas como las que se proponen en teorías representacionales humanas de modelos de redes semánticas locales (Murphy, 2002) o distribuidas (Rogers & McClelland, 2004), lo que impide el uso de un análisis representacional poderoso. Por otra parte, el hecho de que es un modelo idealizado excluye el hecho de que los individuos puedan ofrecer formas personalizadas de significar el Yo. Más bien, lo que está en demanda es un modelo más amplio que pueda incluir una gama variada de conectividad semántica y que permita el análisis de organización conceptual desde una perspectiva de los individuos y no solamente de una propuesta idealizada de expertos.

A este respecto, existen ya estudios iniciales y seminales dentro de nuestro contexto sobre representaciones semánticas del auto concepto basadas en definiciones conceptuales de los propios individuos. En particular, Valdez (1998), en un estudio de redes semánticas naturales obtuvo definiciones conceptuales a varias preguntas relacionadas al auto concepto de las cuales obtuvo un análisis del significado que los individuos tienen sobre sí mismos. Usando una técnica denominada redes semánticas naturales pudo establecer la forma en cual los estudiantes de diferentes niveles de escolaridad se veían a sí mismos en diferentes dimensiones y obtener descripciones. Aun y cuando dicha aproximación

permite observar aspectos y dimensiones del auto concepto explícito, el estudio carece de varias consideraciones y controles sobre todo si se quiere considerar la relación del auto concepto y la autoestima. En primer lugar el estudio de Valdez no considera la relación del auto concepto y la autoestima como en el caso de la teoría unificada de Greenwald et al. (2002) lo cual es una evidente ausencia en su análisis ya que la autoestima se considera una parte conceptual íntimamente ligada al auto concepto (Jordan, Whitfield & Zeigler-Hill, 2007). Consecuentemente, la inclusión de la representación conceptual de la autoestima dado el auto concepto requiere no solamente de medidas representacionales explícitas de los individuos sino obligatoriamente el uso de medidas indirectas de procesamiento implícito y automático debido a las siguientes consideraciones.

En particular, Greenwald y colaboradores (Greenwald & Banaji, 1995) señalan el uso de medidas indirectas para la medición de manifestaciones implícitas del autoconcepto y la autoestima, ya que estas aproximaciones permiten alcanzar dominios cognitivos que medidas de autoreporte explícito sobre uno mismo donde no permiten el acceso. Por ejemplo, modelos duales de procesamiento de información de la autoestima (Farnham, Greenwald & Banaji, 1999; Smith & DeCoster, 2000; Wilson, Lindsey, & Schooler, 2000) enfatizan que modos cognitivos controlados - conscientes de autoestima activan procesos cognitivos diferentes de la autoestima implícita o automática (Epstein & Morling, 1995; Wilson, Lindsey, & Schooler, 2000). De forma específica, la autoestima implícita se ha relacionado al producto de procesamiento automático, altamente efectivo, de experiencias afectivas y no muy flexible (Epstein & Morling, 1995;

Jordan, Whitfield & Zeigler-Hill, 2007) mientras que la autoestima explícita se ha relacionado a procesamiento atencivo selectivo de información de relevancia sobre uno mismo, controlado y orientado a la experiencia holística, basado en reflexiones propias, flexible pero no muy efectiva (Fiske & Taylor, 2007; Franck, De Raedt, Dereu, & Van den Abbeele, 2007). Aun y cuando aspectos de la autoestima implícita pueden integrarse dentro de la autoestima explícita (Jordan, Whitfield & Zeigler-Hill, 2007; Zeigler-Hill & Jordan, 2010), puede darse el caso de individuos con alta autoestima explícita y baja autoestima implícita o baja autoestima explícita y alta autoestima implícita, esto es, disociación (Jordan et al., 2003; Bosson, Brown, Zeigler-Hill & Swann 2003; Briñol, Petty & Wheeler, 2006).

Es bien sabido que individuos con alta autoestima explícita y baja autoestima implícita tienden a ser significativamente más defensivos y auto promotores de sí mismos que los individuos con alta autoestima explícita e implícita (McGregor & Marigold, 2003; McGregor, Nail, Marigold, & Kang, 2005; Zeigler-Hill, 2006). Por otra parte, la autoestima explícita baja con autoestima implícita alta tienden a sobre valorarse positivamente después de un éxito o sobrevalorarse negativamente después de un fracaso (Jordan, Whitfield & Zeigler-Hill, 2007). Finalmente, hay grupos académicos que sugieren que la autoestima implícita y explícita son dos entidades cognitivas diferentes (Timko, England, Herbert, Forman, 2010) ya que aunque existe una relación positiva de ambos constructos sus valores de correlación son muy bajas (Bosson, Swann & Pennebaker, 2000; Farnham, Greenwald & Banaji, 1999; Jordan, Spencer, & Zanna, 2003) y es consistente con la visión de que el yo está conformado por una

arquitectura cognitiva multisistemas (Greenwald, 1982; Koole & Pelham, 2003). Si esto último puede demostrarse que es verdadero entonces es muy probable que la auto estima comparta características de los modelos de procesamiento de información dual como lo es la actitud implícita y explícita en el que se ha señalado que ambos tipos de actitud provienen de procesos mentales diferentes (Rydell, McConnell, Mackie, & Strain, 2006), se almacenan en diferentes zonas del cerebro (DeCoster, Banner, Smith, & Semin, 2006) y son activadas por eventos sociales diferentes (Petty, Briñol, & DeMarree, 2007).

De esta forma, considerando la naturaleza dual del constructo de la autoestima, es claro que el estudio de la posible organización conceptual que le subyace, demanda el uso tanto de medidas implícitas como explícitas cuando se pretende un análisis semántico representacional. De aquí, que estudios de definición conceptual como el de redes semánticas de Valdez sobre autoconcepto necesitan complementarse con una propuesta de análisis de procesamiento implícito para tratar de determinar la naturaleza relacional de la organización conceptual de la autoestima con la organización conceptual del esquema del autoconcepto. En particular es posible que estudios de redes semánticas como el presentado por Valdez contengan tanto información de procesamiento explícito así como manifestaciones de procesamiento implícito en la tarea de definición conceptual explícita de la red semántica, pero este autor no propuso alguna forma de diferenciar ambos tipos de procesamiento. Tal y como señala Smith (1998; ver también Smith & DeCoster, 2000), es curioso observar que en la literatura académica sobre representación mental, se asume que el efecto de un esquema

conceptual en nuestra conducta es a un nivel preconscious el cual puede ser observado simplemente preguntándole a los individuos de forma directa.

De esta forma el uso de redes semánticas para el estudio del auto concepto y la autoestima debe considerar una nueva forma metodológica que permita diferenciar procesamiento explícito e implícito, que en el caso específico de la autoestima permita identificar y determinar la posible naturaleza dual de esta representación mental que es central a la vida cognitiva del autoconcepto. Esto en sí presenta un problema metodológico y teórico que a continuación se desglosa.

1.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Al menos 25,000 publicaciones sobre autoestima publicadas en los últimos 45 años (Watson, Suls & Haig, 2002; Zeigler & Jordan, 2010), han señalado la autoestima como un constructo psicológico central a la vida mental de los individuos, tanto en aspectos de personalidad (Bushman & Baumeister, 1998; Furr & Funder, 1998), aspectos de salud y psicopatología (Penninx, Van Tilburg, Boeke, Deeg, Kriegsman & Van Eijk, 1998; Ralph & Mineka, 1998) así como en el entendimiento del comportamiento social del individuo (Tesser, Felson & Suls, 2000; Fiske & Taylor, 2007; Zeigler-Hill & Jordan 2010). Dentro de esta inmensa gama de estudios, es posible identificar investigaciones seminales relacionando autoestima con habilidades intelectuales, apoyando la idea de una conexión directa entre autoestima y funcionamiento cognitivo (por ejemplo, Thorpe, Lefever, & Naslund, 1964). Por otra parte, estudios donde autoestima impacta de forma

indirecta el desempeño cognitivo de un individuo pueden ser encontrados en Lancaster, Naillon y Kibby (2004). A este respecto, aun y cuando la evidencia inicial relacionando el funcionamiento cognitivo de un individuo con su autoestima originó una explosión de trabajos relacionales, críticas a la forma de medir el constructo de la autoestima resultó en una reconsideración en la forma y dirección de relacionar la auto estima a la arquitectura cognitiva del individuo. En particular, evidencia académica señalando que el uso de medidas explícitas en el autoreporte del autoestima parecen ser susceptibles a mediciones de evaluaciones falsas (Rosenberg, 1979; Raskin, Novacek, & Hogan, 1991; Briñol, Petty & Wheeler, 2006) o sesgadas (Crocker & Major, 1989; Zeigler-Hill & Myers, 2009) contribuyó a la consideración de nuevas metodologías experimentales que permitieran un análisis más detallado del rol de la autoestima dentro de la vida cognitiva de los individuos.

Como ya se señaló previamente, aspectos explícitos de la autoestima tienen que ser consideradas dentro del contexto de medidas implícitas, es por esto, que se ha mostrado la utilidad de validar convergentemente medidas de autoconcepto y autoestima ya sea por procesamiento implícito (IAT; Greenwald & Farnham, 2000; Buhrmester, Swann & Blanton, 2010), medidas pre-atentivas (Facilitación semántica, facilitación afectiva; Cunningham, Preacher, & Banaji, 2001; Mellott, Cunningham, Rudman, Banaji, & Greenwald, 2001;) y medidas de autoreporte explícito (Briñol, Petty & Wheeler, 2006; Farnham, Greenwald & Banaji, 1999; Kernis, 2005).

Hay que notar sin embargo, que dichas técnicas de medición de la autoestima son necesarias no solamente por el hecho de que el constructo de autoestima sugiera que su naturaleza es dual. También debe considerarse que dicha naturaleza dual pueda estar relacionada a un mecanismo general de almacenar, organizar y representar la información en la memoria a largo plazo. Ejemplo de esto es la distinción entre la memoria explícita e implícita (Schacter, 1987, 1994; Carlston, 2010) en donde representaciones mentales explícitas (por ejemplo memoria declarativa) e implícitas (por ejemplo conocimiento procedural o afectivo) han sido propuestas como constructos independientes, como dos formas diferentes de acceso de información (Jacoby & Kelley, 1987; Smith, 1996) o simplemente como dos manifestaciones de un mismo mecanismo (para este debate ver Turk-Browne, Yi & Chun, 2006).

Desde el punto de vista de la representación del conocimiento a través de redes conceptuales, la información explícita está representada por nodos locales que pueden ser activados de forma voluntaria (atención focal) y que por efecto de difuminación semántica, al activar un concepto, otros conceptos semánticamente cercanos también son activados para formar un significado o interpretación de un evento u objeto (Lindsay & Norman, 1977; Fiske & Taylor, 2007; Gawronski & Bodenhausen, 2007). Dichas representaciones focales tienden a estar relacionadas a un procesador consciente de alto nivel que maneja información simbólica de una forma serial basada en reglas, similar a modelos de razonamiento proposicional (ver por ejemplo, Gawronski & Bodenhausen, 2007).

Por su parte una representación mental implícita es una organización conceptual que puede afectar o no una representación explícita y que son activadas automáticamente de forma no intencional y fuera de la conciencia (atención no focal)(Carlston, 2010). Aquí, la forma en cómo una representación implícita puede afectar una representación explícita puede ser afectando la conectividad de los conceptos que se activan en una red conceptual explícita mientras que la red fuera de atención focal influye en el procesamiento conceptual bajo análisis consciente. También hay que considerar la aproximación conexionista a la representación mental que sugiere que procesamiento de información distribuida en la conectividad de una red de nodos (locales o no locales) influye de forma implícita en la formación de esquemas conceptuales (micro estructura conceptual) (Rumelhart, Smolensky, McClelland & Hinton, 1986; Murphy, 2002; Rogers & McClelland, 2004).

En general, la noción de aproximaciones duales de procesamiento de información social entablan la posibilidad de procesar información social de forma controlada y consciente o de forma automática no consciente (Bargh, 1997; Bargh & Chartrand, 1999; Bargh & Chartrand, 2000). Esto es interesante ya que como se ha señalado anteriormente existe la posibilidad de que la autoestima explícita e implícita sean dos estructuras cognitivas diferentes (Timko, England, Herbert, Forman, 2010) lo cual puede ocasionar en el individuo dos formas de experimentar la autoestima. Una forma de autoestima de procesamiento rápido y automática relacionada a aspectos “intuitivos” y otra explícita accesible a la percepción consciente de uno mismo de mayor procesamiento cognitivo y por ende de mayor

tiempo de consumo (Greenwald & Abrams, 2002; Greenwald, Abrams, Nacche & Dehaene, 2003; Timko, England, Herbert, Forman, 2010).

Retomando lo hasta aquí señalado, entonces pueden establecerse demandas metodológicas en el estudio de una representación mental del auto estima:

- 1) Un análisis conceptual de la autoestima demanda la consideración del esquema de autoconcepto al cual parece estar íntimamente ligado (Campbell, 1990; Greenwald, Banaji, Rudman, Farnham, Nosek & Mellot, 2002; Jordan, Whitfield & Zeigler-Hill, 2007). Por ejemplo, Greenwald y Farnham (2000), diferencian objetos conceptuales de autoconcepto y autoestima solo por el hecho de si dichos conceptos poseen una valencia en su relación con el YO (ver también Schnabel & Asendorpf, 2010).

- 2) Dada la posible naturaleza dual de la autoestima, el análisis de este esquema afectivo-cognitivo debe considerar un análisis teórico -metodológico de información tanto explícita como implícita (Schroder, Rudolph & Schultz, 2007; Buhrmester, Swann, Jr. & Blanton, 2010; Zeigler-Hill & Jordan, 2010).

- 3) En términos de la dinámica conceptual o procesamiento de la información del esquema de autoestima en la memoria a largo plazo, es necesario incluir técnicas metodológicas capaces de distinguir procesamiento conceptual implícito del procesamiento de información explícito (Smith & DeCoster, 2000; Carlstont, 2010). Por ejemplo, modelos conexionistas de procesamiento paralelo distribuido han sido utilizados para simular procesamiento dual capaz de dar cuenta de patrones de cuerpos empíricos de datos en la formación y cambio de la actitud humana (Overwalle & Siebler, 2005), dichas experiencias permiten sugerir la posibilidad de usar modelos conexionistas de esquemata (por ejemplo Rumelhart, Smolensky, McClelland, & Hinton, 1986) más generales que el propuesto por Greenwald et al (2002) en la investigación de las propiedades estructurales y de organización conceptual implícita y explícita del esquema de la autoestima.

- 4) La medición del efecto de una representación conceptual de autoestima debe incluir medición convergente en donde medidas explícitas de la autoestima (por ejemplo, análisis de redes semánticas; Figueroa, Gonzales & Solis, 1975; López, 2002) deben ser complementadas con mediciones preatentivas (por ejemplo estudios de facilitación semántica; Neely, 1991) e implícitas (por ejemplo, medidas de asociación implícita IAT; Farnham et al., 1999; Houwer & Moors, 2010). Aun y cuando

dichas medidas implícitas y preatentivas han probado no correlacionarse cuando se considera la medición de la autoestima (Bosson, Swann, & Pennebaker, 2000), es posible que esta falta de convergencia se deba a que dichas formas de medición miden aspectos diferentes del mismo rasgo cognitivo implícito por lo que se sugieren como medidas alternativas y complementarias para una precisión analítica de mayor rango.

La inclusión de estas demandas de análisis del esquema de la autoestima se constituyen como uno de los intereses principales de la presente investigación y a la vez se pretende como una de las contribuciones originales al área del estudio del autoestima dado que hasta la fecha, la literatura académica no ha reportado un procedimiento analítico que integre estas demandas para la investigación de la organización conceptual del esquema de la autoestima. Este interés se ve reflejado en la siguiente pregunta:

¿Es posible establecer aspectos del procesamiento y organización conceptual dual de la representación mental de la autoestima a través de medidas implícitas y explícitas?

En cuanto a los posibles contenidos y organización conceptual del esquema de la autoestima, es posible observar que al menos tres dimensiones de organización conceptual pueden considerarse: aspectos psicológicos-sociales, afectivos y físicos. Con respecto a la primera categoría, información relacionada a

atributos de personalidad como el ser extrovertido o introvertido, emocionalmente estable o no, ser consciente, simpático o ser abierto a nuevas experiencias como otros ambientes culturales e intelectuales correlacionan moderadamente con la autoestima (Digman, 1990; Goldberg, 1993; Watson, Suls & Haig, 2002). Este no es el caso para aspectos cognitivo sociales donde la información de identidad o pertenencia a grupos (género, grupo racial, político, etc.) y roles sociales (deportista, académico, respetuoso, etc.) han mostrado estar unidos íntimamente a la autoestima (Greenwald & Banaji, 1995; Farnham et al., 1999; Greenwald et al, 2002). Igualmente se ha demostrado una fuerte correlación entre categorías afectivas de percepciones de uno mismo y la autoestima (Pelham & Swann, 1989; Watson, Suls & Haig, 2002). Finalmente, con respecto a la evaluación física como un factor central a la construcción de la autoestima existe ya un fuerte cuerpo de evidencia apoyando esta posibilidad (Mendelson, McLaren, Gauvin & Steiger 2002; Connors & Casey, 2006; Ozen, Ozge & Hayriye, 2009). Nótese una vez más que dichas dimensiones están íntimamente ligadas a constructos del autoconcepto, dejando entrever la relación tan estrecha entre el autoconcepto y la autoestima (ver por ejemplo, Schnabel & Asendorpf, 2010)

Hasta el momento solo modelos representacionales como el de la teoría unificada de actitudes, estereotipos, auto estima y auto concepto de Greenwald et al (2002) han propuesto un modelo que incluye algunas de las posibles dimensiones conceptuales señaladas. Aun así dicho modelo es una descripción idealizado o estrictamente elaborado en argumentos teóricos. Hasta el momento no existe una aproximación directa basada en comportamiento esquemático

obtenido de los mismos individuos, por lo que cabe cuestionarse si en realidad los individuos pueden manifestar organización conceptual como la propuesta por Greenwald y sus colaboradores y sobre todo si dichas manifestaciones esquemáticas naturales incluyen información detallada sobre las posibles dimensiones conceptuales de información de autoestima antes señaladas. Este cuestionamiento e interés pueden a su vez también ser mejor representadas en las siguientes preguntas de investigación:

¿Cuál sería la relación semántica entre la organización conceptual de la autoestima de un individuo con respecto al esquema de su auto concepto?

¿La representación explícita de su autoestima y auto concepto es congruente con la forma en la que manifiestan implícitamente su identidad hacia sí mismos?

Ambas preguntas demandan la inclusión de un análisis dimensional innovador en cuanto al estudio de la representación de la autoestima y su exploración se constituirá como otra de las aportaciones originales de la presente investigación.

1.2 OBJETIVOS

Objetivo general

Explorar la forma en cómo jóvenes representan su autoestima y auto concepto, y cómo dicha representación influye en la identidad implícita hacia sí mismos.

Objetivos específicos

- Determinar si existen relaciones semánticas establecidas en el lexicon entre conceptos de autoestima y auto concepto. Este objetivo está relacionado a la primera pregunta y pretende por una parte contribuir al debate de la existencia de la autoestima como un rasgo cognitivo estable. Esta discusión se centra en la baja confiabilidad (test – retest) que las pruebas implícitas y preatentivas han mostrado tener (Bosson, Swann & Pennebaker, 2000). Cognitivamente esto implica que manifestaciones explícitas e implícitas de autoestima sean más un estado no permanente que un rasgo cognitivo permanente (para una revisión de este problema ver Zeigler-Hill & Jordan, 2010). Sin embargo, al determinar la existencia de relaciones semánticas entre categorías conceptuales de auto estima en el lexicon, es posible determinar que conceptos obtenidos de representaciones mentales explícitas (redes semánticas) tienen un efecto importante, trátase de un estado de procesamiento o de un rasgo cognitivo más permanente. Dichos efectos

deben estar ligados necesariamente a las características de organización conceptual de la red semántica que subyace al auto estima.

- Identificar las organizaciones conceptuales de la autoestima y el auto concepto y su conectividad semántica. Este objetivo se relaciona a la segunda pregunta de investigación e implica el análisis del significado de autoestima en relación al auto concepto. Para este propósito se pretenden implementar simulaciones conexionistas que permitan el análisis de la dinámica conceptual de la autoestima y el auto concepto (López, & Theios, 1992) tratando de diferenciar aspectos implícitos y explícitos. De igual forma se pretenden análisis de proximidad conceptual (Schvaneveldt, 1990) para tratar de determinar formas de interrelación semántica entre auto concepto y auto estima.
- Evaluar si los conceptos de autoestima y auto concepto de una persona generan identidad implícita hacia la representación mental de la que se derivan dichos conceptos. Nótese que esta medición implícita es complementaria de una medición y validación convergente del sistema de análisis que se pretende llevar a cabo del comportamiento dual de la activación de un esquema de auto estima.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

A continuación se desglosan una serie de contenidos teóricos que nos permiten contextualizar teóricamente las variables de interés de la presente investigación. De forma inicial, se procederá a tratar las dificultades teóricas que existen en la definición la variable psicológica denominada como autoestima. En particular se señalaran conceptos relevantes a la definición de la autoestima, aspectos evolutivos, su relación al auto-concepto y otras variables del auto esquema que se relacionan a la auto estima, pero sobre todo haciendo énfasis en aproximaciones cognitivas a su estudio desde una perspectiva de la teoría de la representación mental. De relevancia, será el introducir fundamentos teóricos de los modelos cognitivos sociales para enfatizar la naturaleza dual de la auto estima (explícita versus implícita) y problemas de la medición de esta forma de procesamiento. Esto dará paso a la consideración de formas alternativas de medición de la autoestima pero sobre todo al análisis sistemático de representaciones mentales usados por mecanismos de monitoreo de la autoestima. Se procede así bajo la creencia de que la autoestima es un eje central dentro de la organización conceptual del auto-esquema e influye no solo de forma explícita de nuestro comportamiento sino también en las conductas implícitas de la concepción hacia uno mismo. Todo lo anterior permitirá conceptualizar las preguntas a investigar y operacionalizar las variables experimentales de interés al presente estudio.

2.1 Fundamentos de la autoestima y su relación al auto concepto.

Consistente al estudio de la auto estima es que esta actividad psicológica se refiere a una evaluación cognitivo emocional del valor personal o de capacidad de competencia social (Tafarodi, Marshall & Milne, 2005). Dichas evaluaciones de competencia se refieren al desempeño que un individuo realiza en el fracaso o éxito del logro de metas (Sherer, Maddux, Mercandante, Prentice, Jacobs & Rogers, 1982; Woodruff & Cashman, 1993), mientras que evaluaciones de valor

se refieren a consideraciones de contextos y estímulos facilitadores de la conciencia del significado de uno mismo como un ser moral-ético social (Brown, 1993; Burke & Stets, 1999; Tafarodi & Swann, 2001).

Independiente de este acuerdo general, la auto estima ha sido estudiada como un estado temporal o un rasgo permanente (Heatherton & Polivy, 1991; Kernis, 1993), como algo primariamente cognitivo (Markus, 1977) o afectivo (Brown, 1993), también como una serie de evaluaciones de uno mismo en dominios específicos (auto estima académica, autoestima social, etc. Marsh, 1986) o sentimientos globales de auto valor (Watson, Suls & haig, 2002).

Desde una perspectiva del desarrollo a través de la vida se ha propuesto que diferentes percepciones de uno mismo en diferentes situaciones sociales que se van formando a través de la infancia forman los diferentes posibles “yo” que de una forma integrada sustentan la autoestima (Cross & Markus, 1994; Trzesniewski, Donellan & Robins, 2003). Tomando en su conjunto estos posibles esquemas de uno mismo parece ser que la gente desarrolla un sentimiento general de valor determinado por al menos tres distintos factores: sentimientos positivos y negativos acerca de uno mismo, creencias específicas acerca de uno mismo y la forma en cómo se integran las diferentes percepciones de uno mismo (Pelham & Swann, 1989). Ya sea que la autoestima considerada como un rasgo cognitivo o un estado es claro que esta variable varía de forma considerable a través de la vida de un individuo, siendo lo normal el encontrar que la autoestima más alta se alcanza cuando se es adulto joven y su decline más acelerado en la vejez (Trzesniewski, Donellan & Robins, 2003).

Sin embargo, hay que hacer notar que la autoestima no se considera como una representación mental de un objeto como la de un carro o canario sino como una variable psicológica emergente de la activación simbólica y emocional integrada de diversos procesos de representación de uno mismo (Tafarodi & Ho, 2006).

La literatura académica sobre auto-estima es considerable y es posible encontrar entre 1970 hasta la fecha alrededor de 25,000 publicaciones al respecto (Watson, Suls & Haig, 2002; Zeigler & Jordan, 2010). De estos esfuerzos académicos se ha llegado a concluir que la variable psicológica que conocemos como autoestima posee dos características de procesamiento cognitivo centrales: a) una naturaleza dual de procesamiento de información social (explícita/implícita) y b) posee una jerarquía que la hace partícipe como sub-esquema central del auto-concepto de un individuo.

Con respecto al primer punto, la autoestima humana parece haber evolucionado en dos sistemas de procesamiento. Uno previo a la adquisición de la consciencia que nos tipifica como humanos y otro tipificado por nuestra consciencia como ser social. Las posibles razones de esta forma fraccionada de evolución cognitiva serán señaladas en la siguiente sección, por el momento es necesario señalar que la autoestima humana se compone de dos sub sistemas que coparticipan de forma unitaria: la autoestima implícita y la autoestima explícita. La autoestima implícita se ha relacionado al producto de procesamiento automático, altamente efectivo, de experiencias afectivas y no muy flexible (Epstein & Morling, 1995; Jordan, Whitfield & Zeigler-Hill, 2007) mientras que la autoestima explícita se ha relacionado a procesamiento atento selectivo de información de relevancia sobre uno mismo, controlado y orientado a la experiencia holística, basado en reflexiones propias, flexible pero no muy efectiva (Fiske & Taylor, 2007; Franck, De Raedt, Dereu, & Van den Abbeele, 2007). Aún y cuando aspectos de la autoestima implícita pueden integrarse dentro de la autoestima explícita (Jordan, Whitfield & Zeigler-Hill, 2007; Zeigler-Hill & Jordan, 2010), puede darse el caso de individuos con alta autoestima explícita y baja autoestima implícita o baja autoestima explícita y alta autoestima implícita, esto es, disociación (Jordan et al., 2003; Bosson, Brown, Zeigler-Hill & Swann 2003; Briñol, Petty & Wheeler, 2006).

Estudios sobre disociación en autoestima señalan que individuos con discrepancia entre niveles de autoestima explícita e implícita tienden a desarrollar

desordenes emocionales de ansiedad (Weinberger & Haradaway, 1990). Por otra parte, estudios sobre personalidad señalan que personas que poseen relativa alta auto estima explícita pero al mismo tiempo relativamente baja auto estima implícita muestran conductas de grandeza típicas de una personalidad narcisista (Bosson, Brown, Zeigler-Hill & Swann, 2003), pero también pueden mostrar personalidad defensiva (Jordan, Spencer, Zanna, Hoshino-Browne & Correll, 2003). Implicaciones de esta forma de procesamiento dual son especificadas en la siguiente sección aquí solo es necesario señalar que la autoestima puede interactuar en forma fraccionada con esquemas centrales a nuestro comportamiento social como lo es el auto concepto, la auto imagen, etc.

De acuerdo con la psicología del Yo, Wolberge (citado en Carver & Scheier, 1997) menciona que los esquemas sociales permiten procesos para la adaptación al mundo que lo rodea.

De esta forma, los esquemas del yo, llegan a afectar la forma en que llegamos a procesar la información social. Son creencias del yo que organizan y guían el procesamiento de información relevante para uno mismo (Brunel, Tietje & Greenwald, 2004). Este tipo de esquemas son considerados de los más importantes que tiene una persona. Éstos siempre están activos y funcionando y tienen una gran dificultad para ser cambiados o modificarlos una vez que se establecen. Modificaciones a dichos esquema son pequeños y si cambios mayores se lograran dar es porque se ha llegado a afectar por un evento de impacto mayor para el individuo, lo cual tiene implicaciones conductuales fuertes (Fiske & Taylor, 2007). La Figura 2.1 muestra un ejemplo simplificado de un esquema de auto concepto.

De acuerdo con Markus (1977) el auto esquema, son generalizaciones cognitivas acerca del yo, que provienen de experiencias que organiza y guía el procesamiento de información relacionada con el yo que se encuentra dentro de las experiencias sociales del individuo, y que estos auto esquemas no solo se

relacionan con todas las características del individuo sino con aquellas que tengan mayor importancia. Este auto esquema se dice que puede llegar a predecir el comportamiento futuro del individuo, o quién podría llegar a ser. Se puede decir que existen diferentes sí mismos incluidos en el mismo sujeto (Cross & Markus, 1994).

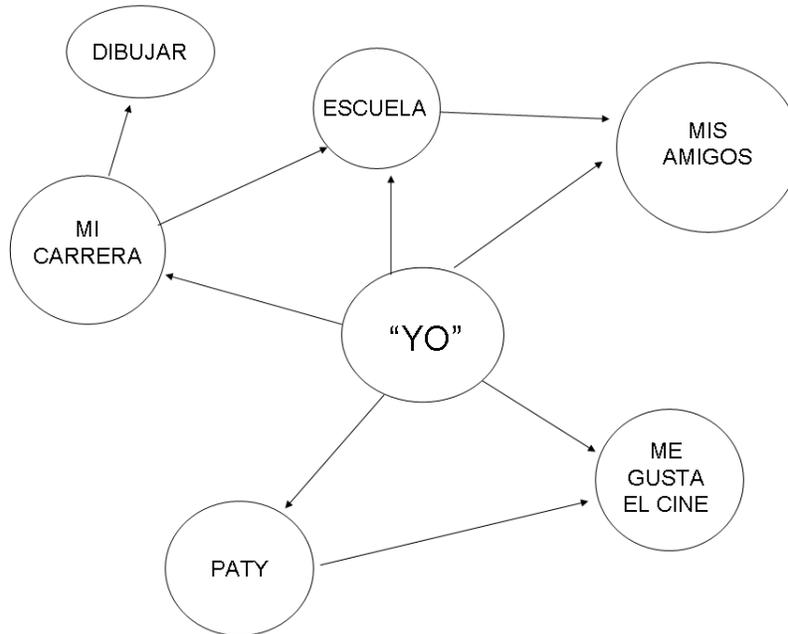


Figura 2.1. Esquema general del YO.

Dentro de la propuesta de los diferentes sí mismos dentro del mismo sujeto, se supone que existe un auto concepto general y que de ahí se originan auto conceptos locales, los cuales no todos están activados y que éstos se activan dependiendo de las necesidades del individuo.

Desde el trabajo seminal de Shavelson, Hubert y Stanton (1976) se ha podido identificar alrededor de 18 dimensiones del auto concepto relacionados al desempeño académico (Marsh & Yeung, 1993), 6 a música (Vispoel, 2000), 4 relacionados al arte, 15 relacionados a aspectos del físico (Marsh, 2002), 3 relacionados a la religión así como una variedad de sub dimensiones del auto

concepto relacionadas a la familia, compañeros y comportamiento social (Marsh, Craven & McInerney, 2004). La Figura 2.2 muestra de forma gráfica este carácter multidimensional del auto concepto.

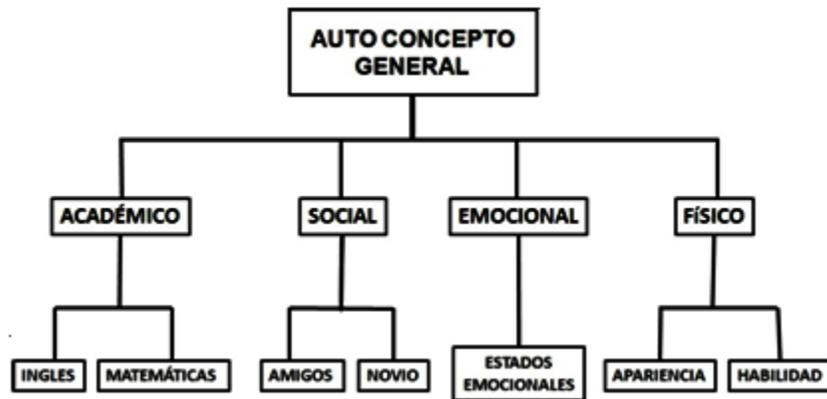


Figura 2.2. Aspecto multidimensional del autoconcepto (Shavelson, Hubner & Stanton, 1976).

Central a la noción del auto concepto y el auto esquema en general es la inclusión de información de auto estima. Aun y cuando en términos de nuestro auto concepto la mayoría de nosotros tendemos a describirnos en términos positivos (Dunning, Griffin, Milojkovic, & Ross, 1990; Mezulis, Abramson, Hyde, & Hankin, 2004; Vallone, Griffin, Lin, & Ross, 1990), esto no necesariamente significa que tenemos alta auto estima. Esto es así porque una descripción positiva de uno mismo no necesariamente implica una evaluación de valor que contenga una connotación afectiva, esta descripción puede ser solamente una descripción personal que se da en respuesta a una situación de deseabilidad social.

Si bien varios autores han proclamado que no existe diferencia entre al auto concepto y el auto estima (Pelham & Swann, 1989; Shavelson, Hubner & Stanton, 1976), existe una abrumadora mayoría de autores señalando que aun y cuando ambos constructos psicológicos comparten similitudes en su constitución (por ejemplo información de identidad) también existen diferencias específicas en cuanto a los procesos afectivos que les subyacen (considerando la auto estima

como una actitud hacia uno mismo) (Grant, 1998; Iheanacho, 1988). Aunado a esto y tal como se ha enfatizado anteriormente existe también la fuerte connotación de considerar la auto estima como una dimensión del auto concepto (Elliot, 1986).

En general, cuando se considera la relación del autoestima al auto concepto se pueden considerar por una parte los mecanismos de auto valor que incluyen información del auto concepto o aspectos afectivos involucrados en dichas evaluaciones.

Como se enfatizará posteriormente, el estudio de las representaciones mentales relacionadas a la auto estima deben considerar necesariamente organización conceptual de auto concepto pero no necesariamente información explícita del constructo emocional que le subyace ya que existe la posibilidad de que cargas emocionales de estas representaciones se implementen en la micro estructura conceptual y además de forma implícita, contenido emocional necesario para juicios de auto valor tal y como se describe en modelos de procesamiento paralelo distribuido (McClelland, 1981, 1989).

Sin embargo, antes de considerar estos aspectos representacionales es necesario enmarcar los posibles contenidos de información conceptual y emocional que son de relevancia. Como se argumenta a continuación algunos dominios de información relevantes al auto estima tienen su origen en factores evolutivos de nuestra especie.

2.2 Sobre la naturaleza evolutiva y cognitiva de la autoestima

Desde un punto de vista de la psicología evolutiva la autoestima ha existido mucho antes de la consciencia que nos tipifica como distintivamente humanos (Kirkpatrick & Ellis, 2001; Kirkpatrick, Waugh, Valencia, & Webster, 2002). Desde esta perspectiva, la autoestima ha sido un componente psicológico y conductual

que ha acompañado por mucho tiempo al ser humano. Desde la perspectiva social, la autoestima al parecer ha servido como un **sociómetro** que permite indicar el grado de pertenencia y aceptación a grupos de interés (Leary & Downs, 1995; Leary, Tambor, Terdal & Downs, 1995; Murray, Griffin, Rose & Belavia, 2003). Dicho indicador es de relevancia al comportamiento y bienestar del individuo porque le permite conocer su rol en la jerarquía social y expectativas de los beneficios que puede acceder en el grupo que se desempeña.

Por ejemplo, Sapolsky (1990) concluyó sus estudios en comportamiento social de babuinos que deterioro del aparato circulatorio en estos simios está íntimamente relacionado a la jerarquía social de estos animales (ver también, Sapolsky, Romero, & Munck, 2000). Babuinos de baja clase social tienden a morir más rápido de problemas cardiacos que un macho alfa dado el estrés que imponen miembros de jerarquía superior sobre él. Posteriormente, un estudio longitudinal realizado en Londres Inglaterra durante 40 años con casi tres mil participantes que poseían diferentes rangos laborales en empresas mostró evidencia contundente de que al igual que los babuinos, los trabajadores de bajo rango en la empresa contraían problemas cardiacos más serios que el de sus superiores teniendo menos o ningún problema los que se encuentran en la cima corporativa (El estudio Whitehall; Marmot, Bosma, Hemingway, Brunner, Stansfeld, 1997; Marmot, 2000: Marmot & Brunner, 2005).

Interesante al respecto fue el hecho de encontrar que dicha afectación también era mediada por el sentimiento de control que un individuo de cualquier jerarquía corporativa pudiera tener sobre su ambiente laboral (Griffin, Fuhrer, Stansfeld & Marmot, 2002). Menos control puede indicar dependiendo de la jerarquía el inicio de posibles desordenes emocionales (por ejemplo depresión severa). Sin embargo, en el caso de un espacio laboral, más control sobre lo que se le es permitido hacer y cómo producir a un empleado, entonces el estrés tiene

significativamente menos impacto en la salud del trabajador independientemente de la jerarquía corporativa (Marmot, Bosma, Hemingway, Brunner & Stansfeld, 1997) permitiendo mejor desempeño cognitivo en situaciones estresantes (Markus, Singh, Ferrie, Gimeno, Akbaraly, Shipley, Elovianio, Marmot, Kivimaki, 2009).

Es bien sabido que variables cognitivas emocionales como la autoestima tienden a mediar el comportamiento neuroendocrino causado por el estrés a ser rechazado (Ford & Collins, 2010). El rechazo que un individuo recibe por una pareja potencial para la reproducción, o el rechazo a la pertenencia de un grupo o clase social impacta la autoestima y genera un estrés en el individuo que potencialmente puede tener impacto en su salud dependiendo también del control que éste tenga en su contexto social.

De esta forma estos mecanismos de aceptación tienen su origen en el pasado evolutivo del humano y sirven para proveer indicadores de acceso a recursos y motivadores de logro de metas. La autoestima funcionalmente se concibe como uno de estos indicadores.

Como ya se ha señalado previamente esta variable psicológica inicialmente fue concebida como compuesta de al menos dos dimensiones: competencia y valor (Gecas, 1982; Gecas & Schwalbe, 1983; Franks & Marolla, 1976). Verificación de la identidad y aceptación a un grupo produce sentimientos de competencia y valor, incrementando o disminuyendo la autoestima (Burke & Stets, 1999; Cast & Burke, 2002). A este respecto parece ser que las personas intentan construir o utilizar estructuras sociales que les permitan incrementar su valor social y por ende su auto estima (Swann 1983, 1990). Si bien es cierto que en la antigüedad un esclavo que nacía como tal, moría como esclavo, en la actualidad la estructura social ha abierto oportunidades para que los individuos puedan mejorar su valor social. Desde esta perspectiva la auto estima funge como un motivador de escalamiento y aceptación social (Kaplan 1975; Cast & Burke, 2002).

El control que un individuo tiene sobre estos mecanismos de construcción de estructura social ancestrales así como control de los mecanismos de identidad personal que dan valor para el acceso escalamiento y aceptación social son de relevancia para la salud física y estabilidad del “yo” de una persona (Geist & Borecki, 1982; Cast & Burke, 2002). Es así que la autoestima se constituye como un sociómetro del valor de las múltiples identidades de un individuo en su contexto social (Leary & Downs, 1995; Leary, Tambor, Terdal & Downs, 1995; Murray, Griffin, Rose & Belavia, 2003).

Kirkpatrick y Ellis (2001) extendieron la teoría del sociómetro para proponer lo que actualmente es conocido bajo el concepto moderno de auto estima. De acuerdo a estos autores la autoestima no es solo un sociómetro sino un conjunto de ellos en donde cada uno está diseñado para monitorear formas de inclusión social y motivar conducta funcional en distintos dominios sociales tales como la elección de pareja, relaciones de cooperación y acceso a jerarquías sociales de prestigio (ver también Kirkpatrick et al., 2002). De esta forma los múltiples mecanismos que conforman la autoestima han evolucionado, diseñados por la selección natural para monitorear información acerca del YO que corresponden a solucionar problemas específicos adaptativos recurrentes que la evolución ha impuesto en nuestros ancestros.

De esta forma, la autoestima no es un constructo unitario sino una colección de representaciones internas, mecanismos de monitoreo y evaluación, mecanismos motivacionales y mecanismos para producir conducta que se fueron integrando a través del tiempo.

Diversos intentos han sido realizados para identificar y clasificar dichos mecanismos (ver Kirkpatrick & Ellis, 2001). Por ejemplo, Hill y Buss (2006) enfatizan al menos seis aspectos o componentes identificables en la autoestima:

1. El metaconocimiento de las habilidades de uno mismo para solucionar problemas específicos de adaptación.
2. Procesos de monitoreo de desempeño en aspectos que otros evalúan sobre uno mismo. Estos mecanismos pueden existir exclusivamente para ciertos dominios sociales como lo es la deseabilidad al conseguir una pareja o el desempeño laboral.
3. La capacidad de selectivamente renovar habilidades adaptativas para incrementar la deseabilidad social o ampliar el autoconcepto.
4. La capacidad de evaluar afectivamente situaciones adaptativas. Cuando esta evaluación afectiva es aplicada a representaciones internas estables, entonces se dice que se habla de rasgos de auto estima mientras que evaluaciones sobre cambios o representaciones mentales no estables se conocen como estados de auto estima.
5. Todos los componentes anteriores alimentan un componente motivacional que le permite tomar de forma dinámica soluciones a problemas de adaptación social e incrementar la aceptabilidad social y el aumento de la autoestima.
6. Repertorio conductual para el fomento de la autoestima.

De relevancia a estas propuestas académicas es el postulado de la existencia de procesos de representación mental para el funcionamiento apropiado de monitoreo.

Dichas representaciones pueden ser de dominio específico o general y pueden tener un significado evolutivo o de relevancia ontogenética. Por ejemplo, antes de la adquisición de la consciencia humana, representaciones mentales del auto concepto y monitoreo de autoestima para el acceso a parejas deseables son considerados elementos cognitivos que forman parte de la conducta de adaptación y supervivencia de los individuos. A este respecto debe suponerse que información evolutiva sobre rasgos físicos y conducta deseables para preservación de un grupo son estructuras de conocimiento de mayor o igual importancia que

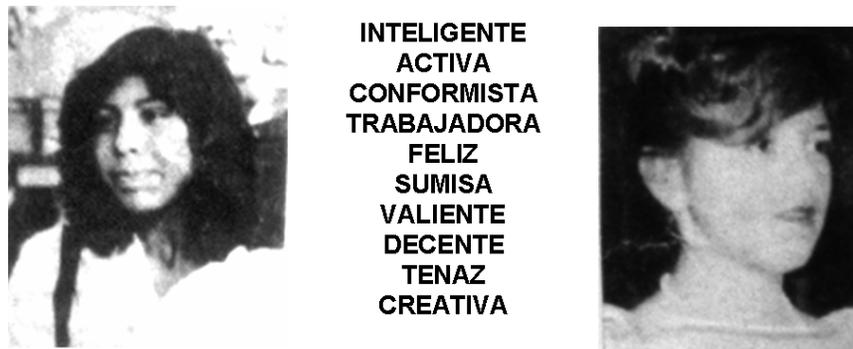
guiones o protocolos de interacción social en una sociedad moderna. Por ejemplo, la imagen física en la adolescencia tiende a estar fuertemente relacionada a índices de autoestima (Abell & Richards, 1996; Connors & Casey, 2006; Dorak, 2011; Harter, 1999; Mendelson, McLaren, Gauvin & Steiger, 2002; Mintz & Betz, 1986). El grado de internalización de estándares sociales de lo que es ser físicamente atractivo genera insatisfacción en la medida que no se cumple con el prototipo físico social deseable (Vartanian, 2009). Por ejemplo, la mayoría de las mujeres no cumplen con el estándar físico deseable de peso y apariencia promovido por medios de difusión (extremadamente delgada) de tal forma que el grado en que se internaliza este estándar la probabilidad de que una persona desarrolle desordenes alimenticios y emocionales es incrementado (Dittmar & Howard, 2004; Halliwell & Dittmar, 2004; Keery, Van den Berg, & Thompson, 2004; Tiggemann, 2003).

De esta forma representaciones mentales de dominio específico relacionadas a creencias de valor físico deben ser centrales a mecanismos de monitoreo de la autoestima. Sin embargo, y de manera sorprendente las propiedades de organización, desarrollo y estructura de dichas representaciones mentales no han sido aún exploradas desde la perspectiva cognitiva de la teoría de la representación mental. Tampoco es claro, como desde una perspectiva de valor impuesta por la autoestima esquemas de imagen corporal se relacionan al auto-concepto.

Lo que es claro y ha sido explorado es el hecho de que creencias e información sobre nuestra apariencia física juegan un rol central en la formación de estereotipos (Bybee & Wells, 2006; Dittmar & Howard, 2004; Silverstein, Perdue, Peterson, B & Kelly, 1986), lo cual a su vez es un indicador inicial sobre cómo puede estar organizada la información sobre uno mismo y el valor que imponemos sobre nuestra apariencia física.

Tomemos como ejemplo estudios de cognición social y estereotipos sobre mujeres que trabajan o estudian llevados a cabo a inicio de los 90s en nuestro país (Méndez & Rivera, 1994; Vargas, en Prensa). En estos estudios se analizó el significado relacionado a los atributos personales de los individuos que permiten clasificarlos en un estereotipo. En particular, a los participantes del estudio se les presentaron una serie de conceptos (atributos personales) para que definieran el tipo de persona que se les presentaba en una imagen. Primero se les presentaba una imagen y luego otra y se contrabalaceaba por sujeto. Esto se realizaba tanto con fotografías de mujeres como de hombres. La Figura 2.3 muestra el caso de dos mujeres, y los conceptos definidores.

FIGURAS FEMENINAS



EJEMPLO: INTELIGENTE



Figura 2.3. La lista de conceptos (atributos) son usados para caracterizar a una persona.

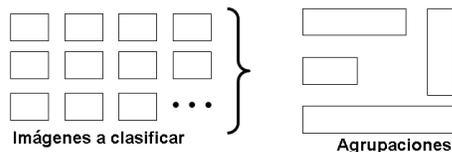
Los resultados mostraron que algunos de los conceptos que son conceptos evaluativos pueden tener una connotación dijéramos positiva o negativa. Tómese como instancia de esto el concepto de trabajadora. Aquí, este concepto fue usado para ambas imágenes en la Figura 2.3. Quedaba claro de toda esta información que según las percepciones de los participantes eran que la mujer de la izquierda

trabajaba porque tenía la necesidad de trabajar y de sostener a su familia mientras que en el caso de la mujer de la derecha es trabajadora porque es parte del crecimiento personal y de que esta mujer quiere superarse.

En otro estudio sobre impresión personal de los mismos autores, con una mayor cantidad de estímulos visuales se les pidió a los participantes del estudio dieran su impresión de cuan atractiva (en una escala del 0 al 100) eran unas mujeres que se les presentaban en fotografías. De esta base de datos faciales se escogieron 14 figuras. Posteriormente, a los participantes del estudio se les requirió una tarea de clasificación en la que las imágenes que se les presentaban en forma de tarjetas tenían que ser agrupadas de acuerdo a un criterio personal. Después, tal y como se ilustra en la Figura 2.4 cada participante tenía que nombrar con un concepto cada agrupación realizada y se les requería la definición de cada concepto usando una técnica de redes semánticas denominada “técnica de redes semánticas naturales (RSNs será revisada posteriormente)” (Figueroa, Gonzales, & Solis, 1975) así como jerarquizar de mayor a menor las fotografías según el atractivo personal de los individuos incluidos en ellas.

PROCEDIMIENTO

1. TAREA DE CLASIFICACIÓN



2. “NOMBRAR” CADA GRUPO REALIZADO (DEFINICIÓN)

3. DEFINIR CADA CONCEPTO (SIGNIFICADO)

4. JERARQUIZAR DE MAYOR A MENOR ATRACTIVIDAD LOS ESTIMULOS.

Figura 2.4. Técnicas de Redes semánticas pueden ser usadas conjuntamente con otras tareas cognitivas para determinar formas de significar lo atractivo de otras personas.

Las categorías derivadas del estudio incluyeron un grupo de mujeres maduras, mamás responsables, feas, adultas y luchadoras, un segundo grupo fue el de las adolescentes, las serias, las estudiantes, las sencillas (eran los conceptos que con mayor frecuencia se utilizan). Un tercer grupo incluyó las simpáticas las alegres, coquetas, atractivas, sofisticadas mientras que un cuarto grupo incluyó a rubias, atractivas o bonitas, jóvenes, juveniles y sensuales.

Sobre estos datos de clasificación y agrupación se pudieron obtener indicadores cuantitativos de similitud entre sujetos para construir una matriz simétrica de similitud entre las mujeres de las fotografías. Para propósitos de ilustración tómesese el caso que incluye 8 imágenes (persona 1, persona 2, etc). Ahora supongamos que 22 personas incluyeron en una agrupación la imagen 6 con la 2. En una matriz de similitud esto se indicaría en la casilla que une a ambas imágenes tal y como se ilustra en la Figura 2.5. De esta forma cada casilla de la matriz indica cuantas personas agrupaban a dos personas como similares.

**MATRÍZ DE ENTRADA PARA
EL ANÁLISIS MULTIDIMENSIONAL**

(EJEMPLO CON 8 ESTIMULOS)

1								
2	12							
3	5	10						
4	1	11	25					
5	3	9	18	21				
6	10	22	7	7	21			
7	5	14	28	21	21	7		
8	16	15	9	24	9	6	12	
	1	2	3	4	5	6	7	8

Figura 2.5. Matriz simétrica

Esta matriz de similitud permitió el uso de la técnica estadística multivariada llamada Análisis de Escalamiento Multidimensional (MDS) que permite observar dimensiones psicológicas que subyacen a los índices de similitud en un espacio bidimensional Euclidiano. La Figura 2.6 muestra el resultado de dicho análisis para las 18 Figuras antes mencionadas.

De esta forma los estereotipos basados solamente en aspectos físicos permiten procesos cognitivos de clasificación y atribución lo que en términos de autoestima se traduce en atribuciones de valor y competencia. De esta forma se asume en la presente investigación que representaciones mentales relacionadas a la autoestima pueden estar organizadas en forma de ejemplos de estereotipos que permitan el análisis de valor de las características físicas dentro del auto-concepto que un individuo tiene de sí mismo.

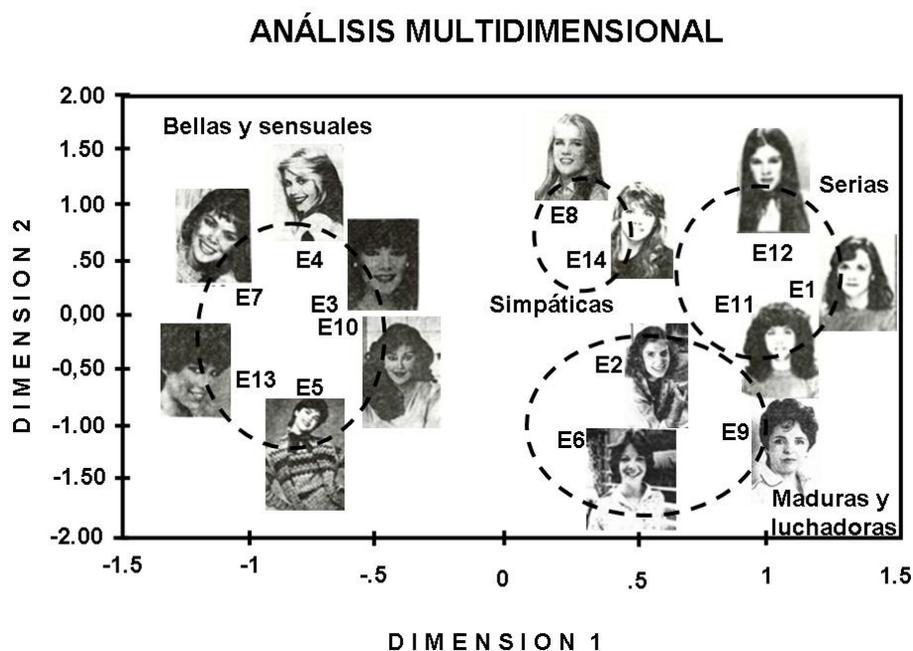


Figura 2.6. Se ilustran las agrupaciones conceptuales basadas en el atractivo personal. (Mendez & Rivera, 1994; Vargas, en Prensa).

Como ya se ha señalado anteriormente información sobre competencia personal (Aspinwall & Taylor, 1993; Gibbons & Gerrard, 1991; Wood, Giordano-Beech, Taylor, Michela & Gaus, 1994) e información relacional (Murray, Griffin, Rose & Belavia, 2003) son contenidos temáticos que también deben considerarse en representaciones mentales centrales a la autoestima. Sin embargo, tampoco existe en la actualidad un cuerpo empírico sobre cómo es que estas representaciones mentales se organizan para sustentar conductas de autoestima.

Es entonces necesario introducir información de la teoría de la representación mental para proponer un marco contextual en el que avance sobre representación mental y autoestima formen un referente coherente. Esto se enfatiza y contextualiza a continuación de forma paulatina. En particular se desglosa a continuación el hecho de que la activación de una representación mental relacionada al auto concepto y a la autoestima puede tener impacto en procesamiento cognitivo emocional explícito así como en procesamiento no controlado y automático.

2.3. Sobre la representación dual de la autoestima

Líneas académicas de cognición social han promulgado una gran variedad de modelos de procesamiento cognitivo dual, esto es, modelos que señalan que una actividad cognitiva determinada implica procesamiento cognitivo emocional, explícito, consciente y controlado pero que a la vez se procesa en paralelo de forma interactiva, procesamiento de información de forma automática, inconsciente o ambas (Carver, 2005; Lieberman, 2000; Metcalfe & Mischel, 1999; Shastri & Ajjanagadde, 1993; Sloman, 1996; Smith & DeCoster, 2000; Smolensky, 1988). La auto estima pertenece a esta categoría de modelos cognitivos.

Como ya se observó, dentro de los modelos componenciales de la autoestima (Hill & Buss, 2006), la representación mental es un aspecto necesario para la creación de mecanismos de monitoreo, que le permiten al individuo

evaluarse cognitivamente y afectivamente. Por ejemplo y como ya se ha señalado anteriormente, información sobre la apariencia física de la persona y de cómo esta apariencia física le permite al individuo ser aceptado o rechazado por un grupo una persona o una clase social debieron haber evolucionado mucho antes del origen de nuestra sociedad moderna. Aun y cuando este conocimiento de dominio específico puede ser accesible a la conciencia, **su influencia** en nuestro comportamiento, en la toma de nuestras decisiones y solución de problemas de interacción social, no es necesariamente accesible a la conciencia, como lo es el caso de formación e influencia en nuestra conducta de estereotipos de valor social que el individuo debe aprender. Por lo mismo, es de esperarse que representaciones corporales y conductuales de la sociedad moderna no estén necesariamente integradas como un sistema unitario en representaciones corporales (autoimagen) de valor evolutivo (ser gordo tienen un alto valor físico en varias tribus africanas) sino más bien fracturadas en dominios de conocimiento que participan en unidad explícita con influencia de procesamiento automático reactivo para dar un sentimiento global de auto estima.

El objetivo de que representaciones mentales sobre uno mismo no sean accesibles a la conciencia (sobre todo en dominios con valor evolutivo) es el hecho de que la conciencia solo procesa información controlada de forma serial, lo cual limita la cantidad de eventos que se pueden procesar en un momento dado. Por otra parte, la información automática puede procesar grandes cantidades de conocimiento en paralelo. Esto es de relevancia cuando es necesario tomar decisiones relevantes a la persona (Bargh & Chartrand, 1999, 2000).

Damasio (1994), por su parte señala, que en la toma de una decisión no basta el procesamiento cognitivo controlado para explicar el éxito y la forma en cómo las personas tienen a tomar decisiones para el logro de metas o solución de problemas, más bien, menciona que el cerebro usa procesamiento en paralelo altamente emocional que le permite contextualizar un problema dentro de “marcadores biológicos” que son resultado de la participación de procesamiento

emocional que resulta negativo cuando se toman ciertas soluciones. Dichos marcadores así como otra información contextual es usada de forma intuitiva para apoyar el procesamiento de toma de decisiones controlada.

En otra instancia Lieberman, Jarcho y Satpute (2004) así como Lieberman y Pfeifer, (2005), mencionan que dicho sistema intuitivo es un complejo neuronal sofisticado denominado “Sistema X” (proveniente de la palabra reflexivo) que constituye la amígdala, ganglia basal, cortex temporal lateral y el cortex singular anterior dorsal. Este sistema procesa en paralelo la información, aprende lentamente, y no requiere recursos cognitivos (superiores). Conversamente a este sistema, existe el Sistema C (Reflectivo), el cual corresponde a la fisiología del cerebro para el procesamiento cognitivo social e incluye el cortex prefrontal lateral, el cortex parietal lateral, el cortex parietal medial, el lóbulo temporal medial, y el cortex singulado anterior rostral. Este sistema, en contraste al sistema X procesa la información de forma serial, aprende rápidamente opera muy lentamente y con procesamiento controlado consciente demandando así recursos cognitivos. De esta forma, el sistema C parece ser importante para el procesamiento de problemas simbólicos que no pueden ser manipulados por el sistema X. La Figura 2.7 muestra de forma general los estratos neuronales que involucran ambos sistemas neuroanatómicos en el cerebro.

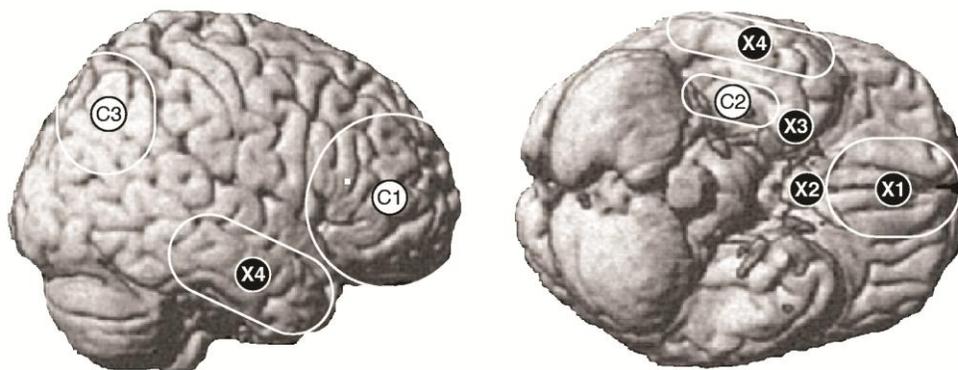


Figura 2.7 Estructuras neuro anatómicas involucradas en procesos automáticos de intuición (X1, X2, X3) y procesos reflectivos conscientes (C1, C2 y C3) (Lieberman, Jarcho & Satpute, 2004).

Lieberman y colegas (2005) señalan que el sistema X en realidad funciona como un referente del procesamiento cerebral que se involucra cuando se usan esquemas de autoconocimiento. En particular, este sistema de autoconocimiento parece ser la mayoría del tiempo cuando hace atribuciones o una persona realiza juicios con respecto a otras personas. De esta forma esquemas del autoconocimiento como los previamente señalados (autoesquema, autoconcepto, autoimagen y autoestima) parecieran ser centrales a la activación del sistema X. De aquí que el sistema X se relacione a la autoestima implícita la cual, se ha relacionado al producto de procesamiento automático, altamente efectivo, de experiencias afectivas y no muy flexible (Epstein & Morling, 1995; Jordan, Whitfield & Zeigler-Hill, 2007).

Por otra parte, opiniones acerca de la autoestima en uno mismo en cuanto a valía y competencia deben de estar basados en el sistema C ya que un individuo expresa dichas opiniones por motivos de deseabilidad social o por intentos de acceder a un grupo o conseguir una pareja.

En particular, la autoestima explícita, enfatiza que modos cognitivos controlados de autoestima activan procesos cognitivos de valía y atribución o de deseabilidad de competencia (Epstein & Morling, 1995; Wilson, Lindsey, & Schooler, 2000). Aun y cuando aspectos de la autoestima implícita pueden integrarse dentro de la autoestima explícita (Jordan, Whitfield & Zeigler-Hill, 2007; Zeigler-Hill & Jordan, 2010), puede darse el caso de individuos con alta autoestima explícita y baja autoestima implícita o baja autoestima explícita y alta autoestima implícita, esto es, disociación (Jordan et al., 2003; Bosson, Brown, Zeigler-Hill & Swann 2003; Briñol, Petty & Wheeler, 2006). En otras palabras, los sistemas C y X pueden estar trabajando de forma complementaria y antagónica a la vez.

Lo que debe quedar claro de ambos sistemas de procesamiento cerebral es que las representaciones mentales de la autoestima implícita abarcan una gran cantidad de información y se procesan en paralelo. Dada esta complejidad la

conciencia o autoestima explícita no accede a todas las peculiaridades del procesamiento implícito y automático pero si es afectado por éste.

De esta forma la representación mental relacionada al monitoreo de la autoestima se manifiesta en dos niveles y debe ser estudiada tanto de forma explícita como implícita para generar un cuadro más completo de lo que es una representación mental del autoestima.

De esta forma, la autoestima explícita e implícita pueden estar requiriendo diferentes formas de participación de procesamiento cerebral y cognitivo.

Con respecto al aspecto cognitivo y en particular al tema de representación mental, cabe enfatizar entonces, que representaciones mentales que sirven a la autoestima no constituyen una representación unitaria sino más bien está constituida de varias organizaciones conceptuales y formas de procesamiento con sustratos fisiológicos diferenciados. Así, desde la perspectiva de la Teoría de la Representación del Conocimiento (Murphy, 2002) un modelo de esquema clásico unitario no podría ser justificado ya que lo que se debe considerar es la aproximación representación por ejemplos o instancias, o la aproximación de prototipia tal y como se desglosa a continuación.

2.4 Representación mental y auto concepto.

Como ya se observó, central a la representación mental de eventos sociales es la existencia de organizaciones conceptuales basadas en estereotipos. Desde una perspectiva de la psicología social un estereotipo, son creencias positivas o negativas sobre las características de un grupo o impresiones que la gente se forma sobre determinado grupo, al asociar atributos y emociones particulares con grupos específicos. Cuando nos encontramos a una persona o un grupo, el estereotipo nos permite clasificarlos o clasificarnos a nosotros mismos con un grado de pertenencia (Fiske & Taylor, 2007).

En el caso de la deseabilidad social de la mujer y el hombre, las imágenes promovidas por medios masivos de comunicación promueven clasificaciones de la mujer en categorías o estereotipos (Halliwell & Dittmar, 2004; Silverstein, Perdue, Peterson & Kelly, 1986). La autoestima tiende a relacionarse en mayor grado a la formación de la identidad hacia estos estereotipos durante la adolescencia (Bybee & Wells, 2006; Dorak, 2011; Halliwell & Dittmar, 2004).

Por otra parte, un prototipo encuentra su definición desde la perspectiva de la teoría cognitiva mental de los prototipos en Eleanor Ross (1975) (ver Figura 2.8) quien define un prototipo como el ejemplar más representativo de una categoría, esto es, la instancia que comparte más rasgos con todos los miembros de la categoría. El grado de prototipia que un evento u objeto tiene con respecto a una categoría depende de la familiaridad que estos guarden con respecto a dicha categoría (ya que dichos eventos pueden guardar grados de prototipia en otras categorías) (Ross, & Mervis, 1975; Ross, 1999, 2000; Ross & Murphy, 1996, 1999; Ross, Perkins & Tenpenny, 1990; Silverstein, Perdue, Peterson & Kelly, 1986).

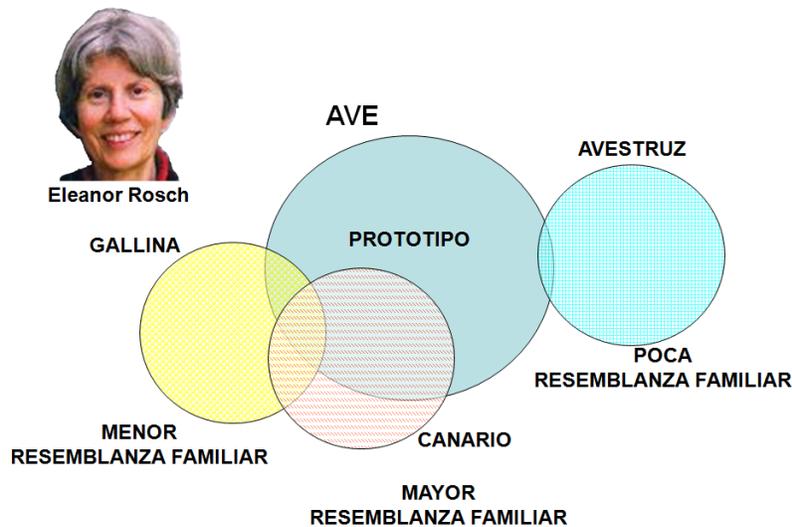


Figura 2.8. Grado de prototipia que un evento u objeto (por ejemplo canario) tiene con respecto a una categoría (Aves) (Ross, & Mervis, 1975).

De relevancia es el mencionar que dicha teoría de los prototipos descende de una larga tradición de modelos de representación mental de los cuales heredó características y normatividad sobre cómo la información se organiza y estructura en la memoria a largo plazo.

Por ejemplo, del modelo clásico de representación mental en el que el significado de un concepto puede ser logrado o definido por otros conceptos semánticamente relacionados que son necesarios y suficientes, el modelo de prototipos hereda la necesidad de incluir rasgos y atributos familiares al prototipo deseado que son compartidos por otros ejemplares de la categoría. La Figura 2.9 describe de forma tabular un ejemplo de los atributos conceptuales necesarios para definir cuartos.

<u>CATEGORIA:</u> Cuartos	<i>CARACTERÍSTICAS</i>							
	<i>horno</i>	<i>puerta</i>	<i>mesa</i>	<i>ventana</i>	<i>cama</i>	<i>radio</i>	<i>lavadora</i>	<i>televisor</i>
Recamara	-	+	-	+	+	+	-	+
Sala	-	+	-	+	-	+	-	+
Cocina	+	+	+	+	-	-	+	-
Baño	-	+	-	+	-	-	-	-
Sotano	-	+	-	+	-	-	+	-

Figura 2.9. Forma tabular de una red semántica.

Aun y cuando esta forma tabular, no permite observar la jerarquía en una categoría como los modelos de Collins y Quillian (1969), el postulado central de que un significado es definible por atributos se mantiene. Es interesante hacer

notar que dichos atributos permiten realizar atribuciones sobre un evento u objeto. Por ejemplo, en el caso de clasificar a una persona que tiene como atributos el ser inteligente, activo, físicamente no es muy atractivo, emprendedor, etc., permite a un individuo realizar una atribución (inferencia) de que probablemente esta persona es muy trabajadora. La idea de que una atribución es una inferencia que parte de premisas de información, no es nueva. Desde Aristóteles y su lógica formal esto era definido así. La Figura 2.10 muestra una versión aristotélica usando una aproximación cognitiva donde las premisas son representaciones mentales.

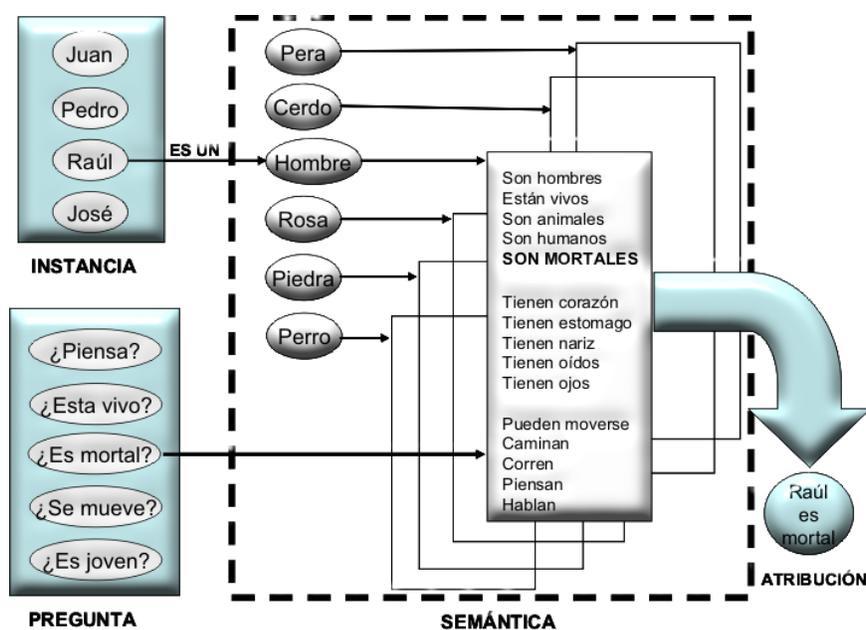


Figura 2.10. Base semántica de una inferencia lógica.

Fiske y Taylor (2007) señalan que el proceso inferencial y de atribución que una persona realiza sobre el valor que tiene uno mismo con respecto a un grupo o con respecto a un ideal permite formar una categoría de pertenencia en donde se heredan todos los atributos individuales de esa categoría aun y cuando el individuo no los haya considerado. Por ejemplo, si una persona se categoriza de una clase social baja, entonces se asume que una serie de atributos personales también se deben de tener: la forma de hablar, vestir, o caminar, pero sobre todo indican la forma de relación que una persona tiene con otra o con un grupo. El

factor emocional se considera de suma relevancia cuando se observa un esquema relacional entre el individuo y su grupo. Tómese como instancia el caso de una pareja en donde una persona ha negativizado a la otra tiende a maximizar los aspectos negativos de los atributos de esta persona y minimizar los aspectos positivos, sin importar que tan bien se comporte la pareja o haya mejorado en sus atributos personales. Lo opuesto también es verdad, cuando se positiviza a una persona los atributos negativos se minimizan y los atributos positivos se maximizan (Fletcher & Fincham, 1991). Esto es una forma de procesamiento cognitivo que se aplica a la percepción del yo.

Así, la información que un prototipo debe contener incluye el esquema relacional donde la dimensión de auto eficacia cobra relevancia. El esquema relacional debe contener componentes de significado que definen lo relevante del grupo de pertenencia. Si se es un atleta, las competencias de relevancia tienen que ver con velocidad, fuerza, etc., mientras que, si se es un actor, las habilidades se relacionan a capacidades de gesticulación, habla, etc.

William James (Noriega, Quintana, Hernández, & Gómez, 2011), definió el “Mi” como la suma total de todo lo que una persona puede llamar suyo, (incluyendo, creencias, posesiones, amigos, familia). El Mi era visto como el “self” empírico u objetivo en la medida en que era objeto de creación del Yo. Por otra parte, James propone que hay tres tipos de sí mismo:

1. El sí mismo material que es el total de 58 posesiones materiales, incluso el propio cuerpo, propiedades, dinero, etc.
2. El sí mismo social (selves) depende de la identificación con distintos grupos sociales tales como la familia, los compañeros de trabajo, etc.
3. Y el sí mismo espiritual (yo puro o la parte más duradera del “self”) que comprende todas las disposiciones mentales juntas, siendo el centro de acción y de la adaptación de todo individuo.

Clasificar a otros como a uno mismo como perteneciente a una forma del “Yo” demanda representaciones mentales en donde la categoría “Yo”, organice atributos de ejemplares del sí mismo o de otras personas como más prototípicos de una categoría. De esta forma desde autores como James hasta autores modernos revisados anteriormente como Shavelson, Hubner y Stanton, (1976), conceptos sociales, físicos, espirituales, académicos y emocionales deben considerarse como atributos necesarios en la formación de una representación mental del auto concepto. Como veremos a continuación una técnica de análisis de representación mental capaz de determinar esta variedad dimensional de conceptos está en demanda y afortunadamente varias de ellas ya han sido ya propuestas. De particular importancia son las contribuciones que se dan por el uso de la técnica de análisis de Redes Semánticas Naturales (RSNs) que a continuación se describe ya que esta permite por un parte evaluar el contenido semántico de una representación de auto concepto y por otra se convierte en una forma de medición explícita del auto concepto y su dimensionalidad que incluye la autoestima.

2.5 Analizando la naturaleza explícita de la representación mental del auto concepto y el auto estima.

Existe una gran variedad de técnicas de análisis de la representación del conocimiento (Friendly 1979; López, 2002; McNamara, 2005; Murphy, 2002). De especial interés es la técnica que se describe a continuación que permite determinar el significado psicológico sobre eventos u objetos basados en organizaciones conceptuales que provienen de las personas y no de una forma idealizada de un investigador. Como se observará posteriormente dicha técnica ya ha sido usada para el estudio del auto concepto en nuestro país, pero antes de revisar su uso, es necesario describir la técnica tal y como se desglosa a continuación.

2.5. 1 El procedimiento de la técnica de redes semánticas naturales.

Las Redes Semánticas Naturales (RSNs) fueron presentadas originalmente por Figueroa, González y Solís (1975) y en la actualidad se tiene una gran cantidad de investigación, en donde se muestra la potencialidad teórica y operativa de este tipo de herramientas. Valdez (1998) y López (2001, 2002). En la literatura se pueden encontrar muchos casos de aplicaciones sistemáticas de la técnica en una gran diversidad de temáticas. Las RSNs surgen de una visión cognitiva de la representación de información y están sólidamente fundamentadas por la investigación en memoria humana, así como en una visión social del desarrollo de la experiencia de los sujetos. En general, la técnica de RSNs nos permite analizar la forma en cómo se organizan significados a partir de la memoria semántica, la cual organiza la información en forma de redes conceptuales. El aspecto que más caracteriza a la aproximación de RSNs es que son las redes las que determinan el significado de los conceptos; en donde, un concepto es definido por otros y, a su vez, sirve como definidor en otras situaciones. Es decir, los conceptos son definidos o definidores al mismo tiempo, dependiendo de que parte de la red conceptual se active.

En sí, la técnica de las redes semánticas naturales, consiste en pedir a individuos generen definiciones sobre conceptos de interés para un investigador. Un ejemplo clásico que ilustra esto es pedirle a una persona que nos defina el concepto de MANZANA utilizando otros conceptos, sin utilizar frases (la manzana del árbol), ni artículos (el, la, los las), ni pronombres (por para) ni conectivos (y, o). Después de la tarea de definición se le solicita al participante jerarquice los conceptos en orden de importancia dando el número 1 al concepto que esté más relacionado, más importante para la definición del estímulo y 10 para el concepto menos relevante (se pueden repetir valores) y que así vaya evaluando los conceptos hasta concluir con todos (Figura 2.11). Esta tarea de definición permite una forma de ir cuantificando todos los conceptos diferentes que dan un grupo de personas o una persona al concepto que le estamos dando a definir y el lugar de importancia que le está dando esa definición.

“ESTIMULO” MANZANA	
DEFINIDORES	JERARQUÍA
FRUTA	1
REDONDA	3
SABROSA	5
JUGOSA	4
NUTRITIVA	6
ROJA	2
DULCE	7
AMARILLA	8
ARBOL	9
EVA	10

Figura 2.11 Resultado de definición al concepto de Manzana usando la técnica de redes semánticas naturales (RSN).

Una vez que se obtienen las definiciones de un concepto por varios participantes se construye una tabla de frecuencias. El objetivo de esta tabla es determinar la frecuencia con la que los participantes evaluaron la importancia de un definidor. La Figura 2.12 presenta la matriz de frecuencia para 10 personas.

Forma de obtener los valores M totales para cada definidora

JERARQUÍA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
VALOR SEMÁNTICO	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
DEFINIDORAS											VMT
FRUTA	1X10=10	1X9=9	1X8=8								10+9+8=27
DULCE			1X8=8	1X7=7					1X2=2		8+7+2=17
SABROSA				1X7=7	1X6=6	1X5=5					7+6+5=18
ROJA	1X10=10	1X9=9		1X7=7							10+9+7=26
NUTRITIVA					1X6=6						6=6
ADAN								1X3=3		1X1	3+1=4
EVA							1X4=4				4=4
DISCORDIA					1X6=6						6=6
AGRIA									1X2=2		2=2
RICA					1X6=6					1X1	6+1=7
NEWTON	1X10=10										10=10
GRAVEDAD		1X9=9									9=9
AMARILLA			1X8=8					1X3=3			8+3=11
ALIMENTICIA						1X5=5					5=5

J = 15

Figura 2.12. Obtención del conjunto SAM para el concepto de MANZANA.

Obsérvese de la Figura 2.12 que varias personas pusieron el concepto de fruta en primer lugar y lo que se hace es darle un peso, al concepto más importante se le da un peso en forma arbitraria, en este caso si tenemos listas de 10 conceptos lo que hacemos es multiplicarlo por 10 x 9 x 8..., esto es, el valor de frecuencia en función del valor de importancia. Con esto se suman los productos parciales y obtenemos uno de los valores de la técnica que es denominado el valor "m" o "VMT" que nos da el peso de ese concepto o definidora para definir al concepto en cuestión. Esta es la base para obtener todos los diferentes valores que se pueden conseguir de la técnica de RSN (alrededor de 25 valores), los cuales nos permiten comparar la red conceptual de una persona contra su grupo o comparar redes entre diferentes grupos. De esta forma podemos determinar cuántos definidores tienen mayor peso en la definición y que son éstas las que forman la red semántica en la memoria de los individuos considerados. Hay que señalar que arbitrariamente aquí se asume que los 10 conceptos de valor "m" más altos para cada definición son los que consideramos que forman el núcleo de

relevancia para la conformación de la red conceptual. Esto es así por fines prácticos, en realidad no son 10 sino los que sean suficientes. En algunos conceptos son suficientes 3 definidoras.

En el momento se tiene noción de que el uso de la técnica de RSN ha sido usada en nuestro país para generar una gran variedad de publicaciones científicas y al menos 12 tesis doctorales, 8 de maestría, 25 tesis de licenciatura, 75 trabajos en congresos, 8 talleres, seminarios o mini congresos y se han desarrollado utilerías software para facilitar el uso de la técnica en cuestión. Todos estos trabajos se han relacionado al estudio de: a) Análisis conceptual, b) Atribución social, c) Actitudes y d) Estructura de conocimiento (López, Morales & Hedlefs, en prensa).

En general la técnica de RSN permite dibujar en un espacio gráfico bidimensional la organización conceptual sobre los cuales los individuos forman su significado (Figura 2.13).

Valdez (1994), usando la técnica de redes semánticas sobre una muestra de 400 sujetos, de ambos sexos, en cuatro niveles de escolaridad (primaria, secundaria, preparatoria y universidad) obtuvo definidores a roles sociales: como soy como persona, hijo, amigo, estudiante. Las definiciones conceptuales permitieron la formación de reactivos para un instrumento de donde se seleccionaron 70 categorías de mayor peso semántico (jerarquía por frecuencia de aparición). Con estos 70 reactivos se construyó un primer instrumento de tipo cross-modal, sin antónimos, mostrando una línea de diez centímetros con dos indicaciones en los extremos: nada y totalmente, sobre los cuales los sujetos marcaron qué tanto consideraban tener de cada atributo (Valdez y Reyes, 1993). La Figura 2.14 presenta la información conceptual central a la organización y estructura del autoconcepto obtenida con esta técnica para las poblaciones mencionadas (Valdez & Gonzales, 1999). Nótese de esta última figura que poca información puede ser obtenida sobre esta representación mental en jóvenes en donde se supone que el autoconcepto es una variable central al desarrollo humano. Aquí, aun y cuando los autores del estudio argumentan varias razones del porque esto sucedió así (por ejemplo que en el caso de los jóvenes están en periodos tempranos de formación), lo cierto es que la información explícita reportada muestra poca accesibilidad a la posibilidad de información multidimensional del auto concepto y la auto estima.

De esta forma, si un análisis explícito de redes semánticas ha de mantenerse, es necesario entender primero que la técnica debe explorar otras posibilidades de incrementar su capacidad de análisis explícito pero también debe acompañarse de otras medidas que permitan ver si la información conceptual explícita obtenida es de relevancia en el procesamiento implícito y automático del auto concepto y la auto estima. Esto será un argumento de exploración en la sección metodológica de la presente tesis. Por lo pronto, La Figura 2.15 muestra resultados obtenidos en otras poblaciones del contexto latino (Valdez, Gonzales, López, & Reusche, 2005; Valdez, Mondragon & Morelato, 2005).

11 años	15 años	18 años	24 años	45 años	65 años	TODOS
Cariñoso	Honesto	Mentiroso	Activo	Obediente	Amable	Activo
	Relajiento	Cariñoso	Sincero	Detallista	Activo	Mentiroso
	Estudioso	Sentimental	Mentiroso	Agresivo	Limpio	Necio
	Obediente	Inteligente	Leal	Rebelde	Voluble	Romántico
	Respetuoso		Respetuoso		Necio	Detallista
	Romántico		Necio		Romántico	Agresivo
	Detallista		Aplicado		Desobediente	Cariñoso
	Agresivo		Detallista		Bueno	Sentimental
	Cariñoso		Compartido		Acomedido	Criticón
	Sentimental		Agresivo		Estricto	Bromista
	Responsable		Bromista		Criticón	Inteligente
			Inteligente		Bromista	Desobediente
					Inteligente	

Figura 2.14 Definidores conceptuales con mayor carga semántica para la representación mental del autoconcepto a diferentes usando la técnica de redes semánticas naturales en población mexicana. (Valdez & Gonzales, 1999).

De sus investigaciones, Valdez considera que la estructura mental llamada auto concepto contiene información que se refiere a tres áreas fundamentales del propio sujeto (Noriega, Quintana, Hernández & Gómez, 2011):

1. Los referentes observables: físicos (soy alto), conductuales (soy trabajador), afectivos (soy respetuoso) o bien, la combinación de estos indistintamente.
2. Los referentes reales (conocimientos reales sobre sí mismo) e ideales (el yo ideal) que tienen los sujetos.
3. Los referentes internos (estado de ánimo) y externos (circunstancias) que rodean a los sujetos.

El aspecto afectivo relacionado a estos atributos ya sea de competencia o de valor personal son en sí evaluaciones que el individuo impone sobre si mismo desde el factor de la autoestima.

NIÑOS PERUANOS	NIÑOS ARGENTINOS
Generoso - Compartido	Inteligente
Responsable	Responsable
Sincero	Estudioso
Obediente	Aplicado
Servicial	Trabajador
Amable	Atento
Dedicado	Detallista
Ordenado	Limpio
Leal	Sincero
Activo	Respetuoso
Estudioso	Honesto
Respetuoso	Amable
Bueno	Leal
Necio	Cariñoso

Figura 2.15 Definidores conceptuales con mayor carga semántica para la representación mental del autoconcepto a diferentes usando la técnica de redes semánticas naturales en niños Peruanos y argentinos (Valdez, Gonzales, López, & Reusche, 2005; Valdez, Mondragon & Morelato, 2005).

Sin embargo, hay que hacer notar que desde una perspectiva de la representación mental la información que maneja el factor de autoestima tiene como proceso cognitivo central la formación de significado. De esta forma la

autoestima puede ser analizada usando técnicas de representación mental que permiten definir organización y estructura del conocimiento que subyace al auto concepto y al auto estima.

2.6 Técnicas de investigación de la naturaleza implícita de la autoestima

Existen estudios dentro de la psicología cognitiva y social, explorando la forma en la que asociamos información de nuestro entorno, relacionando nuestros juicios bajo diferentes contextos, basados en manifestaciones implícitas ya sean de un estereotipo o actitud implícita. Mostrando de esta forma el sesgo que tenemos a eventos sociales.

Este término denominado sesgo, denota un desplazamiento de las respuestas que una persona puede tener hacia una dirección sobre un juicio hacia algo. El sesgo de respuesta no necesariamente necesita relacionarse a algo negativo inapropiado o inexacto. Una tendencia implícita son sesgos discriminatorios basados en actitudes implícitas o estereotipos implícitos. Como es que estas características de sesgo implícito se comportan dado los grupos sociales a los que pertenece un individuo ha sido objeto de estudio desde diferentes puntos de la psicología cognitiva y de la psicología cognitiva social.

Según Devos y Banaji (2003), el término implícito es usado para hacer referencia a procesos que ocurren fuera de la conciencia consciente. También este término se aplica en aquellos procesos que ocurren sin el control de la conciencia, por ejemplo, conectar un estímulo con una respuesta, pero no se puede cambiar o dar marcha atrás al procesamiento, sentimiento o acción. Estos mismos autores afirman que existen múltiples caminos donde uno puede ser no consiente de la fuerza de la influencia sobre el pensamiento, sentimiento y comportamiento, donde están involucrados grupos sociales.

Estudios hechos, basados en el paradigma de facilitación afectiva, junto con el uso de dichos sesgos han sido utilizadas para desarrollar medidas discretas de asociaciones implícitas tales como el Test de Asociación Implícita, o mejor conocido, con sus siglas IAT (en inglés, Implicit Association Test) (Greenwald, McGhee y Schwartz, 1998). El cual es una prueba que emplea tiempos de reacción para contar la rapidez con la que la gente asocia conceptos (Greenwald, et al., 2003). Este test, basa sus resultados en cambios en sus tiempos de reacción, y los cuales se dan al tratar de clasificar diferentes conjuntos de palabras o imágenes buscando encontrar los sesgos implícitos.

De forma consciente creen no albergar sentimientos contra algún concepto, tienen una reacción más lenta en asociar los conceptos con bueno o malo, agradable o desagradable, u otros (Banaji, Bazerman y Chugh, 2003).

Esta herramienta fue creada para evaluar fuerzas de asociación implícita entre conceptos (yo y grupos) y atributos. Este estudio parte de la asunción de que lo más cercano a la relación de un concepto y un atributo tendrá una reacción más rápida, donde el tiempo de reacción sea más rápido, es donde la información representada, el concepto y el atributo, pueden ser pareja (Devos y Banaji, 2003). Este tipo de mediciones han sido utilizadas en una gran cantidad de contextos sociales para medir las diferencias individuales, por ejemplo, en política, deporte, música, psicología del consumidor, etnias, preferencias sexuales, etc. (Poehlman, Uhlmann, Greenwald & Banaji, 2005; Greenwald, Banaji & Nosek, 2003; Nosek, Greenwald & Banaji, 2005; Kim, 2003; Maison, Greenwald & Bruin, 2004; Cai, Srim & Greenwald, 2004; 2004; Haines & Kray, 2005; Sherman, 2005).

Un ejemplo clásico en la medición de asociaciones implícitas fue una investigación hecha por Greenwald et al., donde se les pidió a los participantes categorizar un grupo de flores e insectos de la siguiente manera. Se les iba presentando una secuencia de nombres de flores (rosas, iris, etc.), y de nombres de insectos (hormigas, moscas, etc.), y palabras agradables (reír, paraíso, etc.) y

palabras desagradables (tristeza, veneno, etc.) (Greenwald, McGhee & Schwartz, 1998) donde los las categorías a clarificar era BUENO VS MALO, INSECTO VS FLOR.

Contestar la prueba, consistía en cinco tareas realizadas en un programa de computadora donde en la pantalla aparecen a la derecha como a la izquierda las categorías en las cuales se tenían que a clasificar los diferentes conceptos que irán apareciendo en el centro de la pantalla donde los participantes para poder clasificar dichas palabras tenían que presionar una tecla de computadora que estaba asignada a una de las dos categorías correspondientes (flor / insecto, bueno / malo) a lo largo de las cinco tareas (ver tabla 2.1).

Tabla 2.1. Secuencia de los estímulos presentado en el IAT de Greenwald, McGhee y Schwartz, (1998).

PASO	CONCEPTOS A RESPONDER A LADO IZQUIERDO	CONCEPTOS A RESPONDER A LADO IZQUIERDO
1	BUENO	MALO
2	FLOR	INSECTO
3	BUENO / FLOR	MALO /INSECTO
4	INSECTO	FLOR
5	BUENO / INSECTO	MALO / FLOR

Una vez obtenidos los tiempos de reacción, las tendencias implícitas se obtienen por la diferencia que existe entre las latencias de las dos condiciones mixtas (tarea tres y la tarea cinco) donde a esta diferencia que se obtiene se le denomina efecto IAT. Los resultados de este tipo de estudios señalan que se

llegan a dar respuestas más rápidas cuando hay asociatividad compatible (congruentes) que cuando no la hay (incongruentes) (Greenwald et al., 1998).

Desde la publicación original de Greenwald y colaboradores (1998), el test ha sido exitosamente utilizado en una serie de investigaciones donde se ha modificado y adaptado para medir diferentes temas, como psicología del consumidor, género, autoesquema, autoestima y autoconcepto entre otros (Maison, Greenwald & Bruin, 2004; Haines & Kray, 2005). Así entonces, al ser el objetivo principal del presente escrito el observar el cómo se ha llegado a medir manifestaciones implícitas.

Existen estudios en el cual se ha utilizado el IAT para la medición de prejuicios raciales. En este caso, a los participantes de la dinámica de les combinaba palabras e imágenes. Se les presentaban palabras positivas y negativas, y caras de personas afroamericanas y blancas, donde la tarea era clasificar las palabras en las categorías BUENO Y MALO y las caras en NEGRO Y BLANCO. Los resultados que esta investigación arrojó, fue que nueve de cada diez blancos se tardaron más en identificar palabras desagradables clasificadas como buenas como “paz o paraíso”, si estaban asociadas con las caras negras que con las caras blancas. Los sujetos solo expresaban pocos prejuicios o ninguno; solo en las respuesta inconscientes y deliberadas. Además cuanto más intensa fuera la manifestación de estos prejuicios implícitos más probable es que encontraran enojo en los rostros negros.

Por otra parte, este instrumento, también se encarga de medir actitudes hacia concepto en particular. Por ejemplo en el estudio de estas asociaciones son en los estudios realizados por Briñol et al., sobre la actitud hacia los vegetales, su objetivo dentro de la investigación era el encontrar la posibilidad de cambiar las actitudes implícitas mediante mensajes persuasivos, donde se llegó a la conclusión que para llegar a ello se requiere cumplir con dos condiciones: que los mensajes que se presenten sean argumentos fuertemente convincentes y que las

personas realicen un detenido procesamiento de la información de estos argumentos (Briñol, Horcajo, Becerra, Falces y Sierra, 2002).

Una teoría que ha sido importante para tratar de entender cómo trabajan las asociaciones implícitas es “La teoría unificada de la cognición social implícita” propuesta por Greenwald y colaboradores (Greenwald, Banaji, Rudman, Farham, Nosek y Mellot, 2002) donde hace referencia como parte importante a los modelos actuales de redes semánticas. Ésta teoría establece que la estructura del conocimiento social funciona formando y transformando los vínculos entre los conceptos de la red semántica. Esta establece que cuando un concepto es influenciado llega a elaborar cambios en la red, y establecer nuevos vínculos para mantener un equilibrio cognitivo (Briñol, Horcajo, Becerra, Falces y Sierra, 2003). Esto nos demuestra que vivimos en un mundo de estereotipos en el cual encontramos prejuicios inconscientes que el hombre mismo desconoce y se tiene que tener cuidado con esta información. Se presume que el entorno social, las personas la representan en una red de asociaciones entre conceptos y atributos, y encuentra mucha relación del concepto que tiene el individuo de él.

El IAT ha sido adaptado para la medición del autoconcepto y autoestima por medio de la respuesta observada al tiempo de reacción y la clasificación de las tareas. En uno de los experimentos en los que se trabajó en este estudio, se pretendía hacer una comparación entre medidas implícitas y explícitas. Para la valoración de la autoestima implícita, se utilizó un IAT, donde involucró 5 tareas de categorización, y donde cada tarea las categorías se presentan a la derecha o a la izquierda para su rápida designación, utilizando como categoría “yo” y “no yo”, y como atributo “agradable” y “desagradable”. Para las medidas explícitas, se utilizó una escala de autoestima, un cuestionario de atributos, un termómetro de auto descripción. Los resultados a los que se llegaron fue que existía una baja correlación entre los dos tipos de medidas, (implícitas y explícitas (Greenwald & Farnham, 2000)).

Con relación a la medición de autoestima de forma implícita, Tafarodi y Ho (2006) nos dice que el IAT, en la medición de este concepto es esencialmente una medición de asociación semántica, que parte de la premisa del principio de compatibilidad de respuestas.

Como los mismos Greenwald et al. (2000) mencionan en uno de sus artículos más importantes, la autoestima implícita y explícita requiere diferentes estrategias para medirse. Como ya hemos mencionado anteriormente, el IAT (Implicit Association Test) es un instrumento utilizado para la medición de sesgos implícitos y, por medio de este, se ha buscado de alguna forma medir la autoestima y el autoconcepto en su forma implícita.

En esta parte, se tratará de abordar de forma sencilla la medición de la autoestima implícita por medio del IAT. Es una forma de medición de asociación semántica, que parte de la premisa del principio de compatibilidad de respuesta, (Tafarodi & Ho, 2006), esto es cómo la gente categoriza más rápidamente, si las palabras relacionadas con el YO y palabras agradables juntas, o el categorizar palabras relacionadas con el YO y palabras desagradables juntas. Esto se basa en descubrimientos hechos por Markus (1977, citado en Farnham, Greenwald & Banaji, 1999) donde encontró que en el categorizar adjetivos de YO o NO YO, los individuos pudieron hacer juicios más rápidos en palabras que habían sido mejor desarrolladas.

Greenwald & Banaji (1995), llegan a asumir que el juicio que se llega a dar de cualquier atributo sin hacer una evaluación previa de un objeto, es influenciado por la actitud asociada a uno mismo. Y, así mismo, definen la autoestima implícita como la introspectiva sin identificar efecto de la auto actitud en la evaluación de la auto asociación y la auto disociación de objetos. Los efectos implícitos experimentales de la autoestima comparan la evaluación de los estímulos que se llegan a asociar arbitrariamente a uno mismo o no.

En el estudio de Implicit Self-esteem realizado por Farnham, Greenwald & Banaji en 1999, efectuaron un estudio en el cual, utilizaron el IAT para medir el autoestima implícito, donde su forma de medición está basado en el tiempo que le toma a los participantes categorizar cada palabra al momento en que aparece en la pantalla hasta que se presiona la tecla correcta.

Para este estudio, se desarrolló un programa de computadora en donde a los participantes primero se les cuestionaba información personal, como su nombre, apellido, ciudad de procedencia y número de teléfono, esto con la finalidad de tener conceptos relacionados directamente con ellos. Una vez hecho esto, los participantes tenían que escoger de una lista palabras aquellas que no se relacionaran con ellos.

El IAT, el instrumento está compuesto de una serie de secuencias de estímulos, donde la tarea del participante es clasificar la secuencia de conceptos referentes en los atributos o categorías que se le da. La secuencia de estímulos aparece en la Tabla 2.2, donde para un grupo apareció como primera tarea agradable vs desagradable y para un segundo grupo como primera categoría apareció desagradable vs agradable.

Tabla 2.2. Secuencia de estímulos presentados en el IAT (Farnham, Greenwald & Banaji en 1999).

PASO	CONCEPTOS A RESPONDER A LADO IZQUIERDO	CONCEPTOS A RESPONDER A LADO DERECHO
1	AGRADABLE	DESAGRADABLE
2	YO	NO YO
3	AGRADABLE / YO	DESAGRADABLE/NO YO
4	NO YO	YO
5	AGRADABLE / NO YO	DESAGRADABLE / YO

En este caso, la forma de medición de la autoestima implícita, se obtuvo por medio de la diferencia entre los tiempos de reacción entre las dos condiciones mixtas (paso 3 y 5).

En el 2000, Greenwald & Farnham, realizaron un experimento en el cual, se hizo una comparación entre medidas implícitas y explícitas de la autoestima y autoconcepto, donde para obtener las medidas implícitas se utilizó una adaptación del estudio presentado por Farnham, Greenwald & Banaji en el 1999, donde las categorías utilizadas en dicho estudio se mantuvieron (Agradable/desagradable, yo/ no yo), pero las palabras agradables y desagradables, se dividieron en dos secciones, palabras evaluativas y las afectivas (Tabla 2.3)

Tabla 2.3. Grupo de palabras presentadas en el estudio propuesto por Greenwald, et al. (2000)

ATRIBUTOS			
AFECTIVAS		EVALUATIVAS	
AGRADABLE	DESAGRADABLE	AGRADABLE	DESAGRADABLE
1. Caricia	1. Abuso	1. Inteligente	1. Estúpido
2. Abrazo	2. Agonía	2. Brillante	2. Feo
3. Diamante	3. Asalto	3. Exitoso	3. Fracaso
4. Gloria	4. Brutal	4. Esplendido	4. Horrible
5. Oro	5. Cadáver	5. Apreciado	5. Inservible
6. Salud	6. Muerte	6. Noble	6. Vil
7. Alegría	7. Cochinada	7. Fuerte	7. Débil
8. Amable	8. Asesino	8. Orgullosa	8. Avergonzado
9. Suerte	9. Veneno	9. Amoroso	9. Odiado
10. Paz	10. Arrabal	10. Honesto	10. Culpable
11. Amanecer	11. Apestoso	11. Competente	11. Inoportuno
12. Verdad	12. Tortura	12. Virtuoso	12. Podrido
13. Cálido	13. Vomito	13. Agradable	13. Despreciado

La secuencias de las tareas son presentadas de la siguiente forma: el primer paso, tiene una tarea de discriminación por la categorización de términos del YO y OTRO, el segundo AGRADABLE y DESAGRADABLE. El tercero es una combinación de las dos categorías anteriores tanto el objetivo como el atributo, YO-AGRADABLE, OTRO-DESAGRADABLE. En el cuarto el objetivo se invierte y

aparece como OTRO y YO. Y finalmente en la quinta tarea, se vuelven a mezclar el objetivo y el atributo pero cambiando de posición el atributo, esto es YO-DESAGRADABLE, OTRO-AGRADABLE (ver Figura 2.15). Estos estudios fueron aplicados bajo un contrabalanceo a la mitad de los participantes, donde las tareas 2 y 3 y 4 y 5 se invertían.



Figura 2.15. Ejemplo de una pantalla del IAT de un estudio clásico.

En el caso del autoconcepto implícito medido por medio de IAT, un estudio clásico fue el presentado por Greenwald, et al. (2000) en este mismo artículo, donde su intención es ver si el IAT es sensible a conceptos referentes al autoconcepto de género, tratando de encontrar diferencias entre hombres y mujeres.

El IAT para medir autoconcepto implícito de género se realizó utilizando las categorías de FEMENINO vs MASCULINO, y YO vs NO YO. La secuencia de los estímulos fue la siguiente: en primer lugar, la categoría de YO vs NO YO, en segundo lugar las categorías FEMENINO vs MASCULINO, como tercera tarea, FEMENINO vs MASCULINO, y YO vs NO YO, como cuarta tarea, MASCULINO vs

FEMENINO, y como quinta tarea, FEMENINO vs MASCULINO, y NO YO vs YO (ver Figura 2.16).

	Categorías	Palabras	Categorías
PASO 1	NO YO		YO
	<input type="radio"/>	YO	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	OTRO	<input type="radio"/>
PASO 2	DESAGRADABLE		AGRADABLE
	<input type="radio"/>	FELIZ	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	VOMITO	<input type="radio"/>
PASO 3	DESAGRADABLE O NO YO		AGRADABLE O YO
	<input type="radio"/>	YO	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	FELIZ	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	OTRO	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	VOMITO	<input type="radio"/>
PASO 4	AGRADABLE		DESAGRADABLE
	<input type="radio"/>	FELIZ	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	VOMITO	<input type="radio"/>
PASO 5	DESAGRADABLE O YO		AGRADABLE O NO YO
	<input type="radio"/>	YO	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	FELIZ	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	OTRO	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	VOMITO	<input type="radio"/>

Figura 2.16. Secuencia de presentación de estímulos Greenwald, et al. (2002).

El criterio para escoger los conceptos utilizados para cada categoría fue la siguiente: se escogieron seis conceptos del IAT de autoestima para ser usados en la categoría de Masculino y seis en Femenino; y se les pidió a los participantes

que proporcionarán información como nombre, apellido, ciudad, estado y país de procedencia para utilizarlos en la categoría del YO vs NO YO, junto con los pronombres vistos en el experimento anterior (ver Tabla 2.4).

Tabla 2.4. Conceptos correspondientes a los conceptos de femenino y masculino Greenwald, et al. (2002).

CATEGORIA	MASCULINO	FEMENINO	YO	NO YO
CONCEPTOS	MASCULINO	FEMENINA	YO	OTRO
	HOMBRE	MUJER	MI	SUYO
	CHICO	CHICA	MIO	SUYOS
	EL	ELLA	MIOS	ELLOS
	SEÑOR	SEÑORITA	PROPIO	AJENOS

Este experimento mostro que IAT es sensible a mediciones de auto concepto de género, al encontrar diferencias entre hombres y mujeres.

Así como estos estudios, existe una gran cantidad de evidencia empírica donde han sido presentado patrones muy parecido o iguales para la medición de estos dos conceptos, dando así, una validez ecológica fuerte para este método (Greenwald, Banaji, Rudman, Farnham, Nosek, & Mellott, 2002).

En el caso de identidad y género, un ejemplo que encontramos, fue un estudio realizado Greenwald y Nosek (2001), donde lo que se buscaba era si las de género tenía relación con la materia a cursar, es decir, si afectaba el ser hombre o mujer en alguna materia como el caso de las matemáticas o las artes. Este IAT mide asociaciones implicado en un estereotipo de género-matemáticas que se asocia matemáticas más con el hombre que con las mujeres (Tabla, 2.5).

Tabla 2.5. Tomada del IAT, presentado por Greenwald y Nosek, (2001) de la secuencia de los estímulos.

PASO	CONCEPTOS A RESPONDER A LADO IZQUIERDO	CONCEPTOS A RESPONDER A LADO DERECHO
1	HOMBRE	MUJER
2	ARTE	MATEMATICAS
3	HOMBRE O ARTE	MUJER O MATEMATICAS
4	MATEMATICAS	ARTE
5	HOMBRE O MATEMATICAS	MUJER O ARTE

La tarea del IAT en este tipo de asociaciones de género-estereotipo, se debe esperar encontrar la tarea más sencilla cuando se pide dar la tarea hombre-matemáticas, mujer-artes, que cuando se presente mujer-matemáticas, hombre-arte. En sus aplicaciones típicas, el IAT mide fuerzas de pares de asociaciones. La tarea proporciona una medida del efecto de IAT, eso determina la fuerza de su asociación con alguno de los pares género-estereotipo, ya sea hombre con las matemáticas o mujer con artes, que, de acuerdo con antecedentes (Nosek, Banaji y Greenwald, 2000) se facilita el contestar la tarea 5 si se asocia las matemáticas con los hombres, y a las mujeres con el arte, y la tarea 3 si la asociación es más fuerte para los hombres con el arte y a las mujeres con las matemáticas

2.7 Técnicas de investigación de la naturaleza del procesamiento automático de la autoestima.

Como se ha señalado previamente, desde una perspectiva del procesamiento humano de información, la autoestima puede ser considerada

como constituida de un modelo dual de procesamiento de información social (Explícito/Implícito). Por una parte y de acuerdo a Brown y Marshall (2011) hay un común acuerdo de entender la autoestima como una variable psicológica global construida de evaluaciones de dominios particulares de valor de uno mismo. Esta posición teórica es endorsada por autores de renombre como Baumeister (1998), Campbell (Campbell & Lavalley, 1993), Crocker (Crocker & Wolfe, 2001), Greenberg, Pyszczynski, y Solomon (1997); Harter (1986), Heatherton (Heatherton & Polivy, 1991), Kernis (Kernis & Waschull, 1995; Leary (Leary et al., 1995), Marsh (1986, 1990, 1993), Pelham (1995), y Swann (Pelham & Swann, 1989) y básicamente siguen la idea básica difundida en ambientes académicos por Rosenberg de que un índice global de autoestima puede ser construido de evaluaciones de competencia y valor personal (ver por ejemplo Albo, Nuñez, Navarro & Grijalbo, 2007). Aun y cuando Rosenberg postula que dicho índice refleja una visión holística que un individuo tiene de su autoestima, lo cierto es que es todo lo opuesto, el índice global constituye una posición elementalista (o molecular), ya que el índice se construye de la integración de calificadores particulares de competencia y valor.

Históricamente, esta aproximación constructivista o de integración al estudio del auto estima puede ser rastreada en la psicología hasta William James quien proponía que el auto estima en un individuo puede ser calculado de la siguiente forma:

$$\text{AUTOESTIMA} = \text{EXITOS/PRETENSIONES}$$

Marsh (1993) señala a este respecto “La teoría del Yo de William James es un modelo de cognición en el que auto evaluaciones de dominio específico son los ladrillos sobre los que se construye la autoestima”.

Desde una perspectiva cognitiva esto implica un modelo de autoestima de procesamiento de información de abajo hacia arriba, en donde la autoestima de

una persona debe ser construida por evaluaciones de uno mismo en relación con su contexto social. La Figura 2.16 ilustra de forma grafica un posible modelo de autoestima de esta clase (Brown & Marshall, 2011). Aquí evaluaciones de lo que se le retroalimenta a una persona de sus competencia o de su valor como ser moral y social pueden tener un efecto temporal o permanente en su autoestima. Estados temporales de autoestima baja como cuando se divorcia una persona o sufre un fracaso de relevancia o de autoestima alta como cuando se logra un éxito no constituyen en si la autoestima que caracteriza a una persona a través de su vida. Más bien, dicho rasgo cognitivo emocional permanente se construye a largo plazo por evaluaciones persistentes a través de la vida.

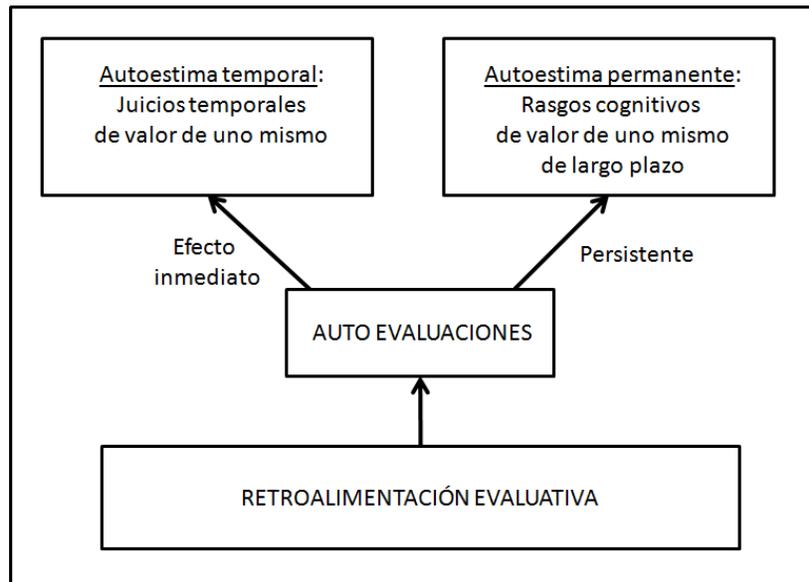


Figura 2.16. Modelo de procesamiento de abajo hacia arriba de autoestima.

Este modelo de autoestima no implica el hecho de que uno se encuentra siempre conscientemente evaluándose a sí mismo. Aquí sistemas de monitoreo paralelo y frecuentemente no controlados e inconsciente intervienen de forma constante en la formación, mantenimiento y desaparición del auto estima temporal o en el asimilación de nuevas creencias en la autoestima permanente.

De esta forma y de acuerdo a Epstein (1965) quien asume que el pensamiento humano puede ser ya sea reflexivo, racional y consciente pero también puede ser experiencial donde el procesamiento automático no controlado e inconsciente no es accesible desde la consciencia y solo puede ser experienciado, es posible definir la auto estima implícita como un modelo de procesamiento de abajo hacia arriba donde evaluaciones automáticas, aprendidas y almacenadas guían reacciones cognitivas emocionales espontáneas a estímulos relevantes sobre uno mismo que conforman parte de nuestra autoestima (Greenwald & Banaji, 1995; Pelham & Hetts, 1999).

De esta forma, en el modo de auto estima implícita, dado que las personas no están conscientes de la asignación de valor a las evaluaciones automáticas, es el mismo sistema cognitivo emocional el encargado de ponderar de forma automática el resultado de una evaluación relevante a la auto estima. Estas significaciones de una evaluación están por definición basadas en la intervención de una representación mental del auto esquema las cuales pueden estar organizadas en forma de redes semánticas tal y como se ha señalado previamente o como un conjunto de representaciones procedurales tal y como es señalado por la teoría de la representación del conocimiento ACT* de John R. Anderson (Anderson & Bower, 1973: Anderson, 1983a: Anderson, 1983b). Por ejemplo:

- Si tú piensas que eres inteligente
- Y
- Si tú piensas que eres atractivo
- Y
- Si tú piensas que eres popular
- ENTONCES tú tienes alta auto estima.

Mediciones de la influencia de este tipo de representaciones en el procesamiento de información relevante al auto estima así como del sistema de

evaluaciones automáticas ha sido lograda a través de una variedad de técnicas experimentales: Pruebas de asociación implícita (Greenwald & Farnham, 2000), tareas de facilitación supraliminales de actitud (Hetts et al., 1999), tareas de facilitación subliminal de actitud (Spalding & Hardin, 2000), nombramiento de palabras (Gebauer, Riketta, Broemer & Maio, 2008), Efecto Stroop donde afirmaciones negativas como “soy una mala persona” y afirmativas como “soy excelente” son evaluadas por disonancia en color, facilitación afectiva enmascarada (Wentura, Kulfanek & Greve, 2005), ponderación de adjetivos (Karpinski, Steinberg, Versek, & Alloy, 2007), así como otras técnicas de facilitación (Hetts et al., 1999; Spalding & Hardin, 1999). A este respecto Karpinski y Steinberg (2006) señalan que todas estas técnicas de análisis de procesamiento pueden separarse en dos categorías: técnicas de asociación y técnicas de medición indirecta.

El ejemplo más representativo de una medición por asociación es la prueba de asociación implícita IAT, la cual ya se ha revisado previamente. Aquí solo basta señalar que dicha prueba es considerada como una medición directa de evaluaciones auto asociativas que capturan de forma pura el auto estima implícita (la fuerza relativa de asociaciones positivas y negativas con el yo). Por su parte las medidas indirectas se caracterizan como tales porque no piden de forma directa a los individuos que reporten sobre su auto estima ni se mide de forma directa evaluaciones asociativas con el yo (Fazio & Olson, 2003).

Se ha señalado en la literatura que a pesar del tremendo poder de análisis que estas técnicas experimentales ofrecen en el estudio del procesamiento automático de la información del auto estima, el cuerpo empírico generado hasta ahora señala por una parte que dichos procedimientos de análisis padecen en términos psicométricos de poca confiabilidad (Bosson, Swann, & Pennebaker, 2000) y por otro lado los resultados obtenidos no correlacionan entre sí, llegando a diferentes conclusiones (ver también Zeigler-Hill & Jordan, 2010). Esto ha llevado

a dudar sobre la validez convergente de estas medidas dado que diferentes tipos de mediciones sobre un mismo constructo deberían correlacionar.

Aun y cuando se ha sugerido que esta falta de validez convergente se debe a que la autoestima no es un constructo unitario y que las mediciones de procesamiento diferentes aspectos de esta son las causantes de bajas correlaciones (Koole & Pelham, 2003), es claro que en el análisis del autoestima es necesario tomar diferentes tipos de medición si es que se desea tener una aproximación más clara del proceso cognitivo emocional que se desea observar. De forma específica, se ha propuesto que en el caso del análisis de una representación mental del auto estima la técnica de análisis de redes semánticas naturales permite analizar reportes explícitos de dominios específicos de organización relevante a la autoestima. Por otra parte, es posible usar dicha información explícita para escoger información conceptual relevante a la autoestima y medir el procesamiento implícito de dicha información (forma directa) así como el procesamiento automático reactivo (forma indirecta) de la organización conceptual de autoestima.

A este último respecto y a diferencia del grueso de los estudios de medición indirecta de la autoestima se estima la necesidad de considerar el uso de técnicas de facilitación semántica.

Nótese que la intención de usar las tres técnicas de análisis (redes semánticas, IAT y facilitación semántica) surge como una propuesta innovadora de aproximar la autoestima. Primero, la sugerencia de que información relevante a esta variable psicológica esté establecida en el léxico humano implica la existencia de un modelo de procesamiento de arriba hacia abajo en donde la organización conceptual influye en el establecimiento del significado de una evaluación relevante al auto estima. Segundo, la información usada en las técnicas de medición proviene de las personas mismas y no de una aproximación ideosincrática (determinada por el investigador) del yo.

Hay que hacer notar, que no sería la primera vez que se propone un modelo de arriba hacia abajo en el estudio de la auto estima. En particular, Brown y Marshall (2011) señalan que la auto estima es un constructo emocional que se construye en la infancia dada la relación de apego que un niño tiene hacia los padres. De esta forma y contrario a todos los modelos de procesamiento de abajo hacia arriba la auto estima no se compone de evaluaciones sino que ésta matiza el valor emocional y de significado que una evaluación del yo tiene sobre sentimientos de auto valor. La Figura 2.17 muestra de forma gráfica este modelo.

Este modelo es cognitivamente incompleto no solo porque no establece exactamente cómo relaciones de apego pueden establecer mecanismos cognitivos emocionales de autoestima sino porque no da apertura al estudio de otros procesos (por ejemplo representaciones del yo) que pueden establecer la influencia del auto estima en los sentimientos de auto valor.

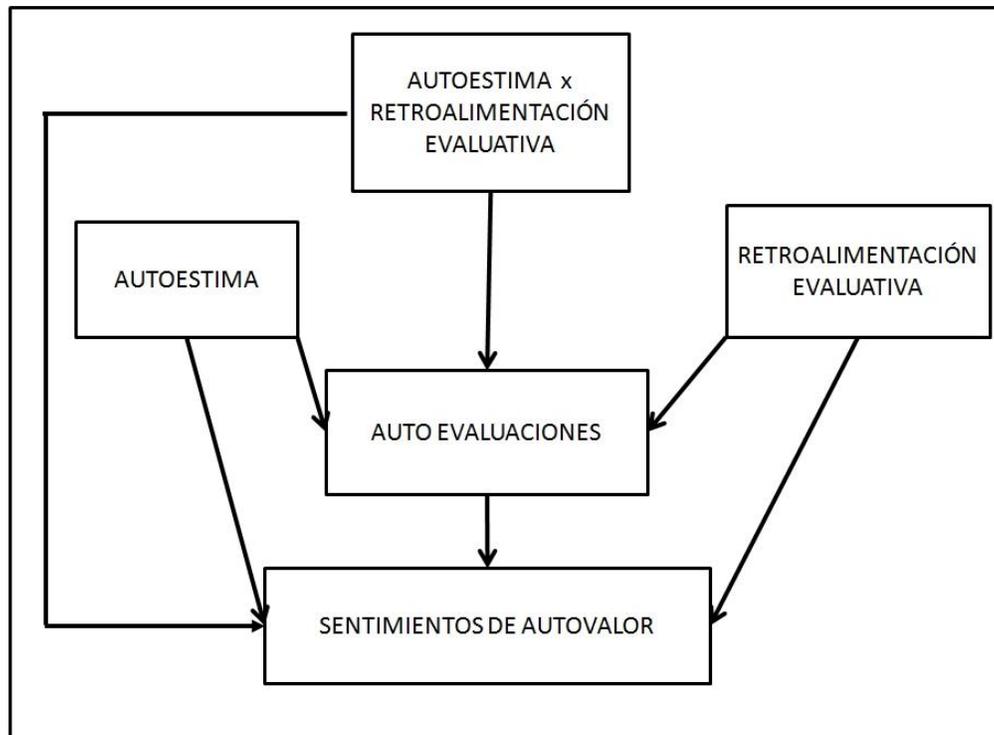


Figura 2.17. Modelo afectivo de procesamiento de arriba hacia abajo de la autoestima (Brown y Marshall, 2011).

Por lo tanto propuestas cognitivas más específicas en este tipo de modelos están en demanda. En particular la presente investigación asume como en muchos otros modelos de procesamiento de información emocional la existencia de una memoria en donde conceptos con valencia emocional ya sea explícita o implícita pueden tener efecto en la evaluación de información relevante a la autoestima. Aunque, es necesario aclarar que en la presente investigación no se asume que la autoestima es independiente de los procesos de evaluación de información de dominio específico de la autoestima.

En particular, estudios de facilitación semántica con tareas de decisión lexical han mostrado evidencia de que información de situaciones de exclusión o inclusión a un grupo activan mecanismos automáticos en el lexicón que permiten distinguir desempeño diferencial entre personas con alta autoestima y baja

autoestima (Baldwin, Baccus & Fitzimons, 2004). Esto apoya en cierta forma la idea de que la autoestima funciona como un sociómetro que evolucionó para reaccionar de forma automática ante presiones sociales (Leary, Tambor, Terdal & Downs, 1995).

Limitaciones a este tipo de estudios pueden observarse en la naturaleza del contenido de información en el lexicón que se considera. Si bien es cierto que en su estudio se usan palabras interpersonales positivas y negativas como facilitadores así como palabras de éxito y fracaso en SOAs de diferente duración, lo cierto es que las palabras fueron escogidas por el investigador y no fueron obtenidas de los sujetos per se.

A este respecto se propone en la sección del método la forma de extraer dicha información de los participantes. Pero de más relevancia es el considerar que la presente investigación implica no solamente la inclusión de un modelo de procesamiento de abajo hacia arriba sino también de un modelo de arriba hacia abajo donde el principal contribuyente cognitivo a la autoestima es la representación mental tal y como se ilustra en la Figura 2.18.

Aquí información saliente o de relevancia a evaluaciones de auto valor ha sido almacenado en el lexicón y desencadena procesamiento automático de arriba hacia abajo que permiten significar el valor personal de una evaluación. Por otra parte dichos mecanismo de saliencia al igual que en otros tipos de procesamiento de información social mantienen procesos atentos selectivos que en este caso se refieren al monitoreo que se da en el sociómetro relacionado a la auto estima (Fiske & Taylor, 2007). De igual forma, información emocional, accesibilidad y control se asume desencadenan ambos tipos de procesamiento.

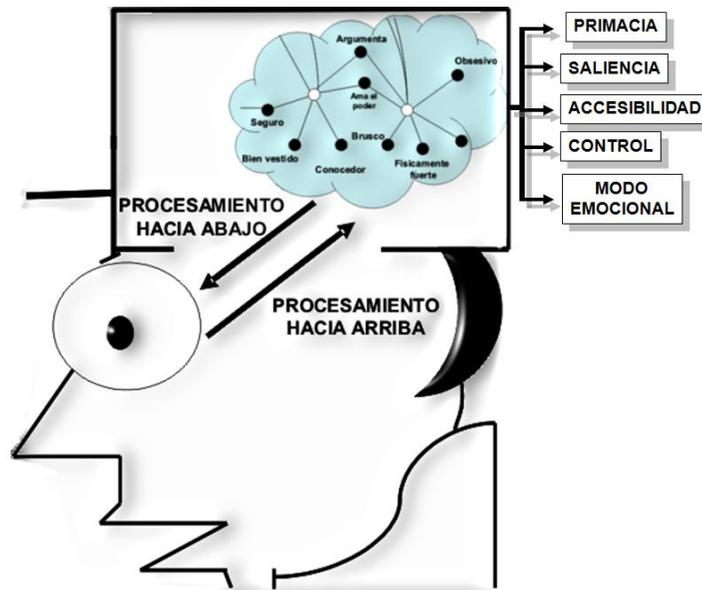


Figura 2.18. Modelo mixto de procesamiento de información del contenido de la memoria.

Retomando lo que hasta aquí se ha dicho, la presente investigación al igual que estudios integrales del auto estima (Bosson, Swann, & Pennebaker, 2000) se propone un análisis representacional de la autoestima proponiendo análisis de redes semánticas naturales, pruebas de asociación implícita y facilitación semántica tal y como se desglosa a continuación en la sección de método. Basta solo enfatizar que si en realidad esta aproximación del análisis de los dominios de información del auto estima resultan de utilidad deben al menos proveer validez convergente como medidas explícitas e implícitas de la representación mental de este constructo cognitivo emocional. A diferencia de previas investigación, estas formas de medición integran de forma innovadora una nueva técnica cognitiva para el estudio de la representación mental de la auto estima.

CAPÍTULO III

MÉTODO

La presente investigación se considera un estudio de ciencia cognitiva que considera dos estudios cuasi experimentales y uno de corte descriptivo. El primer estudio cuasi experimental se relaciona al paradigma de asociación implícita a través del uso de tareas de categorías duales, con el propósito de determinar la actitud de jóvenes hacia su propia autoestima. Un segundo estudio cuasi experimental trata de determinar la organización de información conceptual de autoestima en el léxico a través de un paradigma de facilitación semántica. Además, un estudio de representación mental sobre la autoestima y el autoconcepto en jóvenes fue llevado a cabo para determinar su influencia en la actitud y organización conceptual en el léxico. Primero se procede a describir el estudio de representación del autoconcepto y la autoestima, para posteriormente desglosar los estudios experimentales.

La Figura 3.1 describe el diseño global del presente proyecto de investigación. De un estudio de representaciones mentales del autoconcepto y de la autoestima a través de una técnica de redes semánticas naturales se obtienen conceptos relevantes al estudio representacional para que éstos puedan ser comparados con respecto a la organización semántica de otros conceptos en el léxico en el estudio de facilitación semántica así como, el poder determinar la identidad que dichos conceptos activan en el procesamiento implícito del participante del estudio a dicha información.

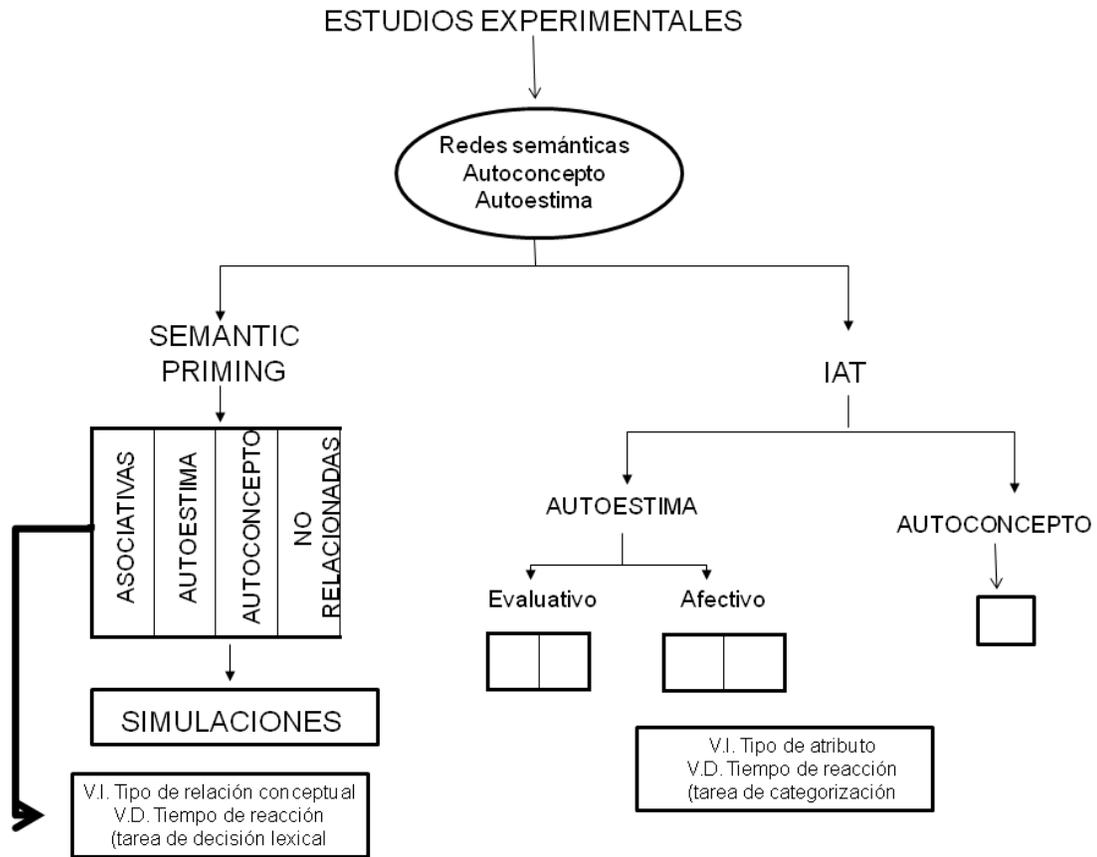


Figura 3.1. Diseño experimental del estudio.

- Estudio de la Representación del esquema de autoconcepto y la autoestima en jóvenes

El estudio de representación tiene como objetivo primero determinar la forma en cómo información de autoestima se significa y organiza en la memoria de los participantes así como el identificar como dicha información se relaciona al autoconcepto de estos individuos. En sí, esta información será incluida dentro de dos modelos de memoria humana. El primer modelo trata de observar la dinámica del esquema de información conceptual desde una perspectiva conexionista (Rumelheart, et al. 1986) mientras que el segundo modelo trata de identificar la

proximidad semántica (Schvaneveldt, 1990) que existe entre conceptos centrales al esquema de la autoestima y el autoconcepto.

El propósito en su conjunto es determinar la organización conceptual al esquema que subyace a la autoestima del individuo.

En el caso del estudio de redes semánticas se procedió a usar la técnica de redes Semánticas Naturales propuesta por Figueroa et al. (Figueroa, González & Solís, 1981) la cual permite obtener el significado directamente de los estudiantes de preparatoria hacia el autoconcepto y la autoestima y esto con el fin de obtener los conceptos a utilizar en los demás estudios.

Participantes

En el presente estudio se consideraron dos grupos de participantes. Para cada grupo se usó una pregunta detonadora que tenía como objetivo guiar la definición conceptual que se obtuviera del esquema de autoestima. La primera pregunta ¿Cómo me veo al socializar?, pretende generar definiciones conceptuales relacionadas al estándar social en el que vive el participante. Mientras que la segunda pregunta ¿Cómo me siento en mi vida social?, tiene como objetivo inducir definiciones conceptuales relacionadas a una evaluación interna del individuo en sí. De esta forma, para la primera pregunta se consideraron 118 estudiantes cuyas edades oscilan entre 15 a 19 años, los cuales pertenecían a una escuela preparatoria y fueron escogidos de una muestra intencional no aleatoria.

Para la segunda pregunta se considero un segundo grupo que solo se constituyó de 49 participantes. Lo cual es suficiente para el análisis de la técnica de las redes semánticas naturales. La razón de esto era observar si alguna variación en la demanda de generación de redes semánticas de los mismos

conceptos para diferentes preguntas producía resultados diferentes en las organizaciones conceptuales.

Es intencional el hecho de que la edad de la muestra sea de jóvenes, ya que se encuentran en estado formativo y en donde el autoconcepto y la autoestima son temas centrales a su conducta psicológica.

Instrumento

La técnica de redes semánticas, consiste en dos tareas fundamentales, donde la primera es al momento de la presentación del estímulo, el participante necesita dar la mayor cantidad de palabras que definan a este concepto objetivo. Una vez dadas las palabras definidoras, el participante debió jerarquizar cada uno de estos conceptos en donde el 10 representa al que más define el concepto objetivo (González & Valdez, 2005) (Ver también el contexto teórico descrito en la sección de Marco Teórico).

En el análisis de Redes Semánticas se usaron conceptos relacionados al autoconcepto, tomados de un estudio propuesto por Valdez 1991. Para el caso de la autoestima se utilizaron conceptos obtenidos de los factores presentados en un cuestionario de autoestima elaborada por Herrero y Musitu (2000) llamado AUT-30, cuya versión a utilizar es la versión abreviada denominada AUT-17.

Para el autoconcepto los objetivos a definir serán los siguientes: ¿Cómo soy como persona?, ¿Cómo soy como hijo?, ¿Cómo soy como amigo?, y ¿Cómo soy como estudiante?

Para definir autoestima, los factores a tomar de la escala ya mencionada son los siguientes: Familia, Amigos, Intelectual, Emocional y Físico.

Cada uno de los conceptos fueron presentados por separado en hojas de papel y apareciendo uno por uno y acomodadas al azar. Los participantes no pudieron seguir a la siguiente hoja hasta que no se le dio la instrucción.

Inspirados en la técnica de las redes semánticas naturales de Figueroa (RSN), se utilizó un software SemNet (De la Garza, Sánchez & López, 2010) para capturar los datos obtenidos en lápiz y papel y permitir que dicho software generara de forma automática tanto las definiciones conceptuales propias de la técnica de redes semánticas naturales, así como los indicadores cuantitativos de organización semántica. Cuando las definiciones conceptuales de los participantes son alimentados en el software, éste permite obtener una pantalla de análisis gráfico como la mostrada en la Figura 3.2.

FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI
3	AMIGABLE *	46	3	INTELIGENTE *	47	3	AMOROSO *	42	3	FELIZ *	36	1	ALTO	55			
4	AMABLE *	25	2	ESTUDIOSO *	18	3	FELIZ *	30	5	RESPONSABLE *	30	1	DELGADO	40			
1	PLATICADOR	24	5	RESPONSABLE *	18	4	CARINOSO *	27	5	ALEGRE *	21	1	MORENO	33			
5	ALEGRE *	24	1	CAPAZ	16	5	ALEGRE *	26	4	CARINOSO *	20	1	CHAPARRO	30			
2	DIVERTIDO *	23	6	BUENO *	17	1	TRISTE	26	7	HONESTO *	14	1	BONITO	28			
1	TIMIDO	25	2	FLOJO *	17	1	SENSIBLE	17	4	ENOJON *	16	1	OJOS-CAFES	23			
7	HONESTO *	21	1	LISTO	11	1	LLORON	17	5	RESPETUOSO *	12	1	GORDO	20			
3	FELIZ *	21	1	PENSATIVO	9	4	ENOJON *	16	2	DIVERTIDO *	11	1	BIEN	15			
5	RESPETUOSO *	10	1	APLICADO	15	1	ROMANTICO	13	6	BUENO *	11	1	FUERTE	14			
1	SERIO	14	1	RAPIDO	8	7	HONESTO *	11	3	AMOROSO *	10	1	FEO	15			
J = 322			J = 343			J = 304			J = 369			J = 326					
G = 30.2			G = 36.8			G = 29.1			G = 23			G = 39.4					

FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI
7	HONESTO *	37	5	RESPONSABLE *	70	5	RESPONSABLE *	50	7	HONESTO *	45			
6	BUENO *	39	3	INTELIGENTE *	47	6	BUENO *	49	5	RESPONSABLE *	46			
4	CARINOSO *	32	1	TRABAJADOR	33	5	RESPETUOSO *	34	5	ALEGRE *	37			
4	AMABLE *	29	2	FLOJO *	29	4	CARINOSO *	32	3	AMIGABLE *	36			
5	ALEGRE *	28	2	ESTUDIOSO *	27	1	OBEDIENTE	27	4	ENOJON *	33			
3	COMPRESIVO *	28	1	CUMPLIDO	26	7	HONESTO *	27	3	INTELIGENTE *	29			
1	CONFIABLE	24	7	HONESTO *	26	4	AMABLE *	21	4	AMABLE *	29			
1	SINCERO	25	6	BUENO *	24	3	COMPRESIVO *	17	5	RESPETUOSO *	21			
1	FIEL	23	1	ATENTO	23	3	AMOROSO *	16	6	BUENO *	19			
3	AMIGABLE *	23	5	RESPETUOSO *	19	4	ENOJON *	15	3	COMPRESIVO *	19			
J = 305			J = 252			J = 260			J = 346					
G = 12.5			G = 45.5			G = 29.7			G = 24.3					

Total Conceptos	9	Def. x Concep.	840	Conceptos Diferentes	45
Total Alumnos	118.0	Def. x Alum.	64.1	Conceptos Comunes	16(61)
Total Definidores	7,561	Def. x Alum. x Concep.	7.1	Conceptos Libres	29

Figura 3.2. Pantalla principal SemNet ilustrando las diferentes opciones de análisis una vez que se han obtenido las definiciones conceptuales de la técnica de redes semánticas naturales.

Una opción adicional del software SemNet, es que permite usar dos modelos de memoria para analizar la conectividad entre los grupos definidores de la técnica de redes semánticas para implementar simulaciones de comportamiento conceptual de un esquema desde una perspectiva conexionista y una perspectiva determinista de proximidad semántica entre conceptos. En el caso del primer modelo, Rumelhart, Smolensky, MacClelland y Hinton (1986), postularon un primer modelo conexionista seminal para estudiar las propiedades representacionales de un esquema en la memoria humana. Dichos modelos conexionistas se tipifican por permitir el análisis de fenómenos emergentes provenientes de los patrones de activación dinámica conceptual en un esquema.

En general, este modelo determina la fuerza de asociación entre conceptos usando una fórmula de probabilidad de co-ocurrencia entre dos conceptos X_i y X_j de la siguiente forma:

$$w_{ij} = -\ln \frac{p(x_i = 0 \& x_j = 1)p(x_i = 1 \& x_j = 0)}{p(x_i = 1 \& x_j = 1)p(x_i = 0 \& x_j = 0)} \quad (1)$$

Aquí, un concepto del grupo SAM es escogido y se evalúa la probabilidad de que aparezca o no aparezca en compañía de otro concepto del grupo de definidores al que pertenece o en compañía de algún otro concepto definidor de los otros grupos conceptuales a través de todos los grupos SAM.

Una pantalla típica de esta simulación conexionista puede ser observada en la Figura 3.3.

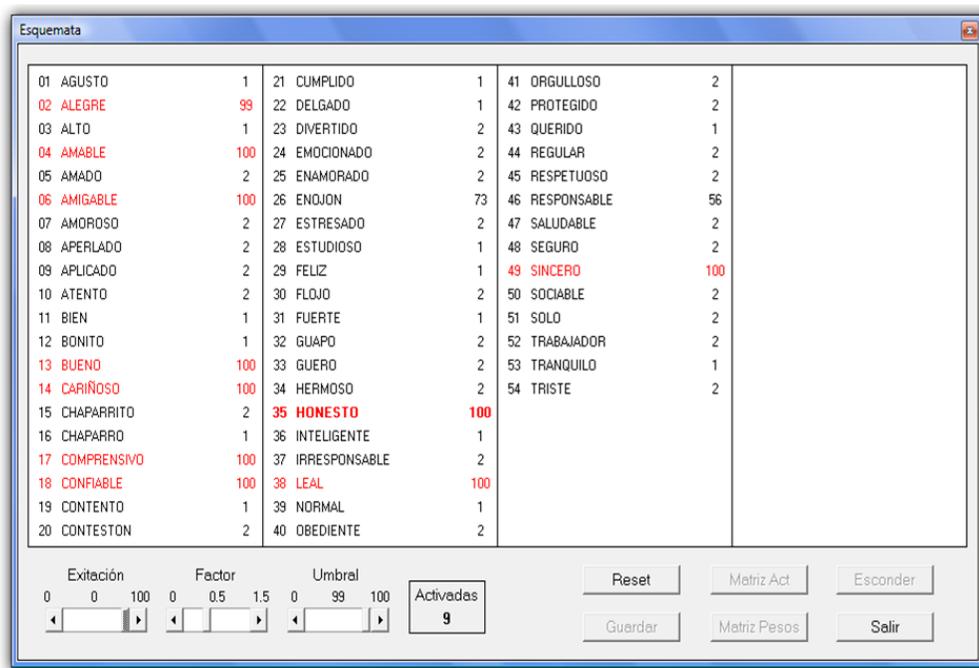


Figura 3.3. Posibles configuraciones conceptuales del esquema de autoconcepto y autoestima usando una aproximación conexionista.

El segundo modelo de memoria usado en la presente investigación fue inicialmente postulado por Schvaneveldt y colaboradores (Schvaneveldt, 1990). Este modelo permite determinar la proximidad semántica entre dos conceptos en un esquema a través de una técnica de escalamiento de redes de conocimiento llamada Pathfinder¹;

¹ El término “*Pathfinder*” es usado para describir una técnica orientada de grafos que valora la importancia de las relaciones entre los puntos de cada par de conceptos. Produce una red de representación de conceptos de un dominio. Asigna una liga entre dos conceptos dentro de una red sí, y sólo si, la liga tiene una longitud mínima entre los dos conceptos. “*Pathfinder*” requiere de estimar la disimilaridad psicológica como entrada. Estas estimaciones son obtenidas frecuentemente por sujetos relacionados con los puntos dentro de un dominio. Así, “*Pathfinder*” define una red que incluye las ligas importantes como se indicó por la proximidad de los datos (Schvaneveldt, 1990).

De acuerdo a este modelo de difusión de activación semántica el análisis Pathfinder siempre convergerá a una solución en donde se busque el mínimo de conexiones entre dos conceptos.

Desde una perspectiva tradicional que analiza la distancia semántica entre conceptos de una red es normal encontrar que modelos de memoria usan una representación bidimensional Euclidiana (por ejemplo modelos de memoria basados en escalamiento multidimensional), tal y como se señala formalmente en la siguiente ecuación:

$$d_{ab(r)} = \left(\sum_{i=1}^n |X_{ai} - X_{bi}|^r \right)^{1/r} \quad 1 \leq r \leq \infty$$

Aquí, $r=1$ cuando la medida define una métrica de cuadra; y cuando $r=2$ se emula una distancia Euclidiana. Este tipo de métrica se conoce como métrica Minkowski. En el caso de la métrica Pathfinder la aproximación Minkowski nos puede ayudar a entender lo que sucede. Tengamos que l_i sea el peso asociado con la liga i en un camino. El conjunto de todos los pesos en un camino con n ligas estaría dado por $l_i=1,2,\dots,n$. El largo del camino entre dos conceptos, está dado por la fórmula:

$$L(P) = \left(\sum_{i=1}^n l_i^r \right)^{\frac{1}{r}}, \quad 1 \leq r \leq \infty \quad (2)$$

Conforme el valor de r varía sobre un rango permitido el número de ligas en la red resultante varía sistemáticamente. En particular, conforme r disminuye, ligas adicionales son incluidas pero todas las ligas en la red con valores altos de r siguen siendo influidas. Pathfinder produce una red que es la unión de ramificaciones mínimas basadas en los datos de juicio de una persona.

Contacto directo con el Dr. Schvaneveldt en la Universidad Estatal de Arizona en el campo Politécnico, permitió implementar para la presente investigación el algoritmo Pathfinder en el paquete software SemNet 3.20.

COMO ME SIENTO		COMO ME SIENTO		COMO ME SIENTO EN MI		COMO ME SIENTO EN MI VIDA		COMO ME SIENTO			
FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI
5	BIEN	18	5	FELIZ	22	5	FELIZ	20	5	BIEN	23
2	INTELIGENTE	10	5	BIEN	16	6	ALEGRE	14	6	BONITO	17
4	RESPONSABLE	12	6	ALEGRE	14	5	BIEN	14	3	AMIGABLE	12
5	FELIZ	6	2	CONTENTO	11	3	QUERIDO	10	5	BIEN	12
1	ESTRESADO	7	1	TRISTE	13	1	AMADO	9	1	DIVERTIDO	11
1	REGULAR	6	3	TRANQUILO	10	2	AGUSTO	9	2	AGUSTO	8
2	ESTUDIOSO	6	1	ENAMORADO	7	1	PROTEGIDO	9	3	QUERIDO	5
2	CUMPLIDO	5	3	QUERIDO	6	2	CONTENTO	7	4	NORMAL	5
4	NORMAL	7	1	EMOCIONADO	4	3	TRANQUILO	6	1	SOCIABLE	5
1	ORGULLOSO	4	1	SOLO	7	1	SEGURO	5	3	TRANQUILO	5
J = 125		J = 127		J = 132		J = 141		J = 122			
G = 11.9		G = 15.5		G = 14.6		G = 14		G = 16.7			

COMO ME VEO FISICAMENTE		COMO SOY COMO AMIGO		COMO SOY COMO		COMO SOY COMO HIJO		COMO SOY COMO PERSONA			
FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI
2	BONITO	20	4	BUENO	17	4	RESPONSABLE	27	4	RESPONSABLE	23
2	DELGADO	18	2	HONESTO	17	2	ESTUDIOSO	17	4	BUENO	22
2	ALTO	17	6	ALEGRE	12	2	INTELIGENTE	15	3	CARINOSO	12
1	APERLADO	10	2	SINCERO	11	4	BUENO	14	1	OBEDIENTE	9
2	CHAPARRO	10	3	AMIGABLE	10	1	APLICADO	10	1	AMOROSO	9
4	NORMAL	8	3	CARINOSO	11	1	FLOJO	9	6	ALEGRE	9
1	CHAPARRITO	6	2	COMPENSIVO	8	2	CUMPLIDO	9	1	RESPETUOSO	7
1	GUAPO	6	1	CONFIABLE	7	1	IRRESPONSABLE	8	1	CONTESTON	7
1	GUERO	5	3	AMABLE	7	1	ATENTO	7	3	AMABLE	6
2	FUERTE	5	1	LEAL	7	1	TRABAJADOR	6	2	ENOJON	7
J = 142		J = 125		J = 115		J = 108		J = 174			
G = 12.7		G = 8.9		G = 18.9		G = 15.4		G = 12.5			

Total Conceptos	10	Def. x Concep.	291	Conceptos Diferentes	54	H-S 1	H-S 2	Compara	Predictor
Total Alumnos	49.0	Def. x Alum.	59.3	Conceptos Comunes	25(71)				
Total Definidores	2.907	Def. x Alum.x Concep	5.9	Conceptos Libres	29				

Figura 3.4 Pantalla típica de este tipo de simulaciones dentro del contexto de la organización conceptual de autoconcepto y autoestima.

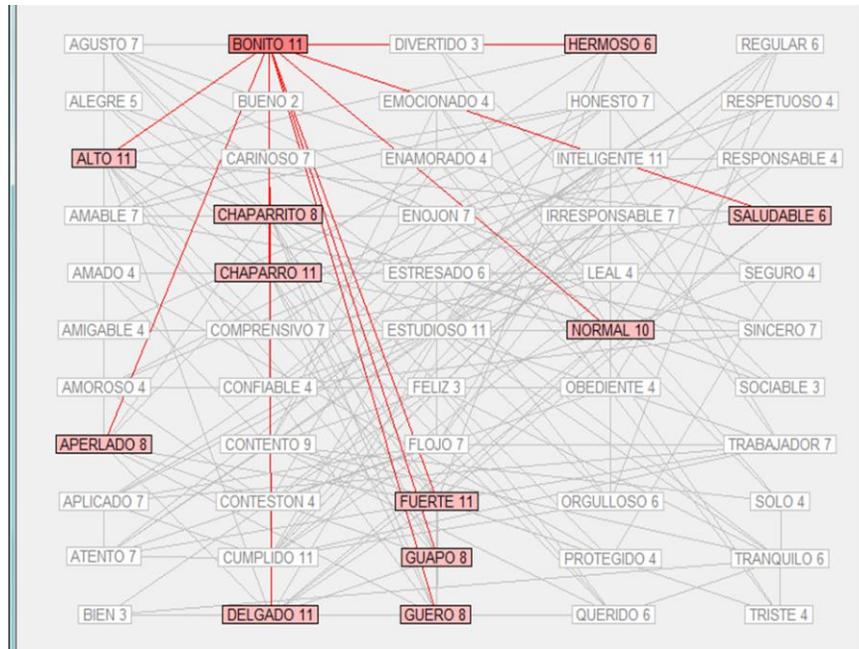


Figura 3.5. Grafica una organización PathFinder dentro del contexto del esquema de organización conceptual para autoconcepto y autoestima.

Procedimiento

Los participantes se presentaron en el salón asignado por la institución en grupos de seis. Se sentaron en un escritorio y se les entregó una hoja de consentimiento, en donde los participantes aceptan realizar de forma voluntaria los estudios y en donde se estipula el hecho de guardar discreción con los datos que se obtengan. Una vez cumplido con los aspectos éticos propios del estudio, se procedió a la aplicación de la Técnica de Redes Semánticas Naturales, donde dicho instrumento está dividido en dos partes. La primera que corresponde a un conjunto de instrucciones acompañada de un objetivo de práctica. Ya terminado esto, se procede a la presentación de cada una de las palabras objetivo perteneciente al estudio, dando 90 segundos entre concepto y concepto, iniciando todos los participantes al mismo tiempo.

- **Estudio de Facilitación Semántica**

Una vez establecido las representaciones conceptuales del autoconcepto y autoestima, se procedió a seleccionar conceptos de relevancia a dichos esquemas para determinar si la información semántica relacionada a los conceptos centrales de los esquemas impactan la organización cognitiva conceptual en el lexicón ya que de demostrar que la información de la autoestima se organiza en este nivel de procesamiento es posible afirmar su relevancia psicológica en la formación de significados. Para este propósito se procedió a comparar la relación de pares de palabras de autoestima y autoconcepto con respecto a palabras asociativas y no relacionadas en un estudio de facilitación semántica con tareas de decisión lexical. Este factor de manipulación de tipo de palabra es denominado tipo de relación semántica y constituye la variable independiente del estudio, mientras que el tiempo para realizar la tarea cognitiva (decisión lexical) se convierte en la variable dependiente.

Participantes

Al igual que en el estudio de representaciones de autoestima y autoconcepto se utilizaron para este estudio dos muestras. La primera correspondiendo al grupo control y la otra al grupo experimental. El objetivo era identificar que para ambos grupos de participantes es posible mantener los mismos efectos de organización semántica en el lexicón independientemente del posible impacto del instrumento de análisis de redes semánticas en los resultados en el estudio de facilitación semántica.

Para el grupo experimental se utilizaron 16 participantes de los cuales se obtuvieron redes semánticas naturales y otros 16 participantes para el grupo control de los cuales no se obtuvieron definiciones conceptuales. Todos fueron

asignados de forma aleatoria a las diferentes condiciones experimentales. Como criterio de inclusión se puede tomar el hecho de que dichos participantes provendrán de los sujetos analizados por el estudio de redes semánticas naturales.

Instrumentos y materiales

Para el estudio de Facilitación Semántica, se elaboraron los pares de conceptos de la siguiente forma. Los pares de palabras relacionados por asociación semántica y no relacionados por ninguna relación semántica, fueron tomados de López (2002). Estos pares de palabras han mostrado por un lado producir facilitación semántica asociativa y una no semántica en el caso de las palabras no relacionadas en previos estudios. Controles de ancho de palabra y de frecuencia de lenguaje han sido estimados para este tipo de estímulos. En el caso de pares de palabras del autoconcepto y la autoestima los estímulos verbales se obtuvieron de las definiciones conceptuales de los grupos SAM de la técnica de redes semánticas previamente definida. Ver tabla 3.1.

Tabla 3.1. Se muestran los conceptos utilizados para el estudio de Facilitación Semántica.

ASOCIATIVAS	NO RELACIONADAS
ABEJA-PICAR AVIÓN-PILOTO DENTISTA-DIENTE DÍA-NOCHE GUANTE-MANO INVIERNO-FRÍO CEBOLLA-LAGRIMAS QUESO-RATÓN TELA-ARAÑA TENIS-PELOTA AZUL-CIELO VACA-LECHE HUMO-TABACO CIRCO-PAYASO OVEJA-LANA	PISO-PANTALLA MONTAÑA-SANGRE GUERRA-ELEVADOR CUCHARA-HORA CARTA-SODA DESVAN-PLAYA PIMIENTA-TIERRA BODA-CHOCOLATE AZÚCAR-RANA PLAYERA-JAMÓN PISTOLA-ENSAYAR METRO-ESQUINA OCEANO-OPERA PUERTO-LIBRETA MUÑECA-OXÍGENO
AUTOCONCEPTO	AUTOESTIMA
RESPONSABLE-HONESTO INTELIGENTE-BUENO RESPETUOSO-AMABLE CARIÑOSO-FLOJO AMIGABLE-FIEL COMPENSIVO-ENOJON COMPARTIDO-ALEGRE TRABAJADOR-CONFIABLE DISTRAIDO-CUMPLIDO ESTUDIOSO-ATENTO OBEDIENTE-CREATIVO SOLIDARIO-JUGUETÓN EXTROVERTIDO-SINCERO SENTIMENTAL-PUNTUAL TOLERANTE-MALO	PLATICADOR-ALTO DIVERTIDO-DELGADO TIMIDO-MORENO SERIO-CHAPARRO CAPAZ-BONITO LISTO-GORDO PENSATIVO-FUERTE APLICADO-FEO FELIZ-RISUEÑO TRISTE-CALLADO SENSIBLE-HABIL LLORON-ENAMORADO ROMANTICO-CELOSO MELANCOLICO-GUAPO AMOROSO-CHIFLADO

Para la implementación del estudio de facilitación semántica se utilizó un software generador de estudios experimentales de reconocimiento de palabras denominado SuperLab Pro, el cual es capaz de presentar estímulos de velocidad taquitoscópica y registrar tiempos de respuesta ante tareas experimentales en tiempos de milisegundos.

Procedimiento

Se procedió a citar a los participantes pertenecientes tanto al grupo control como experimental con la finalidad de proceder con el estudio de facilitación semántica donde a los participantes se les citó en un salón de la institución donde tomaron dicho estudio uno por uno. Se le sentó a cada uno de ellos frente a una computadora, y se procedió al estudio de facilitación semántica.

Aquí se procedió primero a describirle la tarea cognitiva a realizar. Después se le permite una sesión de práctica para que se familiarice con la tarea a realizar. Ya que ha terminado se le cuestiona que si tiene alguna duda al respecto. Si el participante se reporta listo, entonces se procede al estudio experimental. Dicho estudio experimental se constituye de 120 ensayos. Cada ensayo a su vez, se compone de tres partes. En la primera se presenta un estímulo de centración para que el individuo centre la vista en donde los demás estímulos aparecerán. Después se presenta el facilitador semántico el cual puede ser una palabra asociativa, de autoconcepto, autoestima, o sin ningún significado. Después de 250 milisegundos se presenta un segundo estímulo verbal que puede estar bien escrito o mal escrito. Este estímulo también puede ser de naturaleza asociativa, autoconcepto, autoestima o sin relación semántica. La tarea del participante es decidir si está bien escrita o no el segundo estímulo verbal del ensayo experimental. Todo el estudio experimental lleva alrededor de 8 minutos por persona. La Figura 3.6 ilustra gráficamente un ensayo experimental del estudio de facilitación semántica.

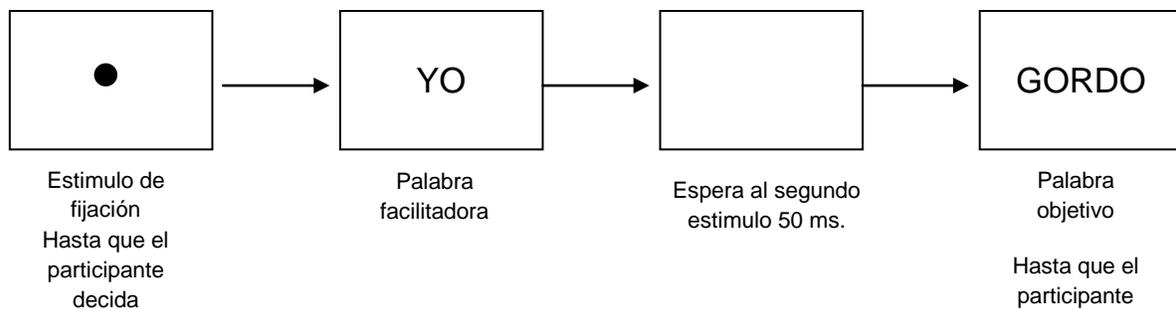


Figura 3.6. Secuencia de eventos de una tarea de decisión lexical.

- Estudio de Asociación Implícita

El tercer estudio de esta investigación se relaciona a la implementación del paradigma experimental conocido como asociación implícita (IAT) con el propósito de determinar si los participantes se identifican no solo de forma explícita con la percepción de su autoestima definida por sus representaciones conceptuales, sino también, de forma implícita.

Participantes

Al igual que el estudio de facilitación semántica, se utilizaron dos grupos el experimental y el control, esto con el fin de observar si ambos grupos llegan a tener un efecto de identidad con las palabras que se manejan para ambos estudio.

Cada grupo estaba integrado de 16 participantes. Como criterio de inclusión, para el grupo experimental, se puso como requisito el haber realizado el estudio de redes semánticas naturales. Y en el caso del grupo control, los participantes, no debían de haber participado en el estudio de redes. Todos fueron asignados de forma aleatoria a las diferentes condiciones experimentales.

Instrumentos y materiales

En esta investigación se pretende utilizar categorías presentadas en un estudio clásico para la medición de autoestima y auto concepto realizado por Greenwald et al. en el 2000, pero sustituyendo las palabras relacionadas al autoestima y autoconcepción por palabras propias del individuo, tabla 3.2.

Tabla3.2. Se muestran las categorías a utilizar en el IAT de auto concepto.

CATEGORIZACION	
YO (AUTOCONCEPTO)	OTROS (OTROS CONCEPTOS)
1. Yo	1. Otro
2. Mi	2. Suyos
3. Mío	3. Suyos
4. Míos	4. Ellos
5. Propio	5. Ajeno
1. RESPONSABLE	1. IRRESPONSABLE
2. INTELIGENTE	2. INSOLENTA
3. RESPETUOSO	3. IGNORANTE
4. CARIÑOSO	4. FRIO
5. AMIGABLE	5. SOLITARIO
6. COMPRENSIVO	6. EGOISTA
7. COMPARTIDO	7. DESHONESTO
8. HONESTO	8. MALO
9. BUENO	9. INFIEL
10. AMABLE	10. GROSERO
11. FLOJO	11. ANTISOCIAL
12. FIEL	12. INMADURO
13. ENOJON	13. TRISTE
14. TRABAJADOR	14. PERESOSO
GÉNERO	
MASCULINO	FEMENINO
Hombre	Mujer
Masculino	Femenina
Muchacho	Muchacha
Hijo	Hija
Señor	Señorita

En el caso de las palabras utilizadas como atributos, Greenwald et.al. (2000), hace la propuesta de utilizar los atributos como placenteros y no placenteros, para la medición del autoconcepto y del autoestima. Estos autores proponen evaluar los conceptos como afectivos y evaluativos. En la Tabla 3.3 se muestran los estímulos que se presentaron en el estudio experimental.

Tabla 3.3. Grupo de palabras usadas para el IAT de autoestima.

ATRIBUTOS			
AFECTIVAS		EVALUATIVAS	
AGRADABLE	DESAGRADABLE	AGRADABLE	DESAGRADABLE
ABRAZO	AGONIA	INTELIGENTE	ESTUPIDO
ALEGRIA	ASALTO	EXITOSO	ACABADO
SALUD	DOLOR	ESPLENDIDO	HORRIBLE
AMABLE	MUERTE	NOBLE	VIL
SUERTE	COCHINADA	AMOROSO	ODIADO
SONRISA	ASESINO	COMPETENTE	INUTIL
CALIDO	DESGRACIA	AGRADABLE	DESPRECIADO
CATEGORIZACION			
YO (AUTOESTIMA)		OTROS (OTROS CONCEPTOS)	
1.	APLICADO	1.	CULPABLE
2.	AMOROSO	2.	HORRIBLE
3.	PLATICADOR	3.	INOPORTUNO
4.	FELIZ	4.	PODRIDO
5.	ALEGRE	5.	MENTIROSO
6.	DIVERTIDO	6.	COBARDE
7.	ENAMORADO	7.	MOLESTO
8.	BIEN	8.	FRACASADO
9.	DELGADO	9.	ODIADO
10.	MORENO	10.	IMPROPIO
11.	CHAPARRO	11.	CANSADO
12.	BONITO	12.	DEBIL
13.	GUAPO	13.	DEPRIMIDO
14.	FUERTE	14.	GROTESCO

Nótese que en el IAT de autoestima, la prueba fue dividida en estos dos mismos niveles, pero en lugar de utilizar los conceptos dados por Greenwald (2002), se utilizarán conceptos tomados de los grupos SAM (conceptos con mayor valor M o peso semántica) a los que se llegaron en el estudio de redes semánticas naturales.

En nuestro caso, y siguiendo con el procedimiento original del IAT, los dos estudios estarán estructurados de cinco tareas. En cada una de las tareas la instrucción irá cambiando. En las cuales las primeras tres se presentaron los ensayos denominados como coherentes ya que poseen estímulos asociados (asumiendo que la categoría de materia tiene una valencia positiva) y las últimas dos se invierten las categorías, perteneciendo a los estímulos incoherentes. Tabla 3. Con fines de control, cada estudio tiene su presentación versión balanceada y

contrabalanceada. En la tabla 3.4 se muestra los bloques en los cuales esta dividido el estudio IAT de autoestima.

Tabla 3.4. Ilustra la secuencia de eventos presentados en el estudio IAT de autoestima.

TAREA	RESPUESTA SITUADA A LA IZQUERDA	RESPUESTA SITUADA A LA DERECHA
1	YO	OTROS
2	AGRADABLE	DESAGRADABLE
3	AGRADABLE / YO	DESAGRADABLE / OTROS
4	OTROS	YO
5	AGRADABLES /OTROS	DESAGRADABLE / YO

En total, se presentan 28 estímulos por cada bloque de ensayos y 56 por cada bloque experimental, en los cuales al participante le toma un tiempo aproximado de 6 minutos en las 5 tareas de clasificación dual.

Procedimiento

Para concluir con la recolección de datos, se procedió a la aplicación del último estudio el Test de Asociación Implícita de autoestima y el Test de Asociación Implícita de autoconcepto. En este estudio el orden de las aplicaciones de los estudios será asignado aleatoriamente para su contrabalanceo. Los participantes serán citados en una sala asignada por la institución, durante su horario de clases. La aplicación de dicha prueba fue de forma individual. Una vez dentro del salón se les asignó una computadora y se procedió al estudio. El estudio se compone en tres partes. La primera se refiere al conjunto de instrucciones, esto con el fin de disipar cualquier duda que se llegara a tener a la

tarea a realizar. Una vez comprendida la instrucción y si el participante se reporta listo, se procederá al estudio.

Una vez comenzada la prueba, se le presentara al participante una serie de cinco bloques de ensayos, donde 3 de ellos corresponden a los bloques de práctica, éstos aparecen antes de cada ensayo experimental, corresponden a los bloques 1, 2 y 4. Estos bloques no se tomaron en cuenta para el análisis de los resultados. Los ensayos experimentales se constituyen a su vez en 2 bloques. El primero donde los estímulos son congruentes con la categoría y atributo, y la segunda etapa se refiere a la etapa de la presentación de estímulos incongruentes en donde se invierten la categoría de la cual se desea encontrar la asociación. En el caso del contrabalanceo, esto se invierte.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

Como se indicó anteriormente se procedió a un estudio de análisis de representación mental de autoconcepto y autoestima, así como a un estudio de facilitación semántica, que permitió explorar palabras centrales a la organización semántica conceptual de autoconcepto y autoestima. Finalmente dichas palabras se utilizaron para explorar la actitud implícita de los participantes a los conceptos generados por ellos en relación a estas categorías conceptuales.

En el caso del estudio de la representación mental se procedió primero a un análisis piloto de redes semánticas sobre 47 participantes en donde la pregunta de inducción del esquema a definir era ¿Cómo me veo? tratando de definir cinco conceptos de autoestima (socializar, físico, intelectual, emocional y familiar) y cuatro conceptos de autoconcepto (estudiante, amigo, hijo y persona). Un análisis inmediato de esta técnica sobre los nueve conceptos a definir mostró que ninguno de los definidores del grupo SAM para la autoestima física conectaba con algún otro grupo SAM (ni de autoestima ni de autoconcepto). A este respecto se sospechó que dicho resultado puede deberse al tipo de participante en el sentido de que aun y cuando no se considera que sean especialmente diferentes al resto de sus compañeros, era necesario por una confirmación de Test- Re-test, determinar si este resultado se mantenía aun y cuando se cambiara el grupo. Por lo que se procedió a un segundo análisis con 71 estudiantes con la misma técnica. Nuevamente los dos resultados fueron idénticos por lo cual se promediaron los resultados para mostrar las definiciones conceptuales observadas en la Figura 4.1. Dichos grupos SAMs detallan de forma exacta lo que sucedió con cada grupo que se promedió.

COMO-ME-VEO-AL-SOCIALIZAR			MO-ME-VEO-EN-LO-INTELECTU			MO-ME-VEO-EN-LO-SENTIMENT			COMO-ME-VEO-EN-MI-FAMILIA			COMO-ME-VEO-FISICAMENTE		
FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI
3	AMIGABLE	46	3	INTELIGENTE	47	3	AMOROSO	42	3	FELIZ	36	1	ALTO	55
4	AMABLE	25	2	ESTUDIOSO	18	3	FELIZ	30	5	RESPONSABLE	30	1	DELGADO	40
1	PLATICADOR	24	5	RESPONSABLE	18	4	CARIÑOSO	27	5	ALEGRE	21	1	MORENO	33
5	ALEGRE	24	1	CAPAZ	16	5	ALEGRE	26	4	CARIÑOSO	20	1	CHAPARRO	30
2	DIVERTIDO	23	6	BUENO	17	1	TRISTE	26	7	HONESTO	14	1	BONITO	28
1	TIMIDO	25	2	FLOJO	17	1	SENSIBLE	17	4	ENOJON	16	1	OJOS-CAFES	23
7	HONESTO	21	1	LISTO	11	1	LLORON	17	5	RESPETUOSO	12	1	GORDO	20
3	FELIZ	21	1	PENSATIVO	9	4	ENOJON	16	2	DIVERTIDO	11	1	BIEN	15
5	RESPETUOSO	10	1	APLICADO	15	1	ROMANTICO	13	6	BUENO	11	1	FUERTE	14
1	SERIO	14	1	RAPIDO	8	7	HONESTO	11	3	AMOROSO	10	1	FEO	15
J = 322 G = 30.2			J = 343 G = 36.8			J = 304 G = 29.1			J = 369 G = 23			J = 326 G = 39.4		
COMO-SOY-COMO-AMIGO			COMO-SOY-COMO-ESTUDIANTE			COMO-SOY-COMO-HIJO			COMO-SOY-COMO-PERSONA					
FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI
7	HONESTO	37	5	RESPONSABLE	70	5	RESPONSABLE	50	7	HONESTO	45			
6	BUENO	39	3	INTELIGENTE	47	6	BUENO	49	5	RESPONSABLE	46			
4	CARIÑOSO	32	1	TRABAJADOR	33	5	RESPETUOSO	34	5	ALEGRE	37			
4	AMABLE	29	2	FLOJO	29	4	CARIÑOSO	32	3	AMIGABLE	36			
5	ALEGRE	28	2	ESTUDIOSO	27	1	OBEDIENTE	27	4	ENOJON	33			
3	COMPRESIVO	28	1	CUMPLIDO	26	7	HONESTO	27	3	INTELIGENTE	29			
1	CONFIABLE	24	7	HONESTO	26	4	AMABLE	21	4	AMABLE	29			
1	SINCERO	25	6	BUENO	24	3	COMPRESIVO	17	5	RESPETUOSO	21			
1	FIEL	23	1	ATENTO	23	3	AMOROSO	16	6	BUENO	19			
3	AMIGABLE	23	5	RESPETUOSO	19	4	ENOJON	15	3	COMPRESIVO	19			
J = 305 G = 12.5			J = 252 G = 45.5			J = 260 G = 29.7			J = 346 G = 24.3					
Total Conceptos	9	Def. x Concep.	840	Conceptos Diferentes	45	H-S 1		H-S 2		Compara		Predictor		
Total Alumnos	118.0	Def. x Alum.	64.1	Conceptos Comunes	16(61)	DetallesSam		Esquemata		NetScan				
Total Definidores	7,561	Def. x Alum.x Concep	7.1	Conceptos Libres	29									

Figura 4.1. Se describe las definiciones conceptuales obtenidas

Lo primero que se obtiene de este análisis es la determinación de cuáles son los conceptos comunes que dan mayor interconectividad conceptual en la red: HONESTO (7), BUENO (6), ALEGRE (5), RESPETUOSO (5), RESPONSABLE (5), ALEGRE (5), AMABLE (4), CARIÑOSO (4), ENOJON (4), AMIGABLE (3), FELIZ (3), INTELIGENTE (3), AMOROSO (3) y COMPRESIVO (3). Nótese que esto es tomando en cuenta que ambos esquemas (autoconcepto y autoestima) están conectados. Por ejemplo, cuando se activa el concepto de HONESTO se observa que ambas agrupaciones conceptuales están muy ligadas, tal y como se ilustra en la Figura 4.2.

COMO-ME-VEO-AL-SOCIALIZAR			MO-ME-VEO-EN-LO-INTELECTU			MO-ME-VEO-EN-LO-SENTIMENT			COMO-ME-VEO-EN-MI-FAMILIA			COMO-ME-VEO-FISICAMENTE		
FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI
3	AMIGABLE	46	3	INTELIGENTE	47	3	AMOROSO	42	3	FELIZ	36	1	ALTO	55
4	AMABLE	25	2	ESTUDIOSO	18	3	FELIZ	30	5	RESPONSABLE	30	1	DELGADO	40
1	PLATICADOR	24	5	RESPONSABLE	18	4	CARIÑOSO	27	5	ALEGRE	21	1	MORENO	33
5	ALEGRE	24	1	CAPAZ	16	5	ALEGRE	26	4	CARIÑOSO	20	1	CHAPARRO	30
2	DIVERTIDO	23	6	BUENO	17	1	TRISTE	26	7	HONESTO	14	1	BONITO	28
1	TIMIDO	25	2	FLOJO	17	1	SENSIBLE	17	4	ENOJON	16	1	OJOS-CAFES	23
7	HONESTO	21	1	LISTO	11	1	LLORON	17	5	RESPETUOSO	12	1	GORDO	20
3	FELIZ	21	1	PENSATIVO	9	4	ENOJON	16	2	DIVERTIDO	11	1	BIEN	15
5	RESPETUOSO	10	1	APLICADO	15	1	ROMANTICO	13	6	BUENO	11	1	FUERTE	14
1	SERIO	14	1	RAPIDO	8	7	HONESTO	11	3	AMOROSO	10	1	FEO	15
J = 322 G = 30.2			J = 343 G = 36.8			J = 304 G = 29.1			J = 369 G = 23			J = 326 G = 39.4		
COMO-SOY-COMO-AMIGO			COMO-SOY-COMO-ESTUDIANTE			COMO-SOY-COMO-HIJO			COMO-SOY-COMO-PERSONA					
FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI
7	HONESTO	37	5	RESPONSABLE	70	5	RESPONSABLE	50	7	HONESTO	45			
6	BUENO	39	3	INTELIGENTE	47	6	BUENO	49	5	RESPONSABLE	46			
4	CARIÑOSO	32	1	TRABAJADOR	33	5	RESPETUOSO	34	5	ALEGRE	37			
4	AMABLE	29	2	FLOJO	29	4	CARIÑOSO	32	3	AMIGABLE	36			
5	ALEGRE	28	2	ESTUDIOSO	27	1	OBEDIENTE	27	4	ENOJON	33			
3	COMPENSIVO	28	1	CUMPLIDO	26	7	HONESTO	27	3	INTELIGENTE	29			
1	CONFIABLE	24	7	HONESTO	26	4	AMABLE	21	4	AMABLE	29			
1	SINCERO	25	6	BUENO	24	3	COMPENSIVO	17	5	RESPETUOSO	21			
1	FIEL	23	1	ATENTO	23	3	AMOROSO	16	6	BUENO	19			
3	AMIGABLE	23	5	RESPETUOSO	19	4	ENOJON	15	3	COMPENSIVO	19			
J = 305 G = 12.5			J = 252 G = 45.5			J = 260 G = 29.7			J = 346 G = 24.3					
Total Conceptos	9	Def. x Concep.	840	Conceptos Diferentes	45	H-S 1		H-S 2		Compara		Predictor		
Total Alumnos	118.0	Def. x Alum.	64.1	Conceptos Comunes	16(61)	Detalles Sam		Esquemata		NetScan				
Total Definidores	7,561	Def. x Alum x Concep	7.1	Conceptos Libres	29									

Figura 4.2. Se describe alta conectividad entre las definiciones conceptuales de autoestima y autoconcepto a través del concepto HONESTO.

Para confirmar que estos resultados no se deben necesariamente a la técnica de inducción del esquema, se optó por usar otra frase desencadenadora de organización conceptual semántica. En lugar de usar la guía de definición conceptual de la frase ¿Cómo me veo a mí mismo?, se usó la frase ¿Cómo me siento? La tabla 4.1 muestra una comparación conceptual entre definiciones conceptuales para ambas frases.

Tabla 4.1. Definiciones conceptuales generadas para las frases de inducción de esquema “como me veo a mi mismo” y “como me siento conmigo”.

GRUPO 1			GRUPO 2		
COMO ME VEO EN LO SENTIMENTAL	COMO ME VEO AL SOCIALIZAR	COMO ME VEO EN LO INTELLECTUAL	COMO ME SIENTO EMOCIONALMENTE	COMO ME SIENTO EN MI VIDA SOCIAL	COMO ME SIENTO ACADEMICAMENTE
AMOROSO	AMIGABLE	INTELIGENTE	FELIZ	FELIZ	BIEN
FELIZ	AMABLE	ESTUDIOSO	BIEN	ALEGRE	INTELIGENTE
CARIÑOSO	PLATICADOR	RESPONSABLE	ALEGRE	AMIGABLE	RESPONSABLE
ALEGRE	ALEGRE	CAPAZ	CONTENTO	BIEN	FELIZ
TRISTE	DIVERTIDO	BUENO	TRISTE	DIVERTIDO	ESTRESADO
SENSIBLE	TIMIDO	FLOJO	TRANQUILO	AGUSTO	REGULAR
LLORON	HONESTO	LISTO	ENAMORADO	QUERIDO	ESTUDIOSO
ENOJON	FELIZ	PENSATIVO	QUERIDO	NORMAL	CUMPLIDO
ROMANTICO	RESPECTUOSO	APLICADO	EMOCIONADO	SOCIABLE	NORMAL
HONESTO	SERIO	RAPIDO	SOLO	TRANQUILO	ORGULLOSO
COMO ME VEO EN MI FAMILIA	COMO ME VEO FISICAMENTE		COMO ME SIENTO EN MI FAMILIA	COMO ME SIENTO FISICAMENTE	COMO ME VEO FISICAMENTE
FELIZ	ALTO		FELIZ	BIEN	BONITO
RESPONSABLE	DELGADO		ALEGRE	BONITO	DELGADO
ALEGRE	MORENO		BIEN	ALTO	ALTO
CARIÑOSO	CHAPARRO		QUERIDO	DELGADO	APERLADO
HONESTO	BONITO		AMADO	CHAPARRO	CHAPARRO
ENOJON	OJOS-CAFES		AGUSTO	FUERTE	NORMAL
RESPECTUOSO	GORDO		PROTEGIDO	FELIZ	CHAPARRITO
DIVERTIDO	BIEN		CONTENTO	SALUDABLE	GUAPO
BUENO	FUERTE		TRANQUILO	HERMOSO	GÜERO
AMOROSO	FEO		SEGURO	NORMAL	FUERTE
COMO SOY COMO AMIGO	COMO SOY COMO PERSONA	COMO SOY COMO HIJO	COMO SOY COMO AMIGO	COMO SOY COMO PERSONA	COMO SOY COMO HIJO
HONESTO	HONESTO	RESPONSABLE	BUENO	RESPONSABLE	RESPONSABLE
BUENO	RESPONSABLE	BUENO	HONESTO	AMIGABLE	BUENO
CARIÑOSO	ALEGRE	RESPECTUOSO	ALEGRE	ALEGRE	CARIÑOSO
AMABLE	AMIGABLE	CARIÑOSO	SINCERO	HONESTO	OBEDIENTE
ALEGRE	ENOJON	OBEDIENTE	AMIGABLE	BUENO	AMOROSO
COMPRESIVO	INTELIGENTE	HONESTO	CARIÑOSO	AMABLE	ALEGRE
CONFIABLE	AMABLE	AMABLE	COMPRESIVO	ENOJON	RESPECTUOSO
SINCERO	RESPECTUOSO	COMPRESIVO	CONFIABLE	COMPRESIVO	CONTESTON
FIEL	BUENO	AMOROSO	AMABLE	CARIÑOSO	AMABLE
AMIGABLE	COMPRESIVO	ENOJON	LEAL	SINCERO	ENOJON
COMO SOY COMO ESTUDIANTE			COMO SOY COMO ESTUDIANTE		
RESPONSABLE			RESPONSABLE		
INTELIGENTE			ESTUDIOSO		
TRABAJADOR			INTELIGENTE		
FLOJO			BUENO		
ESTUDIOSO			APLICADO		
CUMPLIDO			FLOJO		
HONESTO			CUMPLIDO		
BUENO			IRRSPONSABLE		

ATENTO			ATENTO		
RESPECTUOSO			TRABAJADOR		

En la tabla 4.1 nótese que se encuentran incluidos tanto los conceptos de autoestima y autoconcepto. En dicha tabla podemos ver el primer grupo donde muestra los conceptos que fueron comunes entre ellos. Interesante a este respecto es el hecho de que los conceptos definidores de autoestima que se relacionan a un aspecto del físico no fueron comunes a otros grupos SAM.

Pero, en el caso del segundo grupo referente a esta misma tabla, se puede ver que los conceptos de autoestima y autoconcepto están conectados entre sí. Aunque se encontró conceptos comunes entre la pregunta ¿Cómo me siento físicamente? y ¿Cómo me veo físicamente?, la conexión es más fuerte solo entre estos dos definidores y solo tres conceptos fueron comunes con el resto de los definidores (NORMAL, FELIZ y BIEN).

En general se observa que cuando se hace una pregunta tipo emocional subjetiva la organización conceptual de autoestima física tiende a relacionarse con los otros grupos de definiciones conceptuales de autoestima. Sin embargo, cuando se analiza el grupo SAM de ¿Cómo me veo físicamente? lo que obtiene es un resultado congruente con el primer estudio que menciona por una parte que lo físico parece estar no relacionado a otros eventos de autoestima ni de autoconcepto, pero que si se considera algo más abstracto entonces es probable que visualice en el significado general de autoestima (NORMAL) tal y como se ilustra en la Figura 4.3.

COMO ME SIENTO			COMO ME SIENTO			COMO ME SIENTO EN MI			COMO ME SIENTO EN MI VIDA			COMO ME SIENTO		
FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI
5	BIEN	18	5	FELIZ	22	5	FELIZ	20	5	FELIZ	19	5	BIEN	23
2	INTELIGENTE	10	5	BIEN	16	6	ALEGRE	14	6	ALEGRE	14	2	BONITO	17
4	RESPONSABLE	12	6	ALEGRE	14	5	BIEN	14	3	AMIGABLE	12	2	ALTO	14
5	FELIZ	6	2	CONTENTO	11	3	QUERIDO	10	5	BIEN	12	2	DELGADO	10
1	ESTRESADO	7	1	TRISTE	13	1	AMADO	9	1	DIVERTIDO	11	2	CHAPARRO	10
1	REGULAR	6	3	TRANQUILO	10	2	AGUSTO	9	2	AGUSTO	8	2	FUERTE	8
2	ESTUDIOSO	6	1	ENAMORADO	7	1	PROTEGIDO	9	3	QUERIDO	5	5	FELIZ	7
2	CUMPLIDO	5	3	QUERIDO	6	2	CONTENTO	7	4	NORMAL	5	1	SALUDABLE	7
4	NORMAL	7	1	EMOCIONADO	4	3	TRANQUILO	6	1	SOCIABLE	5	1	HERMOSO	5
1	ORGULLOSO	4	1	SOLO	7	1	SEGURO	5	3	TRANQUILO	5	4	NORMAL	5
J = 125 G = 11.9			J = 127 G = 15.5			J = 132 G = 14.6			J = 141 G = 14			J = 122 G = 16.7		

COMO ME VEO FISICAMENTE			COMO SOY COMO AMIGO			COMO SOY COMO			COMO SOY COMO HIJO			COMO SOY COMO PERSONA		
FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI
2	BONITO	20	4	BUENO	17	4	RESPONSABLE	27	4	RESPONSABLE	23	4	RESPONSABLE	21
2	DELGADO	18	2	HONESTO	17	2	ESTUDIOSO	17	4	BUENO	22	3	AMIGABLE	21
2	ALTO	17	6	ALEGRE	12	2	INTELIGENTE	15	3	CARIÑOSO	12	6	ALEGRE	19
1	APERLADO	10	2	SINCERO	11	4	BUENO	14	1	OBEDIENTE	9	2	HONESTO	18
2	CHAPARRO	10	3	AMIGABLE	10	1	APLICADO	10	1	AMOROSO	9	4	BUENO	13
4	NORMAL	8	3	CARIÑOSO	11	1	FLOJO	9	6	ALEGRE	9	3	AMABLE	10
1	CHAPARRITO	6	2	COMPRESIVO	8	2	CUMPLIDO	9	1	RESPETUOSO	7	2	ENOJON	12
1	GUAPO	6	1	CONFIABLE	7	1	IRRESPONSABLE	8	1	CONTESTON	7	2	COMPRESIVO	9
1	GUERO	5	3	AMABLE	7	1	ATENTO	7	3	AMABLE	6	3	CARIÑOSO	8
2	FUERTE	5	1	LEAL	7	1	TRABAJADOR	6	2	ENOJON	7	2	SINCERO	7
J = 142 G = 12.7			J = 125 G = 8.9			J = 115 G = 18.9			J = 108 G = 15.4			J = 174 G = 12.5		

Total Conceptos	10	Def. x Concep.	291	Conceptos Diferentes	54
Total Alumnos	49.0	Def. x Alum.	59.3	Conceptos Comunes	25(71)
Total Definidores	2,907	Def. x Alum.x Concep	5.9	Conceptos Libres	29

Figura 4.3. A la pregunta ¿Cómo me veo físicamente? los participantes presentaron conectividad con el resto del esquema de autoestima con un definidor común subjetivo de Normalidad.

Dicho efecto se interpretara posteriormente en la sección de discusión de la presente tesis.

Las simulaciones computacionales del autoconcepto y autoestima.

Las definiciones conceptuales generadas en el análisis de redes semánticas fueron usadas en dos modelos cognitivos de simulaciones computacional de memoria humana. El primero de ellos, esto es, el modelo de proximidad semántica generó que los conceptos definidores más comunes entre los grupos SAM son los que obtuvieron mayor definición en términos de proximidad semántica. Por ejemplo, si el concepto HONESTO (común a siete grupos SAM) es activado, entonces el modelo activará como los conceptos de

mayor proximidad semántica ALEGRE y RESPETUOSO. La Figura 4.4 muestra la organización conceptual de la simulación Pathfinder.

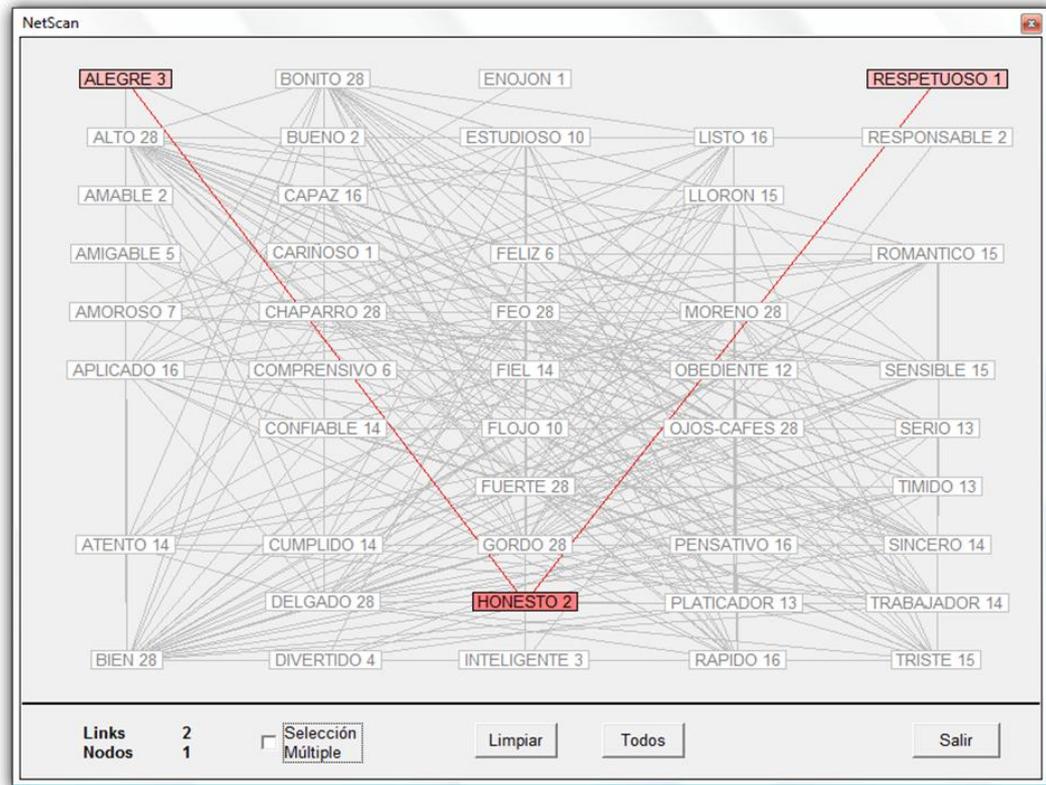


Figura 4.4. Se presenta una pantalla de la simulación Pathfinder cuando se activa el concepto de HONESTO.

A este respecto hay que hacer notar que si por otro lado se activa un concepto que no tenga conectividad a ningún otro grupo SAM como lo es el caso del concepto ALTO para el primer grupo entonces lo que se obtiene es la activación de otros 27 conceptos en la red. La Figura 4.5 enseña el resultado de dicha activación conceptual.

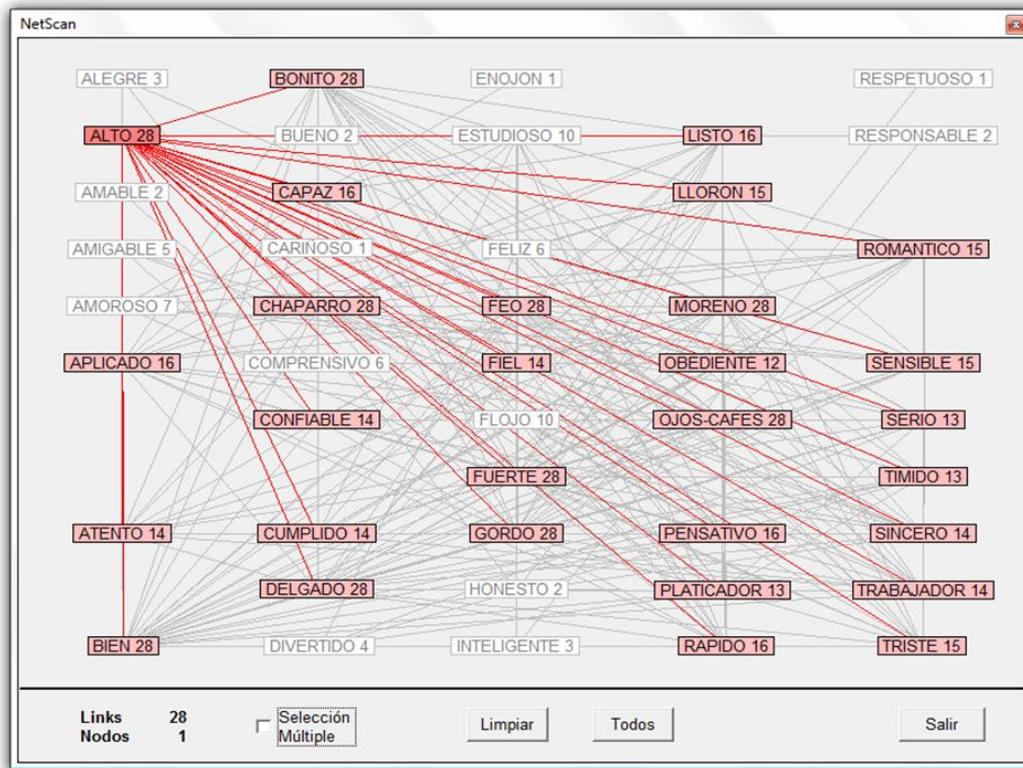


Figura 4.5. Organización conceptual para el concepto ALTO con poca conectividad.

Ambas figuras de organización Pathfinder muestran un fenómeno fundamental de organización semántica relacionado al uso de dicha técnica con la técnica de redes semánticas naturales. En particular el hecho de que a mayor conectividad de un concepto definidor a los grupos SAM menor activación del número de conceptos de proximidad semántica. Conversamente a menor conectividad entonces se genera mayor activación en el modelo de proximidad. Esto debe interpretarse como mayor definición semántica cuando se tiene alta conectividad y por lo tanto solo se activaran conceptos que realmente tengan relevancia en términos de proximidad semántica. Esto indicaría que en el caso de definidores de autoestima física no es posible encontrar definición semántica apropiada en términos de proximidad entre conceptos. Afortunadamente todos los demás grupos SAM a excepción de este último poseen alta conectividad a través de sus definidores más comunes y altos lo cual permite explorar un esquema de proximidad semántica para el esquema de autoconcepto y autoestima subjetiva en

el primer grupo. A este respecto hay que hacer notar que en las definiciones conceptuales de estos grupos fueron los de mayor conectividad HONESTO, BUENO, RESPONSABLE y RESPETUOSO. Nótese que estos definidores parecen definir un estereotipo de deseabilidad social sobre cómo se consideran ellos a sí mismos y sobre una autoestima alta deseable.

En el segundo grupo se obtuvo un comportamiento diferente en la organización conceptual de autoestima. En particular, la pregunta ¿Cómo me siento? tuvo como efecto el que los conceptos de autoestima se asociaran más entre ellos mismos que al autoconcepto y dejando entrever que la autoestima se significó como algo más bien emocional, por ejemplo, al activar FELIZ o BIEN solamente se da conectividad entre definiciones conceptuales de la autoestima. Esto no ocurrió en el caso del primer grupo.

SemNet - Grupos SAM: Grupo 6A

COMO ME SIENTO			COMO ME SIENTO			COMO ME SIENTO EN MI			COMO ME SIENTO EN MI VIDA			COMO ME SIENTO		
FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI
5	BIEN	18	5	FELIZ	22	5	FELIZ	20	5	FELIZ	19	5	BIEN	23
2	INTELIGENTE	10	5	BIEN	16	6	ALEGRE	14	6	ALEGRE	14	2	BONITO	17
4	RESPONSABLE	12	6	ALEGRE	14	5	BIEN	14	3	AMIGABLE	12	2	ALTO	14
5	FELIZ	6	2	CONTENTO	11	3	QUERIDO	10	5	BIEN	12	2	DELGADO	10
1	ESTRESADO	7	1	TRISTE	13	1	AMADO	9	1	DIVERTIDO	11	2	CHAPARRO	10
1	REGULAR	6	3	TRANQUILO	10	2	AGUSTO	9	2	AGUSTO	8	2	FUERTE	8
2	ESTUDIOSO	6	1	ENAMORADO	7	1	PROTEGIDO	9	3	QUERIDO	5	5	FELIZ	7
2	CUMPLIDO	5	3	QUERIDO	6	2	CONTENTO	7	4	NORMAL	5	1	SALUDABLE	7
4	NORMAL	7	1	EMOCIONADO	4	3	TRANQUILO	6	1	SOCIABLE	5	1	HERMOSO	5
1	ORGULLOSO	4	1	SOLO	7	1	SEGURO	5	3	TRANQUILO	5	4	NORMAL	5
J = 125 G = 11.9			J = 127 G = 15.5			J = 132 G = 14.6			J = 141 G = 14			J = 122 G = 16.7		

COMO ME VEO FISICAMENTE			COMO SOY COMO AMIGO			COMO SOY COMO			COMO SOY COMO HIJO			COMO SOY COMO PERSONA		
FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI
2	BONITO	20	4	BUENO	17	4	RESPONSABLE	27	4	RESPONSABLE	23	4	RESPONSABLE	21
2	DELGADO	18	2	HONESTO	17	2	ESTUDIOSO	17	4	BUENO	22	3	AMIGABLE	21
2	ALTO	17	6	ALEGRE	12	2	INTELIGENTE	15	3	CARINOSO	12	6	ALEGRE	19
1	APERLADO	10	2	SINCERO	11	4	BUENO	14	1	OBEDIENTE	9	2	HONESTO	18
2	CHAPARRO	10	3	AMIGABLE	10	1	APLICADO	10	1	AMOROSO	9	4	BUENO	13
4	NORMAL	8	3	CARINOSO	11	1	FLOJO	9	6	ALEGRE	9	3	AMABLE	10
1	CHAPARRITO	6	2	COMPENSIVO	8	2	CUMPLIDO	9	1	RESPETUOSO	7	2	ENOJON	12
1	GUAPO	6	1	CONFIABLE	7	1	IRRESPONSABLE	8	1	CONTESTON	7	2	COMPENSIVO	9
1	GUERO	5	3	AMABLE	7	1	ATENTO	7	3	AMABLE	6	3	CARINOSO	8
2	FUERTE	5	1	LEAL	7	1	TRABAJADOR	6	2	ENOJON	7	2	SINCERO	7
J = 142 G = 12.7			J = 125 G = 8.9			J = 115 G = 18.9			J = 108 G = 15.4			J = 174 G = 12.5		

Total Conceptos	10	Def. x Concep.	291	Conceptos Diferentes	54
Total Alumnos	49.0	Def. x Alum.	59.3	Conceptos Comunes	25(71)
Total Definidores	2,907	Def. x Alum.x Concep	5.9	Conceptos Libres	29

H-S 1 H-S 2 Compara Predictor
 DetallesSam Esquemata NetScan

Figura 4.6. Muestra la conectividad del concepto FELIZ al momento de activarlo.

Por otra parte, al activar conceptos como BUENO se puede observar que la mayor conectividad se da en el esquema de autoconcepto dejando entrever el efecto de una diferenciación dada la pregunta según sea el grupo del que se trate.

SemNet - Grupos SAM: Grupo 6A

COMO ME SIENTO		COMO ME SIENTO		COMO ME SIENTO EN MI		COMO ME SIENTO EN MI VIDA		COMO ME SIENTO			
FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI
5	BIEN	18	5	FELIZ	22	5	FELIZ	20	5	FELIZ	19
2	INTELIGENTE	10	5	BIEN	16	6	ALEGRE	14	6	ALEGRE	14
4	RESPONSABLE	12	6	ALEGRE	14	5	BIEN	14	3	AMIGABLE	12
5	FELIZ	6	2	CONTENTO	11	3	QUERIDO	10	5	BIEN	12
1	ESTRESADO	7	1	TRISTE	13	1	AMADO	9	1	DIVERTIDO	11
1	REGULAR	6	3	TRANQUILO	10	2	AGUSTO	9	2	AGUSTO	8
2	ESTUDIOSO	6	1	ENAMORADO	7	1	PROTEGIDO	9	3	QUERIDO	5
2	CUMPLIDO	5	3	QUERIDO	6	2	CONTENTO	7	4	NORMAL	5
4	NORMAL	7	1	EMOCIONADO	4	3	TRANQUILO	6	1	SOCIABLE	5
1	ORGULLOSO	4	1	SOLO	7	1	SEGURO	5	3	TRANQUILO	5
J = 125			J = 127			J = 132			J = 141		
G = 11.9			G = 15.5			G = 14.6			G = 14		
COMO ME VEO FISICAMENTE			COMO SOY COMO AMIGO			COMO SOY COMO			COMO SOY COMO HIJO		
2	BONITO	20	4	BUENO	17	4	RESPONSABLE	27	4	RESPONSABLE	23
2	DELGADO	18	2	HONESTO	17	2	ESTUDIOSO	17	4	BUENO	22
2	ALTO	17	6	ALEGRE	12	2	INTELIGENTE	15	3	CARIÑOSO	12
1	APERLADO	10	2	SINCERO	11	4	BUENO	14	1	OBEDIENTE	9
2	CHAPARRO	10	3	AMIGABLE	10	1	APLICADO	10	1	AMOROSO	9
4	NORMAL	8	3	CARIÑOSO	11	1	FLOJO	9	6	ALEGRE	9
1	CHAPARRITO	6	2	COMPRESIVO	8	2	CUMPLIDO	9	1	RESPECTUOSO	7
1	GUAPO	6	1	CONFIABLE	7	1	IRRESPONSABLE	8	1	CONTESTON	7
1	GUERO	5	3	AMABLE	7	1	ATENTO	7	3	AMABLE	6
2	FUERTE	5	1	LEAL	7	1	TRABAJADOR	6	2	ENOJON	7
J = 142			J = 125			J = 115			J = 108		
G = 12.7			G = 8.9			G = 18.9			G = 15.4		
COMO SOY COMO PERSONA											
4	RESPONSABLE	21	4	RESPONSABLE	21	4	RESPONSABLE	23	4	RESPONSABLE	21
3	AMIGABLE	21	3	AMIGABLE	21	3	AMIGABLE	22	3	AMIGABLE	21
6	ALEGRE	19	6	ALEGRE	19	6	ALEGRE	19	6	ALEGRE	19
2	HONESTO	18	2	HONESTO	18	2	HONESTO	18	2	HONESTO	18
4	BUENO	13	4	BUENO	13	4	BUENO	14	4	BUENO	13
3	AMABLE	10	3	AMABLE	10	3	AMABLE	10	3	AMABLE	10
2	ENOJON	12	2	ENOJON	12	2	ENOJON	12	2	ENOJON	12
2	COMPRESIVO	9	2	COMPRESIVO	9	2	COMPRESIVO	9	2	COMPRESIVO	9
3	CARIÑOSO	8	3	CARIÑOSO	8	3	CARIÑOSO	8	3	CARIÑOSO	8
7	SINCERO	7	7	SINCERO	7	7	SINCERO	7	7	SINCERO	7
J = 174			J = 174			J = 174			J = 174		
G = 12.5			G = 12.5			G = 12.5			G = 12.5		
Total Conceptos	10	Def. x Concep.	291	Conceptos Diferentes	54	H-S 1		H-S 2		Compara	Predictor
Total Alumnos	49.0	Def. x Alum.	59.3	Conceptos Comunes	25(71)	DetallesSam		Esquemata		NetScan	
Total Definidores	2,907	Def. x Alum.x Concep	5.9	Conceptos Libres	29						

Figura 4.7. Muestra la conectividad del concepto BUENO al momento de activarlo.

Por lo mismo se hipotetizó que en un estudio de facilitación semántica, conceptos de autoestima que facilitan otros conceptos abstractos del autoestima deben ser significativamente diferentes del tipo de facilitación semántica que se pueda obtener con conceptos del físico del individuo relacionados a su autoestima. La Figura 4.8 muestra el desempeño de los participantes cuando se analizan cuatro condiciones.

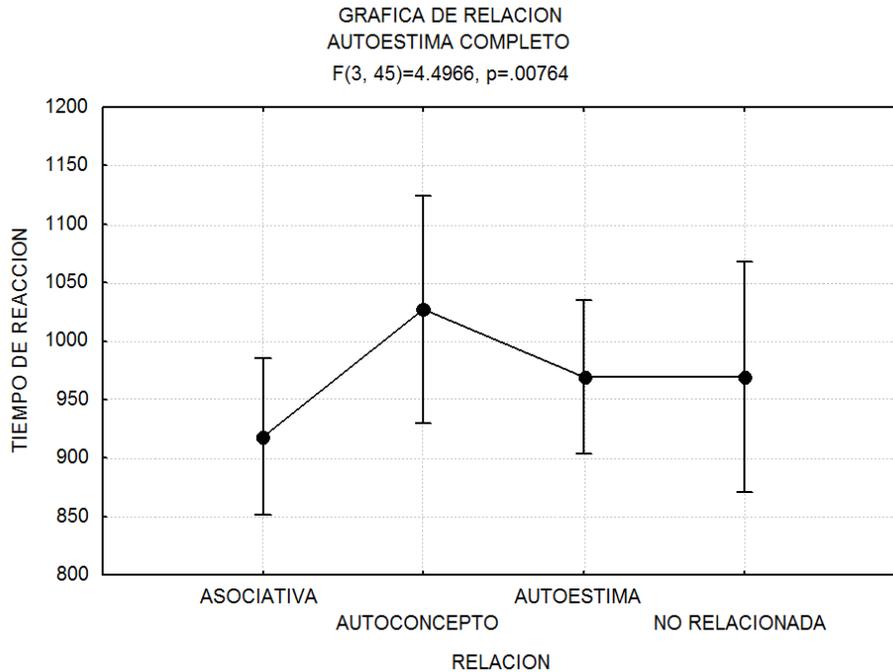


Figura 4.8. Desempeño de los participantes en las diferentes condiciones experimentales.

Se observa que hay un efecto significativo para el tipo de relación semántica entre las palabras. Un análisis de comparaciones planeadas entre autoconcepto y autoestima no arroja diferencia significativa entre estas dos condiciones $F(1,15) = 3.58, P = 0.077$. El efecto significativo se da entre las palabras asociativas y todas las demás.

Por otra parte, al separar las latencias de las palabras de los aspectos físicos de los atributos subjetivos de la autoestima para ambos grupos, se puede observar un patrón similar de respuesta (Figura 4.9). Sin embargo, para el grupo control la diferencia entre autoestima subjetiva y física no resultó significativamente diferente. Esto se puede deber al hecho de que un participante obtuvo puntajes anormalmente altos en autoestima física.

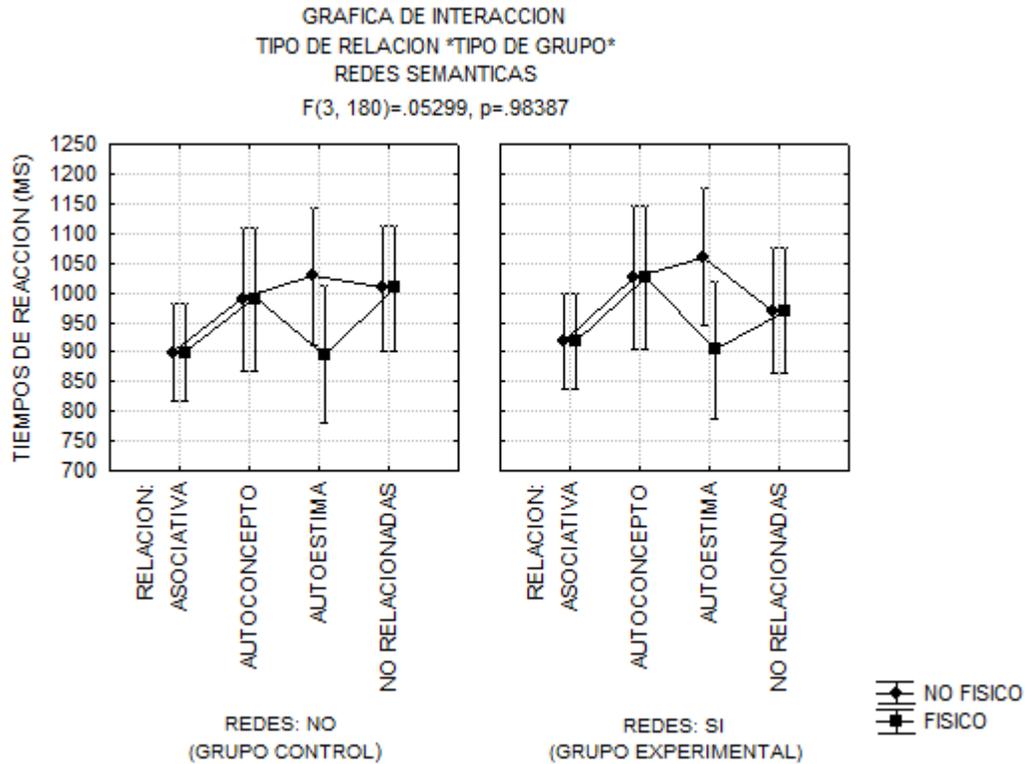


Figura 4.9. Se describe las latencias de desempeño para grupo experimental y control a través de las condiciones experimentales del estudio de facilitación semántica.

A este respecto, se tomó el grupo experimental y se realizó una comparación planeada entre autoestima física y no física donde se puede observar una diferencia significativa $F(1,30)=10.48$, $p=0.0029$. Por otra parte, también pudimos observar una diferencia significativa entre las palabras de auto concepto y los atributos físicos de la autoestima $F(1,30)=14.35$, $p=0.000679$. Pero al comparar el auto concepto con los atributos subjetivos de la autoestima no se encontró diferencia significativa entre ellos $F(1,30)=1.0494$, $p=0.3138$.

Ahora bien, en el caso del grupo control, se pudo ver una historia un tanto diferente, ya que al realizar la comparación entre autoestima física y autoestima subjetiva, no se encontró diferencia significativa entre ellas $F(1,30)=1.56429$, $p=0.2207$. Aunque, en el caso de la autoestima subjetiva y el autoconcepto, aquí

podimos ver un comportamiento similar al no encontrar diferencia significativa entre el autoestima subjetiva y el autoconcepto $F(1,30)=1.0914$, $p=0.3207$.

Con esto podemos decir que en el caso del grupo experimental, es coherente con lo que se esperaba, ya que las palabras físicas de autoestima según el análisis de redes semánticas son cualitativamente diferentes a las palabras de auto concepto y atributos subjetivos de la autoestima. Mientras dichos atributos subjetivos mostraron gran conectividad con las palabras de autoconcepto. En el caso del grupo control, hubo ciertas diferencias en los resultados, esto se cree que pueda tener relación al hecho de que los conceptos fueron tomados de las representaciones mentales de un grupo en específico (grupo experimental).

En el caso del estudio de Asociación Implícita, los resultados señalan en general una identificación positiva hacia los conceptos de autoestima e identidad hacia el esquema de autoconcepto.

Tabla 4.2 Se presentan los valores del efecto IAT hacia la autoestima y el auto concepto. Nótese que en el caso del auto concepto, algunos participantes mostraron identidad hacia un género que no es el propio. Dichos participantes son señalados con un asterisco.

CONTROL		EXPERIMENTAL	
AUTOCONCEPTO	AUTOESTIMA	AUTOCONCEPTO	AUTOESTIMA
-0.428 (M)	-0.678	-0.387 (M)	-0.958
-0.198 (M)	-0.382	-0.19 (M)	-0.432
0.041 (F)	-0.762	0.066 (M) *	-0.824
-0.434 (M)	-0.767	0.042 (F)	-0.059
0.144 (F)	-0.513	0.023 (M) *	-0.588
-0.085 (F)*	-0.672	0.186 (F)	-0.693
0.212 (F)	-1.316	-0.013 (M)	-0.416
0.161 (F)	-0.419	0.172 (F)	-0.853
-0.074 (F)*	-0.554	0.107 (F)	-0.524
-0.143 (F)*	-0.84	-0.036 (M)	-0.839
0.078 (F)	-0.972	0.231 (F)	-0.395

-0.125 (F)	-0.41	-0.058 (M)	-0.892
0.044 (M)*	-0.805	0.072 (F)	-0.878
0.147 (M)*	-0.445	-0.138 (M)	-0.786
-0.262 (M)	-0.721	0.001 (M)*	-0.853
-0.065 (F)*	-0.166	0.291 (F)	-0.55

De lo anterior se puede observar, que en general los resultados sugieren que la autoestima parece fundamentarse en una representación dual en la que organización conceptual de autoestima subjetiva está integrada dentro del esquema del auto concepto, mientras que la autoestima física parece pertenecer a una organización conceptual independiente a la del auto concepto y de la cual no podemos especificar a qué otro esquema pueda pertenecer estos descriptores de aspectos físicos del autoestima. Por otra parte, dicha representación dual parece tener una representación en el lexicón que mantiene dicha dualidad como una realidad psicológica. Finalmente es interesante hacer notar la identidad manifiesta hacia los conceptos de estas representaciones en el estudio de asociación implícita. Interpretación de estos hallazgos y de cómo dichos resultados contribuyen al área del estudio de la autoestima en jóvenes se desglosan a continuación.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Investigación académica previa y actual que es central al estudio de la autoestima ha señalado el carácter constructivo (Leary et al., 1995) y componencial (Hill & Buss, 2006; Kirkpatrick & Ellis, 2001) de la autoestima donde diferentes fuentes de procesamiento de información implícita (Epstein & Morling, 1995; Jordan, Whitfield & Zeigler-Hill, 2007 Greenwald, Banaji, Rudman, Farnham, Nosek & Mellot, 2002) y explícita (Fiske & Taylor, 2007; Franck, De Raedt, Dereu, & Van den Abbeele, 2007) sobre dimensiones psicológicas de competencia y auto valor (Tafarodi, Marshall & Milne, 2005).

Aun y cuando Bartlet en su modelo seminal de memoria de representación mental constructiva no admitía la posibilidad de una representación mental específica al autoconcepto o autoestima en la memoria humana (Greenwald, 1989) lo cierto es que en la actualidad existe ya un cuerpo empírico sólido que demuestra la participación de información de ambas variables como factor de organización conceptual social en la memoria (Tafarodi, Marshall & Milne, 2005) y como parte integral de representaciones mentales que involucra una arquitectura cognitiva compleja (Greenwald, Banaji, Rudman, Farnham, Nosek & Mellot, 2002).

A este respecto y retomando el modelo de procesamiento paralelo distribuido de representación mental de autoconcepto de Greenwald et al. (2002) señalada en la introducción hay que recordar que la autoestima está especificada de forma implícita en la micro estructura de los conceptos que constituyen el autoconcepto. Esto implica que diferentes dominios de información relacionados a la autoestima (Leary & Downs, 1995; Leary, Tambor, Terdal & Downs, 1995; Murray, Griffin, Rose & Belavia, 2003) no requieren de diferente estructura de almacenamiento sino que dicha información afectiva de autovalor emerge de patrones de activación conceptual de identidad y actitud hacia uno mismo que comparten la misma localidad neural.

De esta forma, la Figura 5.1 es retomada nuevamente para ilustrar esta implicación funcional de una representación mental de la autoestima. Por ejemplo, si un individuo (machista) se percibe como viejo y débil esto traerá una connotación emocional negativa sobre sí mismo porque él cree que lo vuelve débil como una mujer. En la Figura 5.1 esto activaría información conceptual local del esquema de autoconcepto “YO”, “VIEJO”, “DÉBIL” así como información de género y de valencia emocional distribuida o implícita en los pesos de asociación entre dichos conceptos (ver por ejemplo esquemas distribuidos en Rogers & McClelland, 2004; Rumelhart, Smolensky, McClelland & Hinton, 1986).

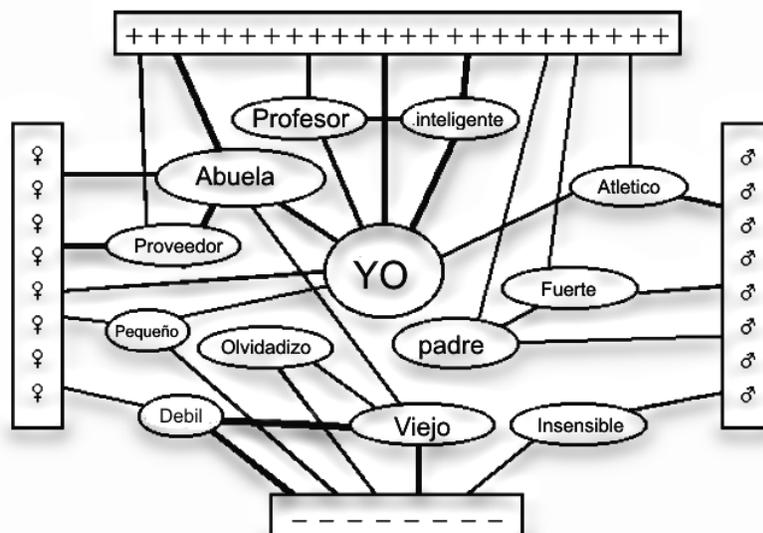


Figura 5.1. Modelo de procesamiento paralelo distribuido de autoconcepto y autoestima (Greenwald et al., 2002).

Lo anterior implica una dependencia de interconectividad conceptual entre el esquema de autoconcepto y la autoestima ya que por ejemplo un estado afectivo dado una auto valoración de nuestra imagen física (débil y viejo) necesariamente activa la forma en cómo uno se percibe a sí mismo a través de la activación conceptual del esquema del autoconcepto.

Los resultados de los estudios de la presente investigación señalan que el modelo de representación distribuida es improbable como modelo

representacional de la autoestima o al menos como modelo representacional de todos los dominios conceptuales de la autoestima. En particular, los estudios de redes semánticas naturales muestran que de forma explícita los participantes del estudio de forma consistente (Test- retest) señalan que no hay conectividad significativa entre la información conceptual de su descripción física como persona y la información conceptual relacionada a su autoconcepto ni cuando se usó reactivo desencadenador “Cómo me veo a mí mismo” ni cuando se usó el reactivo “Cómo me siento”. Solo existe conectividad cuando se considera una relación subjetiva de su físico en relación a su autoconcepto (por ejemplo el concepto “NORMAL”). Esto es un resultado sorprendente porque información de la apariencia física se considera parte relevante sino central para la formación y mantenimiento tanto del autoconcepto como de su autoestima (Abell & Richards, 1996; Connors & Casey, 2006; Dorak, 2011; Harter, 1999; Mendelson, McLaren, Gauvin & Steiger, 2002; Mintz & Betz, 1986; Vartanian, 2009).

Por su parte, los estudios de facilitación semántica señalan que los definidores conceptuales de atributos físicos usados para definirse a sí mismo en el estudio de redes semánticas están organizados conceptualmente hablando de forma diferente al esquema del autoconcepto. Aun y cuando esto solo se da por razones obvias en el grupo experimental (el grupo control no generó redes semánticas) el grupo control muestra un desempeño casi similar (diferencias marginalmente significativas en conceptos físico y autoconcepto). Intrigante es el resultado de que los conceptos subjetivos sobre apariencia física son tratados de forma significativamente diferentes de los conceptos de atributos físicos en el léxico lo cual sugiere la posibilidad de que la organización conceptual de la autoimagen de un individuo en sub dominios de conocimiento donde cada subdominio puede estar o no estar relacionado a la percepción del sí mismo. Esto no tiene precedentes en la literatura académica y se considera una contribución original del análisis representacional de la presente investigación.

Una implicación teórica inmediata de este resultado es la necesidad de considerar una arquitectura cognitiva que considere la autoestima no solo como un proceso constructivo de varios dominios sino multi-almacén. Por otra parte y en relación a la primera pregunta de investigación de la presente tesis sobre la naturaleza dual de la autoestima es importante señalar que la técnica de redes semánticas naturales como medida explícita así como la técnica de facilitación semántica como una medida de procesamiento automático convergieron en un mismo resultado. En otras palabras mostraron validez convergente como medida del constructo. Esto es inusual en la literatura académica ya que medidas de actividad implícita y de procesamiento automático de la autoestima muestran poca correlación con medidas explícitas de dicha variable psicológica (Bosson, Swann & Pennebaker, 2000; Briñol, Petty & Wheeler, 2006). Esto puede deberse al hecho de que ambas técnicas de medición están especializadas en análisis representacional mientras que las técnicas de medición de procesamiento implícito y de procesamiento usadas en la literatura para el estudio de la autoestima parecen estar midiendo diferentes aspectos de los procesos que se activan o elicitan por medidas explícitas (ver por ejemplo Gailliot & Schmeichel, 2006; Zeigler-Hill & Jordan, 2010).

Dado que los procesos cognitivos relacionados de la memoria se consideran de bajo nivel (evolucionaron antes que la consciencia) entonces la técnica de redes semánticas así como la de facilitación semántica se asumen relacionadas al procesamiento automático que se activa cuando mecanismos de autovalor se desencadenan por el sistema cerebral de procesamiento automático "X" definido por Lieberman, Jarcho y Satpute en el 2004. A este respecto es necesario considerar una diferencia crucial entre este tipo de procesamiento del proceso que se midió usando la prueba de asociación implícita IAT. Mientras que la técnica de redes semánticas y facilitación afectiva se relacionan al análisis de la formación de significados, el IAT se relaciona a la medición de actitudes dada la participación de procesos de autoestima

De acuerdo a la teoría unificada de actitudes implícitas, estereotipos y autoestima (Greenwald, et al., 2002) el cual presenta el modelo representacional señalado en la Figura 5.1, una actitud, se concibe como la asociación de un objeto (e.g., las verduras) con una valencia (e.g., bueno o malo). Los estereotipos estarían constituidos por la asociación de un grupo social (e.g., las mujeres) con uno o más atributos (e.g., débil o fuerte). Por otra parte, la autoestima sería la asociación del «Yo» con una valencia (e.g., bueno o malo). Aquí, el autoconcepto esta representado por la asociación entre el «Yo» y distintos atributos.

Bajo este enfoque, el conocimiento social funciona formando y transformando vínculos entre los conceptos de la red semántica. Repetida activación de un concepto, le lleva a desarrollar nuevos vínculos o cambiar las relaciones con otros conceptos para mantener equilibrio cognitivo. Por ejemplo, cuando dos conceptos unidos entre sí se conectan a un tercer concepto, se entiende que se forma un vínculo de primer orden compartido por los tres. De lo cual se puede deducir que, cuando dos conceptos no vinculados o débilmente vinculados pasan a compartir un vínculo de primer orden con un tercer concepto, las relaciones entre dichos conceptos deben fortalecerse (Principio del balance y congruencia de Heider; Fiske & Taylor, 2007).

Este procesamiento tríadico de una red semántica es apropiado para explicar cómo una actitud puede ser computada localmente de la relación entre dos conceptos ya que explica la forma de asignar una valencia emocional dada la formación o mantenimiento de una relación semántica entre dos conceptos. Pero la emergencia de significado humano de un evento u objeto requiere mucho más que la consideración de una relación tríadica. Por ejemplo, investigaciones sobre el cálculo de la distancia semántica lexical en bases de datos masivos (por ejemplo WordNet; Fellbaum, 1998) y comparando juicios humanos con respecto a dichas bases de datos masivas, señalan que la distancia semántica entre conceptos es frecuentemente asimétrica requiriendo frecuentemente participación

conceptual masiva semánticamente lejana para la formación de un significado (Budansky & Hirst, 2006; Mohammad & Hirst, 2005; Mohammad, 2008).

De esta forma, los resultados del uso de la prueba de asociación implícita usando la información obtenida de la red semántica corrobora la noción general de que las personas tienden a describirse de forma positiva (Pelham & Swann, 1989) ya que la gran mayoría de los participantes presentaron una actitud positiva implícita a los estímulos conceptuales presentados (mostrando así validez convergente). Sin embargo, debe quedar claro del presente estudio que percibirse de forma positiva no es lo mismo que significarse con alta autoestima lo que deja entrever que si bien el modelo representacional de la teoría unificada de Greenwald et al. (2002) es un modelo seminal, dista de ser el último por considerarse.

De lo anterior y en relación a la segunda pregunta donde se cuestiona sobre la naturaleza de la relación semántica entre la autoestima y el autoconcepto se observa que los resultados siguieren que la autoestima parece fundamentarse en una representación dual en la que organización conceptual de autoestima subjetiva está integrada dentro del esquema del auto concepto, mientras que la autoestima física parece pertenecer a una organización conceptual independiente a la del auto concepto y de la cual no es posible especificar de los presentes resultados. Intuitivamente y de acuerdo al contexto teórico actual es de suponerse la probabilidad de que dicha información pertenezca al esquema la auto imagen corporal del sujeto. Dicha representación, al parecer puede actuar de forma independiente del autoconcepto al significar y autovalorar al sí mismo.

De esta forma y en relación a la tercera interrogante sobre la congruencia entre la manifestación semántica y afectiva de una representación de autoconcepto y autoestima, las tres técnicas de análisis mostraron que los datos obtenidos sobre autoconcepto y autoestima mantienen una sorprendente congruencia del funcionamiento explícito e implícito de la representación mental

considerada. Como ya se ha mencionado, esto es inesperado ya que el estado actual de la literatura muestra un consenso sobre la baja correlación existente entre aspectos del procesamiento explícito e implícito (Zeigler-Hill & Jordan, 2010). A este respecto Bossom et al. (2000) señalan que la baja congruencia entre los resultados describiendo el funcionamiento de la autoestima a través de medidas explícitas y los resultados de procesamiento implícito se debe a que en sí, las técnicas de análisis de procesamiento implícito parecen estar midiendo diferentes aspectos de la autoestima explícita. Estos autores fundamentan su conclusión sobre el hecho de que mediciones implícitas del autoestima no solo no tienden a correlacionar con mediciones explícitas sino que también no correlacionan entre sí. La Tabla 5.1 muestra un ejemplo de correlaciones de mediciones implícitas versus explícitas mientras que la Tabla 5.2 muestra la tabla de correlaciones entre pruebas implícitas. En particular de varias versiones de IAT midiendo el mismo constructo.

Tabla 5.1 Correlación entre medidas implícitas y explícitas de autoestima y autoconcepto (Bosson, Swann & Pennebaker, 2000).

Medida implícita	Medida explícita			
	RSE	SAQ	SL	SC
IAT	.22†	.20†	.20†	.20†
Supraliminal	.06	.26*	.04	.12
Subliminal	-.13	-.09	-.22*	-.17
Tarea Stroop	-.03	.02	.04	.02
ISES	.11	.23*	.08	.14
Preferencias- iniciales	.13	.11	.09	.13
Preferencias- cumpleaños	-.10	.17	.00	.00

Nota. IAT = Implicit Association Test; ISES = Implicit Self-Evaluation Survey; RSE = Rosenberg Self-Esteem Scale; SAQ = Self-Attributes Questionnaire; SC and SL = Self-Competence and Self-Liking subscales of the Self-Liking and Competence Scale; Subliminal = subliminal attitude-prime task; Supraliminal = supraliminal attitude-prime task.

Tabla 5.2 Correlación entre medidas implícitas relacionadas a actitudes usando el IAT (Cunningham, Preacher, & Banaji, 2001).

	MRS1	MRS2	MRS3	MRS4	IAT1	IAT2	IAT3	IAT4	RW-IAT1	RW-IAT2	RW-IAT3	RW-IAT4	RW-P1	RW-P2	RW-P3	RW-P4
MRS1	(.74)															
MRS2	.80	(.75)														
MRS3	.78	.82	(.82)													
MRS4	.76	.77	.86	(.79)												
IAT1	.21	.15	.15	.14	(.88)											
IAT2	.13	.14	.10	.08	.31	(.78)										
IAT3	.16	.26	.23	.20	.42	.50	(.75)									
IAT4	.14	.17	.16	.13	.16	.33	.17	(.68)								
RW-IAT1	.20	.16	.19	.26	.33	.11	.23	.07	(.68)							
RW-IAT2	.26	.29	.18	.19	.20	.27	.36	.29	.26	(.59)						
RW-IAT3	.35	.33	.34	.25	.28	.29	.34	.33	.36	.39	(.71)					
RW-IAT4	.19	.17	.08	.07	.12	.25	.30	.14	.01	.17	.24	(.51)				
RW-P1	.00	.11	-.07	-.04	.27	.18	.19	.02	.03	.01	.02	.07	(.52)			
RW-P2	.16	.08	.04	.08	.26	.27	.24	.22	.14	.32	.32	.17	.13	(.66)		
RW-P3	.12	.01	.02	.07	.13	.19	.18	.00	.02	.00	.11	.04	.17	.30	(.60)	
RW-P4	.33	.18	.26	.31	.14	.24	.31	.15	.22	.20	.27	.04	.01	.48	.42	(.74)
Medias	2.78	2.74	2.72	2.86	159.86	163.01	88.05	115.98	0.06	0.08	0.06	0.08	0.04	0.06	0.05	0.05
Desv. Est.	0.84	0.82	0.88	0.86	220.66	129.51	101.30	90.76	0.12	0.10	0.11	0.10	0.07	0.08	0.08	0.09

Nota. MRS = Modern Racism Scale; IAT= Implicit Association Test; RW-IAT= response-window IAT; RW-P = response evaluative priming. Los números que siguen a la etiqueta representan la ocasión de prueba. Números en la diagonal son valores de Cronbach

Como puede notarse de las tablas previas si bien alguna pruebas implícitas pueden correlacionar moderadamente con otras pruebas explícitas o entre sí mismas, la tendencia en general es la de obtener correlaciones bajas.

En el caso de la presente investigación no es posible comparar la validez de los presentes análisis del estudio con respecto a las pruebas estándar señaladas en las tablas. Esto es así dada la naturaleza del constructo que se está midiendo. Hasta donde se pudo observar de la presente investigación es la primera vez que se realiza un análisis representacional de la autoestima de este tipo dentro de la literatura académica del estudio de la autoestima. Si bien, los resultados de los análisis explícitos e implícitos de los estudios llevados a cabo convergieron en señalar una naturaleza dual de la representación de la autoestima es necesario realizar futuras investigaciones que relacionen las técnicas de análisis de la representación dentro de las líneas actuales de investigación académica a este respecto.

Implicaciones del estudio

Si se pasea por la estantería de libros de un centro comercial en la actualidad, la probabilidad de encontrar libros relacionados a la autoestima es muy alta (sobre todo en temas de auto ayuda). Esto es así, porque desde la época de Platón y Aristóteles esta variable psicológica ha sido mencionada ya sea bajo otro nombre (orgullo) o como mediador de conductas de relevancia como el narcisismo.

A finales de los 80s del siglo pasado el político norte americano del estado de California en E.U.A. John Vasconcellos sostenía la creencia de que levantando la autoestima de los adolescentes se crearía una vacuna social que libraría a la sociedad de su estado del crimen, embarazos no deseados, abuso de drogas y bajo desempeño escolar. De acuerdo a este político, todo el dinero gastado en la mejora de la auto estima en jóvenes reduciría dramáticamente los problemas que plagan nuestra sociedad moderna. Vasconcellos convenció al gobernador de su estado de esa época George Deukmejian a implementar una iniciativa gubernamental para el estudio e intervención de la autoestima en adolescentes.

Tres años después, reportes académicos sobre esta iniciativa no corroboraban las creencias de Vasconcellos razón por la cual la iniciativa fue abandonada en 1995 y reemplazada por una organización sin fines de lucro llamada la National Association for Self-Esteem (NASE). Esta asociación está activa en la actualidad y se ha convertido en un eje en el estudio del efecto de implementación de programas gubernamentales para la intervención de la autoestima en adolescentes.

Aun y cuando la noción de una vacuna mágica para curar problemas sociales a través de la autoestima se ha desvanecido, lo cierto es que parece ser que la investigación proveniente de estas iniciativas sobre autoestima en jóvenes ha señalado de forma sugestiva la relevancia de la autoestima como mediadora de problemas sociales de relevancia.

En particular la investigadora de la Universidad de San Diego, Jean señala que en una búsqueda en Google en el 2006 buscando el tema de la autoestima produjo 308,000 páginas web (Twenge & Im, 2006). Esta autora y varios de sus colegas mencionan que la obsesión social sobre este tema (ver por ejemplo Twenge & Campbell, 2009) proviene de fomentar en los medios sociales actuales de comunicación (televisión, internet, libros, etc) el narcisismo. En su obra seminal de esta autora “Generation Me: Why Today’s Young Americans are More Confident, Assertive, Entitled and **More Miserable than Ever Before** “ señala a través de su investigación que si bien programas educativos o de intervención social del alza de la autoestima en jóvenes logra realzar conductas que son socialmente deseables, esto también puede ser el factor principal relacionado a las altas tasas de desordenes emocionales de depresión y ansiedad de su país (Twenge & Im, 2006, 2007).

A este respecto, desde una perspectiva clínica existe ya un cuerpo de evidencia académica relacionando la autoestima a teorías de la depresión (Metalsky, Joiner, Hardin & Abramson, 1993). En particular procesos de autoestima baja están relacionados de forma directa o indirecta en la generación y mantenimiento de diathesis atribucional, esto es, la tendencia a atribuir eventos negativos de la vida a causas externas globales (locus externo). Este factor de vulnerabilidad cognitiva (por ejemplo Alloy, Abramson, Safford & Gibb, 2006) parece formarse a edades tempranas dado el tipo de cuidado o estilo de apego entre el niño y sus padres (o de quienes fungen como padres, ver Parker, 1979, 1983).

Individuos con diathesis atribucional parecen ser la causa mayor de desorden emocional entre jóvenes y los más propensos a otros tipos de patologías. Por ejemplo, modelos factoriales de Bulimia señalan que mujeres perfeccionistas, baja autoestima, baja autoeficacia y disastifechas con su apariencia física señalan a la autoestima como predictor principal de este desorden alimenticio (Bardone, Vohs, Abramson, Heatherton & Joiner, 2000;

Vohs, Bardone, Joiner, Abramson & Heatherton, 1999). De hecho la mayoría de las personas con diathesis atribucional relacionada a su físico son víctimas mayoritarias de los estándares de apariencia física impuestos por su contexto social (por ejemplo, nunca se es lo suficientemente delgado).

De relevancia a la vulnerabilidad cognitiva que pueden presentar los adolescente así como para la población que presenta desordenes emocionales relacionados al funcionamiento de la autoestima son los resultados de la presente investigación. La muestra usada en los estudios se asume normal sin ningún problema de autoestima. De hecho en las tareas de definición ante el reactivo desencadenador “Cómo me siento” la palabra “NORMAL” apareció como definidor común a varios grupos SAM. De hecho fue uno de los definidores principales catalogados dentro del grupo de conceptos subjetivos en la descripción física de los sujetos. Nótese además que éste fue el único definidor relacionado a apariencia física que fue común a grupos SAM relacionados al autoconcepto. ¿Por qué? Bueno el hecho de que estos conceptos subjetivos hayan probado ser diferentes de conceptos físicos en el lexicón puede relacionarse a que son conceptos necesarios a la estabilidad afectiva de la persona. Además, los conceptos subjetivos del físico personal que presentan conectividad al esquema del autoconcepto son los únicos que en realidad pueden funcionar sobre el esquema representacional de la teoría unificada de Greenwald et al. (2002) ya que pueden ser los únicos asociados a atributos de identidad y de actitud hacia uno mismo bajo un esquema de triadas conceptuales.

La integrante posibilidad de que dichos conceptos abstractos desaparezcan o se reorganicen “disfuncionalmente” en poblaciones que han mostrado desordenes emocionales puede ser explorado usando las presentes técnicas de análisis representacional en dichas poblaciones. Es bien sabido que el origen y mantenimiento de desordenes emocionales como el de la depresión son en su mayoría fomentados por esquemas representacionales depresogénicos disfuncionales (Beck, 1967, 1974, 1979; Beck, Brown, Steer, Eidelson & Riskind,

1987; Beck, Rush, Shaw & Emery, 1979; Williams, Watts, MacLeod, & Mathews, 1997). Por otra parte, se ha postulado el hecho de que esquemas depresogénicos están fuertemente relacionados a la vulnerabilidad cognitiva de las personas en riesgo de desordenes emocionales (Alloy & Riskind, 2006).

De esta forma, información de tremenda relevancia evolutiva como lo es la información sobre nuestro físico, al parecer no se constituye como parte de nuestro autoconcepto pero mantiene una relación armoniosa en los individuos “normales” a través de conceptos abstractos mediadores de autovalor. Cabe cuestionarse que es lo que en realidad miden las pruebas de autoestima explícita cuando ofrecen índices de autoestima global.

Conclusión

La presente investigación presenta un panorama de la constitución componencial de la autoestima mucho más complejo del que se tiene hasta ahora. Las representaciones semánticas señaladas demandan procesos de monitoreo con acceso a multi-almacenes de memoria en los cuales diferentes dominios de información relevante a la autoestima son usados de una forma constructiva para ofrecer una autoestima global. Los procesos atentos para lograr esto de forma explícita e implícita son todavía un misterio y líneas de investigación a este respecto están en demanda. Por otra parte, mencionar que en el proceso de construcción de autoestima mecanismos de evaluación de autovalor forman parte de un procesamiento de abajo hacia arriba, deja sin especificar el impacto que una representación conceptual tiene de arriba hacia abajo en el proceso de evaluación de sí mismo. Los estudios de facilitación semántica realizados en la presente investigación señalan la existencia de representaciones conceptuales relacionadas a la autoestima en el léxico de los participantes. Necesariamente, dicha organización conceptual debe ejercer un impacto en la creación de juicios de autovalor. Como es que procesos de registros en la memoria a corto plazo en conjunción con procesos atentos es otro misterio aún sin explorar.

La naturaleza dual de la representación conceptual de autoestima descubierta en la presente investigación genera más preguntas que respuestas y debe traducirse como una nueva dirección de investigación empírica en la especificación de la arquitectura cognitiva emocional que subyace a esta intrigante variable psicológica conocida como autoestima.

REFERENCIAS

- Abell, S. C. & Richards, M. H. (1996). The relationship between body shape satisfaction and self esteem: An investigation of gender and class differences. *Journal of Youth and Adolescence*, 25, 5, 691-703.
- Albo, J.M., Nuñez, J.L. Navarro, J.G. & Grijalbo, F. (2007). The Rosenberg Self-Esteem Scale: Translation and Validation in University Students. The Spanish *Journal of Psychology*, 10, 2, 458-467.
- Alloy, L.B. & Riskind, J.H. (2006). *Cognitive vulnerability to emotional disorders*. Mahwah, New Jersey: LEA.
- Alloy, L.B., Abramson, L.Y., Safford, S.M. & Gibb, B.E. (2006). The Cognitive Vulnerability to Depression (CVD) Project: Current Findings and Future Directions. En: Lauren, A. Alloy & John H. Riskind (Es.). *Cognitive vulnerability to emotional disorders*. Mahwah, New Jersey: LEA.
- Anderson, J. R. (1983a). *The Architecture of Cognition*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Anderson, J. R. (1983b). "A Spreading Activation Theory of Memory," *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 22, 261-295.
- Anderson, J. R. & Bower, G. H. (1973). *Human Associative Memory*, Washington, D.C.: V.H. Winston.
- Aspinwall, L. G., & Taylor, S. E. (1993). Effects of social comparison direction, threat, and self-esteem on affect, self-evaluation, and expected success. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 708-722.

- Baldwin, M.W., Baccus, J.R. & Fitzimons, G.M. (2004). Self-esteem and the dual processing of interpersonal contingencies. *Self and Identity*, 3, 1-3.
- Bardone, A. M., Vohs, K. D., Abramson, L. Y., Heatherton, T. F. & Joiner, T. E., Jr. (2000). The confluence of perfectionism, body dissatisfaction, and low self-esteem predicts bulimic symptoms: Clinical implications. *Behavior Therapy*, 31, 265–280.
- Bargh, J.A. (1997). The automaticity of everyday life. En R.S. Wyer (Ed.), *Advances in social cognition*, 10, 1–61. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Bargh, J.A. & Chartrand, T.L. (1999). *The unbearable automaticity of being. American Psychologist*, 54, 462–479.
- Bargh, J. A. & Chartrand, T. L. (2000). The mind in the middle: A practical guide to priming and automaticity research. En H. T. Reis, et al. (Eds.), *Handbook of research methods in social and personality psychology*, 253–285. New York: Cambridge University Press.
- Banaji, M., Bazerman, M. & Chugh, D. (2003). ¿Cuán (poco) ético es usted?. *Harvard Business Review. America Latina*.
- Baumeister, R. F. (1998). The self. En D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology*, 4 ed., 2, 680-740. New York: McGraw-Hill.
- Beck, A. T. (1967). *Depression: causes and treatment*. Philadelphia : University of Pennsylvania Press.

- Beck, A. T. (1974). The development of depression: A cognitive model. En R. Friedman & M. Katz (Eds.), *Psychology of depression: Contemporary theory and research* (3-27). Washington, DC: Winston-Wiley.
- Beck, A. T. (1979). *Cognitive therapy and the emotional disorders*. Nueva York: International Universities Press.
- Beck, A. T., Brown, G., Steer, R. A., Eidelson, J. I., & Riskind, J. H. (1987). Differentiating anxiety and depression: A test of the cognitive-content specificity hypothesis. *Journal of Abnormal Psychology*, 96, 179–183.
- Beck, A. T., Rush, A. J., Shaw, B. E. & Emery, G. (1979). *Cognitive therapy of depression*. Nueva York: Guilford Press.
- Bornstein, R. F., Mei H. N., Gallagher, A. H., Kloss D. M. & Regier, G. N.(2005). Contrasting Effects of Self-Schema Priming on Lexical Decisions and Interpersonal Stroop Task Performance: Evidence for a Cognitive/Interactionist Model of Interpersonal Dependency. *Journal of Personality*, 73, 3, 731 - 761.
- Bosson, J. K., Swann, W. B., Jr. & Pennebaker, J. W. (2000). Stalking the perfect measure of implicit self esteem: The blind men and the elephant revisited? *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 631–643.
- Bosson, J. K., Brown, R. P., Zeigler-Hill, V. & Swann, W. B., Jr. (2003). Self-enhancement tendencies among people with high explicit self-esteem: The moderating role of implicit self-esteem. *Self and Identity*, 2, 169–187.
- Briñol P., Horcajo J., Becerra A., Falces C. & Sierra B. (2003). Equilibrio cognitivo implícito. *Psicothema*, 15, 3, 375-380

- Briñol, P., Petty, R. E., & Wheeler, S. C. (2006). Discrepancies between implicit and explicit self-concepts: Consequences for information processing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91, 154–170.
- Brown, J. D. (1993). Self-esteem and self-evaluation: Feeling is believing. In J. Suls (Ed.), *Psychological perspectives on the self*, 4, 27–58. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Brown, J.D. & Marshall, M. A. (2011). Self esteem: It's not what you think. Bajo revisión. *Psychological Review*.
- Brunel, F., Tietje, B., & Greenwald, A. G. (2004). Is the Implicit Association Test a valid and valuable measure of implicit consumer social cognition?. *Journal of Consumer Psychology*, 14(4), 385-404.
- Budanitsky, A. & Hirst, G. (2006). Evaluating WordNet-based Measures of lexical semantic relatedness. *Computational Linguistics*, 32, 1-35.
- Buhrmester M. D., Swann, Jr. W. B. & Blanton H. (2010). Implicit Self-Esteem: Nature, Measurement, and a New Way Forward. *Journal of Personality and Social Psychology*, Advance online publication. doi: 10.1037/a0021341
- Bushman, B.J. & Baumeister, R.F. (1998). Threatened egotism, narcissism, self-esteem, and direct and displaced aggression: Does self-love or self-hate lead to violence? *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 219–229.
- Burke, P. J. & Stets J. E. (1999). "Trust and Commitment through Self-Verification", *Social Psychology Quarterly*, 62:347-60.

- Bybee, J. A. & Wells, Y.V.(2006). Body themes in descriptions of possible Selves: Diverse perspectives across the life span. *Journal of Adult Development*, 13, 2, June, 95-101.
- Campbell, J.D. (1990). Self esteem and clarity of the self concept. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 3, 538-549.
- Campbell, J. D. & Lavalley, L. F. (1993). Who am I? The role of self-concept confusion in understanding the behavior of people with low self-esteem. En R. F. Baumeister (Ed.), *Self-esteem: The puzzle of low self-regard* (3-20). New York: Plenum Press.
- Carlstont, D. (2010). Models of explicit and implicit mental representation. En: Bertram Gawronsky & B. Kaithe Payne (Eds.). *Handbook of implicit social cognition: Measurement, theory and applications*. New York: Guilford Press
- Carver, C. S. (2005). Impulse and constraint: Some perspectives from personality psychology, convergence with theory in other areas, and potential for integration. *Personality and Social Psychology Review*, 9, 312–333.
- Carver, C. S. & Scheier, M. F. (1997). *Teorías de la Personalidad*. Printece Hall. México.
- Cast, A.D. & Burke, P.J. (2002). A theory of self esteem. *Social Forces*, 80, 3,1041-1068.
- Collins, A. M. & Quillian, M. R. 1969. Retrieval time from semantic memory. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 8, 240–247.
- Connors, J. & Casey, P. (2006). Sex, body-esteem and self-esteem. *Psychol.Rep*, 98, 699–704.

- Crocker, J. & Major, B. (1989). Social stigma and self-esteem. The self-protective properties of stigma. *Psychological Review*, 96, 608-30.
- Crocker, J., & Wolfe, C. T. (2001). Contingencies of self-worth. *Psychological Review*, 108, 593-623
- Cross S. E. & Markus H. R. (1994). Self-Schemas, Possible Selves, and Competent Performance. *Journal of Educational Psychology*, 86, 3, 423-438.
- Cunningham, W. A., Preacher, K. J., & Banaji, M. R. (2001). Implicit attitude measures: Consistency, stability, and convergent validity. *Psychological Science*, 121, 163–170.
- Damasio, A. R. (1994). *Descartes' Error. Emotion, Reason and the Human Brain*, New York: G.P. Putnam's Sons.
- DeCoster, J., Banner, M. J., Smith, E. R. & Semin, G. R. (2006). On the inexplicability of the implicit: Differences in the information provided by implicit and explicit tests. *Social Cognition*, 24, 5–21.
- De la Garza, G.A., Sánchez, M.M.P. & López, R.E.O. (2010). El valor M: un caso de distancia semántica o de cercanía semántica o de todo lo contrario. En: Ernesto O. López Ramírez, Guadalupe E. Morales Martínez & Ma. Isolda Hedlefs Aguilar. El enfoque cognitivo de nuestros significados. En prensa. México, D.F.: Trillas
- Devos, T. & Banaji, M. R. (2003). Implicit self and Identity. En M. R. Leary & J. P. Tangeney (Eds.). *Handbook of self and Identity*. New Yorks Guilford. 8, 153-175.

- Digman, J.M. (1990). Personality structure: Emergence of the five-factor model. *Annual Review of Psychology*, 41, 417 – 440.
- Dittmar, H. & Howard, S. (2004). Thin-ideal internalization and social comparison tendency as moderators of media models' impact on women's body-focused anxiety. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23, 768-791.
- Dorak, F. (2011). Self esteem and body image of Turkish adolescent girls. *Social behavior and Personality*, 39, 4, 553-562
- Dunning, D., Griffin, D., Milojkovic, J. & Ross, L. (1990). The overconfidence effect in social prediction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 568–581.
- Elliott, G. (1986). Self-esteem and self-presentation among the young as a function of age and gender. *Journal of youth and Adolescence*, 2, 135-153.
- Epstein, S. & Morling, B. (1995). Is the self motivated to do more than enhance and/or verify itself? En: M. H. Kernis (Ed.), *Efficacy, agency, and self-esteem* (9–29). New York: Plenum.
- Epstein, W. Nonrelational judgment of size and distance. *American Journal of Psychology*, 1965, 78, 120-123.
- Farnham, D. S., Greenwald, G. A., & Banaji, M. N. (1999). Implicit self-esteem. En: D. Abrams & M. Hogg (Eds.), *Social identity and social cognition* (230-248). Oxford, UK: Blackwell.
- Fazio, R. H. & Olson, M. A. (2003). Implicit measures in social cognition research: Their meaning and uses. *Annual Review of Psychology*, 54, 297–327.

- Fellbaum, C. (1998). *WordNet: An Electronic Lexical Database*. MIT Press.
- Figuroa, J. G., Gonzales, G. E. & Solis, V. M. (1975). An approach to the problem of meaning: Semantic networks. *Journal of Psycholinguistic Research*, 5, (2), 107-115
- Fiske, S.T. & Taylor, S. E. (2007). *Social Cognition: From Brains to Culture*. New York: McGraw-Hill.
- Fletcher G. J. O., Fincham F. D. (1991). *Cognition in Close Relationships*. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers Hillsdale, Friendly M. (1979). Methods for Finding Graphic Representations of Associative Memory Structures. En Puff, R (ed.), *Memory Organization and Structure* (4, 85-129) New York: Academic Press
- Ford, B. M. & Collins N. L. (2010). Self-Esteem Moderates Neuroendocrine and Psychological Responses to Interpersonal Rejection. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 98, No. 3, 405–419.
- Franck, E., De Raedt, R., Dereu, M., & Van den Abbeele, D. (2007). Implicit and explicit self esteem in currently depressed individuals with and without suicidal ideation. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 38, 75–85.
- Franks, D. D. & Marolla, J. (1976). "Efficacious Action and Social Approval As Interacting Dimensions of Self-Esteem: A Tentative Formulation through Construct Validation." *Sociometry*, 39, 324--41.
- Friendly, M. (1979). Method for finding graphic representation of associative memory structures. En C.R. Puff (Ed.), *Memory organization & structure* (85-129). New York: Academic Press.

- Furr, R.M. & Funder, D.C. (1998). A multimodal analysis of personal negativity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 1580–1591.
- Gailliot, M.T. & Schmeichel, B.J. (2006). Is Implicit Self-Esteem Really Unconscious?: Implicit Self-Esteem Eludes Conscious Reflection. *Journal of Articles in Support of the Null Hypothesis*. JASNH, 3, 3, 73-84.
- Gawronski, B., & Bodenhausen, G. V. (2007). Unraveling the processes underlying evaluation: Attitudes from the perspective of the APE model. *Social Cognition*, 25, 687–717.
- Gebauer, J. E., Riketta, M., Broemer, P., & Maio, G. R. (2008). “How much do you like your name?”: An implicit measure of global self-esteem. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44, 1346–1354.
- Gecas, V. (1982). "The Self-Concept:" *Annual Review of Sociology*, 8, 1-33.
- Gecas, V. & Schwalbe, M.J. (1983). Beyond the Looking-glass Self: Social Structure and Efficacy-Based Self-Esteem. *Social Psychology Quarterly*, 46, 77-88.
- Geist, C.H. & Borecki, S. (1982). Social avoidance and distress as a predictor of perceived locus of control and level of self-esteem. *Journal of Clinical Psychology*, 88, 8. 611-613.
- Gibbons, F. X. & Gerrard, M. (1991). Downward comparison and coping with threat. En J.Suls&T. A. Wills (Eds.), *Social comparison: Contemporary theory and research* (pp. 317-345). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Goldberg, L.R. (1993). The structure of phenotypic personality traits. *American Psychologist*, 48, 26–34.

- González, S. & Valdez, J. (2005). Significados Psicológicos de la Depresión en Médicos y Psicólogos. *Psicología y salud*, 15, 02, 257-262.
- Greenberg, J., Solomon, S., & Pyszczynski, T. (1997). Terror management theory of self-esteem and social behavior: Empirical assessments and cultural refinements. En M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, 29, 61-139. New York: Academic Press.
- Grant, T. (1998). A consideration of select dimensions of self-concept and their relation to global self-esteem in native-bom African-American and Caucasian young (adolescents, inner city). Unpublished doctoral dissertation, New York University.
- Greenwald, A. G. (1981). Self and memory. En G. H. Bower (Ed.), *The psychology of learning and motivation*, 15, 201-236. New York: Academic Press.
- Greenwald, A. G. (1982). Is anyone in charge?: Personalis vs. the principle of personal unity. En: J. Suls (Ed.), *Psychological perspectives on the self* (1, 151–181). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Greenwald, A. & Abrams, R. (2002, November). Visual masking reveals two qualitatively different levels of unconscious cognition. *Paper presented at the 43rd Annual Meeting of the Psychonomic Society, Kansas City, KS.*
- Greenwald, A. G., Abrams, R. L., Naccache, L., & Dehaene, S. (2003). Long-term semantic memory versus contextual memory in unconscious number processing. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 29, 235–247.
- Greenwald, A. G., & Banaji, M. R. (1995). Implicit social cognition: Attitudes, self-esteem, and stereotypes. *Psychological Review*, 102, 4–27.

- Greenwald, A. G. & Farnham, S. D. (2000). Using the Implicit Association Test to measure self-esteem and self-concept. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 1022–1038.
- Greenwald, A.G., Banaji, M., Rudman, L.A., Farnham, S., Nosek, B.A. & Mellot, D.S. (2002). A Unified Theory of Implicit Attitudes, Stereotypes, Self-esteem, and Self-concept. *Psychological Review*, 109, 3-25.
- Greenwald, A. G., McGhee, D. E. & Schwartz, J. L. K. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: The Implicit Association Test. *Journal of personality and social psychology*, 74, 1464-1480.
- Greenwald, A. G., & Nosek, B. A. (2001). Health of the Implicit Association Test at age 3. *Zeitschrift für Experimentelle Psychologie*, 48,85–93.
- Greenwald, A. G, Nosek, B. A., & Banaji, M. R. (2003). Understanding and using the Implicit Association Test: I. An improved scoring algorithm. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 197-216.
- Griffin, J. M., Fuhrer, R., Stansfeld, S. A., & Marmot, M. (2002). The importance of low control at work and home on depression and anxiety: do these effects vary by gender and social class? *Social Science and Medicine*, 54, 783-798.
- Haines, E. L., & Kray, L. J. (2005). Self-power associations: The possession of power affects women's self-concepts. *European Journal of Social Psychology*, 35, 643-662..
- Halliwell, E. & Dittmar, H. (2004). Does size matter? The impact of model's bodysize on advertising effectiveness and women's body-focused anxiety. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23, 104-122.

- Harter, S. (1986). Processes underlying the construction, maintenance, and enhancement of the self-concept in children. En J. Suls & A. G. Greenwald (Eds.), *Psychological perspectives on the self* 3, 137-181. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates
- Harter, S. (1999). *The construction of the self: A developmental perspective*. New York: Guilford.
- Heatherton, T. F. & Polivy, J. (1991). Development and validation of a scale for measuring state self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 895–910.
- Hetts, J. J., Sakuma, M., & Pelham, B. W. (1999). Two roads to positive regard: Implicit and explicit self evaluation and culture. *Journal of Experimental Social Psychology*, 35, 512–559.
- Hill, S. E., & Buss, D. M. (2006). Envy and positional bias in the evolutionary psychology of management. *Managerial and Decision Economics*, 27, 131-143.
- Houwer, J. & Moors, A. (2010). Implicit measures: Similarities and differences. En: Bertram Gawronsky & B. Kaithe Payne (Eds.). *Handbook of implicit social cognition: Measurement, theory and applications*. New York: Guilford Press.
- Iheanacho, S. O. (1988). Minority self-concept: a research review. *Journal of Instructional Psychology*, 15, 3-11.
- Jacoby, L. & Kelley, C. (1987). Unconscious influences of memory for a prior event. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 13, 314–336.

- Jordan, C. H., Spencer, S. J. & Zanna, M. P. (2003). Secure and defensive high self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 969–978.
- Jordan, C. H., Spencer, S. J., Zanna, M. P., Hoshino-Browne, E. & Correll, J. (2003). Secure and defensive high self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 969–978.
- Jordan C. H., Whitfield M. & Zeigler-Hill V. (2007). Intuition and the correspondence between implicit and explicit self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93, 6, 1067–1079.
- Kaplan, H.B. (1975). *Self attitudes and deviant behavior*. Palisades, CA: Goodyear Publications.
- Karpinski, A. & Steinberg, J. A. (2006). Implicit and explicit self-esteem: Theoretical and methodological refinements. En M. Kernis (Ed.), *Self-esteem issues and answers: A sourcebook of current perspectives* (pp. 102– 109). New York: Psychology Press.
- Karpinski, A., Steinberg, J. A., Versek, B., & Alloy, L. B. (2007). The Breadth-Based Adjective Rating Task (BART) as an indirect measure of self-esteem. *Social Cognition*, 25, 778–818.
- Keery, H., van den Berg, P. & Thompson, J. K. (2004). An evaluation of the tripartite influence model of body dissatisfaction and eating disturbance with adolescent girls. *Body Image*, 1, 237-251.
- Kernis, M. H. (1993). The roles of stability and level of self-esteem in psychological functioning. En R. F. Baumeister (Ed.), *Self-esteem: The puzzle of low regard* (167–182). New York: Plenum Press.

- Kernis, M. H., & Waschull, S. B. (1995). The interactive roles of stability and level of self-esteem: Research and theory. En M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 29, pp. 93-141). Orlando: Academic Press.
- Kernis, M. H. (2005). Measuring self-esteem in context: The importance of stability of self-esteem in psychological functioning. *Journal of Personality*, 73, 6, 2 – 37.
- Kim, D. (2003). Voluntary controllability of the Implicit Association Test (IAT). *Social Psychology Quarterly*, 66, 83-96.
- Kirkpatrick, L.A., & Ellis, B.J. (2001). An evolutionary-psychological approach to self-esteem: Multiple domains and multiple functions. In M. Clark & G. Fletcher (Eds.), *The Blackwell handbook in social psychology*, Vol. 2: Interpersonal processes (pp. 411-436). Oxford: Blackwell Publishers.
- Kirkpatrick, L.A., Waugh, C.E., Valencia, A., & Webster, G.D. (2002). The functional domain specificity of self-esteem and the differential prediction of aggression. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 756-767.
- Knobe, J. & Malle, B. (2002). Self and other in the explanation of behavior: 30 years later. *Psychological Belgica*, 42, 113-130
- Koole, S. L. & Pelham, B. W. (2003). On the nature of implicit self esteem: The case of the name letter effect. En S. J. Spencer, S. Fein, M. P. Zanna, & J. M. Olson (Eds.), *Motivated social perception: The Ontario symposium* (Vol. 9, pp. 93–116). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Lancaster, V.M., Naillon, A.J., & Kibby, M.Y. (2004). *Relationship between self-esteem and executive functioning in children*. Poster session presented at the thirty-second annual meeting of the International Neuropsychological Society, Baltimore, MD.

Leary, M.R., & Downs, D.L. (1995). Interpersonal functions of the self-esteem motive: The self-esteem system as a sociometer. In M.H. Kernis (Ed.), *Efficacy, agency, and self-esteem* (pp. 123-144). New York: Plenum.

Leary, M. R. Tambor, E. S., Terdal, S. K. & Downs, D. L. (1995). Self-esteem as an interpersonal social monitor: The sociometer hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 518-530.

Lieberman, M. D. (2000). Intuition: A social cognitive neuroscience approach. *Psychological Bulletin*, 126, 109–137.

Lieberman, M. D. Jarcho, J. M. & Satpute, A. B. (2004). Evidence-based and intuition-based self-knowledge: An fMRI study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87, 421–435.

Lieberman, M. D. & Pfeifer, J. H. (2005). The self and social perception: Three kinds of questions in social cognitive neuroscience. En A. Easton & N. Emery (Eds.), *Cognitive neuroscience of emotional and social behavior*.

Lindsay, P. H. & Norman, D. A. (1977). *Human Information Processing: An introduction to Psychology*. New York: Academic Press.

López, R. E. O. (2001). *Los procesos cognitivo en la enseñanza y el aprendizaje: El caso de psicología cognitiva en el aula escolar*. México, D.F.: Trillas

López, R.E.O. (2002). *El enfoque cognitivo de la memoria humana: Técnicas de investigación*. México, D.F.: Trillas

- López, R. E. O. & John Theios (1992) Semantic Analyzer of Schemata Organization (SASO). *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 24, 2, 277-285.
- Maison, D., Greenwald, A., y Bruin R. (2004). Predictive Validity of the Implicit Association Test in Studies of Brands, Consumer Attitudes and Behaviour”, *Journal of Consumer Psychology*, 14(4), 405-416 .
- Markus, H. (1977). Self-schemata and processing information about the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 63-78.
- Markus, H. & Nurius, P. (1986). *Possible selves*. *American Psychologist*, 41, 954-969.
- Markus, H., & Ruvolo, A. (1989). Possible selves: Personalized representations of goals. En L. A. Pervin (Ed.), *Goal concepts in personality and social psychology* (211-241). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Markus, J., Singh, M.A., Ferrie, J.E., Gimeno, D., Akbaraly, T.N., Shpley, M.J., Eloviano, M., Marmot, M.G., Kivimaki, M. (2009). The association of cognitive performance with mental health and physical functioning strengthens with age: The Whitehall II cohort study, *Psychological Medicine*, pp, 1-9.
- Marmot M.G. (2000). Social class, occupational status and cardiovascular disease. In: *Occup Med* : 15(1).
- Marmot M.G., Bosma H, Hemingway H, Brunner E, Stansfeld S. (1997). Contribution of job control and other risk factors to social variations in coronary heart disease incidence. *Lancet*; 350:235-9.

- Marmot M, Brunner E (2005). Cohort Profile: the Whitehall II study. *International Journal of Epidemiology* **34**, 25.
- Marsh, H. W. (1986). Global self-esteem: Its relation to specific facets of self-concept and their importance. *Journal of Personality and Social Psychology*, *51*, 1224–1236.
- Marsh, H. W. (1990). A multidimensional, hierarchical model of self-concept: Theoretical and empirical justification. *Educational Psychology Review*, *2*, 77-172.
- Marsh, H. W. (1993). Relations between global and specific domains of self: The importance of individual importance, certainty, and ideals. *Journal of Personality and Social Psychology*, *65*, 975-992.
- Marsh, H. W. (2002). A multidimensional physical self-concept: A construct validity approach to theory, measurement, and research. *Psychology The Journal of the Hellenic Psychological Society*, *9*, 459-493.
- Marsh, H. W., Craven, R. G. & McInerney, D. M. (2004). Advances in self concept research: Theory, measurement, research and application. Greenwich, CT: Information Age.
- Marsh, H. W., & Yeung, A. S. (1999). The lability of psychological ratings: The chameleon effect in global self-esteem. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *25*, 49-64.
- McClelland, J. L. 1981. Retrieving general and specific information from stored knowledge of specifics. En: *Proceedings of the Third Annual Conference of the Cognitive Science Society*, Berkeley, CA, 170–172.

- McClelland, J. L. 1989. Parallel distributed processing: Implications for cognition and development. En: R. G. M. Morris, ed., *Parallel Distributed Processing: Implications for Psychology and Neurobiology*, 8–45. New York: Oxford University Press.
- McGregor, I., & Marigold, D. C. (2003). Defensive zeal and the uncertain self: What makes you so sure? *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 838–852.
- McGregor, I., Nail, P. R., Marigold, D. C. & Kang, S.-J. (2005). Defensive pride and consensus: Strength in imaginary numbers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 978–996.
- McNamara, T.P. (2005). *Semantic priming: Perspectives from memory and word recognition*. Nueva York: Psychology Press.
- Mellott, D. S., Cunningham, W. A., Rudman, L. A., Banaji, M. R., & Greenwald, A. G. (2001). Do the IAT and priming measure the same construct? Evidence for the convergence of implicit measures. Manuscript in preparation, University of Washington.
- Mendelson, B.K., McLaren, L., Gauvin, L. & Steiger, H. (2002). The relationship of self-esteem and body-esteem in women with and without eating disorders. *Int. J. Eat. Disord*, 31, 318–323.
- Mendez, L. M. & Rivera, G.A.C. (1994). La influencia de los estereotipos que proyectan las revistas femeninas en las mujeres que trabajan y/o estudian en la Universidad Autónoma Metropolitana de Iztapalapa. Tesis inédita.
- Menzulis, A.H., Abramson, L.Y., Hyde, J.S. & Hankin, B.L. (2004). Is there a universal positivity bias in attributions? A meta-analytic review of individual,

developmental, and cultural differences in the self-serving attributional bias. *Psychological Bulletin*, 130, 711-747/

Metalsky, G. I., Joiner, T. E., Hardin, T. S., & Abramson, L. Y. (1993). Depressive reactions to failure in a naturalistic setting: A test of the hopelessness and self-esteem theories of depression. *Journal of Abnormal Psychology*, 102, 101–109.

Metcalf, J., & Mischel, W. (1999). A hot/cool-system analysis of delay of gratification: Dynamics of willpower. *Psychological Review*, 106, 3–19.

Mintz, L. B., & Betz, N. E. (1986). Sex differences in the nature, realism, and correlates of body image. *Sex Roles*, 15, 3-4, 185-195.

Mohammad, S. & Hirst, G. (2005). Distributional measures as proxies for semantic relatedness. Department of Computer Science University of Toronto. Submitted for publication.

Mohammad, S. (2008). *Measuring semantic distances using distributional profiles of concepts*. Department of Computer Science University of Toronto. Doctoral dissertation

Murphy, G.L. (2002). *The big book of concepts*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

Murray, S.L., Griffin, D.W., Rose, P. & Belavia, G.M. (2003). Calibrating the sociometer: The relational contingencies of self esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 85, No. 1, 63–84.

Myers, D.G. (2005). *Psicología Social*. México. Ed. McGraw Hill.

- Nosek, B., Banaji, M. R., & Greenwald, A. G. (2000). Math = Male, Me = Female, Therefore Math ≠ Me. Manuscript submitted for publication. *Yale University*, New Haven, CT.
- Nosek, B. A., Greenwald, A. G., & Banaji, M. R. (2005). Understanding and using the Implicit Association Test: II. Method variables and construct validity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31, 166-180.
- Noriega, J.A.V., Quintana, J.T., Hernández, G.B. & Gómez, M.S. (2011). Significado connotativo del auto concepto en jóvenes tseltales oxchuc, Chiapas. <http://www.ciad.mx/desarrollo/publicaciones/PUBLICACIONES/Produccion%20Academica/Cap%20de%20Libro/2009/76.pdf>
- Overwalle F. V. & Siebler, F. (2005). A Connectionist Model of Attitude Formation and Change. *Personality and Social Psychology Review*, 9, 3, 231–274.
- Ozen, O. S., Ozge, D., & Hayriye, E. (2009). Body image and self-esteem in somatizing patients. *Psychiatry and Clinical Neurosciences*, 63, 508–515.
- Parker, G. (1979). Parental characteristics in relation to depressive disorders. *British Journal of Psychiatry*, 134, 138–147.
- Parker, G. (1983). Parental “affectionless control” as an antecedent to adult depression: A risk factor delineated. *Archives of General Psychiatry*, 40, 956–960.
- Patrick, U., Omoregie, H. & Markus, H.R. (2004). Self-Portraits: Possible selves in european american, Chilean, Japanese and Japanese- American cultural contexts. *Self and Identity*, 3, 321–338.

- Pelham B.W. & Swann W. B. (1989). From self-conceptions to self-worth: On the sources and structure of global self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 4, 672-680.
- Pelham, B. W. (1995). Self-investment and self-esteem: Evidence for a Jamesian model of self-worth. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 1141-1150.
- Pelham, B. W., & Herts, J. J. (1999). Implicit self-evaluation. Unpublished manuscript, State University of New York at Buffalo.
- Pelham, B. W. & Swann, W.B. (1989). From self-conceptions to self-worth: On the sources and structure of global self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 4, 672-680.
- Penninx, B.W.J.H., van Tilburg, T., Boeke, J.P., Deeg, D.J.H., Kriegsman, D.M.W. & van Eijk, J.T.M. (1998). Effects of social support and personal coping resources on depressive symptoms: Different for various chronic iseases? *HealthPsychology*, 17, 551–558.
- Petty, R. E., Briñol, P., & DeMarree, K. G. (2007). The Meta-Cognitive Model (MCM) of attitudes: Implications for attitude measurement, change and strength. *Social Cognition*, 25, 609-642.
- Poehlman, T. A., Uhlmann, E., Greenwald, A. G., & Banaji, M. R. (2005). Understanding and using the Implicit Association Test: III. Meta-analysis of predictive validity. *Manuscript submitted for publication*
- Ralph, J.A. & Mineka, S. (1998). Attributional style and self-esteem:The Prediction of emotional distress following a midterm exam. *Journal of Abnormal Psychology*, 107, 203–215.

- Raskin, R., Novacek, J., & Hogan, R. (1991). Narcissistic self-esteem management. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 911–918.
- Robins, R. W., & John, O. P. (1997). The quest for self-insight: Theory and research on accuracy and bias in person perception. En: R. Hogan, J. Johnson, & S. Briggs (Eds.), *Handbook of personality psychology* (649–679). San Diego, CA: Academic Press.
- Rodríguez, A., Assmar, E. & Jablonski, B.(2004). *Psicología Social*. México. Ed. Trillas.
- Rogers, T.T., & McClelland, J.J. (2004) *Semantic cognition: A parallel distributed approach*. Cambridge, Massachussets: MIT Press.
- Rosenberg, M. (1979). *Conceiving the Self*. New York: Basic Books.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Ross, E. (1975). Cognitive representations of semantic categories. *Journal of Experimental Psychology: General*, 104, 192–233.
- Ross, E. & Mervis, C. B. (1975). Family resemblance: Studies in the internal structure of categories. *Cognitive Psychology*, 7, 573–605.
- Ross, B. H. (1996). Category representations and the effects of interacting with instances. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 22, 1249–1265.

- Ross, B. H. (1997). The use of categories affects classification. *Journal of Memory and Language*, 37, 240–267.
- Ross, B. H. (1999). Post classification category use: The effects of learning to use categories after learning to classify. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, & Cognition*, 25, 743–757.
- Ross, B. H. (2000). The effects of category use on learned categories. *Memory & Cognition*, 28, 51–63.
- Ross, B. H. & Murphy, G. L. (1996). Category-based predictions: Influence of uncertainty and feature associations. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 22, 736–753.
- Ross, B. H. & Murphy, G. L. (1999). Food for thought: Cross-classification and category organization in a complex real-world domain. *Cognitive Psychology*, 38, 495–553.
- Ross, B. H., Perkins, S. J. & Tenpenny, P. L. (1990). Reminding-based category learning. *Cognitive Psychology*, 22, 460–492.
- Rumelhart, D. E., Smolensky, P., McClelland, J. L., & Hinton, G.E.(1986). Schemata and sequential thought processes. En: McClelland, J.L., Rumelhart, D. E. & the PDP research group. *Parallel distributed processing: Explorations in the microstructure of cognition*. Volume 2 : Psychological and biological models. Massachussetts: MIT Press.
- Rydell, R. J., McConnell, A. R., Mackie, D. M., & Strain, L. M. (2006). Of two minds: Forming and changing valence-inconsistent implicit and explicit attitudes. *Psychological Science*, 17, 954–958.

- Sapolsky, R. (1990). "Stress in The Wild". *Scientific American* **262**: 106–113.
- Sapolsky, R.L., Romero, M. & Munck, A.U. (2000). "How Do Glucocorticoids Influence Stress Responses? Integrating Permissive, Suppressive, Stimulatory, and Preparative Actions". *Endocrine Reviews* **21** (1): 55–89.
- Schacter, D. L. (1987). Implicit memory: History and current status. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 13, 501–518.
- Schacter, D. L. (1994). Priming and multiple memory systems: Perceptual mechanisms of implicit memory. En: D. L. Schacter & E. Tulving (Eds.), *Memory systems* (pp. 233–268). Cambridge, MA: MIT Press.
- Shastri, L., & Ajjanagadde, V. (1993). From simple associations to systematic reasoning: A connectionist representation of rules, variables, and dynamic bindings using temporal synchrony. *Behavioral and Brain Sciences*, 16, 417–494.
- Shavelson, R. J., Hubner, J. J., & Stanton, G. C. (1976). Self-concept: Validation of construct interpretations. *Review of Educational Research*, 46, 407-441.
- Sherer, M., Maddux, J. E., Mercandante, B., Prentice-Dunn, S., Jacobs, B. & Rogers, R. W. (1982). The Self-Efficacy Scale: Construction and validation. *Psychological Reports*, 51, 663–671.
- Schnabel k. & Asendorpf J. b. (2010). The self- concept: New insights from implicit measurement procedures. En: Bertram Gawronsky & B. Kaithe Payne (Eds.). *Handbook of implicit social cognition: Measurement, theory and applications*. New York: Guilford Press.

- Schroder, D. M., Rudolph A. & Schultz, A. (2007). High Implicit self-esteem is not necessarily advantageous: Discrepancies between explicit and implicit self-esteem and their relationship with anger expression and psychological Health. *European Journal of Personality*, 21, 319–339
- Schvaneveldt, R. W. (1990). Proximities, networks, and schemata. In: R. W. Schvaneveldt (Ed.), *Pathfinder associative networks: Studies in knowledge organization*. Norwood, NJ: Ablex.
- Silverstein, B., Perdue, L., Peterson, B. & Kelly, E. (1986). The role of mass media in promoting a thin standard of bodily attractiveness for women. *Sex Roles*, 14, 519–532.
- Sloman, S. A., (1996). The empirical case for two forms of reasoning. *Psychological Bulletin*, 119, 3–22.
- Smith, E. R. (1996). What do connectionism and social psychology offer each other? *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 893–912.
- Smith, E. R. (1998). Mental representation and memory. En: D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindsey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4th ed., Vol. 2 pp. 391–445). New York: McGraw Hill.
- Smith, E. R., & DeCoster, J. (2000). Dual-process models in social and cognitive psychology: Conceptual integration and links to underlying memory systems. *Personality and Social Psychological Review*, 4, 108–131.
- Smolensky, P. (1988). On the proper treatment of connectionism. *Behavioral and Brain Sciences*, 11, 1–23.

- Spalding, L. R., & Hardin, C. D. (1999). Unconscious unease and self-handicapping: Behavioral consequences of individual differences in implicit and explicit self-esteem. *Psychological Science*, 10, 535–539.
- Swann, W. B. Jr. (1983). "Self-Verification: Bringing Reality into Harmony with the Self."pp. 33-66. En: Jerry Suls (Ed.), *Psychological Perspectives on the Self*. Lawrence Erlbaum.
- Swann, W. B. Jr. (1990). "To Be Adored or to Be Known?" Pp. 408-48 En *Motivation and Cognition*, vol. 2, edited by Richard M. Sorrentino and E. Tory Higgins. Guilford.
- Tafarodi, R. W. & Swann, W. B., Jr. (2001). Two-dimensional self esteem: Theory and measurement. *Personality and Individual Differences*, 31, 653–673.
- Tafarodi, R. W. Marshall, T.C. & Milne, A.B. (2005). Self esteem and memory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 1, 29–45
- Tafarodi, R. W. & Ho, C. (2006). Implicit and explicit self-esteem: What are we measuring? *Canadian Psychology*, 47, 3, 195-202.
- Tesser, A., Felson, R., & Suls, J. (2000). Psychological perspectives on self and identity. Washington, DC: American Psychological Association.
- Thorpe, L.P., Lefever, O.W., & Naslund, R.A. (1964). *SRA achievement series*. Chicago: Science Research Associates.
- Tiggemann, M. (2003). Media exposure, body dissatisfaction, and disordered eating: Television and magazines are not the same! *European Eating Disorders Review*, 11, 418-430.

- Timko, C.A. (2010). The Implicit relational assessment procedure as a measure of Self-Esteem. *The Psychological Record*, 60, 679–698.
- Trzesniewski, K.H., Donellan, M.B. & Robins, R. W. (2003). Stability of Self-Esteem Across the Life Span. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 1, 205–220.
- Turk-Browne, N. B., Yi, D., & Chun, M. M. (2006). Linking implicit and explicit memory: encoding factors and shared representations. *Neuron*, 49, 917–927.
- Twenge, J. M. & Im, C. (2007). Changes in the need for social approval, 1958-2001. *Journal of Research in Personality*, 41, 171-189.
- Twenge, J. M. & Im, C. (2006). *Generation Me: Why Today's Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled--and More Miserable Than Ever Before*. New York: Free Press (Simon & Schuster).
- Twenge, J. M. & Campbell, W.K. (2009). *The narcissism epidemic: Living the age of entitlement*. New York: Free Press (Simon & Schuster).
- Valdez M.J.L. (1991). *Las redes semánticas naturales: Usos y aplicaciones en psicología social*. Tesis de Maestría, Facultad de Psicología. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Valdez, J. L. (1998). *Las Redes Semánticas Naturales, Usos y Aplicaciones En Psicología Social*. Universidad de México.
- Valdez M., J. L., Gonzales, A. N. I., López, F. A. & Reusche, L. R. M. (2005). El auto concepto en niños Mexicanos y Peruanos. Gonzales, *Revista Latinoamericana de Psicología*, 33, 2, 199-204.

- Valdez M., J. L., Mondragon, J.A. & Morelato, G.S. (2005). El auto concepto en niños Mexicanos y Argentinos. *Revista Interamericana de Psicología*, 39, 2, 253 – 258.
- Valdez, M. J. L & Reyes, I. I. (1993). La construcción de instrumentos de medición a partir de categorías semánticas. Un caso ilustrativo; el auto concepto. *Revista de Psicología Social y Personalidad*. IX, 1, 57-66.
- Valdez, M. J. L. & Gonzales, A. N. I (1999). El auto concepto entre hombres y mujeres mexicanos. CIENCIA ergo sum, *Revista científica multidisciplinaria de la Universidad Autónoma del Estado de México*, 6, 3, 265 -269.
- Vargas, M. E. (en prensa). Aspectos y fundamentos de la técnica de Redes Semánticas Naturales. En: Ernesto O. López, R., Guadalupe, E. M.M. & María Isolde, H. A. (Eds.). *El enfoque cognitivo de nuestros significados*. Mexico, D.F.: Trillas, 30-44.
- Vallone, R., Griffin, D. W., Lin, S., & Ross, L. (1990). The overconfident prediction of future actions and outcomes for self and other. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 582-592.
- Vartanian, L.R. (2009). When the body defines the self: Self concept clarity, internalization, and body image. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 28, 1, 94-126.
- Vispoel, W. (2000). Music Self-concept: Instrumentation, structure, and theoretical linkages. Paper presented at the Self Conference, Sydney, 2000.
- Vohs, K. D., Bardone, A. M., Joiner, T. E., Jr., Abramson, L. Y. & Heatherton, T. F. (1999). Perfectionism, perceived weight status, and self-esteem interact to

predict bulimic symptoms: A model of bulimic symptom development. *Journal of Abnormal Psychology*, 108, 695–700.

Watson, D., Suls, J. & Haig, J. (2002). Global self-esteem in relation to structural models of personality and affectivity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 1,185–197.

Weinberger, J., & Hardaway, R. (1990). Separating science from myth in subliminal psychodynamic activation. *Clinical Psychology Review*, 10, 727–756.

Wentura, D., Kulfanek, M. & Greve, W. (2005). Masked affective priming by name letters: Evidence for a correspondence of explicit and implicit self-esteem. *Journal of Experimental Social Psychology*, 41, 654–663.

Williams, J. M. G., Watts, F. N., MacLeod, C. & Mathews, A. (1997). *Cognitive psychology and emotional disorders* (2^a. ed.). Chichester, Inglaterra: Wiley.

Wilson, T. D., Lindsey, S., & Schooler, T. Y. (2000). A model of dual attitudes. *Psychological Review*, 107, 101–126.

Woodruff, S. L., & Cashman, J. F. (1993). Task, domain, and general self-efficacy: A re-examination of the self-efficacy scale. *Psychological Reports*, 72, 423–432.

Wood, J. V., Giordano-Beech, M., Taylor, K. L., Michela, J. L. & Gaus, V. (1994). Strategies of social comparison among people with low self-esteem: Self-protection and self-enhancement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 713-731.

Zeigler-Hill, V. (2006). Discrepancies between implicit and explicit self-esteem: Implications for narcissism and self-esteem instability. *Journal of Personality*, 74, 119–143.

Zeigler-Hill, V., & Myers, E. M. (2009). Is high self esteem a path to the White House?: The implicit theory of self-esteem and the willingness to vote for presidential candidates. *Personality and Individual Differences*, 46, 14–19.

Zeigler-Hill, V. & Jordan C.H. (2010). Two faces of self esteem. En: Bertram Gawronsky & B. Kaithe Payne (Eds.). *Handbook of implicit social cognition: Measurement, theory and applications*. New York: Guilford Press.