

**Influencia de los procesos de selección  
en la autoestima y la autoeficacia percibida**

Asunción Andrades Espín  
*C. Asociado UNED. Campo de Gibraltar (Algeciras)*



**RESUMEN**

*Partiendo de diversas teorías como marco: Identidad social y sus implicaciones con la conducta intergrupa (Tajfel y Turner, 1970; Tajfel, 1978) y su relación, según tajfel con la autoestima, el paradigma de la implicación en la respuesta o en la actitud (Gerard, 1964), la autopercepción (Bem, 1965), el nivel de autoestima (Aronson, 1966), la teoría de la "autoeficacia" (Bandura, 1977<sup>a</sup>; 1977b, 1982), la relación de la autoeficacia, el autoconcepto y la autoestima (Rogers), la teoría del "self Interaccionismo Simbólico (Gecas y Burke, 1995), podemos hipotetizar, y es lógico pensar, que los sujetos que se perciben altos en autoeficacia aceptan mejor las situaciones de trabajo, los fracasos o los feedback negativos.*

*Dentro del mercado laboral, comprobaremos la influencia de uno o mas procesos de selección en las variables autoestima y autoeficacia percibida, así la diferencia respecto al género.*

**ABSTRACT.**

*The following theories are assumed as our frame: Social identity and its implication for inter-group behaviour (Tajfel and Turner 1970; Tajfel 1978) and its relationship, according to Tajfel, with self-esteem, the paradigm of involvement in the reply or the attitude (Gerard 1964), self-perception (Bem 1965), the level of self-esteem (Aronson 1966), the theory of "self-efficiency" (Bandura 1977a; 1977b, 1982), the relations among self-efficiency, self-concept and self-esteem (Rogers), the interactive symbolic self theory (Gecas and Burke 1995). So, we can hypothesise, and it is logical to think that subjects with a perception of high self-efficiency accept working situations, failure and negative feedback better than those who do not. Within the labour market, the influence of one or more processes of selection on self-esteem and perceived self-efficiency will be tested, as the differences according to gender.*

**INTRODUCCION.**

La identidad social es una consecuencia de pertenecer a un grupo y tendrá un carácter positivo o negativo como consecuencia de comparar ese grupo con otros grupos relevantes en un determinado contexto social. El favoritismo respecto al propio grupo es debido a la necesidad de mantener una distintividad positiva del propio grupo y de ahí se deriva el carácter motivaciones.

Por lo tanto, en esta teoría se tiene en cuenta este carácter además de los aspectos cognitivos. Identidad social: "El conocimiento por parte del individuo de que pertenece a ciertos grupos sociales, junto con la significación emocional y valorativa de esa pertenencia"(Tajfel, 1972). Nuestro sentido de identidad está claramente demarcado por nuestra pertenencia a diversos grupos. ¿Quién soy yo?, si analizamos la respuesta de la gente nos encontraremos generalmente con varias autodescripciones referidas a las afiliaciones grupales tanto explícita como implícitamente, a través de la referencia a roles sociales ocupacionales (soy secretario), al género (soy mujer), ect.

La idea de que la identidad social se deriva de la pertenencia grupal tiene una larga historia (Mead, 1934), pero fue hace poco tiempo que se tomó conciencia de que la identidad social podía tener implicaciones para la conducta intergrupala (Tajfel y Turner, 1970; Tajfel, 1978). Esto puede suceder si asumimos como Tajfel y Turner (1979), que un gran número de gente prefiere tener un autoconcepto positivo mas que uno negativo. Ya que parte de nuestro autoconcepto (o identidad) está definido en

términos de afiliaciones grupales, se concluye que habrá también una preferencia por ver a los endogrupos positivamente en vez de negativamente. Tajfel relaciona la teoría de la identidad social con la autoestima a través de los procesos de comparación social.

El paradigma de la implicación, grado de implicación de la persona en su respuesta o en la actitud (Gerard, 1964). Se supone que la resistencia al cambio de una persona que se implica públicamente en una posición (Kiesler, 1971) se debe, en parte, a la autopercepción (Bem, 1965) que suele derivarse de los comportamientos públicos. Sobre estos se confeccionan una cantidad de atributos que más tarde forman parte de ella misma, de su imagen. Estos atributos alcanzan una autonomía funcional en fases sucesivas. No basta con cambiar esa conducta, sino que es necesario un cambio en la autoimagen (Fredman y Fraser, 1966). De lo contrario, al cambiar el comportamiento sin ir acompañado de un cambio del autoconcepto, suele bajar el nivel de autoestima (Aronson, 1966). Se hace incidencia en que todo cambio obliga a reconocer una equivocación y la persona puede reflejar incoherencia y contradicción, lo que se puede traducir en sentimientos de miedo a perder la credibilidad y el valor orientativo.

La "autoeficacia" es un concepto propuesto por Bandura (1977<sup>a</sup>, 1977b, 1982) y que constituye uno de los elementos importantes de su Teoría Cognitiva del Aprendizaje Social. Para este autor no es lo mismo aprender que ejecutar. Las personas pueden aprender sin ejecutar, o, incluso, ejecutar más tarde dicha conducta. El paso de una a otra lo explica Bandura mediante la intervención de variables mediacionales de naturaleza cognitiva. Entre esas variables se halla la "autoeficacia".

Una descripción de esta variable: "La autoeficacia es la creencia que uno tiene sobre su eficacia personal, por la que el sujeto percibe que la eficacia alcanzada se debe a él mismo. La autoeficacia es evaluada con respecto a las capacidades y las habilidades propias, con base en los logros de ejecución, las experiencias observadas, la persuasión verbal de otros sobre la eficacia propia y, en fin, el estado fisiológico". (Munné, 1990, pp. 135-136).

La autoeficacia es pues una creencia interna que posee el sujeto respecto a su capacidad, ante una situación determinada, de ejecutar conductas aprendidas por observación (bien en forma directa, bien de forma creativa), y consideradas o valoradas por él mismo como eficaces para conseguir resultados valiosos en determinadas situaciones.

La "autoeficacia" se relaciona con el "autoconcepto y la "autoestima" de Rogers. Bandura insiste en que no deben confundirse estos conceptos, mediante la autoeficacia el sujeto es un "aprendiz activo", con capacidad de transformación e iniciativa, capacidad de modificar su propia conducta y a sí mismo, e incidir en el ambiente exterior, dando uno u otro valor a los estímulos que recibe de él. Si la autoestima, influye en la forma de dar y recibir feedback, podemos hipotetizar, que lo hará la autoeficacia. El carácter de "aprendiz activo" que la autoeficacia confiere al individuo, la percepción de su iniciativa y de su capacidad de modificar su conducta e incidir en el ambiente exterior, así como su autonomía para valorar de uno u otro modo los resultados de la propia conducta, permiten suponer que los individuos que se perciben como más autoeficaces en las situaciones de trabajo, pueden recibir mucho más serenamente las críticas, los fracasos o el feedback negativo, que aquellos que se perciben con una baja autoeficacia. El mismo feedback, sin embargo, para las personas que se perciben con baja autoeficacia, será la barrera infranqueable, la losa que aplasta, frente a lo cual lo más fácil es reaccionar defensivamente: se negará la evaluación, su justicia o adecuación, se tenderá a sentirse culpable y atribuir a otros o a circunstancias externas la responsabilidad de los resultados deficientes, etc.

Según las tesis del Interaccionismo Simbólico, el ser humano es capaz de pensar sobre él mismo (sobre el porqué de su comportamiento, sobre como se ve a sí mismo, etc.). En el Interaccionismo Simbólico, el self humano es a la vez objeto (el "Mi") y el sujeto (el "Yo") (Mead,

1934/82). El sujeto es capaz de mirarse a sí mismo, este retrato es lo que se ha denominado el "Mi", y es una parte global del self. Esta parte del self ha recibido el nombre de autoconcepto, pudiendo ser definido como "la suma total de pensamientos y sentimientos que tiene el individuo sobre sí mismo como objeto" (Gecas y Burke, 1995, p.42). A la vez el grado de satisfacción, de alegría, de culpa que nos produce la imagen de nosotros mismos se le denomina autoestima (Tesser, 1988; Tesser y Moore, 1986).

Al autoconcepto no pertenece un solo retrato sino que está compuesto de diversos, llamados identidades (Gecas y Burke, 1995; Stryker, 1977, 1978, 1983, 1987; Stryker y Statham, 1985). Estas imágenes que tenemos de nosotros mismos como miembros de grupos y categorías sociales (varones, mujeres, ecologistas ect.) reciben el nombre de identidades sociales (Tajfel, 1978, 1981, 1984; Turner, 1985, 1987, 1988).

Respecto a la entrada en el mercado laboral y los procesos de selección, que es lo que nos ocupa, hay unos condicionantes previos: los estereotipos de género y que dependen de los factores culturales, estos comunes a la sociedad y al contexto social inmediato que rodea al individuo, responsable de la socialización de este, fundamentalmente en la familia y en la escuela (Barberá y cols. 1984; Gracia y cols. 1988; Subirá y Brullet, 1988; Barak y cols. 1991). Esta socialización de los dos géneros contribuyen al mantenimiento de los estereotipos.

Williams y cols. (1975) señalan respecto al aprendizaje de las categorías sexuales seis aspectos: identificar el sexo de las personas; identificar el propio sexo y la constancia de género; identidad de género; aprender las diferentes características de la conducta de los padres; aprender que juego y actividades están ligadas a cada sexo, aprender qué características de personalidad distinguen a hombres y mujeres. Estos aspectos unidos a las categorías hombre-mujer influenciarán en la percepción de los otros como, a su vez, en la percepción de sí mismo, de la imagen que se tiene de uno, de su identidad de género.

Las teorías basadas en la autoconfianza explican las diferencias de género. Hay una tendencia de las mujeres a considerar mas bajas sus capacidades, rendimiento y expectativas de éxito. Esto se ha encontrado en tareas típicamente masculinas. En tareas femeninas o neutras, las expectativas de las mujeres de realizarlas bien son tan altas como la de los hombres o, incluso, superiores (Gitelson y cols. 1982; Mc hugh y Frieze, 1982). Esta relación entre autoconfianza y roles tradicionales pone de manifiesto la influencia de los estereotipos de género.

## **OBJETIVOS**

Comprobar la influencia que pueda ejercer el haber pasado uno o mas procesos de selección en la variable autoestima y en la autoeficacia percibida. De igual forma observar la diferencia en ambos sexos y en el grado de formación de los sujetos.

## **MUESTRA**

Una muestra de 47 sujetos : 20 hombres y 27 mujeres obtenida de diferentes cursos en la actualidad desempleados.

Curso de informática y administración(15 mujeres). Subvencionado por CCOO.

Curso de soldadura al arco(12 hombres). Subvencionado por la INEM.

Curso de informática(20 hombres y mujeres). Patrocinados por la Junta de Andalucía.

## **VARIABLES**

Formación (grado de formación de los sujetos). 1 ítem.

Número de procesos de selección a los que han concurrido. 1 ítem.  
 Similitud de procesos. 1 ítem.  
 Valoración que ellos le han dado a la experiencia. 1 ítem.  
 Sentimiento acerca de los procesos de selección. 10 ítems.  
 Eficacia percibida. 10 ítems.  
 Autoestima. 15 ítems. El ítem nº 15 nos dará el valor concreto de la autoestima.

## RESULTADOS

El 40.4% de la muestra eran hombres (19) y el 57.4 % mujeres (27).

**Grado de formación:** La media de formación es mayor en la mujer 3.3704 mientras que en el hombre es 2.2105 y la Std Dev. En la mujer es de .9667 mientras que en el hombre es de 1.4368.

De los Histogramas obtenemos los siguientes resultados:

	Muy elevado	Elevado	Medio	Bajo	Muy bajo
EFICA7	19.7	19.1	25.5	17.8	12.8
AUTO	57.4	21.3	12.8	4.3	2.1
SENTIR5	12.8	6.4	17.1	19.1	31.9
SENTIR8	2.1	6.4	17	34	25.5
	1	+2	+5	+10	
Nº de procesos	21.3	31.9	34	6.4	

EFICA7 = En general te sientes seguro de tus capacidades.

AUTO = ¿Te sientes inferior a la personas a las que conoces?

SENTIR5 = Desconfianza en habilidades y posibilidades de encontrar trabajo.

SENTIR8 = Justicia en la decisión.

La autoestima se mantiene en un 57.4 muy elevada a pesar de haber pasado diferentes procesos de selección. La desconfianza en sí mismo, las habilidades y posibilidades, en concreto, la autoeficacia, baja. Por lo tanto, el carácter de "aprendiz activo" del sujeto se verá modificado con la consiguiente influencia en la aceptación de feedback negativo, las críticas o los fracasos.

Un toque de atención nos lo proporciona la sensación de los sujetos de la justicia percibida (muy bajo=25.5), y esto nos abre un nuevo campo de investigación.

<b>SEXO</b>	<b>X Incongruencia</b>	<b>X Gustar a sí mismo</b>	<b>X Autoestima</b>	<b>X Eficaz</b>
<b>Hombre 1</b>	2.8125	4.3684	1.3680	4.2632
<b>Mujer 2</b>	3.0870	4.2222	1.9630	4.0800

<b>Diferencia entre medias por género en las cuatro variables.</b>
--

Como podemos observar no hay grandes diferencias en la percepción de la autoeficacia, incongruencia con las expectativas respecto a los procesos de selección y el gustarse a sí mismo respecto a ambos sexos.

En autoestima la diferencia es mayor (aunque levemente) a favor de la mujer. Estos resultados se contradicen un poco con las teorías de los factores culturales, estereotipos de género, cvndicionantes previos y que dependen de la socialización del individuo. Hipotetizamos que esta leve diferencia, mayor autoestima en la mujer, podemos considerarla como un arousal de equilibrio respecto a su menor autoeficacia percibida.

## BIBLIOGRAFÍA

- AGUSTÍN ECHEBARRÍA Y JOSÉ ANTONIO PINEDO. **Identidad social de género: su distribución social e influencia en el juicio.** 1997, Revista de Psicología Social. Facultad de Psicología . Universidad del País vasco. San Sebastián
- GARY L. KREPS. **La Comunicación en las Organizaciones.** 1995, Addison-Wesley Iberoamericana, S. A.
- M. HEWSTONE, W. STROEBE, J.P. CODOL.G.M.STEPHENSON. **Introducción a la Psicología Social.** 1991. Editorial Ariel, S.A. Barcelona.
- JANET SHIBLEY HYDE. **Psicología de la Mujer. La otra mitad de la experiencia humana.** (Manuales de Psicología). Ediciones Morata, S. L.
- A. OSCA Y M. LÓPEZ-SAEZ. **Desarrollo de carrera y género. Factores que influyen en las diferencias entre hombres y mujeres. Reflexión.** 1994, Psicología del trabajo y Organizaciones. Volumen 10 nº 28.
- SANTIAGO D. DE QUIJANO DE ARANA. **Sistemas Efectivos de Evaluación del Rendimiento: Resultados y Desempeños. Técnicas y sistemas para la gestión y el desarrollo del personal.** 1997, EUB, S. L. Barcelona.