

**Encuentro Educativo**

ISSN 1315-4079 ~ Depósito legal pp 199402ZU41

Vol. 21(2) Mayo - Agosto 2014: 151 - 161

---

## **La identidad social como valor en los procesos educativos: caso estudiantes de trabajo social**

**Belkis Carvallo, Yesenia Gil y Cinthya Martínez**

*Departamento de Trabajo Social, Escuela de Trabajo Social,*

*Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas, Universidad del Zulia.*

*E-mail: belkiscarvallo@hotmail.com*

---

### **Resumen**

Socializar los resultados de la investigación sobre la Identidad Social de los estudiantes de Trabajo Social de la Universidad del Zulia, según la teoría psicosocial de Tajfel fue el objetivo de la investigación. La metodología utilizada no experimental, descriptiva, de campo. La población conformada por 77 estudiantes del II semestre, se utilizó como instrumento el cuestionario. Los resultados ubican a los estudiantes en una Identidad Social positiva, indicando que se sienten identificados con la carrera, poseen sentido de pertenencia, y la cohesión grupal que presentan, los lleva, a compartir los mismos intereses que los integrantes del grupo de estudio, su autoconcepto apunta a que son jóvenes que conocen sus fortalezas.

**Palabras clave:** Identidad social, motivos sociales, autoconcepto.

## **Social Identity as a Value in Educational Processes: The Case of Social Work Students**

---

### **Abstract**

The objective of this investigation was to share research results about the social identity of social work students at the University of Zulia, according to the psychosocial theory of Tajfel. The methodology was non-experimental, descriptive, field work. The population consisted of 77 students in the second semester; the instrument was the survey. Results show that students have a positive social identity, indicating that they identify with the career, have a sense of belonging, and their group cohesion leads them to share the same interests with other members of the study group. Their self concept suggests they are young people aware of their strengths.

**Keywords:** social identity, social motives, self concept.

## Introducción

La identidad social es un dilema, en palabras de Soldevilla (2001), entre la singularidad del "uno mismo" y a la similitud con los congéneres, entre la especificidad de la persona y la semejanza con los otros, entre las peculiaridades de la forma de ser o sentir y la homogeneidad del comportamiento, entre lo único y lo múltiple. Es un constructo relativo al contexto socio histórico en el que se produce, problemático en su conceptualización y de muy difícil aprehensión desde las diversas formas de teorizar la realidad social.

Desde la dimensión experiencial la identidad social es relevante considerarla inmersa en un contexto social de las relaciones con los demás y de éstas resulta necesario una identificación con las personas, tanto como una diferenciación respecto a ellas. La identificación garantiza la seguridad de saber "quienes somos" tal como lo refiere Tajfel (1981) y la diferenciación le evita a las personas confundirse con los demás, Codol (2004). Los reclamos de especificidad presentes en las comunidades, tanto a nivel de lo individual como en el nivel de lo colectivo, son el reflejo de la anterior paradoja, acota el último autor citado.

La singularidad, la unidad, la exclusividad, son características del constructo identidad, continuas en el tiempo, en algunas culturas, aunque tal temporalidad identitaria reproduce tensión entre lo igual y lo diferente, donde todos y todas se reconocen como la misma persona que fue en el pasado, pero también se reconocen

como seres que han cambiado y diferentes. Características tales como: similitud/distintividad, igualdad/diferenciación, continuidad/discontinuidad, uno/múltiple, son antítesis que se han de afrontar conceptualmente en la experiencia identitaria de los grupos humanos desde el punto de vista psicosocial.

Otro aspecto de la identidad social, se refiere a la pluralidad del grupo o comunidad, por oposición y complementariedad a la identidad personal, ya que la identidad social remite a la experiencia de lo grupal del "nosotros" también a los vínculos y a las redes. En el marco de la psicología social, la aportación más característica al estudio de la identidad social ha sido la de Tajfel (1981) con su teoría sobre la Identidad Social y posteriormente las derivaciones de la misma en términos de la teoría de la Autocategorización de Turner (1987).

Tajfel (1981) movido por su interés en el estudio del prejuicio y la discriminación mostró una concatenación de procesos que van de lo cognitivo a lo social, tal como la categorización social con alcance hacia lo social basados en procesos sociocognitivos, tal es el caso de la identidad social. Siguiendo a Cabrujas (16), Pujol (1996) y a Sampsom (1991), agrupan sus teorías en el Diagrama 1.

La identidad implica una flexibilidad lógica de una persona (individual o colectivo), que se ve a "sí mismo" a lo largo del tiempo. El obstáculo en su conceptualización puede ser el ignorar que es un operador (la identidad) contingente en y para una cultura, por lo que la identidad social se re-

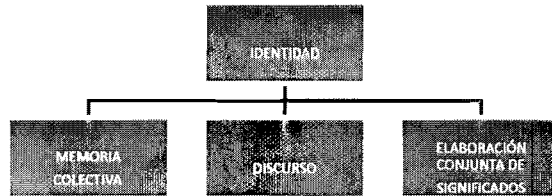


Diagrama 1. Fuente: Cabrujas(1996), Pujol (1996), Sampson (1991).

fiere a cultura en el sentido de que no puede haber nada fuera de la producción del propio contexto. Por lo tanto, la identidad social es un concepto contingente en la propia manera de construir significados, en una práctica colectiva.

Siguiendo a los autores citados, el análisis de la identidad social es una desconstrucción y construcción de toda acción conjunta presente en determinados contextos sociales. Refiere Cabrujas (1998), "...es a partir de analizar el discurso sobre cómo deberían ser la subjetividades y la relaciones sociales, en su contexto histórico específico, que se puede percibir por qué intereses son promovidos en un momento dado".

Tomando en consideración los argumentos expuestos, y debido a que en nuestro caso particular, la Escuela de Trabajo Social de la Facultad de Derecho de la Universidad del Zulia, un porcentaje de los estudiantes que ingresan, poseen poca o ninguna identidad social con la carrera, de allí que presenten poca valoración profesional, actitud conformista, deseo de estudiar otra carrera, desconocimiento de lo que es la carrera y posible campo laboral, o simplemente permanencia allí, ante la posibilidad de no tener cupo en la universidad debido a que la carrera de su interés registra una eleva-

da demanda, lo que dificulta el ingreso, por lo que solo utilizan su estadía en la carrera como vía para acumular méritos, para ingresar a otras escuelas de la universidad. Situación similar se replica en otras escuelas de nuestra casa de estudio. Razones estas, para plantearnos desarrollar una línea de investigación sobre la Identidad Social de los estudiantes de la escuela de Trabajo Social de la Universidad del Zulia, partiendo desde el mismo contexto de los estudiantes, desde el momento de su ingreso, con el propósito de facilitar el aprendizaje y la formación de éstos, disminuyendo los riesgos de la repitencia y/o deserción, porque tal como refiere Asubel citado por Oñate (2006), el ser humano tiene la disposición de aprender sólo aquello a lo que le encuentra sentido y es valorado como útil, es decir significativo. En este sentido, el conocer lo significativo para los alumnos, puede permitir relacionarlo con la prosecución y posterior culminación de una carrera profesional valorando su significado en función de las creencias e identidad social que los estudiantes posean de la decisión de su futuro profesional.

### 1. Identidad social

La teoría de la Identidad Social fue desarrollada por Henry Tajfel y John Turner (1972), teniendo como ideas

centrales la categorización, la identificación y la comparación, sus raíces se encuentran en el trabajo llevado a cabo por Tajfel en el año 1957, en el área de la percepción categorial del paradigma experimental del Grupo Mínimo el cual marcó un hito en el área de estudio de las relaciones intergrupales, generando diversas hipótesis relacionadas con los efectos de la categorización sobre las conductas de discriminación intergrupales.

La labor realizada posteriormente por su grupo de colaboradores se centró en el análisis de la influencia de diferentes factores, tales como, el sistema subjetivo de creencias sobre las conductas intergrupales. El núcleo de la teoría de Identidad Social, según su autor, se origina en la idea de que por muy rica y compleja que sea la imagen que los individuos tienen de sí mismo en relación con el mundo físico y social que les rodea, algunos de los aspectos de esa idea son aportados por la pertenencia a ciertos grupos o categorías sociales (Tajfel, 1981).

Esta teoría sugiere que las personas tienden a maximizar su autoestima mediante la identificación con todos aquellos grupos sociales específicos a los que pertenecen e intentando además que sean valorados de forma positiva, en comparación con los otros grupos. En particular, de acuerdo con Gómez (2006) dentro de esta teoría juega un papel indispensable el concepto de categorización, entendido éste como un proceso de simplificación y orden de la realidad. Es la tendencia a dividir el mundo social en dos categorías: endogrupo (nosotros) y varios exogrupos (ellos) y es través de dicho proceso

como los individuos construyen su Identidad Social, haciendo más sencilla su percepción de la realidad social.

La Identidad Social se forma por la pertenencia a un grupo, ya que el pensar en términos de "nosotros" es lo que la define, que sea positiva o negativa dependerá de la valorización que el individuo haga de su grupo en comparación con otros grupos y de ahí la importancia del proceso de comparación social, por el cual las personas tienden a compararse a sí mismo con otro y por lo tanto ésta, no solo implica ser diferente sino también que hay que buscar ser mejor.

Es así, como dentro de este contexto las personas necesitan saber cómo son, que deben pensar y hacen los grupos de los cuales forma parte, es decir, tener conciencia de la identidad de los grupos a los que pertenece y aquellos a los que no, haciendo la vida más sencilla facilitando las relaciones interpersonales e intergrupales. Es a través de las consideraciones anteriores que surge otro concepto en la teoría de Identidad Social, el autoconcepto, facilitando el conocimiento completo del cómo es el individuo, las emociones que surgen de su conocimiento y la influencia que ejerce en las creencias y percepciones, determinando el sentido de pertenencia grupal (Gómez, 2006).

Según Brown (1991) las personas con una Identidad Social alta, se perciben más similares con las de su grupo, tienden a ser más cooperativas, sienten necesidad de estar de acuerdo con las opiniones del grupo, perciben los mensajes del grupo como de mejor calidad que la de los otros grupos y se re-

lacionan en comportamiento y actitud. Otro aspecto importante que menciona el referido autor es el concerniente a la relación entre los roles con la Identidad Social, concibiendo la misma como el resultado de la interacción con personas que ocupan status completamente diversos, contribuyendo al conjunto de conocimientos que tiene una persona de sí misma y que van surgiendo según las personas se van colocando en diversas dimensiones, tales como ecológicas, sociológicas, psicológicas, distintas, e irse preguntando ¿quién eres tú? ¿Quién soy yo? ¿Quién soy yo para él o ante él? Por lo tanto el desempeño de roles de gran implicación personal conduce a una mayor Identidad Social.

En definitiva, a través de todos los conceptos mencionados se organiza la conceptualización del constructo Identidad Social, la que deriva de la pertenencia de las personas a grupos sociales a lo largo de su vida, en cambio la identidad personal se aplica a los casos en los que la persona se define a partir de sus rasgos únicos e idiosincrasia. De hecho, del razonamiento anterior surge la definición de Identidad Social más extendida y de la que parte la teoría.

Como señala Morales (2007). "La Identidad Social es el resultado de procesos cognitivos, evaluativos y emocionales" Además su surgimiento, estabilidad y cambio están implicados en diferentes procesos psicosociales de naturaleza individual, grupal y colectiva. Según refiere el autor es una especie de eje vertebrado de todos o la mayoría de los procesos psicosociales, en tanto que contribuye a organizar la experien-

cia del ser humano en su mundo social, regula la autoimagen, la conducta dentro de su propio grupo, hacia otro grupo e incluso sus relaciones con el ambiente físico.

## **2. Categorización social**

La categorización "es el proceso a través del cual el individuo ordena su entorno en categorías, agrupando elementos que él considera equivalentes o parecidos" (Tajfel, 1972). Dicha actividad de ordenamiento es esencial para el ser humano ya que tiene por finalidad reducir la complejidad del medio que lo rodea. Sin el proceso de categorización toda información o estímulo, sería recibido por la persona, como nuevo a cada instante, debiendo ser objeto de un nuevo tratamiento cognitivo. Este proceso simplifica la percepción de la realidad y es fundamental para el funcionamiento adaptativo del organismo humano ya que sirve para estructurar la variabilidad, potencialmente infinita, en un número manejable de categorías, focalizando un mundo difuso porque acentúa similitudes entre objetos de la misma categoría y diferencias entre estímulos de categorías diferentes.

De la misma manera que el individuo clasifica en distintas categorías los objetos que lo rodean, él organiza su medio social en categorías de personas, por lo tanto la mayoría de los efectos del proceso de categorización de objetos también ocurre con las personas, determinando la percepción de los mismos. Este proceso presenta dos particularidades: contribuye a la edificación de la identidad social, la cual va a construirse sobre la base de un senti-

miento de pertenencia a una categoría social determinada; una segunda particularidad, la determina la fuente de conductas discriminativas entre grupos, es decir, cada individuo favorece su grupo en detrimento de otro grupo.

Los grupos aparecen como una consecuencia de los procesos de categorización que llevan a cabo los seres humanos para tratar de comprender y ordenar su medio ambiente, surgen al establecer clasificaciones que van a servir para que los individuos se sitúen y establezcan diferencias con los demás. El ser humano desde que nace vive en grupos y todo su proceso de socialización, su integración a las diversas instancias sociales que van a conformar su personalidad como ser social, su interacción con el resto de individuos y estamentos sociales lo va a llevar a cabo en relación a y determinado por unos grupos que van a llegar a ser parte integrante de su personalidad y de su comportamiento.

### **3. Comparación social**

El concepto de comparación social acuñado en un primer momento por Festinger citado por Tajfel (1981), hace referencia a la "comparación que realiza el sujeto de sus opiniones y habilidades con respecto a las del grupo" Nace con la formulación de la Perspectiva de la Similitud, la cual señala que la gente estaría especialmente interesada en información concerniente a las opiniones y habilidades de sus similares, la que le permite al individuo evaluar su propio ajuste a las nuevas situaciones.

La similitud incrementa el valor de la información que se puede obtener a través de la comparación, es decir el individuo se compararía con personas que presenten similitud con él, en la dimensión bajo evaluación, o con aquellas que se encuentren en un proceso de ajuste similar o con los que se sienta similar en algunos áreas, para luego compararse con ellas en las dimensión evaluada. El autor mencionado, con la hipótesis de la similitud emocional, extendió la teoría hacia el campo de las emociones, proponiendo que las personas enfrentan la amenaza psíquica experimentando un incremento en el deseo de afiliación, particularmente con otros que enfrentan la misma amenaza, es decir, el estado emocional similar.

Opiniones, comportamientos, logros, méritos o deficiencias de los otros se constituyen en parámetros que le sirven al individuo para ubicarse en un determinado contexto social, pero además ejercen una gran influencia en el autoconcepto y en la identidad social. El hecho de que una persona sea considerada como poseedora de una gran o pequeña cualidad para realizar una actividad determinada depende de con quién se la compara, esto es, del marco subjetivo de referencia que sirva de base para realizar la comparación. El marco de referencia incluye todos los patrones de comparación que sirven de apoyo al individuo para realizar un juicio determinado mientras la sociedad como un todo dicta los marcos de referencia, la gente puede ejercer cierto grado de control sobre éstos, eligiendo sólo uno.

#### 4. Autoconcepto

El autoconcepto es la representación de una realidad multidimensional en la que unas dimensiones adquieren más valor que otras, está organizado según unos esquemas que actúan como mecanismos selectivos de la información y provienen de la interacción social con otros. Bisquerra citado por Oñate (2006) lo define como "las percepciones que tienen las personas de sí mismo; de igual manera es un conjunto de conceptos e ideas, sentimientos y actitudes que cada persona tiene hacia sí mismo".

Por lo que el autor, agrega que el autoconcepto se puede considerar como "la parte informativa de la concepción del sí mismo, lo que sabe y piensa una persona de sí misma, es decir, la constelación de elementos que esa persona utiliza para describirse". Es así, como la persona va configurando una concepción global de sus habilidades e intereses, los cuales se expresan a través del trabajo, la familia, tiempo libre y actividades en la comunidad. En otras palabras Woollfolk citado en Oñate (2006) define el autoconcepto como "la percepción que tiene el individuo de sí mismo y del papel social que desempeña ya que busca una Identidad Social propia y forma una imagen de sí mismo en varias situaciones sociales". Kinch citado en Oñate (1989) lo define como "una organización de cualidades que el individuo se atribuye a sí mismo y que comprende los atributos expresables en adjetivos y los roles que desempeña".

Según Machargo (1991), el autoconcepto cumple en el ser humano

funciones tales como: a) Mantener la consistencia interna, como sistema integrado y significativo, lo que permitirá al individuo relacionarse coherentemente con su medio, por lo que cada experiencia es interpretada por el sistema e incorporada al mismo. b) Proporciona pautas para interpretar la experiencia, convirtiéndose en un filtro interior y en el marco de referencia para interpretar las nuevas experiencias de modo consistente con las propias percepciones, ya que el nuevo significado y el valor de la realidad dependen de cómo la persona se ve a sí misma. c) Mantiene la autoestima de la persona como una necesidad por encima de las otras. d) Cumple con una función mediatizadora al otorgarle a la información que el individuo recibe de un entorno un valor en otro, según concuerde o no con la opinión previa que él tiene de sí mismo. e) Determina las expectativas que un grupo tiene de sí.

Tomando en consideración los argumentos expuestos, entonces, el autoconcepto que una persona posee de sí mismo abarca la totalidad de auto-descripciones y autoevaluaciones, subjetivamente disponibles, encontrándose estructurados dentro de una constelación llamada autoidentificación que incluye dos subsistemas relativamente separados: la Identidad Social, que contiene las auto-descripciones derivadas de ser un miembro de una determinada categoría social y la identidad personal que contiene las auto-descripciones personales que resaltan y denotan atributos específicos del individuo y emerge de las relaciones interpersonales.

## 5. Motivos sociales

Las motivaciones sociales o motivos sociales constituyen la razón de ser o finalidad de comportamiento, Chóliz (2004), las describe, como redes de pensamientos y afectos que dinamizan, orientan y mantienen la conducta hacia metas interiores y exteriores valorizadas por la persona. Cuando se comenta la característica de dinamizar la conducta, se refiere a originar, iniciar, activar, disparar el comportamiento. Se utilizan todos esos vocablos como sinónimos de generar el comportamiento, de hacerlo visible, observable y susceptible de ser medido. Refiere el citado autor, que la mayor parte del comportamiento humano es motivado, bien sea como reducción de necesidades (satisfacción), disfrute de niveles óptimos de activación sensorial (placer) o esfuerzo intencional para lograr las metas valoradas altamente.

Refiere Chóliz (2004), que algunas de las características más relevantes de los motivos sociales, que convierte a estos procesos en un objeto de estudio interesante por derecho propio, son las siguientes: a) Ejercen un poderoso control conductual. Desde la moda en el vestir a los modales de conducta propios de una determinada situación, los motivos sociales modulan o determinan el comportamiento. b) Los motivos sociales modifican los motivos primarios, lo cual es único en la escala filogenético. El hombre puede comer cuando no tiene hambre, o dejar de comer aún en el caso de que tenga un enorme apetito y disponga de la oportunidad de alimentarse.

Morales (2007) recoge las aportaciones de Murphy (1951), McClelland

(1971), Festinger (1954) y McClintock (1972) para concluir que las características más relevantes de la motivación social son las siguientes: a) La variable energizadora, que impulsa al organismo a la acción, es interna al organismo b) La motivación social canaliza dicha energía hacia la consecución de metas u objetivos específicos. c) Las metas hacia las que se dirige la conducta son sociales. d) La conducta social se caracteriza no sólo porque su meta es social, sino porque tiene en cuenta los objetivos de los demás.

Según Festinger citado por Morales (2007), los motivos serán sociales en función de que conlleven una conducta que implique la interacción con otras personas. De esta manera, un mismo motivo puede ser personal o social en diferentes situaciones. No obstante, existen motivos que llevan implícito necesariamente dicho componente, de forma que se trata de motivos sociales por excelencia, pese a ello, existe un considerable interés en lo que se refiere a qué se entiende por motivación social y cuáles son los motivos más representativos.

## Metodología

La metodología utilizada para el desarrollo de la investigación fue de tipo no experimental, con un nivel descriptivo, de campo. Para la recolección de datos se utilizó un cuestionario, autoadministrado, individual, anónimo, conformado por 24 afirmaciones excluyentes, con un nivel de medición ordinal, que contienen opciones de respuestas dicotómicas (sí-no). La tabulación del instrumento se



realizó sobre la base aditiva de los puntajes logrados por cada sujeto, permitiendo su ubicación en un baremo cuyos niveles los ubican en una Identidad social positiva o negativa. La validez se obtuvo a través del juicio de tres expertos en el área de Trabajo Social y Psicología. La confiabilidad fue analizada por el método de División por Mitades con un resultado de 0.79 y por el método de consistencia interna Alfa de Cronbach a través del cual se obtuvo un índice de 0.70, ambos coeficientes altos y aceptables.

La población estuvo constituida por 77 estudiantes del II semestre de Trabajo Social, se prescindió de la técnica del muestreo y se utilizó el Censo Poblacional, por tratarse de una población pequeña y finita.

### Resultados de la investigación

Para el análisis de los resultados se utilizó la estadística descriptiva, los datos obtenidos aportaron las bases para

conocer la Identidad Social de los estudiantes de Trabajo Social.

Los puntajes obtenidos en las respuestas, ubican a los participantes en un nivel de Identidad Social positiva, (categorización social 68%, autoconcepto 65%, comparación social 51%, motivos sociales de poder 38% y 39% motivos sociales de logro), lo que indica que el grupo de estudiantes del II semestre de Trabajo Social se sienten identificados con la carrera y poseen sentido de pertenencia, así mismo, la cohesión grupal que poseen los lleva a compartir los mismos intereses con los integrantes del grupo de estudio, su autoconcepto los caracteriza por ser unos jóvenes que conocen sus fortalezas a la hora de reconocerse como personas poseedoras de un proyecto de vida profesional guiado por fuertes motivos sociales de logro que no dependen de las comparaciones sociales que realizan con otros exogrupos.

Así mismo los estudiantes con Identidad Social positiva, como lo se-

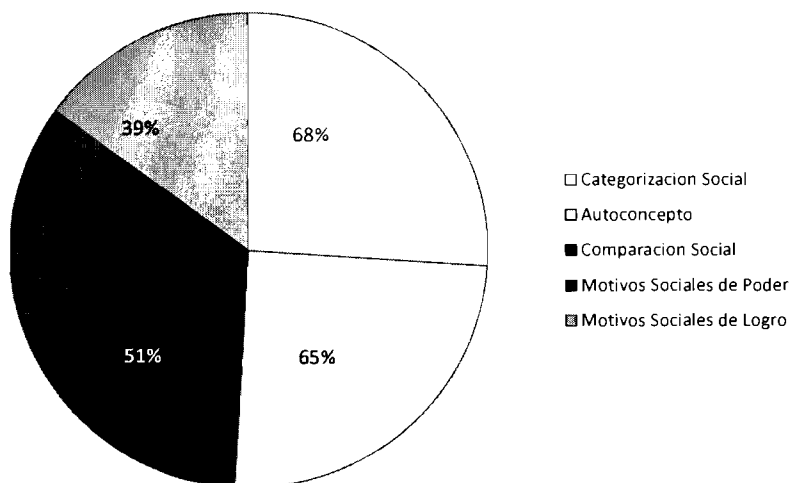


Gráfico 1. Resultados que describen la identidad social de los estudiantes que participaron en la investigación. Fuente: Las Autoras.

ñala Brown (1991) se perciben más similares con los de su grupo, tienden a ser más cooperativos, sienten necesidad de estar de acuerdo con las opiniones del grupo, perciben los mensajes de su grupo de mejor calidad que la del exogrupo y se relacionan en comportamiento y actitud.

Cabe destacar que un autoconcepto positivo contribuye a fortalecer las dimensiones del autoconcepto, en el reconocimiento del yo como persona integrante de un grupo y está directamente relacionado con la construcción de la identidad y la misma ejerce un fuerte impacto en la vida de los universitarios, en la formación de expectativas y motivos sociales de logro y poder cimentados en sus propias fortalezas, lo que permite predecir el desempeño estudiantil actual, como su desempeño como futuro profesional.

### Reflexiones finales

Los resultados de la investigación permitieron detallar algunas consideraciones en función de los objetivos planteados.

- Los datos obtenidos ubicaron a los estudiantes del II semestre de Trabajo Social en una categoría de Identidad Social positiva.
- Las experiencias vivenciales formativas a las que son sometidos los estudiantes contribuyen a consolidaron la Identidad Social.
- El grupo de estudiantes en formación, que participaron en la investigación se encuentran en un % identificados con la carrera y poseen sentido de pertenencia hacia la

misma y hacia su espacio educativo.

- Consideramos, que para la formación del Trabajador Social del futuro es importante continuar fortaleciendo el nivel de Identidad Social que los estudiantes poseen, en aras de fortalecer su futuro desempeño profesional.
- Recomendamos realizar investigaciones similares a nivel de las diferentes escuelas de la universidad a objeto de facilitar el aprendizaje, la identificación, valoración académica y un futuro exitoso en el campo laboral, tanto a nivel personal como social.

### Referencias bibliográficas

- BROWN, R. (1991). *Relaciones Intergrupales*. Barcelona: Ariel.
- GIL, Y. y CARVALLO, B. (2009). *Efectos de un Programa en la Identidad Social de los estudiantes de Trabajo Social*. Maracaibo. Universidad del Zulia. Escuela de Trabajo Social.
- CODOL, J. (2004). *La Percepción de la Similitud Interpersonal*. Sriben editors, New York.
- CHOLIZ, M. (2004). *Psicología de los Motivos Sociales*. España. <http://www.uv.es/ncholiz>.
- GÓMEZ, A. (2006). *Si mismo e Identidad Social*. Madrid: Sanz y Torres.
- SOLDEVILLA, C. (2001). *La construcción social de la subjetividad*. Catarata editores. Madrid.
- IÑIQUEZ, L. (1994). *Un recorrido conceptual de la identidad*. Bolantes editores. Barcelona.

- MACHARGO, J. (1991). **El profesor y el autoconcepto de sus alumnos**. Madrid: Prentice-Hall.
- MORALES, J. (2007). **Psicología de los Grupos**. Madrid: UNED.
- OÑATE, M. (1989). El autoconcepto ¿Es igual en todos los jóvenes universitarios?\_Abstract de XXII Congreso Internacional de Psicología. Buenos Aires: Interamericana.
- TAJFEL, H. (1972). **La Caracterización Social**. Vol. 01 Paris: Larourse.
- SHAVELSON, H. (1976). Self Concept. **Revista Electrónica de Investigación Psicoeducativa y Psicopedagógica** # 46 ISS-1696-2095. Consultada julio 2009.