

# **SALIENCIA DE LA MORTALIDAD Y SU INFLUENCIA EN MOTIVOS IDENTITARIOS INDIVIDUALES Y COLECTIVOS: UN ESTUDIO EXPERIMENTAL**

## **MORTALITY SALIENCE AND ITS INFLUENCE ON INDIVIDUAL AND COLLECTIVE IDENTITY MOTIVES: AN EXPERIMENTAL STUDY**

Sebastián Campos\* y Agustín Espinosa\*\*  
Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú

Recibido: 09 de setiembre de 2015

Aceptado: 28 de marzo de 2016

### **RESUMEN**

La presente investigación busca determinar el impacto de la saliencia de la mortalidad en motivos identitarios individuales y colectivos, como la autoestima, la eficacia, la pertenencia, la distintividad, la continuidad y el significado. Se hipotetizó que la conciencia de la propia muerte potenciaría, a nivel individual y colectivo, los motivos identitarios descritos. A través de un diseño experimental, se encontró que a nivel de identidad individual el grupo experimental (expuesto a la saliencia de la propia mortalidad) mostró puntuaciones marginalmente más elevadas que el grupo de control en los motivos de autoestima y de distintividad, y puntuaciones significativamente más elevadas en el motivo de continuidad. A nivel de identificación colectiva no se aprecia efecto alguno de la mortalidad sobre los motivos identitarios.

**Palabras clave:** Identidad individual, identidad colectiva, motivos identitarios, teoría del manejo del terror, saliencia de la mortalidad.

### **ABSTRACT**

The present investigation intends to determine mortality salience's impact on individual and collective identity, through identity motives such as self-esteem, efficacy, belongingness, distinctiveness, continuity and meaning. It was hypothesized that the awareness of one's own death would boost the described identity motives at both individual and collective levels. Throughout an experimental design it was found that, for individual identity, the experimental group (exposed to mortality salience) showed marginally higher punctuations than the control group for the self-esteem and distinctiveness motives and significantly higher punctuations for the continuity motive. At the collective identity level mortality salience has no effect on the identity motives.

**Keywords:** Individual identity, collective identity, identity motives, terror management theory, mortality salience

\* campos.sebastian@pucp.pe

\*\* agustin.espinosa@pucp.pe

La identidad es definida como la conceptualización subjetiva que un individuo tiene acerca de sí mismo (Vignoles, Regalia, Manzi, Golledge y Scabini, 2006). En el estudio contemporáneo de la identidad, esta suele hacer alusión a dos sentidos denominados *identidad personal*, por un lado, e *identidad social*, por otro (Fearon, 1999). La identidad individual consta de aquellos atributos específicos que sirven como descriptores únicos de un sujeto y han sido internalizados por este (Owens, 2006). Fearon (1999) define la identidad personal como un conjunto de creencias, deseos, atributos o principios de acción que distinguen al sujeto de maneras socialmente relevantes y que pueden: (a) ser fuente de orgullo para la persona, (b) brindarle orientación necesaria de cómo comportarse o (c) tratarse de elementos inalterables. El poder reconocer a un individuo como la misma persona a lo largo del tiempo permite la construcción de relaciones sociales estables y el surgimiento de un sentido de identidad compartida, denominada social o colectiva (McCall y Simmons, citados por Owens, 2006).

La identidad social es descrita por Tajfel (1982) como la parte del autoconcepto de un sujeto derivada del conocimiento de su pertenencia a un grupo social específico, junto con la significancia emocional y valorativa que dicho grupo representa. Así, la propuesta de la identidad social se apoya sobre la noción de que los individuos estructuran su entorno en categorías que permiten un manejo eficaz de los recursos cognitivos (Hogg, 2003). Al percibirse pertenecientes a un grupo, los sujetos están definiéndose y aceptando las principales características o atributos que definen a los miembros de dicho conjunto (Fearon, 1999). Este proceso de autocategorización lleva a diversos fenómenos, como un aumento de las similitudes percibidas con el endogrupo y las diferencias percibidas con el exogrupo (Stets y Burke, 2000). Asimismo, lleva a los sujetos a representarse como personificaciones del prototipo del grupo más que como individuos únicos, proceso conocido como despersonalización (Hogg, 2003). De esta manera, se afirma que la pertenencia a un grupo es un estado psicológico que permite fenómenos colectivos y la cognición social (Hogg y Ridgeway, 2003).

Ahora bien, cabe mencionar que la distinción entre una identidad personal y una social colectiva no es siempre

relevante y no existe un motivo claro por el cual asumir que estas se basen esencialmente en distintos aspectos del sí mismo (Simon, 2004). A su vez, se plantea que dicha diferenciación se ve en gran medida influenciada por paradigmas culturales (Lehman, Chiu y Schaller, 2004).

La identidad es un proceso en el que el sujeto incorpora a lo largo de su vida diversas autoconcepciones que conforman el conjunto articulado e integrado de información sobre sí mismo (Erikson, 1980). Sin embargo, este proceso de incorporación no es arbitrario y diversos autores plantean la existencia de «motivos» o «funciones» que dirigen a las personas hacia ciertos estados identitarios y las alejan de otros, lo cual favorece su ajuste social y bienestar (Vignoles et al., 2006; Simon, 2004). Entre los «motivos» o «funciones» identitarias más relevantes se encuentran la autoestima, la pertenencia, la distintividad, la eficacia, la continuidad y el significado, los cuales llevan a los sujetos a percibir más centrales para su identidad aquellos elementos identitarios que mejor satisfacen los motivos descritos (Vignoles et al., 2006; Simon, 2004).

El motivo de autoestima fue considerado por mucho tiempo como el principal influyente en la construcción de la identidad (Vignoles, Chrysochoou y Breakwell, 2002) y, si bien se conoce ahora la existencia de otros motivos, este sigue siendo de gran relevancia. Se entiende por autoestima la motivación que lleva a los individuos a mantener y promover una concepción positiva de sí mismos (Gecas, 1982). Entendida como el componente evaluativo del autoconcepto, la autoestima suele relacionarse con conocimientos claros y concisos de uno mismo, más que únicamente con valoraciones positivas (Páez, Zubieta, Mayordomo, Jiménez y Ruiz, 2004). Los efectos de una alta autoestima se han probado en su correlación positiva con conductas adaptativas, mejor resistencia a hechos estresantes, mayor bienestar y menor ansiedad, depresión y timidez (Páez et al., 2004).

Por otra parte, la pertenencia como motivo identitario se refiere a la necesidad de sentirse cercano o aceptado por otros, ya sea como parte de grupos o en relaciones diádicas (Vignoles et al., 2006). Este motivo es central también en los procesos humanos de motivación y se plantea en la literatura como una necesidad básica para el

\* campos.sebastian@pucp.pe

\*\* agustin.espinosa@pucp.pe

bienestar psicológico de las personas (Ryan y Deci, 2000). A su vez, la pertenencia lleva a las personas a sentirse mejor preparadas frente al entorno y tiene un efecto positivo en el sistema inmunológico (Dunbar, 2007). El verse excluido socialmente conduce, por su parte, a una disminución de las habilidades cognitivas (Baumeister, Twenge y Nuss, 2002) y a una propensión a conductas agresivas y antisociales (Morales, 2003).

Respecto al motivo de distintividad, este es aquel impulso que lleva a los sujetos hacia estados de identidad donde exista un sentido de diferenciación con otros (Vignoles, Chrysochoou y Breakwell, 2000). La distintividad resulta relevante en la medida en que uno no puede tener noción de quién es sin un sentido complementario de quién no es (Vignoles et al., 2000). Brewer (2007) plantea que las personas se ven atraídas a grupos humanos de límites definidos y de tamaño óptimo. Estos grupos permiten mantener beneficios de cooperación y evitar una interdependencia demasiado dispersa (Brewer, 2007; Dunbar, 2007). Es así que coexisten los motivos de pertenencia y distintividad, y, en miras de integrar esta dicotomía, surge la teoría de la distinción óptima, en la que se establece la necesidad humana de encontrar un balance entre la asimilación y la distinción (Brewer, 2003).

El motivo de eficacia está orientado hacia el mantenimiento y reforzamiento de sentimientos de competencia y control (Breakwell, 1993) y se refiere a las creencias relacionadas a la capacidad que tiene el sujeto de realizar determinadas tareas, entendiéndose, sus expectativas de poder ejecutar conductas (Bandura, 1977). Los sentimientos de eficacia son, al igual que aquellos de pertenencia, fundamentales en el surgimiento de la motivación humana, ya que personas que se perciben incapaces de llevar a cabo cierta tarea difícilmente se verán motivadas a emprenderla (Ryan y Deci, 2000). El autopercebirse eficaz es un fuerte predictor del bienestar subjetivo (La Guardia, Ryan, Couchman y Deci, 2000). Por el contrario, la ausencia de autoeficacia se asocia a sentimientos de inutilidad, alienación e impotencia (Breakwell, 1993).

El motivo de continuidad se refiere a la necesidad de mantener a lo largo del tiempo un sentido de coherencia y estabilidad en las cogniciones que se tienen sobre uno

mismo (Brewer, 2007). Este motivo lleva a los sujetos a inclinarse por información que sea consistente con las impresiones que estos ya mantienen de sí mismos, para sentirse así en control del entorno (Leary, 2007). Además, la continuidad supone un anhelo por fundamentos sólidos y objetivos que provean un sentido de unidad (McAdams, 2001). Cabe mencionar que este motivo no se opone a cambios en la identidad a lo largo del tiempo, por lo que la continuidad se puede mantener a la par de una evolución personal (McAdams, 2011).

Por último, el motivo de significado apela a la necesidad de encontrar un sentido o propósito a la propia existencia (Baumeister, citado en Vignoles et al., 2006). El cómo los sujetos enfrenten diferentes sucesos en su vida se verá influenciado por la búsqueda de sentido (Vignoles et al., 2006). De esta manera, el significado subyace a la idea de una narrativa o historia de vida que estructure la identidad (McAdams, 2001).

### *Saliencia de la mortalidad y construcción de la amenaza*

La teoría del manejo del terror (TMT) surge en la Psicología Social y propone que toda acción humana se puede entender como un intento de evadir el miedo a la muerte (Kastenbaum, 2000). Específicamente, la TMT propone que las habilidades cognitivas humanas llevan a la especie a ser consciente de su propia mortalidad, lo que, contrapuesto con una proclividad por la autopreservación, crea el potencial de terror existencial (Arndt, Greenberg, Schimel, Solomon y Pyszczynski, 2002). Así, surge en las personas una fuerte ansiedad que se controla mediante dos estructuras: una visión cultural del mundo y un sentido de autoestima derivado de ella. Por un lado, se plantea que la visión cultural del mundo provee una concepción estable, ordenada y compartida de la realidad, un conjunto de estándares y normas que brindan al individuo un sentido de valor personal dentro de un grupo y dotan de inmortalidad simbólica a quien vive según dichos patrones. A su vez, evitar la profundamente arraigada ansiedad de muerte requiere de una adecuada autoestima, la cual se obtiene de encajar en los estándares de esta visión cultural del mundo. Es por ello que el mantenimiento de ambas estructuras es central de acuerdo a esta teoría (Schimel, Simon, Greenberg, Pyszczynski, Solomon, Waxmonsky y Arndt, 1999).

\* campos.sebastian@puccp.pe

\*\* agustin.espinosa@puccp.pe

Dentro del marco de la TMT, la ansiedad de muerte es un motivador central del comportamiento humano y, como tal, hacer saliente dicha mortalidad repercute en diversas dimensiones de la identidad (Echebarría-Echabe, 2009). De manera particular, se encuentra en la literatura una extensa cantidad de evidencia empírica que permite afirmar que la saliencia de la mortalidad lleva a los sujetos a reforzar su autoestima mediante una mayor adhesión a aquellos aspectos identitarios que eleven los niveles de la propia valoración (Goldenberg, McCoy, Pyszczynski, Greenberg y Solomon, 2000). Se piensa que dicha consecuencia se debe al efecto amortiguador de la autoestima sobre la ansiedad de muerte, por lo que se trataría de un mecanismo compensatorio.

Por otro lado, la saliencia de la mortalidad aumenta la búsqueda de afiliación y lleva a los individuos a agruparse, incluso con personas que explícitamente atentan contra su visión del mundo (Wisman y Koole, 2003). Esto resalta la importancia de la afiliación o pertenencia ante la ansiedad de muerte, ya que se yergue incluso como más valiosa que la concepción cultural, que la TMT plantea como principal en el manejo de dicha ansiedad.

Respecto a la saliencia de la mortalidad y su relación con las actitudes frente a exogrupos, se ha encontrado que esta se ve impactada por ciertas variables ideológicas, principalmente por el autoritarismo de derecha. Es así que si bien el recordar a las personas su carácter mortal llevó a los sujetos de algunos estudios a rechazar a aquellos percibidos como distintos o a evitar miembros de exogrupos, esto ocurre solo en quienes puntúan alto en la escala de Autoritarismo de Ala Derecha (Greenberg et al., 1990). Por el contrario, quienes presentan puntuaciones bajas en esta escala, mantuvieron, tras la saliencia de la mortalidad, sus actitudes previas hacia el exogrupo en algunos estudios (Basset, 2010) e incluso manifestaron actitudes más favorables hacia el exogrupo en otros (Weise, Arciszewski, Verliac, Pyszczynski y Greenberg, 2012). Así, se ha encontrado que la saliencia de la mortalidad conduce a un incremento del favoritismo endogrupal, a buscar mayores niveles de distintividad óptima y a ceñirse a las normas y estándares que protegen la visión cultural del mundo de un individuo (Arndt et al., 2002).

Es de esta manera que se plantea en la presente investigación que manipular la saliencia de la mortalidad tendría un impacto sobre la relevancia que mantiene cada motivo de la identidad. Para contrastar las hipótesis, se plantean los siguientes objetivos: (a) determinar si la saliencia de la mortalidad afecta la necesidad de satisfacción de los motivos identitarios en las dimensiones individuales y colectivas de la identidad; (b) establecer cómo y a cuáles motivos identitarios afecta la saliencia de la mortalidad. Se hipotetiza, en concordancia con los objetivos planteados, que los efectos de la saliencia de la mortalidad presentan un correlato con los motivos identitarios expuestos en Vignoles et al. (2006). Se plantea, además, que la característica de la ansiedad de muerte de potenciar la autoestima podría llevar a un aumento en los motivos identitarios de autoestima y eficacia. Se propone también que, la saliencia de la mortalidad lleva a una mayor necesidad de afiliación, lo que resultará en una potenciación del motivo de pertenencia. A su vez, la tendencia humana que expone la TMT de apoyarse en la visión cultural del mundo tras la ansiedad de muerte podría provocar un alza en los motivos de continuidad y significado. Esto, se debe a que dicha visión cultural se basa en estándares y normas que pretenden dar, precisamente, estabilidad y sentido al entorno, dando un sentido simbólico de inmortalidad a quien los acoja.

## Método

### Participantes

Los participantes del presente estudio fueron 89 estudiantes de ambos sexos (27 % hombres) de las facultades de Derecho y Ciencias de la Comunicación de una universidad privada de Lima Metropolitana; las edades oscilaron entre los 18 y 26 años ( $M = 20.7$ ,  $DE = 1.7$ ). Los alumnos fueron encontrados en salones de clase ya establecidos y asignados aleatoriamente a dos condiciones: grupo experimental ( $n = 45$ ) y grupo control ( $n = 44$ ). Todos los participantes accedieron voluntariamente, mediante un consentimiento informado, a formar parte del estudio.

\* campos.sebastian@puccp.pe

\*\* agustin.espinosa@puccp.pe

## Medición

### Variable independiente

La variable a manipular fue la saliencia de la mortalidad, la cual tuvo dos niveles: presencia y ausencia. Para generar la presencia de la variable se emplearon, por un lado, dos indicaciones similares a otras utilizadas en distintos estudios que han trabajado la saliencia de la mortalidad (e. g., Greenberg et al., 1990; Schimel et al., 1999; Wisman y Koole, 2003). En esta investigación, las personas en la situación de saliencia de la mortalidad fueron expuestas a estímulos que hacían énfasis en su muerte como una posibilidad cercana, a partir de los siguientes enunciados: «Ahora, por favor imagina que mueres el día de mañana. Describe brevemente las emociones que pensar en tu propia muerte generan en ti» y «Si murieses mañana, escribe qué crees que le pasaría a tu cuerpo físicamente mientras mueres y después, cuando ya estuvieses muerto». Por otra parte, a aquellas personas en la situación de ausencia de mortalidad, no se les preguntó específicamente por su muerte. Para este grupo, los enunciados sobre la propia muerte fueron removidos y se evitó preguntar por otras situaciones potencialmente amenazantes o inciertas que pudiesen producir reacciones emocionales que podrían influir en las medidas sobre motivos identitarios.

### Variables dependientes

La variable medida fue la satisfacción de los motivos identitarios planteados por Vignoles et al. (2006). Esto se evaluó mediante 39 preguntas: 20 para la dimensión personal de la identidad y 19 para la dimensión colectiva de la identidad, en su componente de identificación nacional. Los cuestionarios finales contaron con ítems basados en la Escala de Autoestima, de Rosenberg (1965); en la traducción española de la Subescala de Autoestima Colectiva Privada, de Luhtanen y Crocker (1992), adaptada a la categoría social «peruano»; en la Escala General de Autoeficacia, de Jerusalem y Schwarzer (1992); en la Escala de Sentido de Vida, de Steger, Frazier, Oishi y Kaler (2006); en la versión en español de Blanco y Díaz (2005) de la Escala de Bienestar Social de Keyes; e ítems contruidos a partir de las definiciones de los motivos de eficacia, pertenencia, distintividad y continuidad, como fueron

presentados en la revisión teórica previamente expuesta. Cuánto representaba cada afirmación a la dimensión de identidad (individual o nacional) se cuantificó en una escala Likert del 1 al 7, donde 1 = Nada cierto y 7 = Totalmente cierto. Se calcularon los niveles de confiabilidad para las escalas de identidad individual y colectiva (se obtuvo  $\alpha = .90$  y  $\alpha = .89$  respectivamente) y para sus motivos. En la Tabla 1 se observa que todos los niveles de confiabilidad resultaron aceptables ( $\alpha > .60$ ):

**Tabla 1**  
*Alphas de Cronbach para medición de Motivos Identitarios*

	Dimensión	
	Individual	Colectiva
Motivo identitario	$\alpha$	$\alpha$
<b>Autoestima</b>	.89	.84
<b>Eficacia</b>	.73	.89
<b>Pertenencia</b>	.89	.88
<b>Distintividad</b>	.61	.70
<b>Continuidad</b>	.76	.71
<b>Significado</b>	.93	.89

### Variables de Control

Para establecer la equivalencia de los grupos experimental y de control, se controlaron las siguientes variables: sexo, edad en años, e importancia de la religión.

De manera específica, se midió la importancia que la religión tenía en la vida de los participantes para controlar una posible relación entre esta y el impacto de la saliencia de la mortalidad. Se empleó la afirmación «La religión es importante en mi vida», frente a la que los participantes debieron pronunciar su posición en una escala Likert del 1 al 6, donde 1 = Totalmente en desacuerdo y 6 = Totalmente de acuerdo.

### Procedimiento

En un primer momento, se aplicó una versión piloto de los inventarios de identidad a 30 estudiantes de una universidad privada de Lima Metropolitana, tras lo cual se procedió a eliminar ítems que perjudicaban la

\* campos.sebastian@pucp.pe

\*\* agustin.espinosa@pucp.pe

confiabilidad del instrumento, para llegar así a la lista final de 39 ítems.

Se contactó a docentes de dos facultades de dicha universidad para obtener el permiso y coordinar la aplicación de los cuestionarios de investigación en sus horarios de clase. Tras las autorizaciones correspondientes, se ingresó a los salones y se solicitó a los alumnos su participación en el estudio. Quienes accedieron voluntariamente a participar, recibieron el consentimiento informado, donde se establecen las condiciones de anonimato de los respondientes y de voluntariedad de participación. Posteriormente, se repartieron los cuestionarios ordenados aleatoriamente, por lo que algunos alumnos recibieron la situación experimental y otros la situación control. Se dio el tiempo que fuese necesario para completar los cuestionarios.

## Resultados

### *Descriptivos generales y comparación de grupos en variables de control*

Para establecer si la aleatorización de los grupos fue exitosa, se realizó una prueba Chi-cuadrado para la variable control Sexo,  $\chi^2(1) = .171, n.s.$ , la que se encontró distribuida homogéneamente en ambas condiciones, como se muestra a continuación:

**Tabla 2**  
*Frecuencias para variable Sexo*

Sexo	Grupo	
	Control	Experimental
Mujeres	11	13
Hombres	33	32

Además, se realizó una prueba *t* para el contraste de medias de las variables Edad,  $t(87) = -.143, n.s.$  e Importancia de la religión  $t(84) = .967, n.s.$ , las cuales están también distribuidas de manera homogénea en ambas condiciones:

**Tabla 3**  
*Medias para Edad e Importancia de la religión*

Sexo	Grupo			
	Control		Experimental	
Variable	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>
Edad	20.66	1.78	20.71	1.66
Importancia de la religión	3.54	1.45	3.47	1.50

De esta manera, se puede afirmar que la aleatorización de los grupos fue exitosa y que las variables mencionadas fueron controladas, lo que descarta su responsabilidad en eventuales alteraciones de las variables dependientes.

### *Comparaciones de medias de motivos identitarios por condición*

Se realizaron diversas pruebas *t* de Student para muestras independientes con el fin de evaluar las hipótesis experimentales y determinar si la saliencia de la mortalidad afectó a los motivos identitarios.

Por un lado, se evaluaron los motivos identitarios en su dimensión individual. De esta manera, se obtuvo que las medias de los motivos de autoestima y de distintividad presentan diferencias marginalmente significativas entre ambos grados de la variable independiente, mientras que el motivo de continuidad es el único cuyas medias alcanzan diferencias significativas ( $p < .05$ ). El grupo experimental es el que presenta valores más altos para estos tres motivos:

\* campos.sebastian@pucp.pe

\*\* agustin.espinosa@pucp.pe

**Tabla 4**  
*Medias para Motivos Identidad Individual*

Motivo identitario	<i>t</i>	Grupo				<i>d</i>	<i>p</i>
		Control		Experimental			
		<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>		
<b>Autoestima</b>	-1.91	4.89	1.00	5.31	1.09	-0.40	.060
<b>Eficacia</b>	-0.24	5.17	0.89	5.22	0.98	-0.05	.810
<b>Pertenencia</b>	0.17	5.46	1.03	5.42	1.21	0.04	.863
<b>Distintividad</b>	-1.80	4.92	1.24	5.35	1.01	-0.38	.075
<b>Continuidad</b>	-2.10	4.02	1.23	4.58	1.26	-0.45	.038
<b>Significado</b>	0.17	4.55	1.36	4.49	1.73	0.04	.864

Por otro lado, se evaluaron los motivos de la identidad en su dimensión nacional o colectiva. Para dicha dimensión, y empleando todos los sujetos de la muestra,

ninguno de los seis motivos identitarios presenta diferencias significativas en sus medias entre la situación control y la experimental:

**Tabla 5**  
*Medias para Motivos Identidad Colectiva Nacional*

Motivo identitario	<i>t</i>	Grupo				<i>d</i>	<i>p</i>
		Control		Experimental			
		<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>		
<b>Autoestima</b>	-1.48	5.06	0.91	5.38	1.13	-0.31	.144
<b>Eficacia</b>	-1.17	5.05	1.12	5.35	1.31	-0.25	.246
<b>Pertenencia</b>	-1.12	5.06	1.25	5.36	1.33	-0.24	.268
<b>Distintividad</b>	-0.83	4.83	1.20	5.06	1.36	-0.18	.408
<b>Continuidad</b>	-0.47	3.76	1.38	3.90	1.52	-0.10	.642
<b>Significado</b>	-1.44	4.08	1.49	4.55	1.60	-0.31	.153

Adicionalmente, se calcularon los valores de la *d* de Cohen para los motivos identitarios y se encontraron resultados concordantes con las significancias: valores de *d* que indican diferencias moderadas o grandes entre los grupos experimental y control cuando los valores de *p* igualmente se hallan alrededor de la diferencia estadística significativa. De esta manera, se corroboraron las diferencias estadísticas entre grupos; no productos del azar, sino de la manipulación experimental.

## Discusión

Tras el análisis de los resultados, se observa que solo pudieron ser corroboradas algunas de las hipótesis planteadas, pues no todos los motivos identitarios se vieron afectados por la saliencia de la mortalidad. Es así que los participantes de la condición experimental manifestaron un incremento marginalmente significativo en sus motivos identitarios de autoestima y distintividad individual. La autoestima, entendida como una concepción

\* campos.sebastian@pucp.pe

\*\* agustin.espinosa@pucp.pe

positiva de uno mismo (Gecas, 1982) juega un papel central al momento de sobrellevar la ansiedad de muerte, tal como postula la TMT y se evidencia en los resultados obtenidos. Así, el motivo de autoestima podría verse reforzado pues lleva a los individuos a identificarse con elementos positivos de sí mismos y a contrarrestar la emocionalidad negativa asociada a la muerte. A su vez, los resultados obtenidos son razonables si tomamos en cuenta la correlación positiva que diversos estudios han reportado entre la autoestima y una menor ansiedad, y entre la autoestima, el bienestar y la manifestación de conductas adaptativas (Páez et al., 2004). De esta manera, los mayores niveles de autoestima positiva responden a la necesidad de aminorar la ansiedad producida por la saliencia de la mortalidad, aumentar el bienestar y las valoraciones positivas de uno mismo, necesarias para enfrentarla y promover las conductas de autopreservación que servirán para afrontar un eventual encuentro con la muerte.

Por su parte, el motivo identitario de distintividad fue también potenciado marginalmente tras la condición experimental. Mayores valores en el motivo de distintividad reflejan una mayor necesidad de individualidad, de definirse en términos únicos, ajenos al colectivo (Vignoles et al., 2000). Se observa, entonces, que el impacto de la saliencia de la mortalidad se debería aminorar al concebirse uno como diferente u opuesto a otros. La ansiedad de muerte resulta en esta mayor necesidad de individualidad, pues esta lleva a la persona a sobresalir y la dota de importancia simbólica en su entorno o relevancia en el tiempo. Igualmente, este resultado podría verse, de acuerdo a la TMT, como un sentido de oposición con otros distintos que amenacen la visión cultural del mundo del sujeto, la cual maneja la ansiedad de muerte (Schimmel et al., 1999).

Por otro lado, el motivo identitario que obtuvo las puntuaciones más dispares entre ambas condiciones de la investigación fue el de continuidad. La potenciación de dicho motivo significa que, tras la ansiedad de muerte, los sujetos experimentan una mayor motivación por mantener cogniciones sobre sí mismos donde primen la coherencia y estabilidad a lo largo del tiempo (Brewer, 2007). Dichas cogniciones brindan una concepción sólida que ayuda a contrarrestar la brusquedad de la muerte, que se opone

directamente al «dejar de existir» y que, además, contribuye a sentirse en control del entorno (Leary, 2007). El motivo de continuidad incluso se traslapa con algunas de las definiciones clásicas de la identidad que la relacionan con sentimientos de mismidad o continuidad experimentados por los individuos a lo largo de su vida (Erikson, 1979). Así, la necesidad de continuidad se establece como central dentro de la noción misma de la identidad y contrarresta la ansiedad de muerte al proveer al sujeto de bases identitarias sólidas, estables y controladas en las que arraigarse.

Por otro lado, se evaluó el impacto que pudiese tener la saliencia de la mortalidad en la dimensión colectiva de la identidad y se encontró que, a dicho nivel, la condición experimental no impactó de manera significativa en la necesidad de satisfacción de ningún motivo identitario. Por ende, se puede afirmar que, al menos en el caso peruano, la saliencia de la mortalidad y sus efectos no llevan a los sujetos a cogniciones grupales nacionales de sí mismos, sino que motivan necesidades individuales y lo afectan en dicho nivel, quizás en relación con conductas innatas de preservación individual.

Se puede llegar a proponer que la ansiedad de muerte impacta en los motivos identitarios individuales o, en otras palabras, en los aspectos de su identidad que los sujetos consideran como centrales al momento de autodefinirse. En términos concretos, eventos en la vida de las personas que hagan saliente su mortalidad afectarán sus procesos de autodefinición y llevarán a correlatos actitudinales, emocionales y comportamentales que apuntarán a satisfacer las necesidades o motivos identitarios relevantes y alterarán no solo al individuo, sino a su entorno y sociedad, más aún cuando ocurran fenómenos que expongan la mortalidad de grandes grupos humanos.

Como limitación de la presente investigación se puede mencionar la cantidad de participantes del estudio, en tanto incluir una mayor cantidad de personas en la muestra, podría haber vuelto estadísticamente significativas las diferencias en las puntuaciones observadas entre los grupos de control y experimental, especialmente en aquellos casos donde se apreciaba una tendencia a la diferenciación estadística, pero esta no llegaba a ser significativa. Lo anterior tiende a ocurrir pues la potencia

\* campos.sebastian@pucp.pe

\*\* agustin.espinosa@pucp.pe

de los estadísticos utilizados para el análisis se encuentra siempre ligada al tamaño de muestra empleado.

De esta manera, se recomienda para futuros estudios similares emplear una muestra de mayor tamaño; a su vez, controlar y segmentar la muestra con variables ideológicas como el RWA, puesto que enriquecería el análisis y arrojaría luces sobre posibles interacciones entre la ansiedad de muerte y la ideología de los individuos.

## Referencias

- Arndt, J., Greenberg, F., Schimel, J., Solomon, S., & Pyszczynski, T. (2002). To belong or not to belong, that is the question: Terror management and identification with gender and ethnicity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(1), 26-43.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
- Basset, J. (2010). The effects of mortality salience and social dominance orientation on attitudes toward illegal immigrants. *Social Psychology*, 41(1), 52-55.
- Baumeister, R., Twenge, J., & Nuss, C. (2002). Effects of social exclusion on cognitive processes: Anticipated aloneness reduces intelligent thought. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(4), 817-827.
- Blanco, A. & Díaz, D. (2005). El bienestar social: su concepto y medición. *Psicothema*, 17(4), 580-589.
- Breakwell, G. (1993). Social representations and social identity. *Papers on Social Representations*, 2(3), 1-217. Recuperado de [http://www.psr.jku.at/PSR1993/2\\_1993Brea2.pdf](http://www.psr.jku.at/PSR1993/2_1993Brea2.pdf)
- Brewer, M. (2003). Optimal distinctiveness, social identity, and the self. En M. Leary & J. Tangney (Eds.). *Handbook of Self and Identity* (pp. 480-491). New York: The Guilford Press.
- Brewer, M. (2007). The importance of being *we*: Human nature and intergroup relations. *American Psychologist*, 62(8), 728-738.
- Dunbar, R. (2007). *La odisea de la humanidad: Una nueva historia de la evolución del hombre*. Barcelona: Crítica.
- Echebarría-Echabe, A. (2009). Effects of mortality salience aroused by threats against human identity on intergroup bias. *European Journal of Social Psychology*, 39(5), 862-867.
- Erikson, E. (1979). La identidad psicosocial. En D. L. Sills (Ed.) *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales* (vol. 5. pp. 586- 591). Madrid: Aguilar.
- Erikson, E. (1980). *Identity and the life cycle*. New York: Norton & Company.
- Fearon, J. D. (1999). *What is identity (As we know use the word)?* Manuscrito no publicado. Recuperado de <https://web.stanford.edu/group/fearon-research/cgi-bin/wordpress/wp-content/uploads/2013/10/What-is-Identity-as-we-now-use-the-word-.pdf>
- Gecas, V. (1982). The self-concept. *Annual Review of Sociology*, 8, 1-33.
- Goldenberg, J., McCoy, S., Pyszczynski, T., Greenberg J., & Solomon, S. (2000). The body as a source of self-esteem: The effect of mortality salience on identification with one's body, interest in sex, and appearance monitoring. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(1), 118-130.
- Greenberg, J., Pyszczynski, T., Solomon, S., Rosenblatt, A., Veeder, M., Kirkland S., & Lion, D. (1990). Evidence for Terror Management Theory II: The Effects of Mortality Salience on Reactions to Those Who Threaten or Bolster the Cultural Worldview. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(2), 308-318.
- Hogg, M. (2003). Social Identity. En M. Leary & J. Tangney (Eds.), *Handbook of Self and Identity* (pp. 480-491). New York: Guilford Publications, Inc.
- Hogg, M. & Ridgeway, C. (2003) Social identity: Sociological and social psychological Perspectives. *Social Psychology Quarterly*, 66(2), 97-100.
- Jerusalem, M. & Schwarzer, R. (1992). Self-efficacy as a resource factor in stress appraisal processes. En R. Schwarzer (Ed.), *Self-efficacy: Thought control of action* (pp. 195-213). Washington, DC: Hemisphere Publishing Corp.
- Kastenbaum, R. (2000). *The Psychology of Death*. New York: Springer Publishing Company.
- La Guardia, J. G., Ryan, R. M., Couchman, C. E., & Deci, E. L. (2000). Within-person variation in security of attachment: A self-determination theory perspective on attachment, need fulfillment, and well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(3), 367-384.
- Leary, M. R. (2007). Motivational and emotional aspects of the self. *Annual Review of Psychology*, 58, 317-344.
- Lehman, D., Chiu, C., & Schaller, M. (2004). Psychology and Culture. *Annual Review of Psychology*, 55, 689-714.
- Luhtanen, R. & Crocker, J. (1992). A collective self-esteem scale: Self evaluation of one's identity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(3), 302-318.
- McAdams, D. P. (2001). The psychology of life stories. *Review of General Psychology*, 5(2), 100-122.
- Morales, J. F. (2003). El estudio de la exclusión social en la psicología social. En J. F. Morales & C. Huici (Eds.). *Estudios de psicología social* (pp. 509-538). Madrid: UNED Ediciones.

\* campos.sebastian@puccp.pe

\*\* agustin.espinosa@puccp.pe

- Owens, T. (2006). Self and Identity. En J. Delamater (Ed.), *Handbook of Social Psychology* (pp. 205-232). New York: Springer Science + Business Media.
- Páez, D., Zubieta, E., Mayordomo, S., Jiménez, A., & Ruiz, S. (2004). Identidad. Auto-concepto, auto-estima, auto-eficacia y locus de control. En D. Páez, I. Fernández, S. Ubillós, & E. Zubieta (Eds.), *Psicología social, cultura y educación* (pp. 125-194). Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Ryan, M. & Deci, E. (2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
- Schimel, J., Simon, L., Greenberg, J., Pyszczynski, T., Solomon, S., Waxmonsky, J., & Arndt, J. (1999). Stereotypes and terror management: evidence that mortality salience enhances stereotypic thinking and preferences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(5), 905-926.
- Simon, B. (2004). *Identity in a modern society: A social psychological perspective*. Oxford: Blackwell.
- Steger, M., Frazier, P., Oishi, S., & Kaler, M. (2006). The meaning in life questionnaire: Assessing the presence of and search for meaning in life. *Journal of Counseling Psychology*, 53(1), 80-93.
- Stets, J. & Burke, P. (2000). Identity Theory and Social Identity Theory. *Social Psychology Quarterly*, 63(3), 224-237.
- Tajfel, H. (1982). *Social Identity and Intergroup Relations*. Cambridge & Paris: Cambridge University Press & Editions de la Maison des Sciences de l'Homme.
- Vignoles, V., Chrysochoou, X., & Breakwell, G. (2000). The distinctiveness principle: Identity, meaning and the bounds of cultural relativity. *Personality and Social Psychology Review*, 4(4), 337-354.
- Vignoles, V., Chrysochoou, X., & Breakwell, G. (2002). Evaluating models of identity motivation: Self-esteem is not the whole story. *Self and Identity*, 1(3), 201-218.
- Vignoles, V., Regalia, C., Manzi, C., Gollidge, J., & Scabini, E. (2006). Beyond self-esteem: influence of multiple motives on identity construction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(2), 308-333.
- Weise, D., Arciszewski, T., Verhac, J., Pyszczynski, T., & Greenberg, J. (2012). Terror management and attitudes toward immigrants: Differential effects of mortality salience for low and high right-wing authoritarians. *European Psychologist*, 17, 63-72.
- Wisman, A. & Koole, S. (2003). Hiding in the crowd: Can mortality salience promote affiliation with others who oppose one's worldviews? *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(3), 511-526.

---

\*, \*\* Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), Perú.

\* campos.sebastian@pucp.pe

\*\* agustin.espinosa@pucp.pe