La construcción teórica de la autoestima: aportes clásicos y problemáticas contemporáneas

Artículo de investigación para optar por el título de psicóloga

Valentina Ríos Colorado

Asesor

Ernesto Solano León

Mg en Psicología Universidad de Antioquia

Corporación Universitaria Lasallista

Facultad de Ciencias Sociales y Educación

Programa de Psicología

Caldas, Antioquia

2026

Agradecimiento

Quiero agradecer primero a Dios, por darme la fuerza, la sabiduría y la oportunidad de cumplir uno de mis mayores sueños. Por acompañarme en cada momento difícil y permitirme llegar hasta este punto de mi vida.

También quiero agradecerme a mí misma, por la dedicación, el esfuerzo y la constancia durante todo este proceso. Por no rendirme y seguir adelante aun en los momentos de cansancio y dificultad.

Y especialmente a mis padres Diana y Luis, por su paciencia, amor y apoyo incondicional. Aunque mi camino muchas veces fue difícil, ustedes siempre estuvieron ahí creyendo en mí, dándome fuerzas y recordándome que sí podía lograrlo. Gracias por impulsarme a seguir adelante, por nunca dejarme sola en este proceso y por permitirme estudiar lo que siempre anhelé. Este logro también es de ustedes, porque fueron parte fundamental de cada paso que di para llegar hasta aquí.

Resumen

Este trabajo tuvo como objetivo describir las bases teóricas del concepto de autoestima y sus problematizaciones recientes en la literatura científica. Para ello, se realizó una revisión narrativa, tomando como referencia autores clásicos y contemporáneos que han aportado al desarrollo del concepto de autoestima desde diferentes enfoques de la psicología. A lo largo del trabajo se revisaron textos de William James, Mead, Rosenberg, Coopersmith, Shavelson, Marsh, Orth y Robins, además de investigaciones actuales relacionadas con redes sociales, procrastinación y síndrome del impostor. En el primer capítulo se abordó la conciencia de sí en William James y cómo sus planteamientos permitieron comprender las primeras ideas sobre la valoración personal. En el segundo capítulo se analizó el interaccionismo simbólico y la manera en que el self, el yo y el mí se construyen a partir de la interacción social. El tercer capítulo explicó el concepto de auto concepto y los diferentes modelos de medición de la autoestima desarrollados desde la psicología social, mostrando que este concepto puede entenderse desde distintas perspectivas. Finalmente, el cuarto capítulo presentó discusiones y críticas contemporáneas sobre la autoestima, así como investigaciones recientes sobre su relación con redes sociales, procrastinación y síndrome del impostor. En conclusión, se encontró que la autoestima es un concepto complejo, dinámico y multidimensional, que no puede entenderse únicamente como una valoración positiva o negativa de sí mismo, sino como una construcción influenciada por factores sociales, personales y culturales. Además, el trabajo permite comprender la importancia de analizar la autoestima desde perspectivas más amplias y críticas dentro de la psicología actual.

Palabras clave: autoestima, auto concepto, self, psicología social, interaccionismo simbólico.

Abstract

This study aimed to describe the theoretical foundations of the concept of self-esteem and its recent problematizations in scientific literature. To achieve this, a narrative review was conducted using classical and contemporary authors who have contributed to the development of the concept of self-esteem from different psychological perspectives. Throughout the study, texts by William James, Mead, Rosenberg, Coopersmith, Shavelson, Marsh, Orth, and Robins were reviewed, as well as current research related to social media, procrastination, and impostor syndrome. The first chapter addressed the concept of self-awareness in William James and how his ideas contributed to understanding the earliest notions of personal evaluation. The second chapter analyzed symbolic interactionism and the way the self, the "I," and the "me" are constructed through social interaction. The third chapter explained the concept of self-concept and the different models used to measure self-esteem in social psychology, showing that this concept can be understood from multiple perspectives. Finally, the fourth chapter presented contemporary discussions and criticisms regarding self-esteem, along with recent research on its relationship with social media, procrastination, and impostor syndrome. In conclusion, the study found that self-esteem is a complex, dynamic, and multidimensional concept that cannot be understood only as a positive or negative self-evaluation, but rather as a construction influenced by social, personal, and cultural factors. In addition, this work highlights the importance of analyzing self-esteem from broader and more critical perspectives within contemporary psychology.

Keywords: self-esteem, self-concept, self, social psychology, symbolic interactionism.

Tabla de contenido

Introducción 7
Consideraciones metodológicas 8
Capítulo I: La conciencia de sí en William James 10
Capítulo II: El concepto de self, yo y mi en el interaccionismo simbólico 11
Capítulo III: El "auto-concepto" en psicología social y modelos de medición de la autoestima . 13
Capítulo IV: Actualidad de la autoestima en el trabajo de Orth y Robins y críticas al concepto . 15
Conclusiones 19
Referencias 20

Índice de figuras

Figura 1. Propuesta inicial de síntesis de las relaciones entre los conceptos de autoestima, auto concepto y actitudes. 13

Introducción

El concepto de autoestima ha sido ampliamente utilizado tanto en la psicología como en el lenguaje cotidiano, lo que ha generado varias dificultades en su definición. Uno de los principales problemas es que suele confundirse con otros conceptos cercanos como el auto concepto, la identidad o la autoeficacia, sin hacer una diferenciación clara entre ellos. Esto hace que muchas veces se use de forma general para referirse simplemente a "sentirse bien con uno mismo", dejando de lado su complejidad teórica.

Además, existe discusión sobre si la autoestima es una característica estable de la persona o si cambia dependiendo de las experiencias y contextos. Desde enfoques más recientes, también se ha cuestionado la idea de que la autoestima sea la causa de todos los aspectos positivos de la vida. De hecho, investigaciones actuales muestran que, aunque está relacionada con el bienestar, sus efectos no son tan fuertes ni tan directos como antes se pensaba (Orth & Robins, 2022).

La autoestima es un concepto importante porque influye en la forma en que las personas se perciben a sí mismas y en cómo enfrentan distintas situaciones de la vida. Una valoración positiva de sí mismo puede favorecer la seguridad personal, la toma de decisiones y la manera en que se establecen relaciones con los demás.

Además, estudios recientes muestran que la autoestima está relacionada con diferentes aspectos del bienestar, como la calidad de las relaciones, el rendimiento académico y laboral, y la salud mental. Aunque no explica todo por sí sola, sí cumple un papel importante en la adaptación social y en el desarrollo personal a lo largo del tiempo (Orth & Robins, 2022).

Objetivo general

Describir las bases teóricas del concepto de autoestima y sus problematizaciones recientes en literatura científica escogida.

Objetivos específicos

Explorar el concepto de conciencia de sí en el funcionalismo de William James.

Identificar la relación entre los principios del interaccionismo simbólico y el concepto clásico de autoestima en psicología social.

Analizar los modelos de medición de autoestima y sus conceptos relacionados.

Describir las tendencias recientes y problemas teóricos y empíricos en torno al estudio de la autoestima.

Consideraciones metodológicas

Este trabajo se articuló como una *revisión narrativa.* La revisión narrativa es una forma de investigación donde se recopila información de diferentes autores y estudios para comprender un tema de manera más amplia. En este tipo de revisión no solo se reúnen datos, sino que también se comparan ideas, teorías y diferentes puntos de vista sobre un mismo tema. Por eso, sirve mucho cuando se quiere entender cómo ha evolucionado un concepto o cómo distintos autores lo han trabajado (Creswell, 2012; Grant & Booth, 2009). Esto lo hace muy pertinente para el análisis de tipo teórico, puesto que las fuentes se pueden escoger según criterio de relevancia o consenso entre los investigadores.

La principal diferencia es que la revisión narrativa es mucho más flexible y descriptiva. En la revisión sistemática existen criterios mucho más estrictos para buscar y seleccionar estudios, mientras que en la narrativa hay más libertad para interpretar y organizar la información (Grant & Booth, 2009). Por otro lado, el meta-análisis busca reunir resultados estadísticos de diferentes investigaciones para sacar conclusiones más precisas. En cambio, la revisión narrativa se enfoca más en analizar y explicar las ideas de los autores (Creswell, 2012).

Una ventaja de la revisión narrativa es que permite comprender un tema de manera más amplia y relacionar diferentes perspectivas. También ayuda a analizar cómo un concepto ha cambiado con el tiempo. Sin embargo, una desventaja es que puede depender mucho de la interpretación del investigador, ya que no sigue criterios tan estrictos como otros tipos de revisión. Por eso, puede existir más posibilidad de sesgos en la selección de la información (Grant & Booth, 2009).

Los textos se escogieron buscando autores que fueran importantes para entender cómo se ha desarrollado el concepto de autoestima a lo largo del tiempo. Primero se tomaron autores más clásicos, como William James y Mead, porque ayudan a entender las primeras ideas sobre el yo, el self y la forma en que las personas se reconocen y se valoran a sí mismas.

Después se trabajó con autores de psicología social como Baron y Byrne, Rosenberg, Coopersmith, Shavelson y Marsh, ya que ellos desarrollan más directamente el concepto de autoestima y muestran diferentes formas de entenderlo. También se incluyeron investigaciones más actuales sobre autoestima, redes sociales, procrastinación y síndrome del impostor para mostrar cómo este tema sigue estudiándose hoy en día, por medio de una búsqueda en Google Scholar y el motor de IA Consensus.

De los textos se sacaron principalmente definiciones, conceptos y teorías relacionadas con la autoestima, examinando sus bases y sus interrelaciones. También se tomaron las ideas principales de cada autor sobre cómo se construye la valoración evaluativa personal y cómo se relaciona con otros conceptos como el yo, el self, el auto concepto y la autoeficacia. Además, se revisaron algunas investigaciones actuales para entender cómo la autoestima se relaciona con temas como las redes sociales, la procrastinación y el síndrome del impostor.

Las limitaciones que se reportan en este trabajo incluyen el tiempo disponible reducido y el proceso de cambios de tema y metodología producidos por esta condición.

Capítulo I: La conciencia de sí en William James

La obra *Principios de Psicología* publicada en 1890 por primera vez se refiere a unas problematizaciones iniciales de todos los conceptos psicológicos básicos modernos, pero tiene un capítulo en especial que se denomina "La Conciencia del Yo" que trata de articular respuestas acerca de cómo se genera una conciencia de un *Self,* "en su acepción más amplia […] hasta su forma más sutil y delicada" (James, 1989, p.233).

Porque el concepto de autoestima no aparece de manera directa desde el inicio, sino que se construye a partir de ideas más básicas sobre el "yo". En los textos fundacionales de la psicología, como los de William James, ya se hablaba de cómo las personas se perciben, se diferencian y se valoran a sí mismas. Por eso, para entender bien qué es la autoestima hoy, es necesario revisar esos planteamientos iniciales, ya que ahí se encuentran las bases de la valoración personal.

El yo empírico, según James, es todo lo que una persona siente como propio. Incluye tanto lo interno, como los pensamientos y la forma en que uno es consciente de sí mismo, como lo externo, por ejemplo, el cuerpo, las cosas que tiene y las relaciones. Es básicamente todo lo que uno considera que hace parte de sí mismo.

James dice que el yo empírico no es solo una cosa, sino que se divide en tres partes. La primera es el yo material, que incluye todo lo que uno considera suyo, como el cuerpo o las cosas que tiene. La segunda es el yo social, que tiene que ver con cómo lo ven a uno los demás y cómo uno se muestra dependiendo del contexto. Y la tercera es el yo espiritual, que es como la parte más interna, donde están los pensamientos, valores y la forma de ser.

En general, esto muestra que el yo es algo más complejo, porque no solo tiene que ver con lo que uno es por dentro, sino también con lo que tiene y con cómo se relaciona con los demás.

James plantea que las personas no solo se reconocen a sí mismas, sino que también se evalúan. James dice que la valoración personal depende de una relación entre lo que uno logra y lo que espera lograr. O sea, no es solo lo que uno hace, sino también lo que uno quiere o se exige. Por eso, la forma en que una persona se valora cambia según esas expectativas.

Capítulo II: El concepto de self, yo y mi en el interaccionismo simbólico

El interaccionismo simbólico es una perspectiva de la psicología social que explica que las personas construyen significados a partir de la interacción con otros. Es decir, lo que una persona piensa de sí misma, de los demás y del mundo no surge de manera individual, sino que se va formando a través de la comunicación y las relaciones sociales. Esta corriente continua algunas de las nociones propuestas por William James con respecto al estudio del yo, es decir, es una interpretación sociológica del funcionalismo psicológico.

Esta teoría se basa en tres ideas principales. Primero, que las personas actúan en función de los significados que las cosas tienen para ellas. Segundo, que esos significados surgen de la interacción social con otros. Y tercero, que esos significados se modifican a través de un proceso de interpretación que cada persona realiza (Blumer, 1969, p. 2).

Desde el interaccionismo simbólico, el individuo no se ve como algo fijo, sino como algo que se va formando en la interacción con otras personas. Es decir, la idea que una persona tiene de sí misma se construye a partir de lo que vive en sus relaciones y de cómo interpreta las reacciones de los demás. Por eso, el yo no es algo estable, sino que cambia con la experiencia y el contexto social (Mead, 1934).

El self se puede entender como la capacidad que tiene una persona de pensarse a sí misma, es decir, de reconocerse, evaluarse y verse como si fuera "desde afuera". No es algo con lo que uno nace ya hecho, sino que se va formando con las experiencias y las relaciones con los demás.

Por otro lado, el yo es la parte más espontánea, la que actúa y responde en el momento. Es como la parte más inmediata de la persona.

En ese sentido, el self es más amplio porque incluye cómo uno se ve y se entiende a sí mismo, mientras que el yo tiene más que ver con cómo uno actúa frente a lo que le pasa.

El "mí" es la parte del self que se forma a partir de lo que uno va aprendiendo de los demás, como las normas, las expectativas y la forma en que cree que lo ven. Es como esa idea que uno va construyendo sobre sí mismo a partir de lo social.

En cambio, el "yo" es la parte más espontánea, la que actúa en el momento y responde a todo eso.

La diferencia es que el "mí" está más influenciado por lo social, mientras que el "yo" tiene más que ver con cómo uno reacciona frente a eso en la práctica.

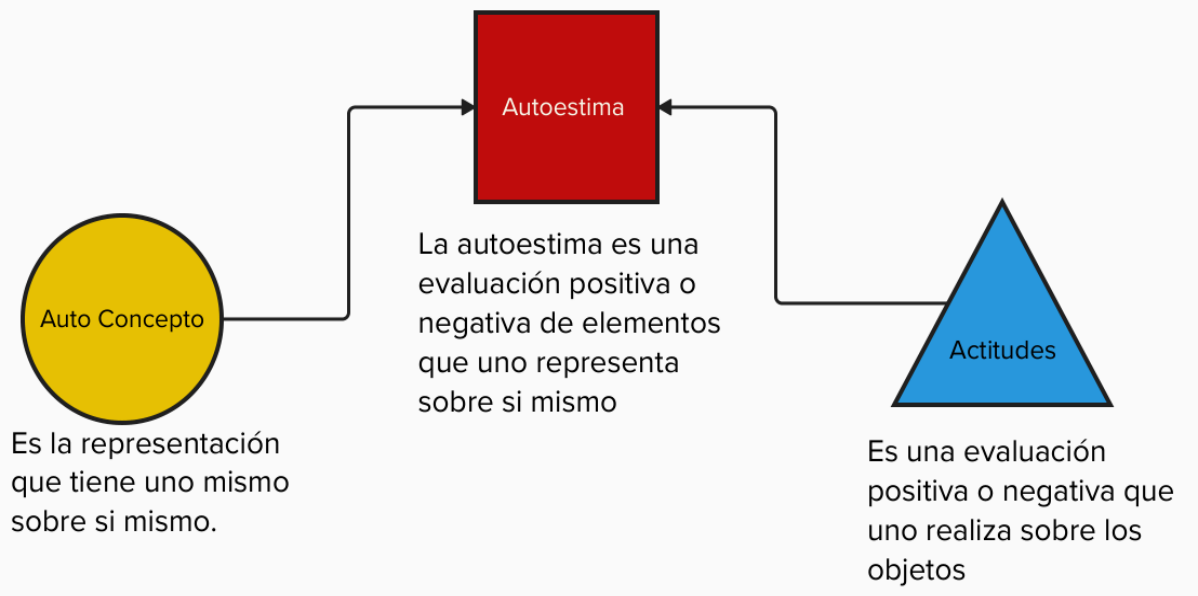
Estos conceptos ayudan a entender que la autoestima no aparece de la nada, sino que se va formando poco a poco en la relación con los demás. Por ejemplo, a partir de lo que uno vive y de cómo cree que los otros lo ven, va construyendo una idea de sí mismo.

Además, no es solo lo que los demás piensan, sino también cómo uno reacciona frente a eso. Con el tiempo, todo eso influye en la forma en que una persona se valora. Por eso, la autoestima tiene mucho que ver con la experiencia social y con la manera en que cada uno interpreta lo que le pasa.

Capítulo III: El “auto-concepto” en psicología social y modelos de medición de la autoestima

La autoestima en esta época de psicología social clásica se entiende relacionada con la noción de auto concepto y la noción de actitudes. Auto concepto es la representación que tiene uno mismo sobre sí mismo y por otro lado actitudes sería una evaluación positiva o negativa que uno realiza sobre los objetos. Según Baron y Byrne (2005), el auto concepto es una especie de *esquema básico* que organiza creencias y actitudes sobre uno mismo, en el sentido de una *autoconciencia simbólica,* una representación de sí mismo a partir del lenguaje. La actitud es, considerando esto, nuestras evaluaciones de cualquier aspecto del mundo social (Baron y Byrne, 2005), lo que indica herencia del interaccionismo simbólico, claramente. Por lo tanto, la autoestima se puede entender como una evaluación positiva o negativa de elementos que uno representa sobre sí mismo. Considerando esto, se procuró representar este planteamiento clásico de la autoestima mediante la Figura 1.

Figura 1. Propuesta inicial de síntesis de las relaciones entre los conceptos de autoestima, auto concepto y actitudes.



Nota: Elaboración propia.

Baron y Byrne (2005) retoman varios autores clave en el desarrollo del concepto de autoestima desde la psicología social. Entre ellos se encuentran Rosenberg, quien plantea una visión global de la autoestima; Coopersmith, que la relaciona con experiencias personales y sociales; y también propuestas más estructuradas como la de Shavelson y Marsh, que permiten entender el auto concepto como algo organizado en diferentes áreas. Estos autores ayudan a ver que la autoestima no es un concepto único, sino que ha sido trabajado desde diferentes enfoques.

El auto concepto se refiere a la idea que una persona tiene de sí misma. Incluye las percepciones sobre sus características, habilidades, roles y forma de ser. A diferencia de la autoestima, el auto concepto es más descriptivo, ya que no implica necesariamente una valoración, sino más bien cómo la persona se define. En este sentido, es como una base sobre la cual luego se construyen otras evaluaciones más emocionales o valorativas (Baron & Byrne, 2005).

La autoestima puede entenderse como una actitud que la persona tiene frente a su propio auto concepto. Es decir, no se trata solo de cómo alguien se describe, sino de cómo se siente respecto a eso. Por eso, implica una evaluación que puede ser positiva o negativa. En este sentido, la autoestima refleja el grado en que una persona se acepta, se valora o se rechaza a sí misma, a partir de lo que cree que es (Baron & Byrne, 2005).

Rosenberg plantea que la autoestima es una evaluación global que una persona hace de su propio valor. Es decir, no se enfoca en áreas específicas, sino en una valoración general de sí mismo. Desde este modelo, la autoestima se entiende como una actitud relativamente estable, que refleja si la persona se percibe como valiosa o no en términos generales (Rosenberg, 1979).

Coopersmith entiende la autoestima como la evaluación que una persona hace de sí misma en función de sus experiencias, especialmente aquellas relacionadas con la aceptación, el éxito y el reconocimiento. Este autor le da mucha importancia al contexto social, sobre todo a la familia y a la infancia, ya que considera que estas experiencias influyen en la forma en que la persona se valora a lo largo de su vida (Coopersmith, 1967).

Shavelson y Marsh proponen que el auto concepto está organizado de manera jerárquica y en diferentes dimensiones, como lo académico, lo social o lo físico. Desde esta perspectiva, la autoestima no se limita a una sola valoración global, sino que puede variar según el área. Esto significa que una persona puede tener una buena percepción en algunos aspectos de su vida y no en otros, lo que hace que la autoestima sea más compleja y multidimensional (Shavelson et al., 1976; Marsh, 1990).

Desarrollo: ¿Cómo entienden la autoestima los diferentes autores?

A partir de estos autores se puede ver que la autoestima no se entiende de una sola manera, sino que cada uno la mira desde un enfoque distinto.

Por ejemplo, Rosenberg la entiende como una valoración general que la persona hace de sí misma. Es decir, no se enfoca en partes específicas, sino en si la persona, en general, se siente bien o mal consigo misma (Rosenberg, 1979).

En el caso de Coopersmith, la autoestima tiene mucho que ver con lo que la persona ha vivido. Él les da importancia a experiencias como la aceptación, el reconocimiento o el rechazo, sobre todo en la familia y en la infancia. Entonces, la forma en que otros han tratado a la persona influye en cómo se valora (Coopersmith, 1967).

Por otro lado, Shavelson y Marsh plantean que la autoestima no es solo una cosa, sino que puede cambiar según el área. Por ejemplo, alguien puede sentirse bien en lo académico, pero no tanto en lo social. Esto muestra que la forma en que uno se valora no es igual en todos los aspectos de la vida (Shavelson et al., 1976; Marsh, 1990).

Comparación: variaciones en la forma de entender la autoestima

Si se comparan estos autores, se nota que no todos la entienden igual. Rosenberg la ve más general, Coopersmith la relaciona con la experiencia y con lo social, y Shavelson y Marsh la ven como algo que puede variar según el contexto o el área.

Esto permite entender que la autoestima no es algo único, sino que puede explicarse de diferentes maneras dependiendo del autor.

Capítulo IV: Actualidad de la autoestima en el trabajo de Orth y Robins y críticas al concepto

En la actualidad, una de las principales críticas al concepto de autoestima es que durante mucho tiempo se le dio un papel demasiado amplio, como si explicara casi todos los aspectos positivos del comportamiento humano. Sin embargo, investigaciones más recientes han mostrado que su influencia no es tan fuerte como antes se pensaba, ya que tener una autoestima alta no

siempre garantiza mejores resultados en todas las áreas de la vida (Baumeister et al., 2003). Además, también se ha cuestionado que una autoestima elevada, en algunos casos, pueda relacionarse con actitudes como el narcisismo o una visión exagerada de sí mismo (Baumeister et al., 2003).

Otra crítica importante es que no siempre es fácil definirla con claridad, porque muchas veces se confunde con otros conceptos como el auto concepto o la autoeficacia. También se discute si la autoestima es algo estable o si cambia dependiendo de las experiencias y el contexto. Por eso, autores más actuales plantean que hay que entenderla de una forma más compleja y no asumir que siempre tiene efectos positivos en el bienestar psicológico (Orth & Robins, 2022).

En los últimos años, especialmente desde aproximadamente 2015 hasta la actualidad, la relación entre la autoestima y las redes sociales se ha vuelto un tema importante de investigación. Esto se debe a que las redes influyen en la forma en que las personas se perciben a sí mismas y en cómo se comparan con otros. Por ejemplo, al estar expuestos constantemente a contenidos idealizados, muchas veces las personas tienden a compararse, lo que puede afectar la forma en que se valoran. Como hemos visto en las bases teóricas sobre la autoestima, se puede entender que esta también se construye a partir de las redes sociales, ya que son espacios de interacción social donde las personas generan elementos que aportan a la conciencia de sí mismas, la cual se forma a través del conjunto de experiencias e interacciones sociales que viven.

Al mismo tiempo, no todo es negativo. Las redes sociales también pueden servir para mantener el contacto con otras personas, sentirse acompañado o recibir apoyo. Sin embargo, el efecto depende mucho del uso que se les dé. Algunos estudios muestran que cuando el uso se centra mucho en compararse con otros o en pasar demasiado tiempo conectado, puede relacionarse con menor bienestar. En cambio, cuando se usan más para interactuar y comunicarse, pueden tener efectos más positivos (Valkenburg et al., 2022; Nesi, 2020).

En general, lo que se está viendo en las investigaciones actuales es que las redes sociales no afectan a todas las personas de la misma manera, sino que su impacto depende de factores como la forma de uso, la edad y las características de cada persona. (Valkenburg et al., 2022)

En los últimos años se ha empezado a investigar más la relación entre la autoestima y la procrastinación, especialmente en el contexto académico. Una de las fuentes más relevantes es un meta análisis de 33 artículos que consolidaron 13.233 participantes para explorar la relación de autoestima y procrastinación obteniendo una correlación negativa generalizada. La correlación

total encontrada (R= -0,32) (Hidalgo Fuentes et al, 2022) indica que, aunque los estudios puedan divergir ampliamente en las correlaciones que encuentran entre autoestima y procrastinación, siempre hay una correlación negativa que al sintetizar el tamaño del efecto hay una asociación consistente pero pequeña. Es posible que las personas con baja autoestima tiendan a aplazar más sus tareas, mientras que quienes tienen una mejor valoración de sí mismos podrían procrastinar menos. O también, esto podría sugerir que el habito de procrastinar en el entorno académico podría estar jugando un rol deletéreo en la evaluación que las personas hacen de sí mismas. Sin embargo, no todos los autores explican esta relación de la misma manera. Algunos consideran que la procrastinación tiene más que ver con problemas de organización y manejo del tiempo, mientras que otros les dan más importancia a factores emocionales como la inseguridad, el miedo a equivocarse o la forma en que la persona se percibe a sí misma (Hidalgo-Fuentes et al., 2022; Van Eerde, 2003).

Además, esta relación se mantiene en diferentes grupos, ya que no cambia mucho según la edad, el sexo o el nivel educativo. Esto indica que no es algo aislado, sino que es una tendencia bastante general.

En pocas palabras, cuando una persona duda de sus capacidades o no se siente suficientemente buena, es más probable que evite tareas o las deje para después, muchas veces por miedo a equivocarse o a no hacerlo bien. Por eso, actualmente también se está poniendo atención en trabajar la autoestima como una forma de reducir la procrastinación.

¿Qué es el síndrome del impostor y qué dice la investigación?

El síndrome del impostor pasa cuando una persona, aunque tenga capacidades y buenos resultados, siente que realmente no merece lo que ha logrado. Muchas veces piensa que los demás la ven mejor de lo que en verdad es y vive con el miedo de que en algún momento la “descubran”. Por eso, en vez de reconocer su esfuerzo o sus habilidades, suele creer que todo fue por suerte o casualidad.

Actualmente, las investigaciones muestran que esto se relaciona mucho con la forma en que la persona se valora a sí misma. Quienes presentan este fenómeno suelen tener más inseguridades, dudar constantemente de sus capacidades y sentirse menos seguros frente a lo que hacen.

También se ha encontrado que aparece mucho en espacios donde hay presión o comparación, como la universidad o el trabajo. Incluso personas que tienen buen desempeño pueden sentir que no son suficientemente buenas o que no están al nivel de los demás.

En general, lo que muestran los estudios es que el problema no está tanto en la capacidad real de la persona, sino en cómo se percibe y cómo interpreta sus propios logros. Por eso, el síndrome del impostor se relaciona directamente con la autoestima y con la manera en que cada persona se reconoce y se valora a sí misma (Bravata et al., 2020).

Puntos de divergencia y oportunidades de investigación sobre autoestima y procrastinación

Las investigaciones sobre autoestima y procrastinación muestran que sí existe una relación entre ambas (Hidalgo-Fuentes et al., 2022).

También se ha encontrado que la autoestima no es el único factor que influye en la procrastinación. En varios estudios aparecen otros aspectos relacionados, como la ansiedad, el perfeccionismo o la poca confianza en las propias capacidades. Esto muestra que la procrastinación es un fenómeno más complejo y que no puede entenderse solo desde un único factor.

Como oportunidad de investigación, todavía hace falta profundizar más en cómo influyen los factores sociales y emocionales en esta relación. Además, actualmente se considera importante investigar cómo aspectos como la presión académica, las redes sociales y la comparación constante pueden afectar tanto la autoestima como la procrastinación en jóvenes y estudiantes.

Conclusiones

A partir de este trabajo se logró cumplir el objetivo general de describir las bases teóricas de la autoestima y las problemáticas que existen actualmente alrededor de este concepto. Durante la revisión se pudo entender que la autoestima no es algo simple ni un concepto único, sino que ha cambiado con el tiempo según los diferentes enfoques de la psicología. También se encontró que la autoestima no solo tiene que ver con "sentirse bien con uno mismo", sino que está relacionada con la manera en que las personas se perciben, se valoran y construyen su identidad a partir de sus experiencias y relaciones sociales.

Respecto a los objetivos específicos, el primer capítulo permitió comprender cómo William James aportó ideas importantes sobre la conciencia de sí y el yo, las cuales sirvieron como base para el desarrollo posterior de la autoestima. En el segundo capítulo se entendió que la autoestima también se construye a través de la interacción con otras personas y de la manera en que cada individuo interpreta lo que vive socialmente. El tercer capítulo ayudó a diferenciar conceptos como autoestima, auto concepto y autoeficacia, además de mostrar que existen diferentes formas de entender y medir la autoestima desde la psicología social. Finalmente, el cuarto capítulo permitió analizar las investigaciones y críticas actuales sobre la autoestima, especialmente su relación con redes sociales, procrastinación y síndrome del impostor.

Este trabajo puede ayudar a comprender la autoestima de una manera más amplia y crítica, evitando ideas simplificadas que la muestran como la solución de todos los problemas personales. Además, puede servir como apoyo para futuras investigaciones y para el diseño de programas psicológicos que tengan en cuenta factores sociales, emocionales y culturales relacionados con la construcción de la autoestima.

Referencias

American Psychiatric Association. (2022). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed., text rev.; DSM-5-TR). American Psychiatric Publishing.

Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. Freeman.

Baron, R. A., & Byrne, D. (2005). *Psicología social* (10.ª ed.). Pearson Educación.

Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., & Vohs, K. D. (2003). Does high self-esteem cause better performance, interpersonal success, happiness, or healthier lifestyles? *Psychological Science in the Public Interest, 4*(1), 1–44. https://doi.org/10.1111/1529-1006.01431

Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. University of California Press.

Bravata, D. M., Watts, S. A., Keefer, A. L., Madhusudhan, D. K., Taylor, K. T., Clark, D. M., ... & Hagg, H. K. (2020). Prevalence, predictors, and treatment of impostor syndrome: A systematic review. *Journal of General Internal Medicine, 35*(4), 1252–1275.

Creswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research* (4th ed.). Pearson.

Fernández-Bermúdez, J., & Bermúdez, M. P. (2020). Síndrome del impostor: relaciones con variables psicológicas. *Revista de Psicopatología y Psicología Clínica*. https://www.aepcp.net/wp-content/uploads/2020/05/02.20002.Fernandez-Bermudez.pdf

Grant, M. J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews: An analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health Information & Libraries Journal, 26*(2), 91–108. https://doi.org/10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x

Hidalgo-Fuentes, S., Martínez-Álvarez, I., & Sospedra-Baeza, M. J. (2022). Autoestima y procrastinación en el ámbito académico: un meta-análisis. *Revista Fuentes, 24*(1), 77–89.

James, W. (1989) *Principios de Psicología.* Fondo de Cultura Económica.

Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society*. University of Chicago Press.

Nesi, J. (2020). The impact of social media on youth mental health: Challenges and opportunities. *American Psychologist, 75*(5), 603–614. https://doi.org/10.1037/amp0000719

Orth, U., & Robins, R. W. (2022). The benefits of self-esteem. *American Psychologist*. https://doi.org/10.1037/amp0000921

Valkenburg, P. M., Meier, A., & Beyens, I. (2022). Social media use and its impact on adolescent mental health: An umbrella review of the evidence. *Current Opinion in Psychology, 44*, 58–68. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.08.017

Van Eerde, W. (2003). *A meta-analytically derived nomological network of procrastination*. Personality and Individual Differences, 35(6), 1401–1418. https://doi.org/10.1016/S0191-8869(02)00358-6