

Tipos de identidad – Aulativa (2024)

La identidad es un concepto amplio que abarca diferentes dimensiones de la vida de las personas. Se construye a través de múltiples factores, tanto internos como externos, y cada tipo de identidad tiene características y roles particulares que definen a los individuos en sus relaciones sociales y culturales. Los tipos de identidad más relevantes y básicos de la construcción humana son:

1. Identidad nacional

La identidad nacional se refiere a un sentido de pertenencia que un individuo tiene hacia su país de origen o residencia. Este tipo de identidad está influenciado por elementos como la historia, el idioma, las tradiciones, los símbolos patrios (bandera, himno) y los valores comunes compartidos por los ciudadanos. Se manifiesta especialmente en momentos de crisis o en eventos como los deportes o festividades nacionales. Los elementos característicos de este tipo de identidad es que se forma a través de la educación y la socialización; dentro de su composición incluye un sentimiento de lealtad y orgullo hacia la nación y a menudo influye en la visión política y la participación en la vida cívica (Anderson, 1983).

2. Identidad cultural

Esta abarca los valores, creencias, normas y comportamientos que son característicos de un grupo específico. Esta identidad está moldeada por la historia compartida, la religión, el arte, la gastronomía, la lengua y otros elementos que definen un grupo cultural. La identidad cultural se construye a través de la socialización en un entorno cultural; implica el reconocimiento y la preservación de costumbres y tradiciones y puede evolucionar con el tiempo, especialmente con la globalización (Hall, 1996).

3. Identidad religiosa

La construcción de la identidad religiosa es aquella que está definida por las creencias y prácticas espirituales de un individuo o grupo. Las religiones proveen un conjunto de valores y principios que guían la conducta y ofrecen una perspectiva sobre la vida y el propósito personal. Esta identidad influye en la moralidad, el comportamiento y las decisiones de vida, además de que proporciona un sentido de comunidad y pertenencia a través de rituales y prácticas compartidas y puede ser un factor importante en la creación de redes sociales y apoyo (Castells, 1996).

4. Identidad étnica

La identidad étnica se relaciona con el origen ancestral de una persona, y se define por características culturales, históricas, lingüísticas y, a menudo, biológicas que se comparten entre un grupo de personas que descienden de un linaje común. Los elementos más característicos de la identidad étnica son que incluye aspectos como el idioma, la tradición oral, los rituales y la vestimenta; usualmente puede ser una fuente orgullo y una forma de resistencia frente a la

asimilación cultural y se entrelaza con la identidad cultural, aunque tiene un enfoque más centrado en el linaje y la ascendencia (Anderson, 1983).

5. Identidad personal

En cuestiones de la construcción de la identidad, la personal es el conjunto de rasgos y características que un individuo considera que lo definen como una persona única. Incluye aspectos como la autopercepción, la personalidad, las experiencias de vida, y las metas personales. Sus características más importantes son que es dinámica y evoluciona a lo largo de la vida; implica la capacidad de autorreflexión y autoconciencia, además de que abarca aspectos físicos, psicológicos y emocionales (Smith, 1991).

6. Identidad sexual

La identidad sexual se refiere a cómo una persona se identifica en términos de su orientación sexual y género. Este tipo de identidad no solo abarca las preferencias sexuales, sino también como la persona se ve a sí misma dentro del espectro de género (hombre, mujer, no binario, etc.). Usualmente se relaciona con la atracción emocional, romántica o sexual hacia otros; incluye el reconocimiento de las normas de género, pero puede desafiar o romper con ellas y es un aspecto fundamental en la construcción de la autopercepción y las relaciones interpersonales (Tajfel, 1981).

7. Identidad digital

La identidad digital hace referencia a la imagen y la reputación que una persona construye en línea. Incluye las interacciones en redes sociales, la presencia en foros, la creación de contenido y cómo una persona se representa a sí misma en el mundo virtual. De manera general, la identidad digital se forma por el perfil digital que una persona crea a través de redes sociales, correos electrónicos, blogs y otras plataformas; puede ser controlada, pero también está influenciada por la percepción de los demás en el entorno digital y juega un rol importante en la reputación, oportunidades laborales y la vida social moderna (Castells, 1996).

8. Identidad generacional

La identidad generacional se forma a partir de las experiencias compartidas por personas que nacen y crecen en una misma época histórica. Los eventos socioculturales, políticos y tecnológicos que ocurren durante la juventud de una generación moldean sus valores y creencias, lo que hace que los individuos de una generación compartan una forma particular de ver el mundo. Los aspectos más característicos de la identidad generacional son que está formada por fenómenos como la tecnología, la política, las guerras o crisis económicas; cada generación (ya sean *baby boomers*, generación X, *millennials*, generación Z) se diferencia por su relación con ciertos avances y cambios culturales y que se expresa en el lenguaje, las preferencias de consumo y las actitudes hacia las normas sociales (Smith, 1991).

Referencias

- Anderson, B. (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Verso.
- Castells, M. (1996). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. Wiley-Blackwell.
- Hall, S. (1996). Identidad cultural y diáspora. En *Identidad: comunidad, cultura y diferencia* (pp. 349-361). https://www.ram-wan.net/restrepo/hall/identidad_cultural_y_diaspora.pdf
- Smith, A. D. (1991). *Identidad nacional*. University of Nevada Press.
- Tajfel, H. (1981). *Grupos humanos y categorías sociales: estudios en psicología social*. Cambridge University Press.