

VOLITIONAL PERSONALITY CHANGE. ¿PODEMOS CAMBIAR NUESTRA PERSONALIDAD? IMPACTO EN EL CONTEXTO LABORAL

Introducción al concepto: volitional personality change (VPC)

VPC hace referencia a los deseos e intentos del individuo en cambiar su personalidad (Hudson, N., & Fraley, R.C., 2017). Este cambio de personalidad ocurre cuando los pensamientos, sentimientos y comportamientos son alterados por un tiempo suficiente; de modo que llegan a cristalizar y hacer cambios significativos en la personalidad del individuo (Hennecke, M., et al., 2014). Por tanto, el éxito de la VPC depende mayoritariamente de la habilidad de la persona para regular su comportamiento y actuación adaptándolos a sus metas.

El principal autor en materia de VPC es Nathan Hudson, cuya investigación se centra, por un lado, en el cambio de personalidad del individuo y, por otro, en el comportamiento de la persona en las relaciones sentimentales. Según Hudson y Fraley (2015), psicólogos de la Universidad de Illinois, la mayoría de las personas (hasta el 87%) tiene el deseo de cambiar algún aspecto de su personalidad y, cuando realmente están concienciadas de ello, tienen éxito en dicho cambio. También se ha dicho que las personas consideran trabajar la personalidad como uno de sus diez objetivos principales (Miller, T.J., et al., 2019) y que gastamos millones en libros, cursos de autoayuda y programas para reconducir nuestra personalidad (Linder, M., 2009). Las demandas y desafíos del día a día (académicos, profesionales y sociales) implican que las personas han de adaptarse y sobreponerse a las circunstancias, hacer ajustes en su actuación e incluso modificar su personalidad (Astin, A., 1993).

Break down del término

Definición de personalidad. La personalidad ha sido definida de muchas formas en función del autor. Algunas de las definiciones más adoptadas se muestran a continuación:

- factor que nos define como individuos, determina la forma en que interactuamos con el entorno y nos diferencia a los unos de otros (Allport, G., 1937).
- conjunto de características y cualidades que poseen las personas, forjan su carácter e influyen en su comportamiento (Letzring, T.D., et al., 2006).
- diferencias individuales que definen los patrones de pensamiento, sentimientos y comportamiento (Asociación Americana de Psicología).

Definición de *volitional*. Procedente del latín, la Real Academia Española señala que la palabra volitional (volitivo en español) es la capacidad relacionada con la voluntad del individuo para culminar pensamientos en actos; de modo que la persona es libre para aceptar o rechazar una inclinación o postura.

Los rasgos de personalidad se definen como los “patrones automáticos de pensamiento, sentimiento y comportamiento que definen la forma en que los individuos responden a diferentes situaciones” (Roberts, B., 2009). Existe un consenso generalizado entre los autores sobre la clasificación más adoptada de rasgos de personalidad; “The big 5 personality traits”: extroversión, simpatía, atención al detalle (consciousness), estabilidad emocional, y apertura a nuevas experiencias (Goldberg, L., 1993).

Vehículos que facilitan el cambio de personalidad

La self-discrepancy theory (teoría de la propia discrepancia), desarrollada por Tory Higgins (1987), señala la comparativa entre el “yo actual” y el “yo deseado”, y reconoce algunos vehículos que posibilitan la transformación de la personalidad. Higgins sugiere que esta discrepancia entre el “yo actual” y el “yo deseado” se asocia a bajos niveles de felicidad y requiere una movilización de recursos con el fin de cambiar la personalidad. Es importante señalar que todos los vehículos que facilitan el cambio de personalidad tienen una función común: cambian los patrones de pensamiento, sentimiento y comportamiento, y promueven la adopción de una nueva identidad. Algunos de estos vehículos se presentan en la siguiente tabla.

Circunstancias y experiencias. La personalidad está en continuo cambio en función de nuestras circunstancias y experiencias. De este modo, si las circunstancias de nuestra vida cambian, también lo hace nuestra personalidad. Por ejemplo, las personas con un amplio bagaje y recorrido se vuelven más maduras y estables, y las que se sumergen de lleno en relaciones sentimentales adquieren un mayor dominio y estabilidad emocional en comparación con personas solteras (Lehnart, J., Neyer, F., & Eccles, J., 2010). Incluso factores aparentemente insignificantes como la realización de crucigramas, sudokus o puzzles, se ha relacionado con la alteración de la personalidad (Jackson, J., et al., 2012).
Cumplir años. El hecho de ir cumpliendo años hace que, por lo general, las personas se vuelvan más maduras, asertivas y emocionalmente estables (Scott Fitzgerald, F., 2015). Existe evidencia que las personas se vuelven más abiertas, y atentas y determinadas (conscious) en época universitaria, menos extrovertidas y más emocionalmente estables tras el matrimonio, y más solidarias y empáticas al rebasar los 60 años (Baranski, E., et al, 2020). Además, se ha dicho que las personas en edad de vejez (rebasados los 70 años) expresan un menor deseo de cambio de personalidad en comparación a población más joven (Hudson, N., & Fraley, R., 2016) y que la personalidad se vuelve menos plástica con los años (Roberts, B., et al., 2006); por lo que la población en edad avanzada tiene menos éxito en sus esfuerzos de VPC. Por otro lado, existe otra corriente que sugiere que la personalidad se mantiene flexible, maleable y plástica incluso en edad avanzada (Specht, J., et al., 2014).
Roles sociales. Los roles sociales que desempeñamos influyen cómo concebimos y construimos nuestra identidad social; impactando así nuestra personalidad. Por ejemplo, las personas que más invierten en sus carreras profesionales son las que muestran mayores valores de <i>conscientiousness</i> con el paso del tiempo. Esto se debe a que los entornos laborales refuerzan comportamientos propios de este rasgo como la responsabilidad, la puntualidad o la meticulosidad, y penalizan el absentismo, y la baja calidad y esfuerzo. Además, en función del rol profesional, nuestra personalidad adquirirá unos matices u otros. Como ejemplo, los profesionales de marketing y ventas destacan por altos ratios en extroversión, persuasión, y habilidades sociales y comunicativas.
Contexto sociocultural. La cultura del entorno y las normas sociales moldean nuestra personalidad. Por ejemplo, los ciudadanos bajo el marco soviético son, por lo general, un perfil frío, reservado y desconfiado.
La forma en que somos tratados. Estos inputs refuerzan nuestra personalidad o pueden alterarla para bien o para mal. Como ejemplo, una actitud severa o punitiva continuada en el tiempo nos convertirá en personas escépticas, cautas, discretas y miedosas.

Nuestro círculo de influencia. Las personas con las que interactuamos y con las que más tiempo pasamos son un fuerte estímulo para alterar nuestra personalidad. Así, rodearnos de personas alegres nos convierte en seres más comunicativos, optimistas y abiertos.

La propia personalidad. Los individuos que reportan altos niveles de *conscientiousness* (atención al detalle y determinación) se fijan metas, asumen responsabilidad por mejorar sus circunstancias y se esfuerzan ante la consecución de sus objetivos. Por otra parte, las personas con altos niveles de *openness* (apertura) se caracterizan por tener una mentalidad abierta, y son más propensas a hacer análisis de su persona y reflexionar sobre aspectos de sí mismos que les gustaría cambiar, explorando rutas creativas hacia el cambio como búsqueda de la mejora personal (McAdams, D., & Olson, B., 2010).

Ayuda externa. Muchas personas carecen de los recursos para abordar estos escenarios de cambio por sí mismos y pueden precisar de ayuda externa. Como apunta Erica Baranski (2021), “existe evidencia en la psicología clínica que el coaching terapéutico conduce a un cambio de comportamiento y personalidad” y añade “cuando los individuos operan por sí mismos, este cambio es más difícil de consumir”. Además, se ha señalado que las personas acompañadas por profesionales de la materia (como mentores o coaches) experimentan hasta el doble de crecimiento en los rasgos de personalidad que trabajan en comparación con individuos que no se someten a programas de ayuda (Hudson, N., & Fraley, R.C., 2016).

Fuente: elaboración propia

¿Por qué las personas quieren cambiar su personalidad?

Existen diferentes teorías relativas a las implicaciones psicológicas que explican el deseo e intento del cambio de personalidad.

Por un lado, se ha dicho que el deseo de cambio viene precedido por la insatisfacción con aspectos de uno mismo (Baumeister, R., 1994). Por ejemplo, los estudiantes que se sienten disconformes con sus notas suelen reportar deseos de aumentar su rasgo *conscientiousness*; ya que este rasgo está ligado a, entre otros, un impulso académico y profesional. De este modo, VPC se presenta como un vehículo para aminorar las frustraciones y tristezas, mejorar los resultados en distintos escenarios, estimular el bienestar psicológico e incrementar la satisfacción general.

Por otro lado, también se ha dicho que los deseos e intentos de cambio pueden llegar a herir el bienestar psicológico; ya que al tener ciertas expectativas de cambio y no ser satisfechas, ello puede decepcionar y frustrar a la persona (Herman, C., & Polivy, J., 2003). Además se ha dicho que, incluso habiendo cambiado la personalidad en la dirección deseada, esto puede acarrear efectos colaterales que dañen el bienestar del individuo. Por ejemplo, el hecho de trabajar meticulosamente la extroversión puede hacer que la persona invierta menos tiempo en su carrera profesional y ralentice su progreso laboral (Polivy, J., & Herman, C., 2002). Por esta razón, algunos investigadores sugieren que puede ser más beneficioso aprender a lidiar con los rasgos que uno posee antes que intentar esculpir estos rasgos en búsqueda de los ideales (Hardin, E., & Larsen, J., 2014).

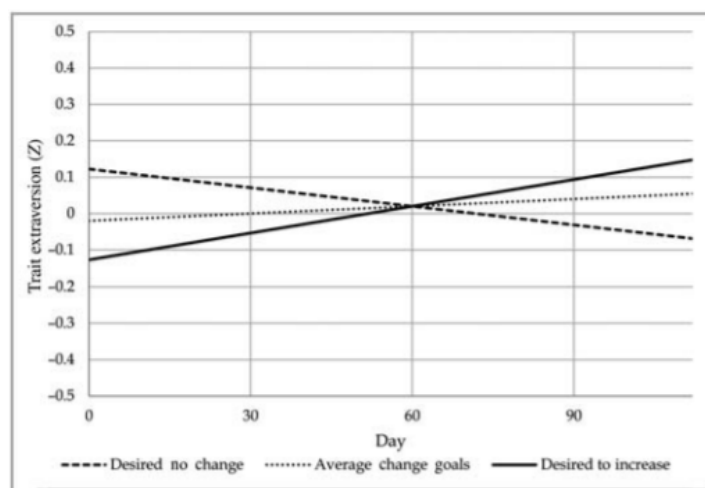
Dicho esto, ante la pregunta “¿deben los individuos luchar por cambiar su personalidad?”, los autores responden lo siguiente: “esto depende de una variedad de factores; como el tipo de cambio deseado, la viabilidad de conseguir esos cambios, y las

creencias y expectativas que la persona tiene sobre el impacto de ese cambio en su vida” (Hudson, N., & Fraley, R., 2017).

¿Pueden los rasgos de personalidad cambiar en el tiempo?

Existen distintas corrientes que defienden una u otra postura. Por un lado, se ha dicho que los rasgos de personalidad son cuerpos programados biológicamente para no ser alterados; excepto a través de una madurez predeterminada biológicamente (McCrae, R., & Costa, P., 2008). Por otro lado, se ha dicho que la personalidad es maleable y puede cambiar en respuesta a los estímulos externos (Lodi-Smith, J., & Roberts, B., 2007). Además, tras una extensa revisión literaria de 207 estudios relativos a la personalidad, la revista *Boletín Psicológico* (2017) declaró que la personalidad no es estática. Brent Roberts (2009), psicólogo de la Universidad de Illinois, menciona que “si estás dispuesto a centrarte en un aspecto de ti mismo, hay optimismo para cambiar ese dominio”. A continuación, se muestran tres de los artículos más significativos llevados a cabo en materia de VPC.

- En uno de los primeros estudios (Hudson, H., & Fraley, R., 2015), los investigadores, a través de cuestionarios de autoevaluación, evaluaron a 135 estudiantes de carrera sus rasgos de personalidad y les preguntaron cuáles les gustaría cambiar. A pesar de que los investigadores solicitaron a los miembros de la muestra que definieran 3 estrategias para conseguir el cambio deseado, estos últimos definieron acciones difusas, inespecíficas y difíciles de medir; como “seré más sociable” o “haré lo que tenga que hacer”, lo que hizo la intervención ineficiente. Tras un período de 16 semanas, los autores evaluaron de nuevo estos rasgos y extrajeron las siguientes conclusiones:
 - la mayoría de los participantes expresaron su deseo de cambio en algún rasgo de personalidad (el 87% de la muestra). A su vez, todos ellos reportaron un bajo bienestar e insatisfacción general.
 - los niveles de personalidad se correlacionaban negativamente con los deseos e intentos de cambio (a menor nivel en un rasgo de personalidad concreto, mayor deseo de cambio). Como ejemplo, las personas que se describieron como tímidas e introvertidas, reportaron deseos de aumentar su extroversión.
 - los resultados positivos más significativos se apreciaron en los rasgos de extroversión, estabilidad emocional, atención al detalle y simpatía. Por el contrario, los autores señalan que el rasgo de apertura a nuevas experiencias apenas sufrió variación a pesar de los deseos y acciones de cambio.
 - los individuos que expresaron su voluntad de cambio y alinearon su actuación acorde, fueron capaces de modificar su personalidad y, con ello, manifestaron tanto un aumento de bienestar como de satisfacción general. Por ejemplo, los individuos que inicialmente se describieron a sí mismos como introvertidos, y tuvieron la voluntad de cambio (trabajando aspectos como la asertividad, habilidades sociales, entusiasmo y energía), al final del estudio se describieron como más extrovertidos y con más recursos para encarar los intercambios sociales e introducirse en nuevos ambientes. El siguiente gráfico refleja la evolución de distintos estudiantes en función de sus necesidades sociales: la línea continua representa los individuos con deseo de incrementar su extroversión, mientras que las discontinuas representan a las personas que no tenían dicho deseo.



Fuente: Hudson, N. W., & Fraley, R. C. (2015)

Sin embargo, Hudson y Fraley advierten que este plazo podría ser relativamente corto y requerir más tiempo para obtener resultados más fiables.

- En otro estudio (Hudson, N., & Fraley, R.C., 2015), los autores se sirvieron de una muestra de 151 estudiantes y formularon la misma pregunta tomando como referencia los 4 meses. Además, los investigadores introdujeron una novedad; la muestra fue dividida en 2 grupos:
 1. Grupo de intervención. Recibió asistencia de un mentor para monitorizar, establecer una hoja de ruta y hacer seguimiento semanal de las acciones llevadas a cabo por los estudiantes para consumir esos cambios. Los investigadores facilitaron una checklist a los participantes donde indicar los comportamientos diarios orientados a la consumación de estos cambios.
 2. Grupo de control. No recibió dicho trato asistencial.

Estas acciones, descritas como “intenciones de implementación”, siguieron la fórmula SMART (específicas, medibles, alcanzables, realistas y medibles en el tiempo) y se ceñían a la siguiente condición: “si estoy en la situación X, entonces haré Y”; de modo que ese deseo de cambio fuera sucedido por una alteración de la conducta.

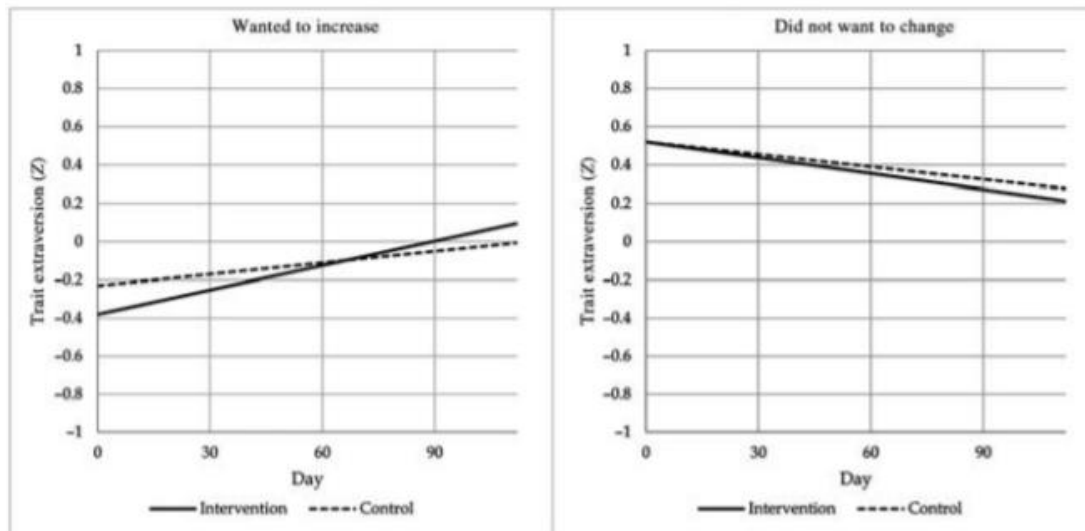
Finalizado el estudio se extrajeron conclusiones como:

- la personalidad tiende a cambiar fruto de unos deseos (normalmente por una insatisfacción) que estimulan un cambio en los comportamientos diarios. Es decir, los objetivos y deseos de cambio no predicen por sí solos un aumento de bienestar; sino que han de darse unas acciones y comportamientos que faciliten esta transición. De este modo, los autores establecieron la siguiente secuencia:

Deseo de cambio → acciones y comportamientos como vehículos → desarrollo de los rasgos de personalidad → aumento del bienestar & satisfacción de la persona

- los participantes del grupo de intervención experimentaron hasta el doble de crecimiento en los rasgos que trabajaron en comparación a los miembros del grupo de control. La siguiente imagen refleja la comparativa entre los miembros que al inicio del semestre expresaron su deseo de aumentar su extroversión (a la

izquierda): la línea con puntos refleja los individuos del grupo de control y la línea continua las personas del grupo de intervención. En contraste, la intervención apenas fue efectiva en individuos que no quisieron hacer cambios de su personalidad (a la derecha); lo que refuerza la siguiente cita de Les Brown; “trabajar en uno mismo es un trabajo FULL TIME (a tiempo completo); mientras que trabajar en una persona que no quiere ser ayudada es una pérdida de tiempo”.

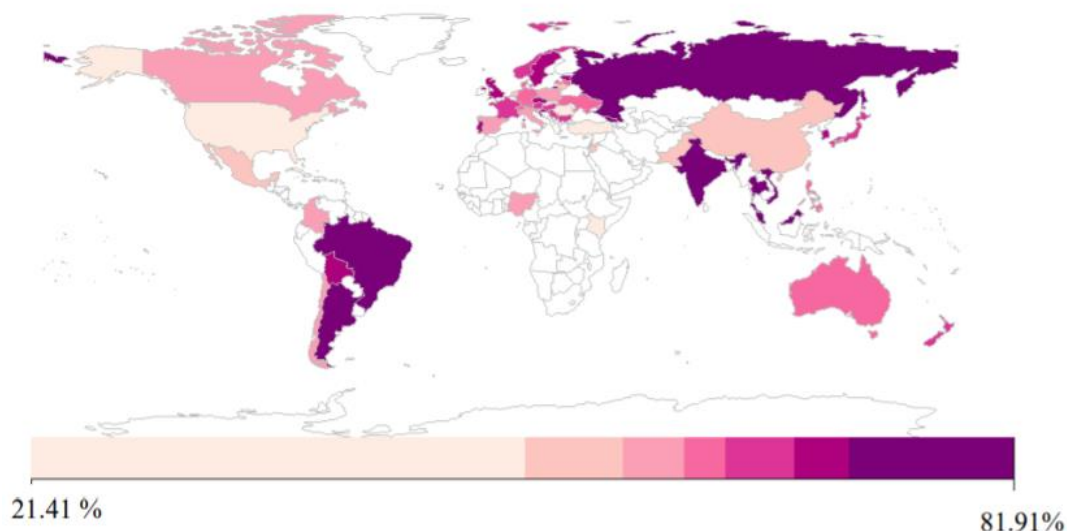


Fuente: Hudson, N. W., & Fraley, R. C. (2015)

- El estudio de mayor envergadura en términos de población fue dirigido por Erica Baranski (2021). En él, los autores se sirvieron de una muestra de 13.278 estudiantes de 56 países a los que lanzaron cuestionarios online preguntando si les gustaría cambiar algún rasgo de su personalidad y, en caso afirmativo, especificar qué les gustaría cambiar y cómo pensaban hacer efectivo dicho cambio. Los resultados más significativos se reflejan a continuación:
 - los deseos e intentos de cambiar la personalidad fueron más frecuentes entre individuos que reportaron un bajo bienestar psicológico, una baja felicidad y altos niveles de apertura (conducidos por una curiosidad intelectual, y el deseo de nuevas vivencias y experiencias).
 - el 60.40% de los participantes reportaron estar disconformes con su personalidad y actualmente estar llevando a cabo acciones para consumir dicho cambio.
 - los rasgos más demandados en términos de deseo de cambio fueron la estabilidad emocional (29.73%), la atención al detalle (19.71%) y la extroversión (15.94%). Los intentos de VPC referentes al rasgo *conscientiousness* se centraron en aumentar los niveles de productividad (54.38%). Relativo al rasgo extroversión, estos intentos giraron en torno a incrementar la sociabilidad y mejorar las habilidades sociales (78.53%). Finalmente, la VPC referente a la estabilidad emocional se centró en aminorar los niveles de ansiedad, depresión y volatilidad emocional.
 - en la mayoría de los países (39 de 56), las mujeres reportaron intentos de VPC con mayor frecuencia que los hombres. En otras palabras, las mujeres realizan más esfuerzos por cambiar su personalidad que los hombres.

- el país con mayor tasa de disconformidad fue Tailandia (81.91%) y el que menos, Kenya (21.41%).

El siguiente mapa muestra la tasa de estudiantes que tratan de cambiar su personalidad. Como se aprecia, las zonas con un volumen más alto son Asia y Sudamérica.



Fuente: Baranski, E., et al., 2001.

VPC en el contexto laboral

Como se ha visto, la personalidad no es estática y puede ser trabajada para dirigirla en la dirección deseada. Además, como señalan Hudson y Fraley (2015), al consumir los cambios de personalidad, aumenta el bienestar y la satisfacción general del individuo; los cuales se consideran vehículos potenciales para aumentar el rendimiento laboral. En otras palabras, los empleados satisfechos tienden a movilizar más recursos para alcanzar un mayor desempeño en sus funciones (Wright, T.A., 2010).

La clasificación más adoptada de los rasgos de personalidad procede de Robert McCrae y Paul Costa, quienes definieron el acrónimo OCEAN para referirse a los siguientes rasgos: Openness, Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness y Neuroticism. Un equilibrio y altos niveles de estos rasgos (salvo estabilidad emocional en vez de Neuroticism) será vital para ser un embajador ejemplar de la empresa. Las razones de ello se presentan en la siguiente tabla.

Openness. Trabajar la apertura para adquirir una visión más global y nuevos enfoques para abordar las tareas, cuestionarnos y redefinir las estrategias y procesos, y hacer análisis de nuestra persona en pos de la mejora personal.
Conscientiousness. Es el rasgo que guarda una mayor correlación con el desempeño laboral; ya que se basa en la atención al detalle, la orientación a resultados y la cultura del esfuerzo.
Extraversion. Trabajar las habilidades sociales y comunicativas, la asertividad y el entusiasmo. La extroversión nos ayudará a convertirnos en mejores comunicadores, ampliar nuestra red de contactos, reforzar la actual y contribuir a la mejora del clima laboral.

Agreeableness. La simpatía representa valores como la amabilidad, cordialidad, agradecimiento, humildad, empatía o cercanía. Se trata de una herramienta para generar confianza, unidad y una atmósfera carente de conflictos.

Neuroticism. La neurosis es un rasgo propio de individuos emocionalmente inestables. Estas personas suelen experimentar tristeza, irritabilidad, nerviosismo, frecuentes cambios de humor y dificultad para lidiar con situaciones de estrés; lo que dará lugar a equipos fraccionados y un deterioro de las relaciones interpersonales. Su antítesis es la estabilidad emocional.

Fuente: elaboración propia.

Por ello, la VPC representa unas virtudes en las que están inmersos cada uno de los rasgos de personalidad:

1. Capacidad de self-análisis → hacer una introspección de la persona para detectar áreas de mejora y puntos en los que queramos trabajar con el fin de la mejora personal (*openness/apertura*).
2. Humildad para aceptar áreas de mejora → tener la humildad para reconocer que hay aspectos propios que nos gustaría pulir y concienciarnos de esta necesidad (*agreeableness/simpatía*).
3. Voluntad para movilizar los recursos necesarios → fijado nuestro objetivo, es momento de empoderarnos y desplegar nuestro arsenal para hacer efectivos los cambios planteados (*conscientiousness/atención al detalle*). Entre ellos, la paciencia y la estabilidad emocional serán factores clave que nos ayuden a sobrellevar este proceso de mejora (*self-regulation/estabilidad emocional*).
4. Rodearnos de las personas adecuadas → A veces, carecemos de los recursos por nosotros mismos para abordar los escenarios del día a día y es necesario rodearnos de las personas adecuadas que doten de los inputs que nos hacen falta. Para ello, herramientas como la extroversión nos ayudará a llegar a una mayor población y construir relaciones más significativas (*extraversion*). En general, **la vida es más atractiva y sencilla en comunidad.**