UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE PSICOLOGÍA

Influencia de la Autoestima, el Autoconcepto y la Autoimagen Social, en las Dimensiones de la Socialización de Estudiantes Universitarios

Trabajo de investigación presentado por:
Marcos D. BARRERA HURTADO

A la
Escuela de Psicología
Como un requisito parcial para obtener el título de
Licenciado en Psicología

Profesor Guía:
Alexander IBARRA

Caracas, Julio de 2012

Influencia de la autoestima, el autoconcepto y la autoimagen social, en las dimensiones de la socialización de estudiantes universitarios

Autor: Marcos Dafrán Barrera Hurtado
Tutor: Alexander Ibarra Flores
Año: 2012

El presente estudio se centra sobre la influencia que tiene la dinámica de la autopercepción, conformada por autoestima, autoconcepto y autoimagen social en la socialización de jóvenes universitarios, teniendo en cuenta, además, el sexo como una variable que puede generar diferencias.

La muestra estuvo conformada por 493 estudiantes universitarios de las diversas carreras de la Universidad Católica Andrés Bello, UCAB. La edad estuvo comprendida entre 17 y 28 años, siendo la media 20 años de edad. Así mismo, se agrupan 291 mujeres (59%) y 202 hombres (41%).

Se llevó a cabo un análisis factorial con las variables de autopercepción y se proyecto como variable ilustrativa las dimensiones de la socialización (ansiedad/timidez, consideración por los demás, retraimiento, liderazgo y autocontrol) y un cluster con todas las dimensiones. De esta forma se encontraron tres factores que explican el 67,37% de la varianza; uno que responde a un perfil general de autopercepción y dos que agrupan autoimagen por un lado, y autoconcepto-autoestima por el otro. Al proyectar variables ilustrativas, socialización y género dieron diferencias significativas para algunas características particulares. Así mismo, se encontraron seis grupos o perfiles con características diferentes tanto de autopercepción como de las dimensiones de socialización, dos de los cuales es más característico de las mujeres y uno de los hombres, siendo indiferenciable en el resto un género predominante.

Palabras clave: autoestima, autoimagen social, autoconcepto, socialización, timidez, ansiedad, liderazgo, retraimiento, autocontrol, perfiles.

Lo que más vale en el hombre

es su capacidad de insatisfacción.

Ortega y Gasset (1883-1955)

Cuando uno piensa en todas las personas a las que hay que agradecerles algo, surge una lista enorme de nombres y cosas por decir a cada una. Muchas personas han contribuido en que haya logrado llegar hasta donde estoy, a veces, incluso con solo una sonrisa. Es así, que quiero dedicarle esto a todos aquellos que han formado parte de mi mundo estos cinco años y que han contribuido no solo con la formación de un profesional de la psicología, sino también con un ser humano más completo:

A los mejores amigos que pude haber pedido, Laura, Tepy, Pame, Ñoño y Blankie, con quienes estuve en las buenas y malas, y quiénes son y serán los mejores a donde sea que vayan.

A mis padres, por mostrarme lo importante que es el trabajo arduo de todos los días y ayudarme a comprender que siempre hay medios para lograr lo que uno quiere.

A mi mamá, porque me apoyo muchísimo en este proyecto. Gracias.

A Virgi, a quien quiero muchísimo, y con quien he aprendido mucho en todo este tiempo. Gracias por apoyarme en todo momento. Si se pudo.

A todas esas personas que no solo me ayudaron con la tesis sino que han contribuido a lo largo de mi vida en aportar más motivación y ganas por alcanzar mis metas y que tienen un gran valor para mí: Andre Vera, Ru, Andre S., Compa, Andrei, Carlos, Luis, Daniel, Gaby Desorden y Andre V.

A todos aquellos profesores que con las mejores intenciones, contribuyeron en la generación de un pensamiento crítico, orientado a la comprensión de los fenómenos y a una visión más comunitaria.

A mi tutor, Alexander, por ayudarme en este proyecto y por soportar mi desorden así como brindarme un espacio donde pudiera trabajar tranquilo.

A toda la promo LII en general, ya que contribuyeron de diferentes formas y a quienes aprecio mucho.

Y a mí mismo, porque si se pudo.

MDBH

Índice

Resumen 14
Introducción 15
Marco Teórico 20
Método 95
Problema 95
Hipótesis 95
Definición de las variables 96
Variables Dependientes 96
Socialización 96
Variables independientes 97
Autoestima 97
Autoconcepto 98
Autoimagen social 99
Sexo 101
Variables controladas 101
Tipo y diseño de investigación 102
Población y muestra 104
Instrumentos 105
Procedimiento 119
Análisis de datos 120
Consideraciones éticas 124
Análisis de datos 126
1) Descripción de la muestra 126

2) Análisis multivariable de la relación entre las dimensiones de la autopercepción, socialización y sexo 165

2.1) Análisis de componentes principales con Autoestima, las dimensiones de Autoconcepto y las dimensiones Física, Volitiva, Intelectiva y Social de Autoimagen 167

2.2) Análisis de componentes principales con Autoestima, las dimensiones de Autoconcepto y las dimensiones de Autoimagen: Percepción, Valoración e Importancia 180

2.3) Análisis de componentes principales con Autoestima, las dimensiones de Autoconcepto y las dimensiones de Autoimagen según perceptor: Padres, amigos, pareja, jefes y profesores y extraños 196

3) Identificación de algunas tipologías de autopercepción y su relación con la socialización y el sexo 211

Discusión de resultados 236

Conclusiones y recomendaciones 255

Referencias Bibliográficas 257

Anexos 268

Anexo A Resultados iniciales de la confiabilidad total para la escala de Autoimagen Social (prueba piloto) 269

Anexo B Resultados iniciales de la confiabilidad por dimensiones para la escala de Autoimagen Social (prueba piloto) 272

Anexo C Resultados iniciales de la confiabilidad por área para la escala de Autoimagen Social (prueba piloto) 278

Anexo D Resultados finales de la confiabilidad total para la escala de Autoimagen Social (prueba piloto) 283

Anexo E Resultados finales de la confiabilidad por dimensiones para la escala de Autoimagen Social (prueba piloto) 286

Anexo F Resultados finales de la confiabilidad por área para la escala de Autoimagen Social (prueba piloto) 290

Anexo G Escala de Autoimagen Social versión inicial 295

Anexo H Confiabilidades por escalas de la batería de socialización (BAS-3) (prueba piloto) ..... 299_Toc330915904

Anexo I Confiabilidades por subescalas de la Escala de Autoconcepto (AF5) (prueba piloto) 305

Anexo J Confiabilidad total de la Escala de Autoconcepto (AF5) (prueba piloto) 310

Anexo K Validación por jueces de la escala de Autoimagen (prueba piloto) 312

Anexo L Instrumento de Socialización, Bas-3 (Silva y Martorell, 2009) 316

Anexo M Escala de Autoestima de Rosemberg (1965) 318

Anexo N Escala de Autoconcepto AF5 (Garcia y Musitu, 2009) 320

Anexo O Escala final de autoimagen social 323

Anexo P Análisis factorial de la escaba Bas-3 (muestra final) 327

Anexo Q Análisis factorial de la escaba AF5 (muestra final) 332

Anexo R Confiabilidad escala de Autoestima (muestra final) 336

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Modelo de autopercepción (Baumeister, Smart y Boden; citado en Worchel et al, 2002) 87
Gráfico 2. Tipos básicos de autoestima según Mruk (1999) 91
Gráfico 3. Histograma de las edades de la muestra final 127
Gráfico 4. Histograma del puntaje total de Autoestima. 127
Gráfico 5. Caja y Bigote de los puntajes de Autoestima, por sexo. 128
Gráfico 6. Histograma del puntaje del Autoconcepto Académico Laboral 130
Gráfico 7. Caja y bigote del puntaje del Autoconcepto Académico Laboral, por sexo. 131
Gráfico 8. Histograma del puntaje del Autoconcepto Social 131
Gráfico 9. Caja y bigote del puntaje del Autoconcepto Social, por sexo 133
Gráfico 10. Histograma del puntaje del Autoconcepto Emocional 133
Gráfico 11. Caja y bigote del puntaje del Autoconcepto Emocional, por sexo 134
Gráfico 12. Histograma del puntaje del Autoconcepto Familiar 135
Gráfico 13. Caja y bigote del puntaje del Autoconcepto Familiar, por sexo 135
Gráfico 14. Histograma del puntaje del autoconcepto Físico 136
Gráfico 15. Caja y Bigote del autoconcepto físico en función del sexo 136
Gráfico 16. Histograma de la dimensión de consideración por los demás 138
Gráfico 17. Caja y bigote de los puntajes de consideración por los demás en función del sexo 139
Gráfico 18. Histograma del puntaje de autocontrol en las relaciones sociales 139
Gráfico 19. Caja y bigote de los puntajes de autocontrol en función del sexo 140
Gráfico 20. Histograma del puntaje de retraimiento 141
Gráfico 21. Caja y bigote de los puntajes de retraimiento en función del sexo 141
Gráfico 22. Histograma del puntaje de Ansiedad/Timidez 142
Gráfico 23. Caja y bigote de los puntajes de Ansiedad/Timidez en función del sexo 143
Gráfico 24. Histograma de los puntajes de liderazgo 144

Gráfico 25. Caja y bigote de los puntajes de liderazgo en función del sexo ... 144
Gráfico 26. Histograma del puntaje de autoimagen pareja 146
Gráfico 27. Caja y bigote de la autoimagen pareja en función del sexo..... 147
Gráfico 28. Histograma del puntaje de autoimagen amigos..... 148
Gráfico 29. Caja y bigote de los puntajes de autoimagen amigos en función del sexo 148
Gráfico 30. Histograma del puntaje de autoimagen padres 149
Gráfico 31. Histograma de los puntajes de autoimagen padres en función del sexo 150
Gráfico 32. Histograma de los puntajes de autoimagen jefes y profesores 151
Gráfico 33. Caja y bigote de los puntajes de autoimagen jefes y profesores en función del sexo 151
Gráfico 34. Histograma de los puntajes de autoimagen extraños..... 152
Gráfico 35. Caja y bigote de los puntajes de autoimagen extraños en función del sexo 153
Gráfico 36. Histograma de los puntajes de autoimagen física 154
Gráfico 37. Caja y bigote de los puntajes de autoimagen física en función del sexo 155
Gráfico 38. Histograma de los puntajes de autoimagen volitiva..... 156
Gráfico 39. Caja y bigote de los puntajes de autoimagen volitiva en función del sexo 156
Gráfico 40. Histograma del puntaje de autoimagen intelectiva 157
Gráfico 41. Caja y bigote de los puntajes de autoimagen intelectiva por sexo 158
Gráfico 42. Histograma del puntaje de autoimagen social 159
Gráfico 43. Caja y bigote de los puntajes de autoimagen social en función del sexo 159
Gráfico 44. Histograma del puntaje de autoimagen percepción..... 161
Gráfico 45. Caja y bigote de los puntajes de autoimagen percepción por sexo 161
Gráfico 46. Histograma del puntaje de autoimagen valoración..... 162
Gráfico 47. Caja y bigote de los puntajes de autoimagen valoración por sexo 163

Gráfico 48. Histograma del puntaje de autoimagen importancia..... 164
Gráfico 49. Caja y bigote de los puntajes de autoimagen importancia en función del sexo..... 165
Gráfico 50. Histograma de los valores propios..... 167
Gráfico 51. Representación de la ubicación de las variables de autopercepción en el primer factor 169
Gráfico 52. Representación de las variables de autopercepción en el 2do factor 171
Gráfico 53. Representación de las variables de autopercepción en el 3er factor 173
Gráfico 54. Plano conformado por los factores 1 y 2 de autopercepción con las variables ilustrativas socialización..... 174
Gráfico 55. Ubicación de la variable sexo en el plano conformado por los factores 1 y 2 de autopercepción 176
Gráfico 56. Plano conformado por los factores 2 y 3 178
Gráfico 57. Ubicación de la variable sexo en el plano conformado por los factores 2 y 3 de autopercepción 179
Gráfico 58. Histograma de los valores propios..... 181
Gráfico 59. Representación de las variables de autopercepción en el factor 1182
Gráfico 60. Representación de las variables de autopercepción en el factor 2184
Gráfico 61. Representación de las variables de autopercepción en el factor 3185
Gráfico 62. Plano formado por los factores 1 y 2, la variable edad y las dimensiones de socialización..... 187
Gráfico 63. Plano formado por los factores 1 y 2, y la variable sexo..... 189
Gráfico 64. Plano formado por los factores 2 y 3, la variable edad y las dimensiones de socialización..... 190
Gráfico 65. Plano formado por los factores 2 y 3, y la variable sexo..... 192
Gráfico 66. Plano formado por los factores 1 y 3, la variable edad y las dimensiones de socialización..... 194
Gráfico 67. Plano formado por los factores 1 y 3, y la variable sexo..... 195
Gráfico 68. Histograma de los valores propios..... 196

Gráfico 69. Representación de la ubicación de las variables de autopercepción en el primer factor 198
Gráfico 70. Representación de las variables de autopercepción en el 2do factor 200
Gráfico 71. Representación de las variables de autopercepción en el 3er factor 201
Gráfico 72. Plano conformado por los factores 1 y 2 de autopercepción con las variables ilustrativas socialización y sexo 203
Gráfico 73. Ubicación de la variable sexo en el plano conformado por los factores 1 y 2 de autopercepción 204
Gráfico 74. Plano formado por los factores 2 y 3, la variable edad y las dimensiones de socialización..... 206
Gráfico 75. Plano formado por los factores 2 y 3, y la variable sexo..... 207
Gráfico 76. Plano formado por los factores 1 y 3, la variable edad y las dimensiones de socialización..... 209
Gráfico 77. Plano formado por los factores 1 y 3, y la variable sexo..... 210
Gráfico 78. Histograma de las particiones 211
Gráfico 79. *Dendograma de la clasificación automática* 212
Gráfico 80. Ubicación de las clases en el plano formado por los factores 1 y 2, con la variable sexo como ilustrativa..... 234
Gráfico 81. Ubicación de las clases en el plano formado por los factores 2 y 3, con la variable sexo como ilustrativa..... 235

Índice de Tablas

Tabla 1. Agrupación de las Diferentes Escalas del Bas-3 en dos Factores, mediante Análisis Factorial 42
Tabla 2. Estructura de las Dimensiones de Socialización en la Infancia Tardía y la Adolescencia según los datos de la BAS-3 (Silva y Martorell, citado en González Portal, 2000) 43
Tabla 3. Promedios del autoconcepto familiar (García y Musitu, 2009) 57
Tabla 4. Número de Ítems del Bas-3 por escala e ítems que cargan en cada una. 106
Tabla 5. Confiabilidad por escala del Bas 3, tanto de la prueba piloto como de la definitiva 107
Tabla 6. Número de Ítems del AF5, ítems por subescala y confiabilidades 111
Tabla 7. Tabla de especificación con los ítems por área y con sus cargas factoriales. 118
Tabla 8. Estructura de la base de datos para cada ítem 123
Tabla 9. Estructura de la base de datos para puntajes totales 124
Tabla 10. Descriptivos para todas las variables, sin considerar el sexo 129
Tabla 11. Estadísticos descriptivos de las dimensiones de autoconcepto, divididos por sexo 132
Tabla 12. Estadísticos descriptivos de las dimensiones de Socialización en función del sexo. 137
Tabla 13. Estadísticos descriptivos para autoimagen perceptores en función del sexo 145
Tabla 14. Estadísticos descriptivos de la autoimagen por áreas en función del sexo 154
Tabla 15. Estadísticos descriptivos para autoimagen dimensiones teóricas, en función del sexo 160
Tabla 16. Pesos y coordenadas de las dimensiones de autoestima, autoimagen (según dimensiones de la persona), y autoconcepto 168
Tabla 17. Pesos y coordenadas de las variables socialización y edad 168

Tabla 18. Pesos de las variables de autopercepción en el primer factor 169
Tabla 19. Pesos de las variables de autopercepción en el segundo factor..... 170
Tabla 20. Pesos de las variables de autopercepción en el tercer factor 172
Tabla 21. Pesos y coordenadas de las dimensiones de autoestima, autoimagen (según dimensiones de la persona), y autoconcepto 181
Tabla 22. Pesos de las variables de autopercepción en el factor 1 182
Tabla 23. Pesos de las variables de autopercepción en el factor 2 183
Tabla 24. Pesos de las variables de autopercepción en el factor 3 185
Tabla 25. Pesos y coordenadas de las dimensiones de autoestima, autoimagen (según los perceptores), y de autoconcepto 197
Tabla 26. Pesos y coordenadas de las variables socialización y edad 197
Tabla 27. Pesos de las variables de autopercepción en el primer factor 198
Tabla 28. Pesos de las variables de autopercepción en el segundo factor..... 199
Tabla 29. Pesos de las variables de autopercepción en el tercer factor 200
Tabla 30. Inercias inter e intragrupo para las seis clases 213
Tabla 31. Aspectos de mayor contribución en la formación de la clase 1 de 6214
Tabla 32. Significación de la variable sexo en la clase 1 215
Tabla 33. Distancia al centro del grupo 1, de los 10 primeros casos más cercanos 216
Tabla 34. Aspectos de mayor contribución en la formación de la clase 2 de 6218
Tabla 35. Significación de la variable sexo en la clase 2 219
Tabla 36. Distancia al centro del grupo 2, de los 10 primeros casos más cercanos 219
Tabla 37. Aspectos de mayor contribución en la formación de la clase 3 de 6221
Tabla 38. Significación de la variable sexo en la clase 3 222
Tabla 39. Distancia al centro del grupo 3, de los 10 primeros casos más cercanos 222
Tabla 40. Aspectos de mayor contribución en la formación de la clase 4 de 6224
Tabla 41. Significación de la variable sexo en la clase 4 225
Tabla 42. Distancia al centro del grupo 4, de los 10 primeros casos más cercanos 226

Tabla 43. Aspectos de mayor contribución en la formación de la clase 5 de 6..... 227
Tabla 44. Significación de la variable sexo en la clase 5 228
Tabla 45. Distancia al centro del grupo 5, de los 10 primeros casos más cercanos 229
Tabla 46. Aspectos de mayor contribución en la formación de la clase 6 de 6230
Tabla 47. Significación de la variable sexo en la clase 6 231
Tabla 48. Distancia al centro del grupo 6, de los 10 primeros casos más cercanos 232
Tabla 49. Coordenadas de los centros de las clases en los factores..... 233
Tabla 50. Valores test de los centros de las clases en los factores 233
Tabla 51. Resumen de las características de los grupos encontrados en el análisis de cluster..... 241

Resumen

El presente estudio se centra sobre la influencia que tiene la dinámica de la autopercepción, conformada por autoestima, autoconcepto y autoimagen social en la socialización de jóvenes universitarios, teniendo en cuenta, además, el sexo como una variable que puede generar diferencias.

La muestra estuvo conformada por 493 estudiantes universitarios de las diversas carreras de la Universidad Católica Andrés Bello, UCAB. La edad estuvo comprendida entre 17 y 28 años, siendo la media 20 años de edad. Así mismo, se agrupan 291 mujeres (59%) y 202 hombres (41%).

Se llevó a cabo un análisis factorial con las variables de autopercepción y se proyecto como variable ilustrativa las dimensiones de la socialización (ansiedad/timidez, consideración por los demás, retraimiento, liderazgo y autocontrol) y un cluster con todas las dimensiones. De esta forma se encontraron tres factores que explican el 67,37% de la varianza; uno que responde a un perfil general de autopercepción y dos que agrupan autoimagen por un lado, y autoconcepto-autoestima por el otro. Al proyectar variables ilustrativas, socialización y género dieron diferencias significativas para algunas características particulares.

Así mismo, se encontraron seis grupos o perfiles con características diferentes tanto de autopercepción como de las dimensiones de socialización, dos de los cuales es más característico de las mujeres y uno de los hombres, siendo indiferenciable en el resto un género predominante.

Palabras clave: autoestima, autoimagen social, autoconcepto, socialización, timidez, ansiedad, liderazgo, retraimiento, autocontrol, perfiles.

Introducción

Los aspectos relacionados con la manera en que la persona se percibe a sí misma han sido de interés fundamental a lo largo de la investigación en Psicología, y múltiples estudios han relacionado la forma como la persona desarrolla su identidad, organiza su entorno y asume posiciones sobre sí mismo y su realidad. Una evidencia de ello es que los elementos de la autopercepción, han sido de los pocos constructos que se han abordado desde diferentes enfoques psicológicos: (a) la perspectiva fenomenológica (Rogers, 2000), (b) el enfoque psicodinámico (White, 1963); (c) el enfoque sociocultural (Mead, 1934; Blumer, 1970; y Rosenberg, 1965); (d) la perspectiva humanista (Maslow, citado en Mruk, 1999; Branden, 1995); y (e) la perspectiva cognitivo-experiencial (Epstein, 1985).

Autores como Mruk (1999), destacan por lo menos cinco razones para realizar estudios relacionados con la autopercepción. La primera es el reconocimiento por parte de múltiples teóricos de que la autopercepción favorable está relacionada con el bienestar psicológico positivo (Coopersmith, 1967; Bednar, Wells y Peterson, 1989). La segunda razón es que la autopercepción se ha constituido en un concepto fundamental dentro de las ciencias sociales que permite relacionar varias de las dimensiones del ser humano, tales como la personalidad, el entorno social, el desarrollo personal e incluso aspectos vinculados con el bienestar personal, la salud, la familia y las relaciones de pareja (Garaigordobil, 2005).

La tercera razón, es que la autoestima, la autoimagen y el autoconcepto, han sido vinculados por los investigadores con algunos fenómenos psicopatológicos, entre ellos, los sentimientos de inadecuación, la depresión y el suicidio, los cuales aparecen asociados con una baja autoestima y un autoconcepto negativo (Mruk, 1999). La cuarta razón, radica en que el tema de la autopercepción parece ser un fenómeno mucho más complejo de lo que aparenta, pues se desconoce en gran medida el mecanismo mediante el cual

influye en otros factores. Al respecto, uno de los principales vacíos que existe en los estudios realizados es la ausencia de una distinción clara al momento de definir estos tres aspectos y por ende, esto ha conducido a una delimitación teórica y empírica vaga de la manera en que cada uno de ellos afecta el comportamiento de la persona. En este sentido, Sanchiz, Manzana y Mallén (2007), coinciden en que en la revisión de la bibliografía existente relativa al autoconcepto se observa cierta confusión conceptual, ya que se utilizan de un modo indistinto las denominaciones de autoconcepto, autoimagen, autoestima, autoaceptación, entre otras.

Finalmente, la quinta razón, es que tal como lo plantea Mruk (1999) la autoestima, (entendida como la valoración sentimental de una persona hacia sí misma), la autoimagen (como las creencias que tiene una persona acerca de cómo es percibida por otros), y el autoconcepto, (las creencias que tiene un sujeto de sí mismo), poseen un significado social mayor al que nunca antes habían tenido (Mead, 1935; Blumer,1970; Rosenberg, 1965; Alsina, 2001; Shaffer, 2002, Cooley 2003; Garaigordobil, 2005). Es particularmente por esta última razón que este trabajo investigativo se centra en la manera cómo la autoestima, el autoconcepto y la autoimagen social, se vinculan con cada una de las dimensiones de la socialización, como lo pueden ser la consideración por los demás, el liderazgo, el retraimiento, la timidez y .el autocontrol. En este sentido, el presente estudio se desarrolla desde el enfoque sociocultural (Rosenberg, 1965), y específicamente desde el interaccionismo simbólico (Mead, 1935; Blumer, 1970), el cual se centra en el estudio científico de la manera como los pensamientos, sentimientos y comportamientos de las personas son influidos por la presencia real, imaginada o implicada de otras personas (Allport, 1985).

Dado que el objeto de estudio de la psicología social son las relaciones sociales, la socialización -entendida como el proceso que incluye la capacidad de cooperar en un grupo, de regular la propia conducta conforme a las normas sociales y de llevarse bien con los demás (Kostelnik, Phipps, Soderman y

Gregory, 2009)-, pertenece a este ámbito. La importancia de la socialización como variable relevante, la destaca, entre otros autores, Shaffer (2002), quien afirma que las relaciones sociales adecuadas con los compañeros constituyen una de las mejores oportunidades para el desarrollo de la competencia social y fuente de apoyo emocional. Investigaciones de las últimas décadas demuestran claramente que las relaciones entre personas influyen de forma decisiva sobre aspectos como la adquisición de competencias y destrezas sociales, el control de los impulsos agresivos, el grado de adaptación a las normas establecidas, la superación del egocentrismo, la relativización del punto de vista, el nivel de aspiración, el rendimiento escolar y el proceso de socialización en general (Johnson, citado en León del Barco, Castaño, Gómez, Gozalo y Latas, 2007). Así mismo, otras investigaciones han encontrado que los adolescentes con muchas conductas antisociales tienen baja autoestima y bajo autoconcepto académico, emocional y familiar (Garaigordobil, 2005).

Ahora bien la mayoría de las investigaciones que se han desarrollado para relacionar la autoestima, la autoimagen y el autoconcepto con la socialización, han trabajado por separado estos tres aspectos de la autopercepción, relacionando sólo alguno de ellos con las dimensiones de socialización (liderazgo, consideración por los demás, ansiedad/timidez, retraimientos social y autocontrol del comportamiento social), sin ocuparse de indagar si la manera en la que los tres se combinan entre sí, ejercen un impacto particular en la socialización. Una aproximación a esta inquietud, la desarrolla Mruk (1999) cuando plantea que hay personas con alto merecimiento (autoestima), que al mismo tiempo tienen baja percepción de sus competencias (autoconcepto). Este autor combina los niveles de autoestima (alto y bajo) con los niveles de autoconcepto (alto y bajo) y genera cuatro condiciones producto de esta combinatoria. Sin embargo, en su planteamiento no considera la autoimagen social. Podría suponerse que tal como la autoestima y el autoconcepto interactúan para generar comportamientos sociales diferentes, la autoimagen social debería tener también algún impacto importante. En consecuencia, esta investigación intenta determinar precisamente si la

combinatoria entre autoimagen social, autoestima y autoconcepto, como elementos de la autopercepción generan diferentes manifestaciones de la socialización y sus dimensiones.

Para ello, se aplicarán tres instrumentos que permitan detectar las tres dimensiones de la autopercepción, se identificarán los perfiles correspondientes y se relacionará cada perfil con la socialización. Los resultados de esta investigación permitirán aportar mayor claridad en la distinción conceptual de las tres dimensiones de la autopercepción. Así mismo, establecerá relaciones más precisas entre las variaciones de estos tres aspectos y el comportamiento social. De esta forma, el aporte teórico permitirá comprender mejor los aspectos que identifican a las personas a partir de su autoconcepto, su autoimagen y su autoestima así como la influencia de éstos en las relaciones interpersonales y en su comportamiento general. De estos aportes teóricos se podrán derivar múltiples investigaciones que relacionen estos aspectos con los diferentes ámbitos de la vida de las personas, tales como personalidad, inteligencia, fortaleza del yo, resiliencia, locus de control, motivación, iniciativa, entre otros.

Una de las características de esta investigación es que existe poca referencia empírica asociada a la autoimagen social y por tanto se carece de un instrumento diseñado exclusivamente para medir esta dimensión. Sin embargo, esto constituye una posibilidad para generar aportes en un campo relativamente poco estudiado, a pesar de que cuenta con el sustento teórico del interaccionsimo simbólico. En consecuencia se requiere del diseño de dicho instrumento el cual se realizará durante esta investigación.

Con respecto a las dificultades, una de ellas radica en la necesidad de aplicar cuatro instrumentos relativamente largos, lo cual puede requerir de varias sesiones de aplicación y podría implicar cierta mortalidad experimental por inasistencia de personas a alguna sesión. Para resolver esta posible dificultad se aumentará el número de participantes en la muestra.

Con esta investigación se espera contribuir con el estudio de un tema tan relevante, a fin de dilucidar algunos de los criterios expuestos por los autores mencionados, así como precisar otros aspectos referidos a los componentes de la autopercepción y a la socialización, en el marco de los estudios de pregrado en Psicología de la Universidad Católica Andrés Bello.

Marco Teórico

Socialización

El tema de la socialización ha sido preocupación tanto para sociólogos como para los psicólogos sociales desde hace décadas. Uno de los teóricos que ha trabajado el tema de las interacciones sociales y de la influencia de la socialización en la formación de la identidad ha sido George Mead. Mead (citado en Alsina, 2001) fue el fundador de la corriente denominada *interaccionismo simbólico*, aunque este nombre lo propuso Blumer (1937).

Para el interaccionismo simbólico, las personas van construyendo el sentido de las situaciones sociales de la vida cotidiana mediante la interacción permanente. Esa interacción establece lo que los demás esperan de la persona y lo que esta espera de ellos. De esta forma, la sociedad es vista como un sistema de significados compartidos, es decir, la sociedad es producto de la interacción comunicativa (Alsina, 2001).

De acuerdo con Blumer (1937), las principales premisas del interaccionismo simbólico son:

- Las personas actúan sobre los objetos de su mundo e interactúan con otras personas a partir de los significados que los objetos y las personas tienen para ellas, es decir, a partir de los símbolos. El símbolo permite además trascender el ámbito del estímulo sensorial y de lo inmediato, ampliar la percepción del entorno, incrementar la capacidad de resolución de problemas y facilitar la imaginación y la fantasía.

- Los significados son producto de la interacción social, principalmente la comunicación, que se convierte en esencial tanto en la constitución del individuo como en (y debido a) la producción social de sentido. El signo es el objeto material que desencadena el significado, y el significado el indicador social que interviene en la construcción de la conducta.

- Las personas seleccionan, organizan, reproducen y transforman los significados en procesos interpretativos en función de sus expectativas y propósitos.

Desde esta perspectiva teórica, el concepto de interacción social parece ser el que mejor define la naturaleza de las relaciones sociales, y la comunicación es fundamental en toda relación social, pues es el mecanismo que regula y hace posible la interacción entre las personas. Y con ella, la existencia de las redes de relaciones sociales que conforman lo que se denomina sociedad. Así entonces, los seres humanos establecen relaciones con los demás por medio de interacciones que pueden calificarse como procesos sociales (Rizo García, 2004).

Mead (1913) sostiene que la sociedad es interacción y que el cambio social se funda en la interacción, y la sociedad funciona como un equipo donde cada uno aporta su desarrollo personal para el progreso de la misma.

En la misma línea, para Carabaña y Lamo (1978), un acto social es una unidad de interpretación entre dos organismos, por lo tanto, hay que concebir el acto social como una unidad en que los diversos actos individuales se complementan y adquieren sentido unos por referencias a otros.

Para Macionis y Plummer (2005), las experiencias sociales son vitales tanto para la sociedad como para las personas, pues garantizan que los conocimientos básicos para la supervivencia de la persona y la sociedad se transmitan de generación en generación. La experiencia social es la base sobre la cual se construye la personalidad, entendida como el entramado relativamente consistente de las formas de pensar, sentir y actuar de una persona.

La socialización, entonces, se puede definir como el conjunto de experiencias que tiene lugar a lo largo de la vida de una persona y que le

permiten desarrollar su potencial humano y aprender las pautas culturales de la sociedad en la que va a vivir (Macionis y Plummer, 2005).

Algunos autores se refieren a la socialización como un concepto equivalente a desarrollo psicosocial. De esta forma, Buela-Casal y Sierra (1997) definen el desarrollo psicosocial como el proceso por el cual la persona adquiere e interioriza (hace suyos) una serie de patrones comportamentales de interrelación y de valores propios del contexto al que pertenece, o con el que se identifica. Esta adquisición temprana le facilitará adaptarse al medio social, desarrollar su potencial como ser autónomo y manifestar su modo de ser, respetando, al mismo tiempo, las características de los otros.

Para Kostelnik, Phipps, Soderman y Gregory (2009) la socialización es el proceso que incluye la capacidad de cooperar en un grupo, de regular la propia conducta conforme a las normas sociales y de llevarse bien con los demás. Por otro lado, según Papalia, Olds y Feldman (2004), la socialización es el proceso por el cual los individuos desarrollan hábitos, habilidades, valores y motivos que los hacen miembros responsables y productivos de la sociedad. Se basa en la interiorización de las normas sociales, es decir, adoptar esas normas como propias. Este proceso es de gran relevancia ya que para Shaffer (2000), las interacciones sociales constituyen el principal contexto en el que el niño se inicia a las formas de pensar propias de su sociedad.

La socialización es, para Shaffer (2002), un término que describe la disposición de una persona a abordar interacciones sociales con otros y buscar su atención o aprobación. En la escuela, al igual que en otros ámbitos, el joven prefiere el contacto con sus iguales a relacionarse con personas de otras generaciones. En la adolescencia existe una identificación total con el grupo y, por tanto, la integración de los adolescentes y jóvenes va a depender ante todo de las actitudes de rechazo. De esta forma, este proceso de socialización se va a referir a los procesos por medio de los cuales se transmiten las normas de una sociedad específica, de una generación a la siguiente (Shaffer, 2000).

Aunque este proceso no termina al llegar a la adultez, sino que continua durante toda la vida.

De esta manera, para fines de esta investigación, se entenderá socialización como aquella disposición y proceso de interacción que existe entre dos o más personas, con todas las características y elementos subyacentes que esto implica, como puede ser el deseo de aprobación, de recibir ayuda o de ayudar, la cooperación, la regulación conductual, entre otros elementos. Este proceso, tal como se ha mencionado anteriormente, es de continuo desarrollo.

Para Doron y Parot (2008) la socialización es un proceso progresivo y acumulativo mediante el cual el niño, durante su desarrollo, asimila los comportamientos, valores, normas, códigos, roles, ritos, costumbres, convenciones y modos de pensamiento propios al entorno sociocultural. Este proceso implica una interiorización de los valores propios del contexto con el cual el niño se identifica. Esta adquisición temprana le facilitará adaptarse al medio social, desarrollar su potencial como ser autónomo y manifestar su modo de ser, respetando, al mismo tiempo, las características de los otros (Buela-Casal y Sierra, 1997).

Sin embargo, el proceso de convertirse en individuo y luego en miembro de un grupo, inicia en la infancia, aunque no concluye del todo. El autocontrol, la identidad y el lugar del individuo dentro del grupo es un proceso inacabado de aquellos a quienes se integra en la cultura a través de la socialización. En la medida en la que un número mayor de niños reciben atención en un grupo, aumentan sus oportunidades de una verdadera interacción con sus pares. Al parecer adquieren entonces estilos sociales y una orientación permanente hacia otros miembros de su familia (Kostelnik et al. 2009).

Berger y Luckmann (citado en Alsina, 2001) distinguen entre socialización primaria y socialización secundaria. La primaria implica que el niño se convierte en un miembro de la sociedad, tanto a nivel cognoscitivo como emocional, acepta los roles y actitudes de los otros, los internaliza y se apropia de ellos. La

socialización secundaria mas allá de aceptar los roles, implica que el niño adquiere los vocabularios y comportamientos específicos de los roles, lo que permite que los viva.

Por otro lado, Macionis y Plummer (2005) han propuesto que todas las experiencias sociales afectan al individuo de alguna manera, pero que hay algunos agentes de socialización determinados y que son particularmente los más importantes.

En primer lugar, estos autores proponen a **la Familia**, que es la unidad o sistema primario de socialización, siendo así el más importante, principalmente en los dos primeros años de vida, ya que el niño depende de los padres y estos a su vez, son la única institución que transmite al niño valores, normas y prejuicios culturales, hasta que este cumple edad suficiente para escolarizarse. Se trata de un contexto abierto en continuo cambio. La atención que recibe el niño es muy importante, así como el contacto físico, la estimulación verbal y el interés que muestran los padres a las necesidades físicas y emocionales del niño.

Carrillo (2006) propone que toda familia socializa al niño de acuerdo a su particular modo de vida, el cual está influenciado a su vez por la realidad social, económica e histórica del contexto en el que habitan. Por lo que la familia se inserta en un espacio social mayor.

Así mismo**, la escuela**, es otro agente importante, ya que aquí el niño entra en contacto con personas de distinto origen social, ensanchando el mundo al niño. Aquí, los niños reciben mensajes explícitos e implícitos que tienden a reforzar el sistema de valores y prejuicios de la sociedad en que viven. Aquí también los niños aprenden a ser evaluados según parámetros impersonales, donde alguien ajeno a la familia, como lo es un profesor, los evalúa según lo que hacen y no lo que son (Macionis y Plummer, 2005).

La escuela se ve no solo como mediadora de lenguajes, impulsadora de valores, conocimientos y formas de ver el mundo, sino como una instancia que funciona en los campos cognitivos y afectivos del niño, a fin de generar los procesos de socialización, participación y de regulación social (Carrillo, 2006)

La escuela se convierte en el primer entorno social en el que el niño tiene que actuar según las reglas formales, como el orden, la puntualidad, la disponibilidad a ser evaluado. Todo esto va a representar los mínimos requisitos indispensable que toda organización da por supuesto (Macionis y Plummer, 2005)

En este contexto incluso se enseñan actitudes que van en función del género. Según Best (1983) en las escuelas primarias los niños pasan más tiempo haciendo deporte o actividades físicas, que las niñas, quienes a su vez tienden a permanecer más tiempo en las aulas, ayudando en algunas tareas o conversando. Estas diferencias suelen prolongarse a lo largo de toda la etapa escolar.

El **grupo de iguales**, que se compone de los amigos y vecinos del niño es otro agente socializador para estos autores. En estos grupos los jóvenes ganan una cierta independencia personal, que les va a resultar importante para aprender a establecer sus propias relaciones sociales y para formarse una imagen de sí mismos distinta de la que reciben a través de sus padres o profesores. Además, van a permitir al niño explorar inquietudes o intereses relacionados con la música o las drogas y el sexo. Este grupo, puede actuar fuera de la tutela de los padres, lo que es atractivo para los jóvenes.

Finalmente**, los medios de comunicación**, constituyen un agente socializador que inculcan normas, ofrecen modelos, dan versiones y visiones del mundo, y están cada vez más presentes en todos y cada uno de los contextos educativos que influyen en el desarrollo social del niño.

Todos estos agentes socializadores van generando diversas experiencias en la vida de una persona, moldeando las características que lo llevarán a relacionarse de una u otra manera con los demás, en función de su identidad formada en conjunción con cada una de estas. Se puede decir que la sociedad total es el agente de socialización mayor y que cada persona con quien se entre en contacto es en cierto modo un agente de socialización.

Por otro lado, se ha propuesto que la socialización está compuesta por varias dimensiones. Para Silva y Martorell (2009), la socialización tiene cinco dimensiones: (a) Consideración por los demás; (b) Autocontrol en las relaciones sociales; (c) Retraimiento social; (d) Ansiedad social/timidez; (e) Liderazgo. El emplear estas descripciones en esta investigación, permite generar una visión más amplia de la socialización y de sus características configuracionales que permitan brindar información más completa de su interacción con la autoestima, autoconcepto y autoimagen social. A continuación se describe cada dimensión.

a. Consideración por los demás

Para Silva y Martorell (2009) la consideración por los demás es la sensibilidad social o preocupación por otras personas, en particular por aquellas que son rechazadas y con problemas. La sensibilidad social, también se relaciona con la empatía. Esta implica que la persona se encuentra en sintonía con lo que siente el otro, y por tanto puede llevar a cabo acciones apropiadas para brindar ayuda (Shaffer, 2000). Sánchez, Oliva y Parra (2006), proponen que la empatía es la relación emocional elicitada y congruente con el estado emocional del otro y que es idéntica o muy similar a lo que la otra persona está sintiendo. Este mecanismo, por lo tanto, implica la adopción de la perspectiva del otro.

Hoffman (citado en Shaffer, 2000) describió el desarrollo de la empatía en los niños de la siguiente manera: durante el primer año se manifiesta lo que él llamó "empatía global", en la cual el niño no percibe la diferencia entre él y los demás, por lo cual el dolor del otro se confunde con los propios sentimientos; en

el segundo año, aparece la "empatía egocéntrica", en la cual el niño distingue que quien sufre es la otra persona, pero asume que los estados internos del otro son los mismos que los suyos; hacia los tres años el niño se vuelve consciente de que los demás tienen sentimientos distintos a los suyos y responde a ellos de manera no egocéntrica; al final de la niñez los niños perciben los sentimientos de los demás como expresiones de la vida en general y no sólo como reacciones momentáneas.

Otro de los aspectos que Silva y Martorell (2009) incluyen dentro de lo que ellos denominan “consideración por los demás”, es la preocupación por otras personas y el deseo de ayuda. Esto es lo que otros autores llaman “conducta prosocial”. De esta forma, se define como conducta prosocial todos los aspectos relacionados con la ayuda a otros, el interés por los demás, el compartir, la cooperación y la simpatía (Hay citado en Shaffer, 2000). La conducta prosocial, si bien es un componente de la socialización, fue resultado de la combinación de las dimensiones de consideración con los demás, autocontrol en las relaciones sociales y agresividad, las cuales formaban parte de una versión anterior del instrumento de socialización empleado en esta investigación (Silva y Martorell, citado en González Portal, 2000). En la versión actual, la dimensión agresividad fue excluida, sin embargo, las dimensiones de consideración con los demás y autocontrol en las relaciones sociales siguen siendo compatibles con el concepto de prosocialidad.

Para González Portal (2000), se entiende por conducta prosocial toda conducta social positiva con o sin motivación altruista. Algunos autores han hecho una distinción entre la conducta prosocial y la conducta altruista. Para que una conducta sea altruista debe cumplir tres condiciones: a) que la conducta sea emitida voluntariamente, b) que el receptor se beneficie de alguna manera con la acción del benefactor y, c) que el que emite el acto incurra en algún costo para beneficiar al otro, pero sin beneficio propio (Gaviria, citado en Moñivas, 1996).

González Portal (2000), clasifica la conducta prosocial en dos categorías: la conducta prosocial de ayuda directa y la conducta prosocial de ayuda indirecta, aunque ambos tipos de ayuda puedan conducir al mismo resultado. Se entiende por ayuda directa cuando la persona en cuestión interviene directamente y ofrece la ayuda ella misma. Así mismo, se entiende por ayuda indirecta cuando la persona en cuestión no presta ayuda por sus propios medios, sino que busca apoyo y colaboración en otras personas, quienes son las que llevan a cabo el comportamiento específico (por ejemplo personal especializado como policías, bomberos, etc.).

Otra clasificación propuesta por este autor, de conducta prosocial se refiere a si ésta ha sido solicitada o no, y de ello se derivan dos categorías: la intervención respondiente (o reactiva) y la intervención no respondiente (o espontánea). Incluso una subclasificación de estas categorías alude a si la solicitud es verbal o no verbal. La conducta prosocial reactiva es cuando el benefactor responde a una petición directa de quien requiere la ayuda. La conducta prosocial espontánea consiste en que el benefactor toma la iniciativa para brindar ayuda, sin que el beneficiado la solicite.

Para González Portal (2000), una tercera clasificación de la conducta prosocial se refiere a si la persona que brinda la ayuda es identificable o no, y si esta identificación puede ser hecha por el beneficiado únicamente o por otros observadores.

Hoffman (citado en Shaffer, 2000) propone, que a medida que los niños crecen, y sobre todo a partir de la niñez media, la organización de la conducta prosocial cambia, sobre todo gracias al desarrollo de las habilidades para asumir la perspectiva y el lugar de las otras personas, lo cual les permite experimentar compasión o "aflicción compasiva". Esta implica la comprensión cognoscitiva de las condiciones de la otra persona, a diferencia de la aflicción empática que el niño experimenta cuando es más pequeño.

Se ha hecho referencia a la influencia de los estilos de crianza en la conducta prosocial. En relación a esto, Zahn-Waxler, Radke-Yarrow y King (citado en González Portal, 2000) encontraron que las madres de los niños más compasivos utilizaban un estilo de crianza no punitivo y afectuoso, mientras que las madres más punitivas tenían hijos menos compasivos.

Con respecto a la relación existente entre el sexo y la conducta prosocial, Sánchez, Oliva y Parra (2006), realizaron un estudio con el objetivo analizar la relación que variables demográficas, familiares y del contexto de los iguales guardan con la empatía y la conducta prosocial, así como la relación entre estas dos variables. La muestra empleada contó con 513 adolescentes (221 chicos y 292 chicas) entre 13 y 19 años, estudiantes de centros educativos públicos y privados de Sevilla. Se encontraron diferencias en la evolución de la conducta prosocial según el género. Mientras las chicas se mantienen en niveles similares de prosocialidad ($F=1,091$ y $p=0,34$), en los chicos disminuye drásticamente ($F=17,753$ y $p<0,001$). Concluyeron que estas diferencias de género pueden estar asociadas con los procesos de socialización, pues en otros contextos culturales no se halló diferencia. También encontraron que las chicas son significativamente más empáticas y prosociales que los chicos ($F=52$ y $p<0,001$; $F=76$ y $p<0,001$; $F=116$ y $p<0,001$). Con este estudio se evidencia que el género podría estar relacionado con la consideración con los demás y con el autocontrol en las relaciones sociales, de modo que las mujeres tendrían puntajes más altos de estas dimensiones que los hombres.

Así mismo, Garaigordobil, (2005), realizó una investigación con 174 adolescentes la cual buscaba relaciones de la conducta antisocial con varios factores socio-emocionales de la personalidad durante la adolescencia; y encontró que las personas con conductas antisociales, desde el punto de vista conductual muestran pocas conductas de consideración por los demás autoevaluadas, ($r (174) = -0,23$, $p < 0,01$) y evaluadas por los profesores, ($r (174) = -0,22$, $p < 0,01$). Esta investigación evidencia que las personas que

tienen conductas antisociales, delictivas y altos niveles de agresión, se preocupan menos por los demás.

b. Autocontrol en las relaciones sociales

Silva y Martorell (2009) definen el autocontrol en las relaciones sociales como el acatamiento de reglas y normas sociales que facilitan la convivencia en el mutuo respeto.

De igual manera, Gallimberti (2002) define el autocontrol como la capacidad de la persona de dominar, seleccionar, coordinar o inhibir los deseos, los afectos o las pulsiones, a fin de que la conducta no perjudique el logro de metas consideradas sumamente deseables.

Meichenbaum (1978), ha enfatizado que el autocontrol no representa un proceso unitario sino multidimensional, que involucra componentes situacionales, perceptuales, cognitivos, actitudinales y motivaciones. Cada uno de esos componentes puede ser considerado dentro de una perspectiva del desarrollo.

Las técnicas de control, según Shaffer (2000), se refieren a todas aquellas conductas empleadas por una persona para cambiar el curso presente de la actividad de otro. La función de las técnicas de control es canalizar esa actividad en cierta dirección, inhibiendo ciertas tendencias e incrementando otras.

Para Shaffer (2000), las normas internas de conducta, que operan como principios directrices, incluso cuando faltan las sanciones externas, requieren de toda la niñez para desarrollarse por completo. Aunque en las primeras etapas los niños dependen de los adultos para que regulen las funciones por ellos, a lo largo del desarrollo los niños deben aprender a asumir la responsabilidad de su propia conducta.

Autores como Premack y Anglin (citado en Sisto, Marin, y Urquijo, 2010) han sugerido que el niño se autocontrola ya que es una forma de evitar la pérdida de afecto de los padres. Para Shibutani (1961) sólo cuando el niño es capaz de percibir la perspectiva del otro, es que el autocontrol se manifiesta. Antes de ese marco el niño está preponderantemente motivado para mostrar control de acuerdo con las exigencias de personas que se imponen a él.

Para Shaffer (2000), los niños, en su desarrollo, deben aprender reglas de negociación, desarrollar habilidades para dar argumentos, aprender a justificar sus actos, buscar apoyo de mediadores, anticipar las consecuencias de sus actos y tomar conciencia de la existencia de reglas sociales. Pero además de esto, la disposición del niño para cumplir las normas también está en relación con la comprensión que éste tenga de su importancia, y con la argumentación que el adulto le da.

Kopp (citado en Shafer, 2000) describe el proceso mediante el cual los niños desarrollan el autocontrol en las primeras etapas: de los 0 a los 2 ó 3 meses de edad, los adultos deben salvaguardar al infante de estimulaciones demasiado fuertes capaces de originar una gran excitación, aunque ya los infantes a esa edad disponen de medios de modulación de la excitación, como chuparse el dedo, aunque este control no sea deliberado.

Este mismo autor, afirma que el control deliberado aparece al final del primer año de vida, cuando el niño se vuelve capaz de obedecer órdenes; aunque este control depende todavía de la presencia del adulto para ser efectivo. A partir de los dos años los niños ya son capaces de incorporar órdenes y cumplir las directivas en ausencia del adulto. Es en esta edad de los dos años que los niños se vuelven conscientes de que tanto ellos como los demás, están destinados a satisfacer criterios normativos particulares, de manera que a partir de esta edad hay un agudo incremento del interés de los niños hacia lo que está permitido y lo que está prohibido (Shaffer, 2000).

El niño de uno a dos años de edad practica ser un individuo dotado de voluntad propia, adema de comenzar a adquirir el sentido de autonomía. Puesto

que ya domina la capacidad de gatear y la marcha, está en condiciones de ensayar otras formas de alcanzar los objetivos. Los avances de esta clase exigen perseverancia y paciencia por parte de los adultos. Las barreras que antes lo protegían caen y son superadas. La aparición de una voluntad propia se acompaña de suficiente autocontrol que le permiten obrar, hacer cosas. De la necesidad de regular los movimientos corporales nace el sentido de autonomía. Si el niño logra controlar su cuerpo cuando empieza a caminar, podrá hacer lo mismo con sus acciones. Sin embargo, cuando esto no se le permite, dudara de su capacidad de hacerlo. Probablemente por ello la libertad de desplazarse en el piso y la suficiente independencia se relacionan con la capacidad de internalizar el autocontrol (Kostelnik et al. 2009).

A partir de los tres años, Kopp (citado en Shafer, 2000) plantea que la incorporación de directivas se fortalece, sobre todo si los adultos tratan al niño de manera consistente y sensible para que puedan aprender lo que es socialmente aceptable y lo que no.

Para lograr el acatamiento de normas en la niñez son necesarias algunas características dóciles en los infantes. La docilidad consiste en que el niño haga lo que se le diga que haga y es necesaria para una interacción suave entre los padres y el hijo. En este sentido, Patterson y sus colaboradores (citado en Shaffer, 2000) han señalado que la desobediencia o falta de docilidad, en edades tempranas, puede ser el inicio de múltiples acontecimientos caracterizados por interacciones familiares coercitivas, malas relaciones con los compañeros, delincuencia y problemas de conducta en etapas posteriores de la vida. Sin embargo, Spitz (citado en Shaffer, 2000) sugiere que no es conveniente considerar la desobediencia desde una visión simplista y negativa, pues en la niñez temprana, la capacidad del niño de oponerse a los deseos de los padres es una expresión deseable de creciente autonomía, de manera que la desobediencia puede contribuir a que el niño afirme su independencia en el contexto de la relación padre-hijo, y desarrolle habilidades sociales y estrategias para expresar esa autonomía de manera socialmente aceptable, tales como la negociación y la persuasión.

Kuczynski y Kochanska (citado en Shaffer, 2000) describieron las estrategias de desobediencia de los niños hasta los cinco años de edad, y encontraron cinco estrategias: la desobediencia pasiva (ignorar las directivas), el rechazo simple ("no lo haré"), el desafío directo (oposición verbal e ira), disculpas (justificaciones para no obedecer), regateos (posponer, tratar de cambiar las directivas o limitarlas), y negociación (que incluye regateo y disculpa).

Entender el desarrollo del niño en relación al proceso de socialización y de autocontrol, permite comprender la importancia que tiene todas las relaciones sociales que surgen desde temprano para formar una adecuada adaptación contextual basada en las normas sociales. De todo esto se esperaría que la noción individual de autocontrol del adolescente o adulto joven, estudiado en esta investigación, formado en todas las experiencias sociales conjuntas, se relacione con las maneras particulares de actuar ante los agentes socializadores y en las percepciones que tiene de sí mismo. El joven comienza a ser más independiente, y el papel que juega la familia es de consejero y orientador. El joven, estando en capacidad de tomar sus propias decisiones y responsabilizarse con su propia vida, va generando una mayor madurez y una necesidad de aprender a controlarse en sus relaciones, mientras estas se hacen más activas y afectivas, así como en otras conductas que puedan implicar un placer inmediato sobre una trasgresión como puede ser el acto de robar una radio de un carro, solo por el deseo de tenerla en el momento y no poder esperar (Kail y Cavanaugh, 2006).

Por otra parte, Silva y Martorell (2009) plantean que existe un polo negativo, opuesto al prosocial, dentro del autocontrol, que se relaciona con la presencia de conductas agresivas, impositivas, de terquedad e indisciplina. De esta forma, estas conductas se podrían enmarcar dentro de lo denominado conducta antisocial.

La conducta antisocial se define como cualquier conducta que implique infringir reglas sociales, y constituya una acción en contra de las demás

personas (Garaigordobil, 2005). Así mismo, propone que la conducta antisocial se relaciona con conductas de trasgresión de normas sociales en relación con la edad tales como romper objetos de otras personas o romper objetos de lugares públicos en la calle, el cine, autobuses, golpear, pelearse o agredir a personas, fumar, beber, falsificar notas, no asistir al colegio o llegar tarde intencionalmente, copiar en un examen, robar, no esperar un turno, ensuciar las calles y las aceras rompiendo botellas o vertiendo las basuras, tirar piedras a la gente, tirar piedras a casas, coches o trenes, entre otras.

Sin embargo, Espeleta (2005) propone que hay elementos que permitan que la conducta antisocial no se genere, siendo estas la autoestima y la empatía, las cuales son dos características sociocognitivas que mostraron ser protectoras frente a la conducta antisocial, es decir, que cuando una persona tenga una mayor capacidad para reconocer y comprender la situación en la que se encuentra otra persona y un mayor reconocimiento de sí mismo, tendrá menor probabilidad de emitir conductas antisociales. Esto probablemente se deba a que al existir un mayor reconocimiento del otro se conoce las consecuencias de una conducta de este tipo; al igual que cuando una persona se valora a sí misma, no necesita de conductas agresivas para autoafirmar su presencia en el ambiente.

De esta manera, se ha encontrado que el autocontrol tiene una importancia en las conductas antisociales de los adolescentes, junto al control de los impulsos, la consideración de los demás y las conductas prosociales, ya que puntajes altos en conductas antisociales se relacionan con puntajes bajos en estas tres variables (Garaigordobil, 2005). De esta manera, esta autora, también encontró que la conducta antisocial, desde el punto de vista conductual muestran pocas conductas de autocontrol autoevaluadas, (r (174) = -0,30, $p < 0,001$), y evaluadas por los profesores, (r (174) = -0,25, $p < 0,001$). Esta investigación evidencia que las personas que tienen conductas antisociales, delictivas y altos niveles de agresión, se preocupan menos por los demás y

tienen menos autocontrol, lo que implica una mayor cantidad de conductas impulsivas.

Por otro lado, Fernandes, Marin y Urquijo (2010) realizaron una investigación con la finalidad de estudiar las relaciones entre autocontrol y autoconcepto, en relación al género, encontrando que existen diferencias en relación al género y al autocontrol. De esta manera en contextos escolares y con el autoconcepto escolar, hay una relación negativa con el autocontrol en relación a las normas y conductas sociales, mientras que ha sido positiva con el factor del autocontrol de sentimientos y emociones. De esta manera los jóvenes tienden a tener una visión positiva sobre su rendimiento académico, tendrán a controlarse más en relación a las normas y menos en relación a las emociones. Por otro lado, se encontró una relación inversa en las mujeres, donde un autoconcepto escolar alto se acompañaba de mayor autocontrol en las emociones y menos en las normas.

De esta forma, un bajo autocontrol puede llevar a responder impulsivamente y con actitud agresiva ante un determinado conflicto (Pelegrin y Garcés, 2008). Farrington (1989) encontró que la impulsividad era uno de los seis predictores más importantes de la agresión en niños. Además, la impulsividad es un *criterio* clave para el diagnóstico del problema de personalidad antisocial y se relaciona con inadaptación posterior y delincuencia.

Aun cuando algunas investigaciones se realizan en niños, se puede decir que algunas de estas características se vuelven estables en el tiempo, lo que permitiría la extrapolación de conclusiones a una muestra de mayor edad.

c. Retraimiento social

Para Silva y Martorell (2009), el retraimiento social es el alejamiento de la persona, tanto pasivo como activo, de los demás. De esta forma, este componente se relaciona con los elementos que inhiben el comportamiento social y que incitan en ciertos casos conductas evitativas.

La definición de retraimiento social va más allá del insuficiente intercambio social: comprende la limitación de la actividad relacional del individuo y la restricción en la participación grupal y comunitaria. En este sentido, ya Cooley (citado en Torrealbas-Ortega, Arias, Puntí, Naranjo y Palomino, 2010) sugirió que la interacción entre iguales contribuía de manera significativa a la socialización de los chicos y chicas.

Estos casos también se encuentran en jóvenes. Arias, Punti, Torrealba, Naranjo y Palomino (2011) proponen que algunos jóvenes son incapaces de establecer relaciones personales satisfactorias con otras personas. En este caso son adolescentes que adoptan un estilo de comportamiento en el que el contacto interpersonal con iguales es escaso, la interacción es muy pobre, las relaciones íntimas son pocas o no existen, y el trato tiende a ser breve y superficial. Son jóvenes que evitan cualquier forma activa de relación social, y que poco a poco van limitando su participación en actividades prosociales.

Parker y Asher (citado en Monné, 2005) proponen que el rechazo de los compañeros (sociométrico) y la agresión y retraimiento social (estilo comportamental) aparecen como las variables predictoras más importantes de inadaptación actual y futura de los niños con estos problemas de rechazo por parte de los iguales. Los niños que son poco aceptados o que manifiestan problemas de conducta en las interacciones sociales tales como la agresividad (y puede que el retraimiento) están en riesgo de presentar posteriormente psicopatología.

Por otro lado, el retraimiento social puede reflejar problemas internos como ansiedad, percepción negativa de uno mismo y sensación de inseguridad, que puede desarrollarse incluso desde la infancia (Equipo aprendizaje, 1990).

El retraimiento social, en la adolescencia, es un fenómeno relevante en la vida de la persona. Diversos estudios reconocen la importancia de la interacción social en el desarrollo individual y establecen una relación directa entre la competencia social, la enfermedad mental y su posterior proceso de

rehabilitación; así como entre el retraimiento social y trastornos psiquiátricos De esta forma, Arias, Punti, Torrealba, et al. (2011) encontraron que los adolescentes con retraimiento social experimentan limitaciones en sus relaciones, que les impiden disfrutar de actividades en las que se involucran otros iguales. Este estilo comportamental afecta a todas las áreas (personal, social y académica o laboral), e interfiere en el desarrollo, pudiendo llegar algunos casos a ser de gravedad. Además, plantean que el retraimiento social conlleva una deprivación de ocupaciones en las que los adolescentes suelen implicarse, con lo que es un factor de riesgo importante que interviene en las enfermedades mentales.

Por otra parte, Garaigordobil (2000) encontró relaciones negativas entre el la cognición que tiene una persona de sí misma y retraimiento. En su estudio realizado con una muestra formada por 174 adolescentes de 12 a 14 años, de la provincia de Guipúzcoa, España; con el objetivo de analizar las relaciones de las cogniciones prejuiciosas hacia diferentes grupos sociales y culturales con la conducta social y con varios rasgos de personalidad, tomando en cuenta el autoconcepto como variable predictiva, encontró que los adolescentes con muchas cogniciones prejuiciosas (respuestas de rechazo, discriminatorias, xenófobas, racistas...) muestran un perfil conductual y de personalidad negativo, es decir, tienen pocas conductas sociales positivas y muchas negativas, como el aislamiento, bajo autoconcepto global, y muchas creencias irracionales.

Este estudio ilustra la relación que existe entre algunos perfiles negativos caracterizado por una propio rechazo y conductas poco dirigidas a los demás, entre las cuales se encuentra la tendencia a aislarse de los otros y no interactuar con ellos.

El retraimiento en muchas ocasiones puede considerarse como factor similar a la timidez. Aunque puedan tener elementos en común, el retraimiento parece tener una connotación más negativa que la timidez.

d. Ansiedad social/timidez

La ansiedad tiene que ver con el conjunto de manifestaciones de miedo y nerviosismo, mientras que la timidez comprende las reacciones de apocamiento y vergüenza en las relaciones sociales (Silva y Martorell, 2009).

Dentro del ámbito de la psicología, los diferentes autores han definido la timidez de muchas maneras: como "la tendencia a evitar interacciones sociales y a fracasar a la hora de participar apropiadamente en situaciones sociales" (Pilkonis, 1977, p. 585; citado en Cano, Pellejero, et al., 2000); así como ansiedad y disconfort con situaciones sociales, particularmente en aquéllas que implican evaluación por parte de la autoridad, (Crozier, 1979, p. 121; citado en Cano, Pellejero, Iruarrizaga y Zuazo, 2000); como reacción de tensión, preocupación, sentimientos de incomodidad y disconfor e inhibición del comportamiento social normalmente esperado (Buss, 1980; cp. Cano, Pellejero, et al., 2000); y como disconformidad, inhibición, y respuestas de ansiedad, auto-observación de sí mismo, y reticencia en presencia de los otros (Jones, Briggs y Smith, 1985).

De esta manera, para Banús (2011), la timidez se utiliza para referirse a aquellas personas con un patrón de conducta caracterizado por un déficit notorio en las relaciones interpersonales y una tendencia estable y acentuada de escape o evitación del contacto social con otras personas. Así mismo, propone que una de las manifestaciones de la conducta tímida es el déficit o carencia de conductas interactivas por parte de la persona. En estos casos la persona tiene problemas para relacionarse con otras personas. En el ámbito académico, no participa ni pregunta en clase, le cuesta iniciar conversaciones con otros, o tomar la iniciativa en cualquier actividad. También puede mostrar una pasividad excesiva, aislamiento, baja asertividad, escasa capacidad de expresión emocional, inseguridad, lentitud y sumisión al grupo.

Otra manifestación de timidez, propuesta por este mismo autor, es la ansiedad o el temor de expresar opiniones y expresarse frente a otros. Esta

ansiedad puede ir acompañada por temblores, rubor, tartamudeo y dolores estomacales, entre otras cosas.

Algunos autores señalan la existencia de diferentes tipos o dimensiones de timidez. Uno de los primeros en establecer una clasificación de los sujetos tímidos fue Zimbardo (citado en Cano et al. 2000), quien distinguió tres grupos: el primero incluye a aquellos individuos que no temen la interacción social, simplemente prefieren estar solos, porque se sienten más cómodos con sus ideas y con sus objetos inanimados que con la gente; el segundo grupo hace referencia a aquellos sujetos con baja confianza en sí mismos, pobres habilidades sociales y sentimientos de vergüenza que hacen que eviten el contacto con los demás; y el tercero integra a aquellos individuos que se sienten atemorizados ante la posible no consecución de sus expectativas sociales y culturales.

Para Banús (2011) la timidez en el niño puede estar asociada con problemas de autoestima, sentimientos de inferioridad, indefensión y en ocasiones, depresión.

Por otra parte, la ansiedad social se caracteriza por “un miedo persistente y acusado a situaciones sociales o actuaciones en público por temor a que resulten embarazosas” (American Psychiatric Association, 2002, p. 502). La ansiedad social presenta dos formas: específica y generalizada. La primera alude a estímulos concretos que producen ansiedad (hablar, comer, beber, escribir o asearse en público), mientras que la segunda está asociada a distintas situaciones sociales (Mattick y Peters, 1988; cp. Zubeidat, Fernández-Parra, Sierra y Salinas, 2007).

Por su parte, los factores evolutivos señalan que la ansiedad social alcanza sus niveles más altos durante la preadolescencia debido al incremento de las demandas sociales (Botella, Baños y Perpiñá, 2003)

Zubeidat, Fernández-Parra, Sierra y Salinas (2007), realizaron una investigación con la finalidad de contrastar las relaciones entre variables socio-

demográficas, ansiedad social, psicopatología y patrón de evitación. De esta manera, evaluaron 961 jóvenes españoles, cuyas sus edades oscilaban entre 13 y 18 años, mediante diferentes auto informes que medían variables socio demográficas, competencias e índices clínicos. El 43% eran chicas y el 57% chicos.

Los resultados indicaron que los jóvenes con ansiedad social mostraban un porcentaje de comorbilidad superior al presentado por los jóvenes, con otras psicopatologías en los índices referentes a la ansiedad y evitación de situaciones sociales (Chi cuadrado= 22,23; p<0,01), evitación de situaciones en público (Chi cuadrado= 16,21; p<0,01), ansiedad en situaciones de interacción social (Chi cuadrado= 29,75; p<0,01), evitación de situaciones de interacción social (Chi cuadrado= 11,40; p<0,01), total de ansiedad social (Chi cuadrado= 32,27; p<0,01), total de evitación social (Chi cuadrado=12,41; p<0,01), total de ansiedad y evitación social (Chi cuadrado= 21,84; p<0,01), evitación y malestar social (Chi cuadrado= 29,75; p<0,01) y miedo a la evaluación negativa (Chi cuadrado= 11,66; p<0,01).

Todo esto parece sugerir que el retraimiento social, como un elemento de la socialización, podría aparecer asociado con algunas psicopatologías, con mayor probabilidad que otras características comportamentales. De esta manera, estas personas muestran niveles elevados de baja autoestima, depresión, neuroticismo, ansiedad rasgo, historia de timidez infantil y falta de habilidades sociales (Zubeidat et al., 2007).

e. Liderazgo

El liderazgo es la ascendencia, popularidad, iniciativa, confianza en sí mismo y espíritu de servicio que muestra una persona frente a un grupo (Silva y Martorell, 2009).

Uno de los aspectos de la vida social del niño que ha recibido mucha atención por parte de los teóricos y los investigadores, es la aceptación por

parte de los pares, es decir, hasta qué punto es visto por sus compañeros como alguien agradable o valioso (Shaffer y Kipp, 2007).

Los líderes son individuos profundamente conscientes de sus valores y creencias, de cómo se comportan y, a su vez. De cómo son percibidos por los demás (Shamir y Eilam, citado en Moriano, Molero y Levy, 2011). Algunos líderes desean de forma sincera servir a los otros a través de su posición privilegiada dentro del grupo. Por ello, están más interesados en desarrollar las competencias de las personas con las que trabajan y darles más libertad a la hora de realizar su tarea que en utilizar su autoridad para dirigir a los otros (Luthans y Avolio, citado en Moriano et al. 2011). Sin embargo esto depende del tipo de liderazgo.

Según Shaffer y Kipp (2007), los niños rechazados retraídos tienen pocas capacidades sociales, realizan muchas conductas inusuales e inmaduras, son insensibles a las expectativas de sus grupos y a veces adoptan una actitud agresiva frente a la crítica de sus pares. Como saben que no agradan a otros niños, terminan aislándose a medida que son excluidos de las actividades (Gazelle y otros, 2005; Gazelle y Ladd, 2003; Harrist y otros, 1997; Hymel, Browker y Woody, 1993; Zakriski y Coie, 1996; citados por. Shaffer y Kipp, 2007). Se sienten muy aislados y tienden a presentar baja autoestima, depresión y otros trastornos. Debido a sus conductas tan extrañas, a la hipersensibilidad ante la crítica y a la ausencia de amigos íntimos que los defiendan, son el blanco preferido de maltrato a manos de los bravucones (Hodges y otros, 1999; Ladd y Burgess, 1999 citados por Shaffer y Kipp, 2007).

Para Shaffer y Kipp (2007), los niños que terminan siendo aceptados por desconocidos y ganando popularidad son aquellos que logran iniciar la interacción social y responder positivamente a las necesidades de atención de los otros: observan, procuran entender lo que sucede, emiten comentarios constructivos al irse integrando. El niño que sufre rechazo suele ser hostil y egoísta, y a menudo critica o altera las actividades del grupo; de esta forma, los niños que terminan siendo ignorados por el grupo son aquellos que se

mantienen al margen del grupo, inician pocas interacciones y evitan prestar atención a los demás.

Silva y Martorell (citado en González Portal, 2000) realizaron un estudio factorial con las dimensiones del Bas-3, excluyendo la escala de Sinceridad. Trabajaron con 1269 estudiantes españoles (569 de 5° a 8° grado de educación y 704 de Bachillerato Unificado Polivalente y de Formación Profesional), y la muestra estuvo conformada por 624 hombres y 645 mujeres. Encontraron que estas cinco dimensiones de la socialización se agrupaban en dos factores: el primero reúne en su polo positivo las dimensiones consideración con los demás y autocontrol en las relaciones sociales, y en su polo negativo la dimensión de agresividad. Denominaron a este factor *conducta prosocial versus conducta antisocial*. Por su parte, el segundo factor estaba representado en su positivo por la dimensión liderazgo, y en su polo negativo por las dimensiones ansiedad social y retraimiento social. A este factor se le denominó *sociabilidad versus insociabilidad*. Estos resultados se muestran en la tabla 1.

Tabla 1.

Agrupación de las Diferentes Escalas del Bas-3 en dos Factores, mediante Análisis Factorial.

		F_1	F_2	h^2
Co	Consideración con los demás	0,64	0.32	0,52
At	Ansiedad social/timidez	0,04	-0,77	0,59
Li	Liderazgo	0,22	0,74	0,60
Re	Retraimiento social	-0,30	-0,77	-0,68
Ac	Autocontrol en las relaciones sociales	0,83	0,07	0,69
Ag	Agresividad	-‘0,70	-0,06	0,50

En la tabla 2 se muestra la relación entre las dimensiones de la escala de socialización y los factores encontrados.

Tabla 2.

Estructura de las Dimensiones de Socialización en la Infancia Tardía y la Adolescencia según los datos de la BAS-3 (Silva y Martorell, citado en González Portal, 2000).

Factor terciario	Socialización					
Factores secundarios	Conducta prosocial versus antisocial			Sociabilidad versus insociabilidad		
Factores primarios	Consideración con los demás	Autocontrol en las relaciones sociales	Agresividad	Liderazgo	Retraimiento social	Ansiedad social Timidez

Este hallazgo es importante ya que permite establecer otro tipo de relaciones con la información recabada con el mismo instrumento, permitiendo establecer relaciones más amplias de otros elementos de la socialización.

La percepción del sí mismo

Uno de los conceptos más importantes del interaccionismo simbólico es el Self, el sí mismo, pues este es un elemento fundamental para la integración de las personas dentro de la trama de la existencia social (Mead, 1934). Mead plantea que un individuo se transformara en persona al aparecer el "Self". La persona desarrolla habilidades reflexivas al adquirir un lenguaje y experimentar su yo como parte de un todo social. Sin embargo, la persona surge también y paralelamente, como, un todo social. Cuando Mead (1934) habla de un ser humano en posesión de un "Self", se debe entender que este ser es un objeto para sí mismo. Es decir, la persona es capaz de auto percibirse, tener una concepción de sí misma.

En este sentido, Mead (1934) distingue entre el organismo fisiológico como tal y el "Self". El primero está allí cuando la persona nace, el segundo se desarrolla en el proceso de interacción del individuo con su ambiente y en especial con los demás seres humanos. Para el interaccionismo simbólico la imagen que uno tenga de si mismo y de los demás es muy importante en la vida social. Aunque estas imágenes son construcciones personales de significados, ellas surgen de la interacción simbólica (Alsina, 2001).

En la misma línea, para Kostelnik et al. (2009) la autopercepción está bajo el influjo de las interacciones reciprocas y del ambiente a lo largo de toda la vida. De esta forma, se puede argumentar que la socialización es importante, debido a que bajo la idea construida de un "yo" las personas unifican las experiencias internas seleccionadas, y les asignan un sentido coherente, para distinguirlas del resto de la realidad (Carreras, sf).

Para Kostelnik et al. (2009), el origen de las conductas sociales se encuentra en su concepto creciente y global de cómo funciona el mundo social, es decir, en el conocimiento social. Este comienza con la conciencia de su propia persona. La manera en que el niño se ve como individuo influye directamente en la forma de interactuar con la gente en el momento actual y en el futuro. Se crean así expectativas de una interacción eficaz o de rechazo y de esto dependerá, a su vez, su equilibrio emocional y si aporta o no algo a la sociedad.

Para Rizo García (2004), en el contexto del interaccionismo simbólico, el hecho de que cada persona se pueda percibir a sí misma como un “yo” (o como “nosotros”) depende de su capacidad para ver a los demás como “otros”.

La cultura y el aprendizaje humanos se realizan mediante la comunicación, por la que se adquiere el propio sentido del ser, carácter e identidad. En consecuencia, la percepción que una persona tiene de sí misma, implica una relación entre el yo y la identidad, producto de las diferentes experiencias que se tienen, y las cuales se han logrado interiorizar (Hogg y

Vaughan, citado en Pastor, 2010). Esta percepción cobra importancia para la persona, pues para responder a las variaciones y exigencias del medio ésta necesita conocer cuáles son sus posibilidades de actuación y cuál es su verdadera realidad, ya que de lo contrario, las percepciones incorrectas inducirían a respuestas conductuales erróneas (Pastor, 2010).

En la misma línea, para Goñi y Fernández (2007), la imagen de sí mismo que el ser humano desarrolla a lo largo del tiempo es muy relevante al momento de organizar y ejecutar el comportamiento requerido para abordar cada una de las situaciones que implican una relación entre el Yo y el medio ambiente circundante, del que son componentes fundamentales los aspectos sociales (Pastor, 2010). Esa imagen que la persona elabora de sí misma hace referencia a las nociones que intentan describir los diversos aspectos que integran ese complejo que define la naturaleza humana desde el punto de vista de la propia persona (Pastor, 2010).

Para Kostelnik et al. (2009), el conocimiento del yo es a la vez una construcción social y cognoscitiva. Las interacciones del niño con los individuos de su entorno, junto con la interpretación que haga de ellas, influyen en el conocimiento del yo como un ser independiente y en constante relación con los demás. Esto a su vez repercute en su competencia social global. De forma tal que el niño, a través del tiempo y gracias a numerosas interacciones, va profundizando su autoconocimiento hasta darse cuenta de que es diferente de los otros. El autoconocimiento, por lo tanto, comienza en una forma muy concreta para volverse mucho más abstracto con la madurez cognitiva, la experiencia social y la adquisición del lenguaje. De esta forma, se irá creando las bases para los diferentes elementos de la autopercepción en la adolescencia y adultez.

La manera en que una persona se percibe a sí misma, se puede expresar por medio de tres conceptos: el primero de ellos es el autoconcepto, el segundo es la autoestima, y finalmente, la autoimagen social.

1. Autoconcepto

Como ya se señaló, cada individuo (con la ayuda de los otros) construye todo un cuerpo de creencias sobre sí mismo. La acumulación de este conjunto de creencias es, en esencia, la construcción del denominado autoconcepto o self (Moreno, 2003; cp. Sanchiz, Manzana y Mallén, 2007). Para ello, el sujeto ha de ser capaz de tomarse como objeto de análisis, es decir, de verse a sí mismo desde el lugar del otro.

El estudio del autoconcepto figura entre las temáticas centrales de la psicología y ha merecido la atención de eminentes autores, como William James (1842-1910), uno de los padres de la psicología científica, que se ocupó del estudio del autoconcepto.

El autoconcepto se relaciona con el reconocimiento de habilidades y características que la persona posee, y que se utilizan para crear una construcción mental de sí misma (Fitts, 1955). Así mismo, González-Pienda y Núñez (citado en Gonzalez-Pienda, Núñez, Glez-Pumariega y García, 1997), proponen que el autoconcepto es la imagen que cada individuo tiene de sí mismo y que se encuentra determinada por la integración de la información acumulada tanto externa como interna, juzgada y valorada mediante el estilo que tiene ese individuo para razonar sobre la información y la selección de los aspectos significativos de la misma. Esta acumulación de información proviene de la coordinación entre lo que el sujeto ya dispone y lo nuevo que debe integrar.

El autoconcepto es de suma importancia para el individuo debido a que un autoconcepto positivo está en la base del buen funcionamiento personal, social y profesional (Esnaaola, Goñi y Madariaga, 2008).

De esta manera, según Garcia, Musitu y Veiga (2006), el autoconcepto es una de las variables más relevantes para el bienestar personal ya que prácticamente la totalidad de los problemas conductuales se relacionan con esta variable. En el ámbito clínico son muchos los trabajos que se han realizado sobre los trastornos alimenticios y el autoconcepto, constatándose que el bajo

autoconcepto está presente en este tipo de conductas (Gual, Pérez, Martínez, Lahortiga, Irala y Cervera, 2002). Así mismo, también se ha observado que el autoconcepto se relaciona negativamente con problemas tan diversos como: la adicción al tabaco (Ferreras, Guzmán y Carulla, 1998) y al alcohol (Izquierdo, 2001), las dificultades en la relación con los padres (Musitu y García, citado en Garcia et al. 2006) y los hermanos (Arranz, Yenes, Olabarrieta y Martín, 2001; citado en Garcia, Musitu y Veiga, 2006), el bajo rendimiento académico (Rodríguez, Cabanach, Valle, Núñez y González-Pienda, 2004) y la violencia doméstica (Aznar, 2004; citado en Garcia, Musitu y Veiga, 2006).

Actualmente hay una serie de características del autoconcepto asumidas y reconocidas universalmente (García y Musitu, 2009):

a) Es una realidad compleja, multifacética y **multidimensional**, estructurada e integrada por áreas de experiencia más concretas.
b) Organizada de modo **jerárquico**.
c) **Es Consistente**, coherente .y congruente con las experiencias previas que han formado el yo, al que protege de estímulos externos desestabilizadores (su mantenimiento es esencial para el buen funcionamiento del individuo).
d) Posee un carácter **dinámico** que se modifica con la experiencia, integrando nuevos datos e informaciones

Con respecto a la **multidimensionalidad** del autoconcepto, la investigación psicológica sobre el autoconcepto experimenta, en efecto, un punto de inflexión, desde mediados de los años setenta del pasado siglo, a partir de diversos trabajos (Shavelson et al., 1976; Marsh, 1986; Marsh, 1990; citado en Esnaaola, Goñi y Madariaga, 2008) que introducen una nueva teoría del mismo. Según esta nueva concepción, ampliamente difundida (González y Touron, 1992; Elexpuru, Garma, Marroquín y Villa, 1992; Nuñez y González-Pienda, 1994; citado en Esnaaola, Goñi y Madariaga, 2008), el autoconcepto global vendría a ser el resultado de un conjunto de percepciones parciales del propio yo (multidimensionalidad), que se estructuran en una organización

jerárquica: el autoconcepto general se compondría del autoconcepto académico y del no académico y este último, a su vez, incluiría tanto el autoconcepto social como el personal y el físico. La estructura de este modelo se ha visto confirmada en diversas investigaciones (Harter, 1982, 1986; Marsh y Hattie, 1996; Marsh, 1986; citado en. Goñi y Fernández, 2007), por lo que el autoconcepto ha ido cobrando relevancia.

En esta misma línea, González (2005) plantea que las diversas áreas de experiencia se agrupan en apartados propios, formando así autoconceptos específicos, distintos entre sí y del autoconcepto general. Una vez constatado que el autoconcepto global está formado por varios autoconceptos más concretos específicos se comprende que las modificaciones sobre éstos influyan en el autoconcepto general.

De igual forma, este mismo autor propone que existen tantas clasificaciones y modelos de autoconcepto como autores. Entre los subdominios o ámbitos mayoritariamente asumidos pueden citarse los siguientes: autoconcepto académico, autoconcepto social, autoconcepto emocional, autoconcepto físico. En todos los casos, dichas dimensiones incluyen otras más específicas hasta llegar a un alto grado de concreción. Gran parte de los autores reconocen entidad propia al autoconcepto relacionado con el estado de forma física y apariencia física.

Por otra parte, la organización **jerárquica** implica que los distintos ámbitos y dimensiones que abarca no se sitúan en un mismo plano de importancia sino que se ordenan de modo piramidal en función de su relevancia.

En el esquema propuesto por Shavelson, Hubner y Staton (1976) para representar la organización jerárquica del autoconcepto se aprecia, en la parte superior de la escala, el autoconcepto general; descendiendo progresivamente a facetas más específicas, aparecen diversos autoconceptos concretos, pudiendo llegar a analizar calificaciones académicas en áreas de aprendizaje específicas o influencia de terceras personas en función de su naturaleza, por

ejemplo. Este modelo jerárquico permite medir percepciones de niveles inferiores, y posteriormente su posibilidad de generalización, extrapolación o incidencia en ámbitos más globales. Se ha mostrado una estructura estandarizada y representativa de la organización jerárquica de este constructo; no obstante, debe quedar patente que la citada clasificación jerarquizada podrá sufrir las modificaciones o adaptaciones pertinentes, en función de las apreciaciones subjetivas del propio sujeto. Las adecuaciones dependerán de la escala de valores que posea cada individuo y de las prioridades que prime. Los individuos pueden personalizar sus estructuras de autoconcepto otorgando diferentes grados de importancia a los dominios de la autopercepción (Watkins y Park; Weiss, 1976; Rosenberg, 1982; Harter, 1985; Sonstroem y Morgan, 1989; Tap, 1991; citados en Gonzalez, 2005).

Por otra parte, con respecto a la **consistencia** se espera que las personas tiendan a interpretar la realidad y a comportarse de modo consistente y coherente con sus propias percepciones, preservando o confirmando los juicios propios y las expectativas. El deseo de un individuo de ser consecuente con el sistema de su autoconcepto percibido influencia su respuesta a las situaciones (González, 2005).

Finalmente, con respecto a la **modificabilidad**, este autor propone que el autoconcepto surge de la comparación social momentánea, variando notablemente en función de dicho contexto social. Así, el individuo, dependiendo de con quienes se encuentra, con quien se compara, de sus experiencias en distintas situaciones, y de cómo los otros reaccionan ante él, tiende a verse de modos diferentes (Gergen, citado en González, 2005). En trabajos de campo se han detectado oscilaciones considerables al medir la autoestima, en función de si la medición se ha llevado a efecto cuando los sujetos se hallaban solos o en presencia de terceras personas.

Varios estudios, como los llevados a cabo por Ankerbrand, Thacker, Schunk, Craft y Hogan, (citados en González, 2005), sugieren que el autoconcepto es un constructo dinámico sujeto a cambio. Rodríguez et al.

(citado en González, 2005) sostienen que el autoconcepto es aprendido; por lo tanto, es factible modificarlo o cambiarlo, y olvidarlo en ciertos puntos. Por consiguiente, la autovaloración es discontinua, sufre cambios según los distintos contextos y su contenido depende de las pautas de comparación de cada momento. Los programas de intervención externa logran influencias en ocasiones notorias.

Una de las presunciones teóricas del modelo de Shavelson et al., (citado en Esnaaola, Goñi y Madariaga, 2008) establece que una determinada dimensión del autoconcepto será más modificable cuanto menos general y más particular sea y, por ello mismo, ocupe un lugar inferior en la jerarquía de niveles, pero existe muy poca evidencia empírica al respecto y ni siquiera, salvo en el caso del autoconcepto físico, se ha indagado suficientemente cuáles sean las dimensiones de los diversos dominios.

Pastor (citado en Esnaaola et al. 2008) afirma que el autoconcepto es un elemento integrante de la identidad personal en el que se incluyen valoraciones, representaciones y actitudes que cada uno se forja de sí mismo. Ese conocimiento suministra un marco para la percepción y organización de la propia experiencia, lo cual da lugar a una regulación de la conducta pudiendo afectar a la motivación para aprender. La elaboración de ese marco viene mediado por los mensajes de todo tipo que le llegan del entorno social, escolar y sobre todo de las personas que son significativas para ellos

El autoconcepto parece tener sus orígenes desde momentos muy tempranos en la vida del ser humano. Este concepto de sí mismo, medido por la habilidad de reconocerse visualmente, se manifiesta durante el segundo año de vida, y se evidencia en la capacidad del niño de definirse a sí mismo en términos de categorías como edad, sexo y tamaño (Shaffer, 2000). Así mismo, los niños más pequeños pueden recurrir a dos tipos de claves para autorreconocerse: las claves de contingencia, que son las imágenes del espejo que se mueven cuando ellos se mueven; y las claves de rasgo, es decir, las

características físicas estables como los rasgos faciales y corporales que el niño ha asociado consigo mismo.

Para Shaffer (2000), otro indicador de que los niños a temprana edad son capaces de autorreconocerse es la forma cómo actúan de modo diferente ante una situación, según sea que su identidad esté implicada o no (por ejemplo las adulaciones o los reproches de otros).

Sin embargo, parece ser que el autoconcepto implica un desarrollo más complejo, que puede separarse por etapas. Este autor también plantea una serie de etapas del desarrollo del conocimiento de sí mismo durante los primeros años de vida: (a) Edad de 0 a 3 meses: Interés en objetos sociales, pero sin distinción yo- los demás; (b) Edad de 3 a 8 meses: primeros indicios de reconocimiento de sí mismo, basado en claves de contingencia; (c) Edad de 8 a 12 meses: se evidencia un surgimiento de la permanencia de la identidad. Reconocimiento por claves de contingencia y por claves de rasgo; (d) Edad de 12 a 24 meses: se manifiesta la consolidación de las categorías básicas de la identidad (edad, género...), y el reconocimiento de rasgos sin contingencia.

Así mismo, Bullock y Lutkenhaus (citado en Shaffer, 2000), hicieron una considerable cantidad de mediciones relacionadas con el desarrollo de la identidad de niños de uno a tres años de edad, y encontraron que los aspectos de identidad que implican aspectos inmediatos y visibles se desarrollan antes que los no visibles. De esta forma, los conceptos asociados con la propia identidad, en el caso de las edades tempranas suelen ser simples y basados en dicotomías (bueno-malo…), pero a medida que el niño crece descubre que entre esos extremos hay variaciones, y que el contexto y las circunstancias ponen la propia percepción en perspectiva, ya que el concepto de sí mismo es dinámico y cambia como resultado del proceso de introspección. Además se ve afectado por las experiencias de éxito y fracaso, aunque la magnitud de los cambios y su vulnerabilidad dependen de la edad.

Por otra parte, para Damon y Hart (citado en Shaffer, 2000), los términos para describirse a sí mismos durante la niñez pueden ubicarse en cuatro categorías: características físicas, activas, sociales y psicológicas. Al respecto, Keller, Ford y Meacham (citado en Shaffer, 2000), encontraron en sus investigaciones que la categoría de auto descripción que más predomina en niños pequeños es la de actividad, es decir, lo que hacen, incluso más que las características físicas. Esto es un indicativo que un elemento crucial de la formación del autoconcepto es del hacer.

La importancia de cada una de las cuatro categorías de autodescripción identificadas en la niñez, cambian con la edad ya que las características físicas pierden importancia a edades tempranas y adquieren mayor relevancia las descripciones basadas en actividades. Luego, hasta la adolescencia temprana se le da más importancia a las características sociales basadas en las relaciones con los demás; las relaciones personales se perciben como el centro de la identidad. A partir de la adolescencia media hay un creciente interés por las características psicológicas, y el adolescente piensa en su identidad en función de rasgos y disposiciones personales (Damon y Hart, citado en Shaffer, 2000).

Kostelnik et al. (2009) afirman que el autoconcepto es la manera en que el adolescente define su persona usando una combinación de atributos, capacidades, conductas, actitudes y valores que supuestamente lo representan y lo hacen distinto del resto de la gente. Puesto que la construcción “quien soy yo” tiene un origen cognitivo y social, el niño al ir cambiando su pensamiento cognitivo a lo largo del tiempo, llega a verse y definirse en formas más complejas. Son distinciones que sufren poco a poco y que cambian constantemente desde la niñez temprana hasta la edad adulta. En consecuencia, el autoconcepto se diferencia cada día más y se vuelve más complejo al ir madurando la persona.

Es así, que de esta forma autores como Fitts (1955), muestran una visión amplia del autoconcepto, consistente con la condición de multidimensionalidad,

y describen aspectos del mismo que están estrechamente relacionados con las dimensiones que conforman la persona. Según este planteamiento, puede hablarse de: autoconcepto físico, autoconcepto intelectivo, autoconcepto volitivo-social, autoconcepto familiar y autoconcepto ético moral (Barrera Morales, 2005).

Así mismo, Goñi y Fernández (2007) afirman que los cuestionarios creados para medir el autoconcepto a partir de los años ochenta (Harter, 1982, 1985, 1988; Harter y Pike, 1984; Neeman y Harter, 1986; Marsh, Parker y Smith, 1983; Marsh y O`Niell, 1984; Marsh, Parker y Barnes, 1985; Bracken, 1992; Fitts, 1965; Helmreich, Stapp y Ervin, 1974; Musitu, García y Gutiérrez, 1991; García y Musitu 2001, c.p. Goñi y Fernández, 2007), suelen tener en cuenta las distintas dimensiones del autoconcepto.

Por su parte, García y Musitu (2009) desarrollan cada una de las dimensiones del autoconcepto: el autoconcepto académico/laboral, autoconcepto social, autoconcepto emocional, autoconcepto familiar y autoconcepto físico.

Con respecto al **autoconcepto social**, García y Musitu (2009), lo definen como la percepción que tiene el sujeto de su desempeño en las relaciones sociales. Tal desempeño está definido por dos ejes: el primero hace referencia a la red social de la persona y a su facilidad o dificultad para mantenerla y ampliarla; el segundo eje, se refiere a algunas cualidades en las relaciones interpersonales, tales como el ser amigable y alegre.

Otros autores, en cambio, definen el autoconcepto social como la autopercepción de las habilidades o competencias sociales. De esta forma, teóricos como James (citado en Esnaaola et al. 2008) y Cooley (citado en Esnaaola et al. 2008) definen el autoconcepto social como la autopercepción de cuánto son admiradas unas personas por otras coincidiendo el autoconcepto social con la autopercepción de la aceptación social.

En relación a los ejes del autoconcepto social, Goñi y Fernández (2007), afirman que la mayoría de los cuestionarios de autoconcepto no se proponen

medir la multidimensionalidad interna de este y, además, los pocos cuestionarios creados a tal fin (Lawson, Mashall y McGrath, 1979; Zorich, y Reynolds, 1988; citados en. Goñi y Fernández, 2007) no ofrecen unas buenas propiedades psicométricas. En todo caso, una constante en estos cuestionarios es la identificación de dos componentes básicos del autoconcepto social, la competencia social y la aceptación social, ambos muy interrelacionados entre sí (Bracken, 1992). Así mismo, García y Musitu (2009), en su planteamiento del autoconcepto social si logran incorporar estos dos ejes.

Como se ha mencionado anteriormente, el autoconcepto se ha relacionado con un sinfín de variables psicológicas, desde personales hasta incluso sociales. Es de esta manera que parte de estas investigaciones se han centrado en el comportamiento social, desde el polo positivo (conducta prosocial) como del negativo (conducta antisocial, agresión). Entre estas investigaciones se pueden citar las de García y Musitu (2009), quienes han encontrado que el autoconcepto social correlaciona positivamente con el ajuste psicosocial y con la conducta prosocial y negativamente con la agresividad y el comportamiento disruptivo. Así mismo, Esnaaola et al. (2008) señalan que el autoconcepto social se asocia de manera significativa con numerosos rasgos psicológicos tales como la estabilidad emocional, la sociabilidad y la responsabilidad.

De esta forma, García y Musitu (2009) en otra investigación realizada en una muestra de estudiantes de bachillerato, estudiantes universitarios y adultos no escolarizados de España, con edades entre 10 y 62 años; han encontrado que no existen diferencias entre el sexo en relación con el autoconcepto social ($F= 1.706$; $P= 0.192$; alpha: 0.05), por lo que la evolución del componente social es la misma para los dos sexos. Sin embargo, consiguieron que existen diferencias en relación al grupo educativo en el que se encuentran ($F=11.467$; $P<0.05$). De esta forma los universitarios tienen menor autoconcepto social que el resto. Entre los grupos normativos se observa que el componente social permanece en general constante durante todo el ciclo educativo y laboral, a excepción de un descenso que se empieza a apreciar en el bachillerato, y que

alcanza el valor mínimo en la universidad, donde la competitividad y el individualismo alcanzan su máxima expresión.

Dado que el autoconcepto social mide, en parte, el grado de autopercepción de la aceptación social, no es de extrañar que las personas que se perciben a sí mismas como poco aceptadas expresen también una insatisfacción con sus relaciones (Durá y Garaigordobil, 2006 cf. Goñi y Fernández, 2008; cp. Esnaaola, Goñi y Madariaga, 2008).

Por otra parte, el **autoconcepto académico/laboral** es definido por García y Musitu (2009) como la percepción que el sujeto tiene de la calidad de desempeño de su rol como estudiante y como trabajador. Estos autores han encontrado correlaciones positivas entre el autoconcepto académico/laboral y el ajuste psicosocial, el rendimiento en esos ámbitos, la aceptación y estima de los compañeros y el liderazgo (Lila, 1991; Guitierrez, 1984; Musitu y Ayatt, 1994; cp. García y Musitu, 2009).

Recientemente se ha empezado a indagar las relaciones entre el autoconcepto académico y la inteligencia emocional encontrándose que la dimensión académica del autoconcepto correlaciona con los subcomponentes de independencia y optimismo de la inteligencia emocional (Matalinares et al., citado en. Esnaaola et al. 2008). La relación con el optimismo radica en el hecho de que al mantener los adolescentes una actitud positiva a pesar de la adversidad y los sentimientos negativos, éstos mantienen también una percepción positiva de su rendimiento académico y de su rol como estudiantes (Esnaaola et al. 2008).

Otras variables con las que el autoconcepto académico correlaciona positivamente son el ajuste psicosocial, calidad de la ejecución del trabajo, aceptación y estima de los compañeros, liderazgo y responsabilidad en los adolescentes (García y Musitu, citado en Esnaaola et al. 2008).

En un estudio realizado por Garaigordobil (2005), se encontró relaciones significativas entre el autoconcepto académico/laboral y el comportamiento

social, de manera que los adolescentes que manifestaban gran cantidad de conductas antisociales tendían a tener un bajo autoconcepto académico.

El **autoconcepto emocional**, hace referencia a la percepción que la persona tiene de sí misma, en relación a sus respuestas y estados emocionales en situaciones específicas. Un autoconcepto emocional alto significa que el sujeto tiene control de las situaciones y emociones, y que responde adecuadamente y sin nerviosismo a los diferentes momentos de su vida (García y Musitu, 2009). Gracia, Herrero y Musitu (citado en García y Musitu, 2009) han encontrado correlaciones positivas entre el autoconcepto emocional, el autocontrol y las habilidades sociales. En este sentido, Sanchiz, Manzana y Mallén, (2007) realizaron un estudio para describir el autoconcepto y relacionarlo con las dimensiones de socialización, en cinco institutos de la ciudad de Castellón con 457 estudiantes de la ESO, 221 mujeres y 236 varones. Aplicaron el Cuestionario de Autoconcepto (AFA) y la Batería de Socialización (Test BAS-3). Encontraron que el autoconcepto emocional correlaciona negativamente con el retraimiento social, con un nivel de significación del 0.01. Es decir, a mayor autoconcepto emocional, los adolescentes tienen menor retraimiento social.

Así mismo, García y Musitu (2009), encontraron que existen combinaciones entre el sexo y el grupo educativo en el que se encuentran las personas. En donde estudiantes universitarios mantienen valores similares a los de bachillerato (4.92 y 4.69, respectivamente).

El **autoconcepto familiar** consiste en la percepción que tiene la persona de su participación e integración en el medio familiar (García y Musitu, 2009).

Así mismo, Fitts (1955) propone que el autoconcepto familiar refleja el propio sentimiento de adecuación como miembro de la familia. Este se refiere a la percepción individual del yo en relación a su círculo de personas más cercanas e inmediatas.

En el autoconcepto familiar se aprecia una evolución diferente de los dos géneros. Mientras que las mujeres tienen una continuidad a lo largo de todo su

ciclo vital, en los varones se observa un descenso que empieza a manifestarse en la época del bachillerato, y se define claramente en la universidad. En el resto de los periodos analizados el autoconcepto de los varones permanece en unos promedios equivalente a la línea estable de las mujeres (ver tabla 3) (García y Musitu, 2009)

Tabla 3.

Promedios del autoconcepto familiar (García y Musitu, 2009)

	Adulto	Universitario	Bachiller
Mujer	8.15	7.94	8.00
Varon	8.19	7.49	7.63

Por último el **autoconcepto físico,** al cual se le empieza a prestar particular atención partir de los años noventa. Éste hace referencia a la percepción que tiene la persona de su aspecto y de su condición física. Se manifiesta en aspectos tales como la práctica deportiva, la atracción y la elegancia (García y Musitu, 2009).

El autoconcepto físico es una representación mental que se elabora al integrar la experiencia corporal y los sentimientos y emociones que ésta produce (Marchago, citado en Esteve, Musitu y Murillo, 2005).

Una de las propuestas más convincentes sobre autoconcepto físico, (Fox y Corbin, citado en González, 2005) diferencia cuatro dimensiones: la condición, la habilidad, el atractivo y la fuerza.

Con respecto al autoconcepto físico, Bracken (citado en Esnaaola et al. 2008), distingue los ámbitos de competencia física, apariencia física, forma física y salud. Cava (citado en García y Musitu, 2009) ha encontrado correlaciones negativas entre el autoconcepto físico y la ansiedad.

Se han reportado las relaciones positivas del autoconcepto físico con el bienestar psicológico (EBP) y con el estado de ánimo (PNA): quienes gozan de un buen autoconcepto físico puntúan más alto en bienestar psicológico subjetivo, se sienten más satisfechos con su vida y consideran su estado de ánimo más positivo (Goñi, Rodríguez y Ruiz de Azúa, 2004; Rodríguez y Fernández, 2005).

Según Goñi y Fernández (2007), entre los dominios que conformarían el autoconcepto global, han sido muy estudiados tanto el autoconcepto académico como el autoconcepto físico mientras que, por el contrario, han recibido menor atención los dominios emocional y social, sobre cuya estructura interna no existen datos concluyentes y para su medida se han construido pocos instrumentos y con pocas garantías psicométricas. Queda, por tanto, un gran número de interrogantes teóricos por aclarar acerca de la naturaleza, evolución, diferencias interindividuales, o la posible relación que el autoconcepto personal y el autoconcepto social mantienen con otros rasgos psicológicos.

Algunos estudios han encontrado relaciones significativas entre el autoconcepto y el comportamiento social. De esta forma, en un estudio realizado por Garaigordobil (2005), cuyo objetivo era analizar las relaciones de la conducta antisocial con varios factores socio-emocionales de la personalidad durante la adolescencia, se trabajó con 174 sujetos adolescentes estudiantes, entre 12 y 14 años, en España, y se emplearon 13 instrumentos para relacionar la conducta antisocial con diferentes factores socio-emocionales de la personalidad, entre los cuales estaba el autoconcepto. En concreto se estudian las relaciones de la conducta antisocial con: 1) conductas sociales positivas tales como conductas de consideración por los demás, de autocontrol, de liderazgo, prosociales, asertivas; 2) conductas sociales negativas como conductas de retraimiento, ansiedad-timidez, agresivas, pasivas; 3) autoconcepto; 4) percepción de los compañeros del grupo; 5) cogniciones prejuiciosas hacia diferentes grupos socioculturales; 6) capacidad de empatía; 7) impulsividad; y 8) problemas de conducta. El segundo objetivo del estudio

consistió en identificar variables predictoras de la conducta antisocial, y como tercer objetivo se explora la existencia de diferencias en la conducta antisocial en función del género.

Entre los instrumentos empleados estuvieron la escala de autoconcepto de Garcia y Musitu (1991; citado en Garaigordobil, 2005) y la batería de socialización BAS-3 de Silva y Martorell (1987; citado en Garaigordobil, 2005.). Esta autora encontró mediante un ANOVA que no existían diferencias en función del género en la conducta antisocial ($F= 1,23$, $p > 0,05$), ya que aun cuando las puntuaciones medias en varones fueron superiores ($M = 8,94$, $DT = 5,93$) respecto a las mujeres ($M = 7,99$, $DT = 5,18$) estas diferencias no fueron estadísticamente significativas. Tal como se mencionó en el apartado de socialización, los resultados de esta investigación evidencian que los adolescentes con alta conducta antisocial, muestran pocas conductas de consideración por los demás autoevaluadas, ($r (174) = -0,23$, $p < 0,01$), y evaluadas por los profesores, ($r (174) = -0,22$, $p < 0,01$), pocas conductas de autocontrol autoevaluadas, ($r (174) = -0,30$, $p < 0,001$), y evaluadas por los profesores, ($r (174) = -0,25$, $p < 0,001$), pocas conductas prosociales autoevaluadas, ($r= -0,19$, $p < 0,05$), y evaluadas por los profesores, ($r=-0,32$, $p < 0,001$), pocas conductas asertivas con los iguales, ($r= -0,24$, $p < 0,001$), y pocas conductas sumisas, ($r (164) = -0,29$, $p < 0,001$), así como muchas conductas agresivas en la interacción con iguales, ($r (164) = 0,43$, $p < 0,001$).

Además, encontraron que los adolescentes con muchas conductas antisociales tienen un bajo autoconcepto académico, ($r (174) = -0,25$, $p < 0,001$), emocional, ($r (174) = -0,17$, $p < 0,05$), y familiar, ($r (174) = -0,17$, $p < 0,05$), bajo autoconcepto positivo en el AC, ($r (173) = -0,15$, $p < 0,05$), alto autoconcepto negativo tanto en el AC, ($r (173) = 0,16$, $p < 0,05$), como en el LIA, ($r (174) = 0,17$, $p < 0,05$), y bajo autoconcepto global en el LIA, ($r (174) = -0,23$, $p < 0,01$). Así mismo los participantes con alta conducta antisocial manifiestan una elevada percepción negativa de sus compañeros, ($r (174) = 0,23$, $p < 0,05$), y una baja percepción global de los mismos, ($r (174) = -0,17$, $p < 0,05$).

Además, los adolescentes con rasgos antisociales, presentan emocionalmente, una baja capacidad de empatía tanto en el cuestionario CE, ($r(174) = -0{,}16$, $p < 0{,}05$), como en el IVE, ($r(174) = -0{,}21$, $p < 0{,}01$), y alta impulsividad, ($r(174) = 0{,}36$, $p < 0{,}001$).

Todo esto parece indicar que existe una relación entre el autoconcepto y las relaciones sociales, planteadas desde el punto de vista de la consideración por los demás, autocontrol y ansiedad/timidez. De esta forma, encontraron que un bajo autoconcepto emocional, familiar y académico se relaciona con conductas antisociales.

Más específicamente, esta investigación permite afirmar que los adolescentes que dicen realizar muchas conductas antisociales tienen significativamente pocas conductas de consideración por los demás, pocas conductas de autocontrol de los impulsos, pocas conductas prosociales, pocas conductas asertivas y pasivas con los iguales, muchas conductas agresivas con los compañeros y bajo nivel de adaptación social. Además, tendencialmente tienen muchas conductas de retraimiento-aislamiento y pocas conductas de liderazgo. También muestran bajo autoconcepto académico, emocional y familiar, alto autoconcepto negativo, bajo autoconcepto positivo y global, teniendo una percepción negativa de sus compañeros de grupo y de si mismos en torno a diferentes habilidades. Por otro lado, disponen de muchas cogniciones prejuiciosas en relación a diversos grupos socio-culturales, pocas cogniciones neutras no prejuiciosas, baja capacidad de empatía, alta impulsividad y muchos problemas académicos (Garaigordobil, 2005).

Estos resultados pueden tener importantes implicaciones prácticas para la intervención psicológica en contextos educativos, ya que permiten identificar algunas variables relevantes que pueden ser desarrolladas a través de programas de intervención socio-emocional infantil como medio de prevención de la conducta antisocial durante la adolescencia. Sin embargo, cabe resaltar que si bien el grupo de pares puede ser un contexto de influencia positiva para la prevención de la conducta antisocial, este tipo de conducta requiere una

comprensión e intervención más holística o global, ya que se ha puesto de relieve la influencia de múltiples factores en la emergencia de estas conductas (Garaigordobil, 2005).

Así mismo, esta autora realizó otro estudio en donde analizó las relaciones del autoconcepto con una serie de factores de la personalidad y de la socialización, en una muestra compuesta por 174 adolescentes, entre 12 y 14 años de edad. De esta forma, encontró que los adolescentes con alto autoconcepto global, muestran muchas conductas de autocontrol, de liderazgo, conductas prosociales, asertivas, autoasertividad, y pocas conductas sociales de ansiedad-timidez, de retraimiento, buen nivel de adaptación social, pocos problemas (escolares, de retraimiento, psicopatológicos, psicosomáticos, de ansiedad), pocas creencias irracionales, bajo nivel de ansiedad estado-rasgo y de impulsividad, alta elección y poco rechazo como amigos y compañeros prosociales. De igual manera, el análisis de regresión múltiple permite identificar como variables predictoras del autoconcepto global muchas conductas sociales de autocontrol y prosociales, alto nivel de elección como amigo, buena adaptación social, pocas conductas sociales de ansiedad-timidez, baja ansiedad rasgo y pocos problemas de ansiedad y de retraimiento. (Garaigordobil, Cruz y Pérez, 2003).

De esta forma, este estudio ilustra también que los niveles en habilidades sociales y socialización se relacionan de forma importante con el autoconcepto, al encontrar que un buen autoconcepto predice unas buenas relaciones interpersonales, menor ansiedad, menos conductas de aislamiento y menor rechazo generado en otros.

Silva y Martorell (citado en González Portal, 2000) estudiaron las correlaciones entre las escalas del Bas-3 y autoconcepto, medido con la Escala SDQ-11, con 881 sujetos de colegios españoles. Se encontró una correlación alta (r=0,63) entre autoconcepto y sociabilidad versus insociabilidad, los cuales comparten un 40% de la varianza, mientras que autoconcepto y conducta prosocial versus antisocial comparten sólo un 18,5% de la varianza (r=0,43).

Esto permite ilustrar, al igual que las investigaciones anteriores, que el autoconcepto predica una gran porción de la sociabilidad de una persona y de su interés en los demás.

En relación con el autoconcepto, estos mismos autores realizaron una serie de trabajos sobre red nomológica de la socialización y encontraron que el factor sociabilidad versus insociabilidad de la BAS-3 está relacionado con aspectos del autoconcepto que tienen que ver con apariencia física y deporte así como con aspectos que tienen que ver con la relación social, tanto con personas del mismo sexo como con personas del sexo opuesto. Esto además pareciera predecir, que la percepción de la propia apariencia física puede influir además en que una persona sea más o menos sociable.

Igualmente, Calvo, González y Martorell (citado en Garaigordobil, 2005) realizaron un estudio que tenía como objetivos (a) estudiar la relación entre la conducta prosocial-antisocial y variables de personalidad (empatía, impulsividad, afán de aventura y autoconcepto) y (b) analizar la influencia del género en la conducta prosocial y antisocial. Para ello emplearon una muestra de 421 niños y adolescentes de ambos sexos con edades comprendidas entre los 10 y los 18 años de escuelas españolas, encontrando una relación positiva entre conducta prosocial y empatía, afán de Aventura, autoconcepto positivo y autoconcepto/autoestima. Además, observaron una relación negativa entre conducta prosocial e impulsividad y autoconcepto negativo. De modo que, la conducta antisocial presenta correlaciones similares a la conducta prosocial, pero en sentido inverso. En cuanto a las diferencias de género, las mujeres obtienen puntuaciones superiores en la mayoría de factores de conducta prosocial mientras que los varones presentaban niveles superiores de conducta antisocial.

Este resultado es importante ya que además que confirma las relaciones anteriores entre autoconcepto y las diferentes dimensiones de socialización, evidencia que existen ciertas diferencias en función del género en relación a algunas de las dimensiones de la socialización.

Por otro lado, Estévez, Murgui, Moreno y Musitu, (2007) realizaron un estudio en España, con 1049 adolescentes estudiantes, en el cual relacionaban aspectos comunicacionales, autoconcepto y conducta violenta en la escuela. La conducta violenta es uno de los aspectos de la socialización considerados por Silva y Martorell (1991), y la comunicación está estrechamente asociada a la autoimagen social. Se utilizaron como instrumentos la Escala Multidimensional de Autoconcepto de Musitu, García y Gutiérrez (citado en Estévez y otros, 2007), la Escala de Comunicación padres- adolescentes de Barnes y Olson (citado en Estévez et al., 2007) la Escala de actitud hacia la autoridad Institucional de Reicher y Emer (citado en Estévez et al. 2007), la escala de conducta violenta de Herrero, Estévez y Musitu, y la Escala de Percepción del alumno por el profesor diseñada por los investigadores. De esta manera, se encontró que la comunicación funcional del padre y de la madre contribuye a la formación de autoconcepto familiar, y que las expectativas del maestro, conjuntamente con este autoconcepto familiar, inciden en el autoconcepto escolar. Así mismo, encontraron una contribución significativa de 0,39 entre el autoconcepto escolar y la actitud positiva hacia la autoridad, y una correlación negativa y significativa de -0,52 entre esta actitud hacia la autoridad y la conducta violenta.

Por otra parte, los resultados de un estudio realizado por Garaigordobil, Durá y Pérez (2005), en una muestra de adolescentes españoles entre 14 y 17 años, permiten observar que los adolescentes de ambos sexos que poseen niveles altos de autoconcepto global, tienen menos síntomas psicopatológicos, como somatización, obsesión-compulsión, sensibilidad interpersonal, depresión, ansiedad, ansiedad fóbica, evidenciando mejor salud mental. De esta manera se podría suponer que mayores niveles de autoconcepto irían acompañados de mejores niveles para relacionarse con los demás al haber menos problemas emocionales asociado a ello. Esto además es apoyado por Espeleta (2005), quien propone que las diferencias en el autoconcepto parecen estar presentes en la formación de algunas personalidades anormales, en particular cuando hay un desarrollo temprano de un sentimiento negativo del yo (presente en los

trastornos de personalidad evitativa y dependiente), de ausencia o inestabilidad del yo (en la personalidad límite), o bien de exageración del yo (en las personalidades narcisista e histriónica.

Otro estudio que concuerda con esto es el de Marsh, Parada, Yeung y Healey, (citado en Garaigordobil, 2005), quienes analizaron las características de personas agresivas, consideradas problemáticas, protagonistas de peleas y habitualmente castigadas por ello, y encontraron que tenían un autoconcepto negativo.

Por otra parte, Espeleta (2005) propone que la autopercepción inflada del yo caracteriza a los trastornos de personalidad narcisista e histriónico, y es posible que los niños cuyo autoconcepto haya sido altamente reforzado, o que no reconocen sus mínimos errores, tiendan a la sobrevaloración de sus cualidades y de sus logros. No obstante se ha señalado también que el sentimiento de grandiosidad puede enmascarar un autoconcepto negativo, ya que la exageración de la autoestima parece apoyarse en bases frágiles, por cuanto estas personas resultan excesivamente estresadas por las críticas (Price y Lento, citado en Espeleta, 2005).

Con respecto a la evaluación del autoconcepto, las distribuciones de algunas dimensiones del mismo suelen presentar una asimetría negativa muy pronunciada (Tomás y Oliver, 2004), mostrando que la mayoría de las personas indican que su autoconcepto es muy alto (García y Musitu, 1999). Este problema metodológico implica que si la escala de respuesta de los ítems es muy reducida —por ejemplo, el simple sí o no— se produce una variación mínima en las respuestas de los sujetos con autoconcepto alto. Este inconveniente puede llegar a ser mayor si el número de ítems es reducido.

Con mucha frecuencia las distribuciones son asimétricas, lo cual genera problemas técnicos, como el incumplimiento de los supuestos de las pruebas estadísticas, y, prácticos, como la incertidumbre en el diagnóstico individual cuando la puntuación de una persona se encuentra en la parte alta de la escala

(García y Musitu, 1999). Esto es importante, ya que la escala que se empleará en el estudio consta de una cantidad abundante de afirmaciones cuya respuesta varía en la longitud de las categorías (1 al 99), permitiendo generar un amplio margen de respuesta que impida una distribución asimétrica, donde los valores del autoconcepto no se ubiquen solo en las posiciones altas.

Las diferentes investigaciones analizadas, apuntan hacia posibles relaciones entre el autoconcepto y los patrones de socialización de los jóvenes de diferentes países. De esta forma, el autoconcepto se puede relacionar con patrones conductuales tanto positivos como psicopatológicos de los adolescentes. Sin embargo, es necesario ampliar los planteamientos teóricos relacionados también con la autoestima y la autoimagen social, ya que con estos tres puede ampliarse la perspectiva que se tiene sobre los aspectos relacionados al comportamiento social.

2. Autoestima

La autoestima incide en las diversas esferas psicoemocionales de la persona a través de su vida y condiciona la calidad de su experiencia en todas las dimensiones de su interacción con el entorno (Alonso et al., 2007). Así mismo, la valoración positiva de uno mismo se suele considerar un componente esencial de la adaptación y el buen funcionamiento en múltiples ámbitos psicológicos (Baumeiter citado en Espeleta, 2005), y un recurso para el afrontamiento ante el estrés (Egan y Perry, citado en Espeleta, 2005), de ahí su importancia.

Según Kostelnik et al. (2009) la autoestima de las personas ejerce un tremendo impacto en la capacidad de obtener alegría y satisfacción de la vida y guarda estrecha relación con la felicidad.

Diversos psicólogos como W. James, M. Mead o K. Horney (citado en Pastor, 2010), coinciden al describir la autoestima en función de la atribución aprendida de la valía propia. Rogers (citado en Pastor, 2010) la concibe como

una “internalización” de las actitudes que el sujeto percibe hacia sí mismo, tanto si son propias como si proceden de los otros (Pastor, 2010).

La diversidad de definiciones en torno a la autoestima, tiende a ser impresionante, ya que parece que hay tantas formas de definir la autoestima como personas que intentan hacerlo (Mruk, 1999).

Para Mruk (1999), hay dos factores que dificultan la definición de la autoestima: en primer lugar la necesidad de considerar y valorar las diferentes definiciones. Es decir, cada definición puede demostrar algunas cosas importantes sobre la autoestima que sólo pueden apreciarse desde una perspectiva particular. Por ende, hay muchas definiciones de autoestima que deben ser consideradas, y se debe encontrar una forma de manejarlas para alcanzar un grado de consenso. En segundo lugar, cada forma de verla también limita la capacidad para percibirla desde un ángulo diferente, de forma similar como cuando una persona ve en una dirección particular, le impide ver en otra. Esto se denomina el problema perspectivo, en el sentido de que el conocimiento absoluto siempre es incompleto. Sin embargo, esto no ha impedido el trabajo, la conceptualización ni la investigación con la autoestima.

En general, la autoestima es definida como el sentimiento valorativo que una persona tiene de sí misma. Según Fredes (citado en Ramírez, Duarte y Muñoz, 2007), la autoestima, se entiende como el auto-conocimiento y la valoración, positiva o negativa, que el sujeto hace de sí mismo dentro del ambiente. Esta valoración que la persona hace de sí misma, puede ocasionar que el sujeto tenga una imagen general de sí mismo favorable o desfavorable, y por otro lado, puesto que cada individuo se desenvuelve en diversos contextos como el familiar, el escolar y el social, también el individuo desarrolla una imagen de sí mismo específica en cada uno de ellos (Cava, Musitu y Vera, citado en Estévez, Murgui, Moreno y Musitu, 2007). Por lo tanto, la autoestima, refleja una actitud general o global que el individuo tiene hacia sí mismo, así como actitudes hacia aspectos específicos que no son equivalentes ni

intercambiables (Rosenberg, Schooler, Schoenbach, Rosenberg, citado en Estévez, Martínez y Musitu, 2006).

De esta forma, Coopersmith (1967) plantea que por autoestima se entiende la evaluación que efectúa y mantiene comúnmente el individuo en referencia a sí mismo: expresa una actitud de aprobación o desaprobación e indica la medida en que el individuo se cree capaz, significativo, con éxito y merecedor. En síntesis, la autoestima es un juicio de la persona sobre el merecimiento que se expresa en la actitud que mantiene esta hacia sí misma. Es una experiencia subjetiva que el individuo transmite a otros mediante informes verbales o mediante la conducta abierta.

Por su parte Rosenberg (1965) entiende la autoestima como un sentimiento hacia uno mismo, que puede ser positivo o negativo, el cual se construye por medio de una evaluación de las propias características. Implica la evaluación que efectúa y mantiene comúnmente el individuo en referencia a sí mismo: expresa una actitud de aprobación/desaprobación. Esto implica considerar tanto las dimensiones cognitivas como las afectivas. Este cambio permite ver que la autoestima no es solo un sentimiento, sino que implica todos los factores perceptuales y cognitivos involucrados en la formación de actitudes. Evidentemente la formación y mantenimiento de actitudes sobre el self es más complejo que sobre cualquier otra cosa, en gran medida porque el perceptor es también el objeto de la percepción.

Rosenberg (1965) señala que en la autoestima, como en muchos modos de percepción, hay implicado algún tipo de dimensión evaluadora. Esto podría mostrar que la autoestima implica el desarrollo de patrones, el establecimiento de comparaciones con ellos y la comprensión de quién es uno como persona.

Smelser (citado en Mruk, 1999) trata de identificar los componentes de la autoestima, que son considerados como universalmente aceptados. De esta forma, estos autores definen un primer componente cognitivo, en el cual la autoestima implica caracterizar algunas partes del self en términos descriptivos:

poder, seguridad, agencia, lo cual significa preguntar qué tipo de persona es uno. Sin embargo, esta definición se solapa con la definición de autoconcepto. En segundo lugar, para este autor, la autoestima involucra además, un elemento afectivo, una valencia o grado de naturaleza positiva o negativa adherida a esas facetas identificadas; que se ha denominado alta o baja autoestima. En tercer lugar, plantea un elemento evaluador, que consiste en la atribución de un valor con base en algún modelo ideal. Estos dos elementos, tanto el afectivo como el evaluativo, son los que otros autores consideran como propios de la autoestima.

En efecto, Wells y Marwell (1976) desarrollaron una clasificación de las definiciones de la autoestima basándose en esas dos dimensiones, es decir, en los procesos de evaluación y afecto. Como la mayoría de las diferencias conceptuales, la diferencia entre la evaluación y el afecto no siempre es fácil de efectuar coherente y claramente. Sin embargo, el énfasis en una o en el otro conduce a diferentes formas de descripción, explicación y algunas veces, de medida.

En este sentido, para Miguel (2006), la autoestima es valoración general del autoconcepto a lo largo de una dimensión bueno-malo o agrado-desagrado. Es la suma de las reacciones positivas y negativas a todos los aspectos del autoconcepto. Esta autora coincide en identificar dos componentes en autoestima: a) Afección: sentimientos de orgullo y satisfacción con uno mismo (o devaluación y desprecio por uno mismo) b) Valoración: suma algebraica de los aspectos positivos y negativos que hay en el esquema del yo individual.

Branden (citado en Mruk, 1999) considera otros aspectos como parte de la autoestima: la autoconfianza y el autorrespeto. El primero es el convencimiento de que uno es competente para vivir. El segundo se relaciona con del merecimiento. Esta definición es la primera que incluye los dos componentes básicos de la autoestima: competencia y merecimiento. En otras palabras, la autoconfianza y el autorespeto son actitudes que la persona puede mantener

sobre su self con base en un diagnóstico de su competencia y merecimiento en una situación determinada.

Así mismo, Kostelnik et al. (2009) consideran que la autoestima consta de tres dimensiones generales: valor, competencia y control. El valor de una persona se basa en el aprecio que se tenga y la percepción de la gente. La competencia se refiere a la convicción de que uno es capaz de realizar actividades y alcanzar las propias metas. El control designa hasta qué punto un individuo cree que puede influir en el resultado y los acontecimientos del mundo. Para estos autores, quienes juzgan su valor, su competencia y su control de forma positiva tienen gran autoestima.

Por su parte, el niño con gran autoestima estará contento consigo mismo y evaluará sus capacidades de manera muy optimista. Muestra mayor seguridad social; es más sociable, extrovertido y amigable. Se considera competente y simpático. Siente que tiene el control, convencido que sus actos determinan su futuro. Por ello se pronostica que logre el éxito en su vida y que supere las circunstancias difíciles. En las interacciones sociales prevé que sus intercambios con los demás serán placenteros y que influirán positivamente en el resultado. Es una actitud optimista que facilita el dar y recibir amor (Kostelnik et al., 2009)

Estos mismos autores plantean, además, que un niño con un buen nivel de autoestima confía en sus juicios personales, de ahí la capacidad de expresar y defender las ideas en las que cree, aun cuando la gente las rechace. Al tropezar con obstáculos recurre a sentimientos positivos del pasado para franquearlos. Además, con la edad y la experiencia tienden a evaluar objetivamente sus capacidades y limitaciones, separando las deficiencias en un área y los éxitos en otra. Cuando fracasa, se concentra en sus virtudes para superar la situación y mantiene intactas las ideas acerca de su personalidad. Por estas razones una gran autoestima produce satisfacción con la vida, buena salud mental y felicidad.

En cambio, este mismo autor propone que una autoestima baja suele acompañarse de depresión, ansiedad, ideas suicidas y violentas, así como desajuste. También se relaciona con agresión, conducta antisocial y delincuencia. El niño con una autoestima totalmente negativa muestra ineptitud, incompetencia, miedo y rechazo, además, tiende a ser menos objetivo con sus capacidades y a concentrarse en sus debilidades. Su actitud no guarda un sano equilibrio sino que se centra fundamentalmente en las deficiencias. Este niño se considera poco capaz de influir en los demás y piensa que las interacciones significarán costos negativos para él. Ve que cuanto le sucede depende principalmente de factores fuera de su control; está convencido de que por mucho empeño que ponga que ponga le irá mal a menos que le ayude la suerte. En consecuencia, dudará en expresar su opinión, no será independiente y tenderá a aislarse o a estar solo. A menudo una actitud tan sombría lo lleva a crearse deficiencias complejas para proteger su ego tan frágil o evitar cualquier rechazo. Uno de los medios más comunes de autoprotección consiste en mantener la gente a distancia o en enaltecerse a costa de los demás.

La calidad de vida se deteriora cuando la autoestima es baja. En este sentido, Espeleta (2005) señala que la autovaloración negativa se manifiesta como sentimientos de inferioridad y miedo a la crítica, y puede predisponer al niño al trastorno de personalidad evitativa. Incluso, para Kostelnik et al. (2009), esta valoración negativa afecta lo que uno piensa de su persona, la manera de prever la reacción de la gente y lo que uno cree poder lograr.

Kostelnik et al. (2009) proponen que, además, se da una notable correlación entre la autoestima y las relaciones interpersonales. Esto se traduce en que quien posea una gran autoestima va a tender a cultivar mas relaciones sanas y positivas con coetáneos y amigos, y por el contrario quien posea poca autoestima se aislará y encontrará menos oportunidades de hacer amigos. Además, las relaciones se deterioran porque no se siente satisfecho con la relación y siempre está en busca de mayor aceptación. En cambio, quienes

poseen gran autoestima suelen adoptar conductas más pro social y menos antisocial.

De esta forma, no es de extrañar que algunas características de autoestima y del autoconcepto se relacionen con conductas desadaptativas. Con respecto a esto, Garaigordobil, Durá y Pérez (2005) realizaron una investigación con los objetivos de analizar la existencia de diferencias de género con respecto a los valores del autoestima y del autoconcepto, esperando (a) encontrar diferencias significativas; (b) observar la relación entre el autoestima, el autoconcepto, los síntomas psicopatológicos y los problemas de conducta, en donde proponían que tanto la autoestima como el autoconcepto correlacionan negativamente con los problemas de conducta y los síntomas psicopatológicos; y finalmente, (c) observar que variables predicen el autoconcepto y la autoestima, esperando que la adaptación social sea un predictor de un alta autoestima y autoconcepto, junto a bajos niveles de problemas conductuales y de síntomas psicopatológicos.

Para este estudio se seleccionaron 322 adolescentes entre 14 y 17 años, que estaban inscritos en 4 centros educativos de la provincia de Guipúzcoa, España. Esta muestra estaba compuesta por 172 varones y 146 mujeres. Los estudiantes que participaron en este estudio fueron seleccionados de manera intencional de cuatro centros de estudio, contactándolos para que participaran de forma voluntaria (Garaigordobil et al., 2005).

Para lograr los objetivos de la investigación, Garaigordobil et al. (2005), aplicaron los cuatro instrumentos de evaluación a los sujetos en dos sesiones. Adicionalmente a los padres de los estudiantes se les entregó un cuestionario para complementar los problemas de conducta a medir. Los instrumentos aplicados fueron el Cuestionario de 90 síntomas revisado (SCL-90-R) (Derogatis, 1983/2002), que consta de 10 escalas; la escala de problemas de conducta (EPC) de Navarro, Peiró, Llácer y Silva, (1993), compuesto por 7 escalas; el AF-5 Autoconcepto Forma 5 (García y Musitu, 1999) que mide 5 dimensiones y la Escala de Autoestima (EA) de Rosenberg (1965).

Entre los resultados se evidencia principalmente, tras el análisis mediante ANOVA, que existen diferencias significativas ($F=35,86$, $p< .001$) entre hombres y mujeres en relación a la autoestima y a algunas dimensiones del autoconcepto. Más específicamente, los varones presentan mayor autoestima, autoconcepto emocional y físico, mientras que las mujeres tienen superiores puntuaciones en autoconcepto académico y familiar.

Por otra parte, las correlaciones de Pearson entre el AF-5, la EA y el SCL-90-R, fueron significativas, indicando en su mayoría relaciones negativas, entre medias y bajas (desde -0,20 hasta -0,48), entre la autoestima-autoconcepto y los síntomas psicopatológicos. Esto permite observar que los adolescentes de ambos sexos que muestran alto autoconcepto global y alta autoestima tienen menos síntomas psicopatológicos en todas las escalas. De las relaciones entre autoestima y problemas de conducta se encontraron correlaciones negativas con problemas escolares (varones, $r (90) = -0.23$, $p < .05$; mujeres, $r (102) = -0.36$, $p < .001$), conducta antisocial (mujeres, $r (103) = -0.25$ $p < .01$), timidez-retraimiento (varones, $r (88) = -0.25$ $p < .05$; mujeres, $r (101) = -0.27$ $p < .01$), psicopatológicos (varones, $r (90) = -0.23$, $p < .05$; mujeres, $r (98) = -0.30$ $p < .01$), psicosomáticos (varones, $r (92) = -0.21$, $p < .05$), y correlaciones positivas con buena adaptación social (varones, $r (87) = 0.27$, $p < .01$).

Estos datos sugieren, para Garaigordobil et al. (2005), que los adolescentes de ambos sexos con alta autoestima manifiestan desde la opinión de sus padres menos problemas escolares, de timidez-retraimiento y psicopatológicos. Pero sólo los varones tienen menos problemas psicosomáticos y mayor adaptación social, y únicamente las mujeres muestran menos conducta antisocial. No se encuentran relaciones entre autoestima y problemas de ansiedad con el sexo. Estos resultados permiten manifestar que existen diferencias en torno al sexo en la manifestación de la autoestima por medio de la socialización.

Finalmente, en la investigación de estos autores, las variables predictoras de autoestima que, tras la regresión múltiple, fueron significativas, fueron

solamente los síntomas psicopatológicos de depresión, con un poder explicativo medio. De igual manera, los síntomas psicopatológicos de depresión, los problemas escolares y la sensibilidad interpersonal resultaron ser las variables que tienen una mejor predicción hacia el autoconcepto global.

De esta manera se pueden observar como afecta la autoestima y el autoconcepto a diferentes variables, sin embargo estos estudios son en estudiantes cuyas edades no se ajustan a las empleadas en la presente investigación. Sin embargo, se ha encontrado que la autoestima podría tener un desarrollo estable que permitiese la extrapolación de estos resultados.

Así como el autoconcepto sigue una secuencia normativa, también el desarrollo de la autoestima se ajusta a un patrón. Los niños de 1 a 2 años y los preescolares tienden a evaluar la autoestima en forma global. Es decir, no distinguen entre los diversos aspectos del yo ya que más bien se consideran competentes o incompetentes en todas las áreas. En cambio, la autoevaluación suele ser muy positiva en esa edad, quizás porque los niños pequeños no conocen la diferencia entre la conducta que desean y la real (Kostelnik, et al., 2009). Sin embargo, estos autores proponen que los preescolares de mayor edad y los niños de primaria empiezan a fragmentar sus ideas de la autoestima. Evalúan el yo en varias categorías: sociales, físicas e intelectuales, y con mucha frecuencia entre los 5 y 7 años de edad, tienden a exagerar sus capacidades, viéndose a si mismos bajo una luz muy favorable. Pero tal vez crean que son malos en todo, si son sometidos a una socialización negativa extrema. A partir de entonces la autoestima constituye una combinación multifacética de percepciones, es decir, un niño puede albergar sentimientos positivos sobre su persona en el aspecto académico y, al mismo tiempo, sentimientos negativos en lo tocante al deporte.

En cuanto a la forma cómo se manifiesta la autoestima a lo largo del tiempo, Smelser (citado en Mruk, 1999), señala que las definiciones varían según si se focalizan en la autoestima como algo más global o como fenómeno más situacional. Es decir, algunas definiciones ven la autoestima como

razonablemente estable a lo largo del tiempo. Otras se refieren a la autoestima como responsiva a las influencias situacionales y contextuales, lo que implica que cambia o fluctúa a lo largo del tiempo.

Sin embargo, el estudio de Ramírez, Duarte y Muñoz (2005) de alguna manera evidencia que la autoestima no se transforma más fácilmente y que es relativamente estable en el tiempo. Estos investigadores realizaron un estudio con la finalidad de evaluar el efecto de un programa de refuerzo de intervalo variable sobre la autoestima escolar, en una escuela de alto riesgo. Ellos esperaban encontrar que la autoestima escolar de un alumno, se incrementaría si, durante el trabajo escolar, se aplica un programa de refuerzo de intervalo variable. Con respecto al grupo experimental y control al inicio de la intervención encontraron que eran equivalentes, al no haber diferencias significativas (p=.21, alpha=0.05). Sin embargo, esto no varió durante las medidas siguientes a los tratamientos correspondientes, debido a que ninguno de los análisis resultó ser significativo (p=0.4, alpha=0.05). Esto significa que la autoestima escolar de un alumno, entre 10 y 11 años, que cursa quinto año básico en una escuela urbana municipal de alto riesgo, no variará si, durante el trabajo escolar, se aplica un programa de refuerzo de intervalo variable.

Esto es importante ya que permite ilustrar que ya a los 10 y 11 años la autoestima parece tener un componente estable. Sin embargo, también podría deberse a que estuviesen reforzando autoconcepto en lugar de la autoestima. De una u otra forma, habla de la resistencia de la variable autoestima a elementos externos.

Por otra parte, Garaigordobil, Cruz, y Pérez, (2003), realizaron un estudio, que, en primer lugar, analiza las relaciones de la conducta social con iguales en contextos educativos con una serie de variables del desarrollo, tales como madurez intelectual, autoconcepto y otras dimensiones de la personalidad infantil. En segundo lugar, el trabajo identifica variables predictoras de la adaptación social del niño en dicho ámbito. La muestra se encuentra constituida por 135 niños de 6-7 años (59 varones y 76 mujeres) de nivel socioeconómico y

cultural medio, procedentes de cinco centros públicos y privados de España. La evaluación incluye cuatro instrumentos que permiten medir diversos aspectos positivos y negativos de la conducta social con los iguales (BAS-1), inteligencia verbal y no verbal (BADYG), autoconcepto (PAI), y otras 13 dimensiones de la personalidad infantil, tales como estabilidad emocional, excitabilidad, dominancia, sensibilidad, etc (ESPQ). Los análisis correlacionales (Pearson) evidencian que los sujetos con buena adaptación social muestran puntuaciones significativamente altas en madurez intelectual global, verbal y no verbal, elevados niveles de autoconcepto, y tienden significativamente a caracterizarse por ser emocionalmente estables, perseverantes y respetuosos con las normas, poco excitables, confiados y seguros de sí mismos, tranquilos y relajados. El análisis de regresión múltiple permite identificar como variables predictoras de buena adaptación social alta inteligencia no verbal y un carácter tranquilo y relajado.

En concordancia con lo anterior, Kostelnik et al. (2009) afirman que a medida que el niño obtiene más experiencias en la vida, su autopercepción se va volviendo más estable. En vez de cambiar mucho de una situación a la siguiente, empieza a descubrir patrones relacionados con sus capacidades físicas, intelectuales y sociales (autoconcepto). Tiene en cuenta los patrones al emitir un juicio sobre si mismo. Esto se comprueba cuando un niño asegura “soy bueno para la ortografía” (autoconcepto). Tales percepciones constituyen el fundamento al proyectar un yo futuro/posible, como cuando dice “probablemente no les agradaré. Nunca he sido bueno para tener amigos” (autoimagen). Hay evidencia de que esos patrones de pensamiento suelen durar y pueden ser difíciles de cambiar. De esta forma, un niño de 10 años con una alta autoestima la conservará casi seguramente durante su adolescencia e inclusive en la edad adulta, sucediendo también a la inversa.

Igualmente, estos autores señalan que aunque la investigación efectuada hasta la fecha generalmente ha estudiado la autoestima como un concepto de todo o nada, en realidad casi siempre se da un punto intermedio entre ambos

extremos. Además, en la vida de cada una de las personas, experimentan una autoestima alta o baja que depende de las circunstancias. Estas variaciones se deben a la naturaleza de la dinámica del desarrollo, por tanto, quizá lo más correcto sea concebir la autoestima alta como algo que incluye juicios positivos en muchos aspectos de la vida, mezclados con algunos juicios negativos. Una autoestima baja representa la combinación antagónica de las percepciones personales.

Es importante destacar la diferencia entre el autoconcepto y la autoestima. Esto se da debido a que el hecho de admitir deficiencias en un área no genera automáticamente baja autoestima. La importancia relativa de una categoría también se basa en el juicio de sí mismo. En consecuencia, un niño puede llegar a la conclusión “no soy bueno para reparar cosas y no me importa”. El hecho de ver los aspectos positivos del yo junto con las deficiencias hace más probable que la autopercepción coincida más con las opiniones de los demás. (Kostelnik et al., 2009).

Sin embargo, el niño que sufre un problema emocional tiende a subestimar sus capacidades. Descubre menos atributos positivos en su persona y, por lo mismo, presenta una autoestima más baja (Kostelnik et al., 2009).

Por otra parte, en un estudio realizado por Bragado et al. (2008), cuyo objetivo principal de este estudio es comprobar si los niños con cáncer (en tratamiento con quimioterapia) presentan peor autoconcepto físico, menos autoestima y más ansiedad y depresión que los niños sanos (sin historia de cáncer) de los mismos rangos de edad (9-16 años) y condición social. Adicionalmente, se analiza la capacidad predictiva del autoconcepto y la autoestima sobre el malestar emocional. Se administró la versión española del PSDQ, CDI y STAIC a 30 niños con cáncer y 90 escolares sin historia de cáncer. Los resultados señalaron que no existían diferencias estadísticamente significativas entre ambos grupos en ninguna de las variables de estudio, excepto en dos de las 11 dimensiones del PSDQ, salud y flexibilidad. La

autoestima fue el mejor predictor de depresión, mientras la salud y el autoconcepto predecían ansiedad.

Es así, que para efectos de esta investigación, se trabajará considerando a la autoestima como un elemento global y relativamente estable a lo largo del tiempo, ya que se parte de que esta variable puede influir en el comportamiento.

Para distinguir la autoestima del autoconcepto es importante destacar que Hamacheck (citado en Alonso et al., 2007) señala que el autoconcepto es la parte cognitiva del yo, y la autoestima es la parte afectiva del mismo, de manera que ambos se relacionan entre sí. Pero aún falta un tercer elemento para completar los aspectos de la autopercepción: la autoimagen social.

3. Autoimagen social

Para el interaccionismo simbólico la distinción entre conducta interna y externa presupone que la persona se hace en la interacción social (formación del yo social autoconsciente), que no es posible entender el yo sin el otro ni a la inversa, y que los grupos y la sociedad se constituyen sobre la base de las interacciones simbólicas de los individuos al tiempo que las hacen posibles (Blumer, 1937).

Para Worchel y Cooper (2002), las personas se enteran de quienes son a través de sus experiencias con el mundo, en particular con las otras personas. Es en función de la retroalimentación que dan los otros de la conducta de una persona, que ésta puede configurar sus características; de esta manera, se considera como cortés, cuando algún familiar felicita a una persona por su conducta. Una forma de autoconocimiento surge mediante la interacción social, al averiguar qué es lo que los otros piensan.

La individualización es el proceso mediante el cual se desarrolla el yo o la identidad personal y ocupa un lugar en el orden social. Integra las emergentes capacidades perceptuales, cognoscitivas, emocionales y de retención para formar una personalidad unificada o la autoidentidad en el niño pequeño. Junto

a la socialización, es una parte importante y esencial para adaptarse bien a la vida y ocurre gradualmente a través del tiempo (Kostelnik et al., 2009).

Este proceso mediante el cual la persona percibe lo que es y siente si es bueno o malo con base en lo que otros piensan, se denomina valoración reflejada (Worchel y Cooper 2002). Esto se refiere a que en la forma de autoevaluarse se refleja la percepción que los otros tienen de cada persona.

Según Mead (citado en Macionis y Plummer, 2005), el Self nace y se desarrolla únicamente a partir de la experiencia social, la cual se basa en el intercambio simbólico, pues a través del lenguaje y los gestos las personas crean significados. Según Kostelnik et al. (2009) a medida que el niño tiene conciencia de sus ideas, empieza a desarrollar la teoría de que también otros la tienen. La teoría de la mente es el nombre que se le otorga a este sentido creciente de las ideas, deseos y emociones propias y de otros. Sin importar si le da ese nombre u otros, como percepción de los pensamientos ajenos, o conocimiento de los estados mentales, se demuestra que el niño pasa por una transición predecible que le permite imaginar y comprender las acciones sociales de la gente en relación con las ideas e intenciones de otros. Esto a su vez se relaciona con los hechos que lo afectan y a la predicción de cómo influirá en el entorno a través de sus acciones.

Dado que para Mead (citado en Alsina, 2001) la auto-conciencia o la conciencia de sí mismo no puede surgir en aislamiento, no es concebible en un vacío social, y las percepciones que los otros tienen de la persona juegan un papel muy importante. La autoconciencia, pues, es posible porque el individuo se experimenta como el destino de las reflexiones de los otros hacia él. En este sentido, Alsina (2001) señala que otro concepto importante del interaccionismo simbólico es el "otro generalizado". Este otro generalizado supone la interiorización que hace la persona de las actitudes de los demás hacia sí misma.

Mead (1943, citado en Worchel, 2002) explicó que cada persona pone mucha atención a la opinión de si mismo que está implícita en el comportamiento de los seres queridos, es decir, personas importantes como padres y amigos. Más aún, propone que cada persona llega a pensar en sí misma en función de la opinión que implica el comportamiento de sus seres queridos. De esta manera, toda la autopercepción refleja lo que la persona supone que piensan los demás de ella.

Una de las pruebas importantes de que las valoraciones reflejadas ejercen influencia en los niños, es un estudio realizado en una muestra de escolares de cuarto grado a segundo de secundaria, que muestra que las valoraciones imaginadas de los padres influyen en las autovaloraciones, aunque con frecuencia éstas sean imprecisas (Felson, 1989; citado en Worchel y Cooper 2002). Lo que imaginan las personas que sus seres queridos piensan de ellos pueda que no se correspondan con lo que piensan realmente, sin embargo igualmente tiene un efecto.

Este proceso también se da en edades mayores; una investigación con adolescentes, reveló que la autoestima y el autoconcepto aumentaron con las percepciones positivas de sus compañeros y de aquellas personas a quienes aman (como la pareja) (Aron, Paris y Aron, citado en Worchel y Cooper 2002).

Así mismo, para la Federación de Enseñanza de CC OO de Andalucía (2009), resulta interesante considerar que las creencias de unas cuantas personas cercanas serán las más significativas para la conformación de la propia personalidad. Es aquí donde interviene el concepto de grupo primario, una de las aportaciones más importantes de Cooley a la Sociología. El grupo primario "se caracteriza por la asociación y cooperación íntima y de contacto directo". Serían grupos primarios la familia, los vecindarios, la escuela o los grupos de iguales. Cada uno de los grupos primarios son fundamentales en la formación de la naturaleza social y de los ideales del individuo, ya que es en ellos donde el individuo tiene sus primeras experiencias sociales y de donde extrae las imágenes básicas de la sociedad, el grupo y de sí mismo.

Esto es sustentado por Estévez, Murgui, Moreno y Musitu, (2007), quienes en su investigación, citada anteriormente, encontraron que la comunicación funcional del padre y de la madre contribuye a la formación de autoconcepto familiar, así como las expectativas del maestro, conjuntamente con este autoconcepto familiar, inciden en el autoconcepto escolar. Esto parece indicar que las expectativas que tienen los otros significativos hacia una persona, es percibida por esta, permitiendo la configuración del conjunto de creencias y percepciones de cómo los demás lo ven y que esperan de ellos, lo que a su vez va a influir en la configuración de la identidad de la persona y en cómo actúa.

Para Mead (citado en Federación de Enseñanza de CC OO de Andalucía (2009), la personalidad se va conformando a medida que el individuo asume roles sociales nuevos en su interacción social. Más en concreto, ya desde muy pequeño, el niño desarrolla su personalidad practicando otros papeles distintos (médico, el bombero, la maestra, el héroe, etc.) de modelos aceptados por la sociedad. Mediante estas experiencias, va adquiriendo una personalidad determinada, no sólo de su papel en el juego, sino también del papel de los demás. En la medida en la que el conjunto de roles vaya interiorizando, su socialización será más completa. Este proceso se produce de forma inconsciente y es imperceptible para él, pero gracias a él los nuevos miembros de una sociedad aprenden sus reglas

Para fines de esta investigación se empleará el instrumento de Autoimagen de Barrera (2011), el cual permite evaluar la percepción que alguien cree que genera en los otros significativos y no significativos, siendo los primeros sus padres, amigos, pareja y profesores, mientras que los no significativos serían los extraños.

Los planteamientos anteriores conducen al concepto de autoimagen social. Para Canto y Moral (2005), el concepto de autoimagen social se engloba dentro de la Teoría de Identidad Social (TIS) (Tajfel y Turner, 1979; Tajfel, 1984; citados en Canto y Moral, 2005). Uno de los postulados básicos de la TIS, se origina en la idea de que, aunque la imagen que los individuos tienen de sí

mismos en relación con el mundo físico y social que les rodea pueda ser amplia y compleja, algunos de los aspectos de esa idea son aportados por la pertenencia a ciertos grupos o categorías sociales (Tajfel, citado en Scandroglio, López y San José, 2008).

Parte de los elementos que formarían la imagen de cada uno tiene de sí mismo en relación a los otros, podrían estar relacionados con las dimensiones propuestas por Morales (2005), las cuales hacen referencia a la dimensión biológica o física, la intelectiva, la social y la volitiva.

De esta forma, la dimensión biológica o física para Morales es la que se relaciona con el cuerpo y en donde participan sus características morfológicas y fisiológicas propias de su condición humana. Propone que la biofisiología forma parte de la expresión de su identidad corporal. Así mismo, para Hurtado (2006) la dimensión física es aquella que comprende lo relacionado con lo corporal los sentidos, los aspectos, entre otros.

La dimensión intelectiva hace referencia a la inteligencia y a la capacidad de imaginar, abstraer y pensar, además de la capacidad de crear, anticipar hechos o situaciones deseadas, propiciando nociones novedosas sobre el tiempo, la historia, los acontecimientos o el sí mismo (Morales, 2005). Para Hurtado (2006), la dimensión intelectiva, por otra parte, hace referencia a los elementos que se expresan en la capacidad de razonar, pensar, abstraer, simbolizar, juzgar, memorizar, etc. Esta dimensión es una de las más valoradas en contextos académicos y laborales, junto con el seguimiento de normas.

La dimensión volitiva es para Morales (2005), la voluntad y la intencionalidad que propicia la interacción y la relación tanto con los otros como con los elementos de la vida. La dimensión volitiva se presenta como un impulso motivador de toda acción humana, capaz de orientar a las personas hacia la decisión y el acto. Además, comprende lo relacionado con la motivación, la toma de decisiones, la intencionalidad, las actitudes, la

responsabilidad, las aspiraciones y metas, así como acciones concretas que orientan al quehacer de la persona Hurtado (2006).

Finalmente, la dimensión social abarca la necesidad que tiene el ser humano de vivir en sociedad, a través de las relaciones con los demás, la convivencia y el compartir. Con esto, la vida de las personas está marcada por la interacción con otros. Además, cuenta la voluntad como disposición hacia los demás y las actitudes y decisiones que propicien el encuentro, la relación y la realización de cada uno en cualquier medio. Así mismo, Hurtado (2006) propone que esta dimensión abarca la capacidad, tendencia y razón de ser de las relaciones interpersonales, así como también la convivencia social. Para la interpretación de estas dimensiones, un mayor puntaje en cada una de estas escalas implica una mayor autoimagen para cada dimensión.

Es importante destacar que para Cooley (2003) las imaginaciones que las personas tienen los unos de los otros son los hechos sólidos de una sociedad. De esta forma, la manera en la que las personas generan expectativas sobre las demás personas y sobre el ambiente, y le atribuyen pensamientos, motivaciones, creencias y actitudes, permite que se vaya formando el aspecto social y relacional del individuo.

En este sentido, el concepto de autoimagen social también se sustenta en el interaccionismo simbólico. Al respecto, Villoro (citado en Rizo García, 2004), afirma que “la mirada ajena nos otorga una personalidad (en el sentido etimológico de ‘máscara’) y nos envía una imagen de nosotros. El individuo se ve entonces a sí mismo como los otros lo miran” (p. 65).

Para Sandoval (2009), la autoimagen social, es la forma en que las personas creen que son percibidos por los demás. Así mismo, Natanzon, Ose, Szecsenyi, Campbell, Roos y Joos (2010), plantean que la autoimagen describe las creencias que tiene un individuo sobre como los otros lo perciben.

Rivera (2009), afirma que el individuo construye su autoimagen, que se va desarrollando por la interacción con otros individuos y que se puede desdoblar

en cuatro clases: (a) Autoimagen real: se refiere a la imagen que los individuos tienen de sí mismos. (b) autoimagen ideal, es la forma en la que les gustaría verse; (c) Autoimagen social: es la forma en que creen que son percibidos por los demás; (d) Autoimagen social ideal, es como les gustaría que les percibiesen los demás.

La autoimagen o “yo espejo”, tal como lo define Cooley (2003) está conformada por tres aspectos: (a) la imaginación de la propia apariencia para la otra persona; (b) la imaginación de su juicio sobre esa apariencia; y (c) el sentimiento propio acorde con esos juicios, como la mortificación o el orgullo según la valoración sea negativa o positiva. Este sentimiento es producto de los dos anteriores, y tiene que ver con la importancia que le atribuye la persona a los juicios de otros.

Este yo reflejado o yo espejo, es para Cooley (citado en Rizo García, 2004), la constitución de un yo a partir de la interacción con los demás, ya que este yo social es simplemente una idea, o un sistema de ideas extraído de la vida comunicativa, que la mente abriga como si fuera suyo propio. Al estar conectada con el pensamiento de las otras personas, la idea del yo es siempre una conciencia del aspecto peculiar o diferenciado de la propia vida de uno.

Ya se planteó que el concepto central en el pensamiento de Mead (citado en Macionis y Plummer, 2005) es el concepto de Self, una dimensión de la personalidad compuesta por la conciencia y la imagen que de sí mismo tiene el sujeto, surgida de la interacción social. Sin embargo, la interacción social requiere que la persona se vea a sí misma desde la perspectiva de aquellos con quienes está interactuando.

Los seres humanos entienden el significado de las acciones de otras personas infiriendo la intencionalidad que hay detrás de esas acciones. Mead (citado en Macionis y Plummer, 2005) pensaba que para entender esa intencionalidad, la persona debe imaginar la situación desde la perspectiva del otro. Gracias a su capacidad para crear y usar símbolos, el ser humano es

capaz de "separarse de sí mismo" y de imaginarse en el lugar de las otras personas, así como de verse a sí mismos a través de las otras personas.

Para Cooley (citado en Macionis y Plummer, 2005), en la vida social, otras personas hacen la función de un espejo en el que uno se mira y forma la imagen de sí mismo. Un contemporáneo de Mead acuñó el término *looking-glass self*, que algunos han traducido como self especular.

La capacidad que tienen las personas de verse a sí mismas a través de otros implica que el self tiene dos componentes: el self sujeto, que es quien emprende la acción, y el self objeto que es la percepción que la persona se forma de sí misma. El primero es el yo, y el segundo es el mi (Macionis y Plummer, 2005).

Dado que el ser humano en su interacción social se ubica en el lugar del otro para saber cómo actuar, lógicamente ese cambio de perspectiva también implica imaginar cómo el otro lo ve a él. Esa percepción imaginada de cómo el otro lo ve, puede ser positiva o negativa, y puede coincidir con el autoconcepto o no. Así mismo, una persona puede actuar con la intención de conservar una imagen positiva ante los otros, aun considerando que esa imagen no es real, lo cual puede llevar a la persona a simular, dramatizar o exagerar ciertos comportamientos. En este sentido, la autoimagen puede estar relacionada también con el deseo de aprobación y aceptación, así como con el miedo a la evaluación negativa (Worchel y Cooler, 2002).

Esto es muy importante, ya que ilustra que no siempre la percepción que una persona tiene de sí misma, coincide con la que otros tienen de ella, por lo que se puede decir que además de existir relación entre la autoimagen y las otras dimensiones de la autopercepción, en donde una evaluación positiva en autoimagen podría influir en las demás; también existiría un efecto de interacción, en donde la persona actuaria en función de la discrepancia o similitud entre estos fenómenos.

Algunos autores como según Baumeister y colaboradores (1996, citado en Worschel et al 2002) han estudiado los efectos de la dinámica que se establece

entre el autoconcepto y la autoimagen sobre algunas dimensiones de la socialización. Se podría entender por dinámica interacción entre los componentes de la autopercepción, de manera que distintas combinaciones pueden tener efectos variados en el comportamiento. Más específicamente, este busca explicar el comportamiento agresivo a partir de la interacción entre la autoestima, el autoconcepto y otra variable, que es valorada como una amenaza hacia el autoconcepto y hacia la autoestima por parte de los otros.

Estos autores, habían observado que quienes tienen un autoconcepto positivo suelen ser personas competentes y confiadas, con muchos amigos, pero también pueden ser desapegados y engreídos, con una noción de sí mismos que no corresponde con la realidad. Estas discrepancias no pueden ser explicadas por el autoconcepto, así que construyeron una explicación que involucra la autoimagen. Este modelo se encuentra explicado en la ilustración 1.

De esta manera, estos autores utilizan este ejemplo: una persona cree que es virtuosa del piano y, por lo menos en ese terreno, tiene un sentimiento muy elevado de sí misma y gran aprecio por su capacidad. Ahora, una amiga le escucha tocar en una fiesta y hace un comentario que pone en tela de juicio la evaluación que la primera persona tiene de sí misma. La reacción inicial de la pianista sería de enojo o tristeza y una posible respuesta a esta emoción sería agredir de palabra, insultar o incluso golpear a su amiga.

En este caso, si la pianista rechaza la evaluación de la amiga reaccionará agresivamente. Esta reacción corresponde al egotismo amenazado. El egotismo podría ser entendido como una excesiva importancia otorgada a sí mismo. Para Gallimberti (2002), el egotismo es considerado como una hipervaloración del sí mismo y de las propias prerrogativas que induce a la persona a hablar continuamente de sí misma y de los problemas de su vida como las únicas que tienen un valor significativo.

De esta manera, para Worchel (2002), la opinión favorable de una persona hacia sí misma, confrontada con una opinión de otra persona o grupo que la contradice genera amenaza. Esta situación, según Baumeister y colaboradores

(1996) prepara el punto de decisión: si la persona acepta el comentario se retraerá y si lo rechaza, se comportará de manera agresiva.

Todo esto permite afirmar que cuando una persona tiene una percepción positiva de sí misma, suele juzgar su propio comportamiento de manera favorable. Si esta apreciación se ve confrontada por una evaluación negativa de otras personas, el autoconcepto se ve amenazado. En este punto, la persona debe decidir si acepta la evaluación negativa como cierta y modifica su autoconcepto negativamente, o si rechaza la evaluación negativa de los demás y preserva su autoconcepto positivo. En el primer caso (autoconcepto negativo, autoimagen negativa), surgen manifestaciones de inconformidad consigo mismo, lo que se expresa como apartamiento o retraimiento el cual constituye una de las dimensiones de la socialización En el segundo caso (autoconcepto positivo, autoimagen negativa), se generan manifestaciones de rechazo hacia la fuente de amenaza, lo cual se expresa como agresividad.

Esto además parece evidenciarse en el estudio de Garaigordobil (2000) quien encontró que el autoconcepto fue un predictor ante las conductas de rechazo ante otros grupos. De forma que, una persona que suele percibirse de forma muy negativa, tenderá a generar rechazo en los demás. Esto probablemente por las respuestas que tenderá a tener ante las evaluaciones negativas de los demás.

Este modelo evidencia la importancia que tiene la relación de lo que una persona piensa de sí mismo, en contraste con aquellas valoraciones que otros realizan, ya que será en función de esta discrepancia que la persona actuará en el mundo y ante los otros. Además, esto ha de tener un efecto diferente al incluir otras variables diferentes que en este modelo no fueron consideradas, como puede ser la interacción entre un factor de evaluación externo junto a la autoestima y el autoconcepto, al mismo tiempo. Por otro lado, al internalizarse estas evaluaciones externas, es podría esperar un efecto más intenso y mas permanente en la conducta de la persona, que se reflejaría en su comportamiento general y en su personalidad.

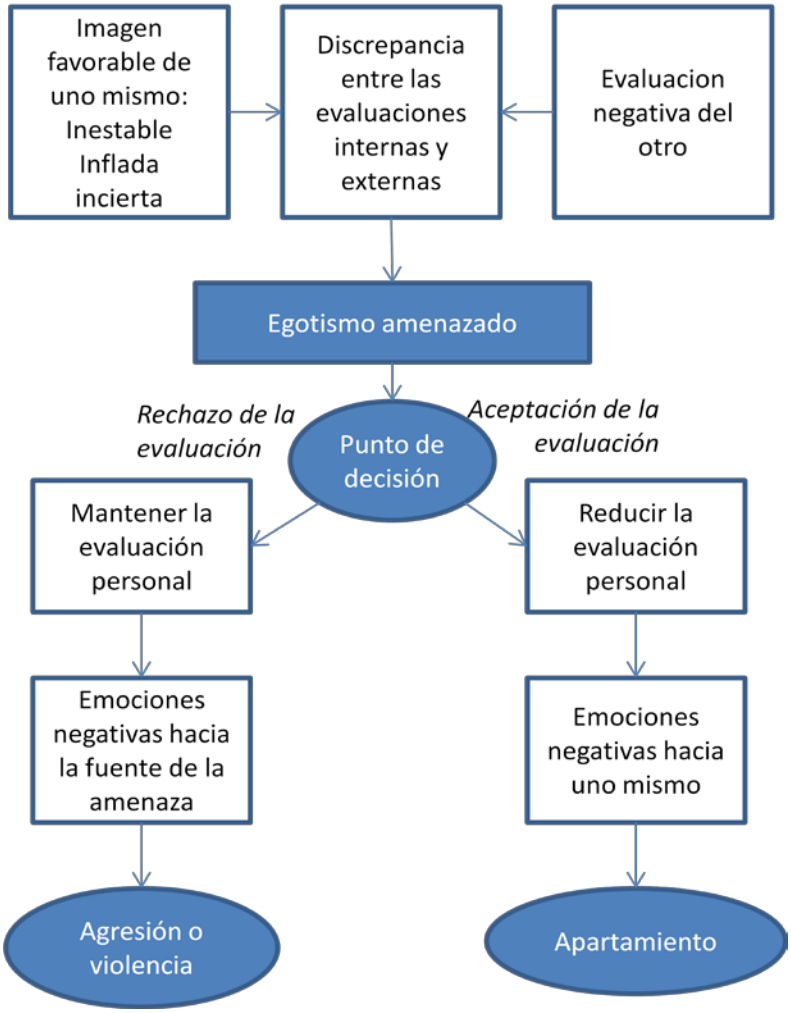


Gráfico 1. Modelo de autopercepción (Baumeister, Smart y Boden; citado en Worchel et al, 2002)

Otros estudios se han ocupado de la influencia de algunas variables sobre la autoimagen. Para algunos autores la autoimagen puede estar influida por la edad. Según Espeleta (2005), en la adolescencia las opiniones de los demás pueden tener una importancia desmesurada. Frente al sentimiento de minusvaloración es posible que el adolescente oculte sus pensamientos, exprese ideas que no siente, o acomode su conducta a lo que cree que los demás esperan de él, sobre todo ante el temor de no recibir la aprobación y

apoyo de los demás. Esto permite suponer que una autoimagen negativa en la adolescencia puede conducir al retraimiento.

Algunos autores han enfatizado las relaciones que existen entre los componentes de la autopercepción y el sexo. Al respecto, Espeleta (2005) afirma que la autoestima parece afectar más las relaciones interpersonales en la mujer que en el hombre, lo cual sugiere que el género es una variable importante a la hora de estudiar la autoestima y su relación con la socialización.

Así mismo, Garaigordobil, Durá y Pérez (2005) realizaron una investigación con los objetivos de analizar la existencia de diferencias de género con respecto a los valores de la autoestima y del autoconcepto. Estudiaron 322 adolescentes de 14 a 17 años. Se utilizó el SCL-90-R para medir síntomas psicopatológicos, la Escala de Problemas de Conducta (EPC), la Escala de Autoconcepto AF-5 y la Escala de Autoestima de Rosemberg (citado en Garaigordobil, Durá, y Pérez, 2005). Entre los resultados se evidenció principalmente, tras el análisis mediante ANOVA, que existen diferencias entre hombres y mujeres en relación a la autoestima y a algunas dimensiones del autoconcepto ($F=35,86$, $p<0,01$). Más específicamente, los varones presentan mayor autoestima, autoconcepto emocional y físico, mientras que las mujeres tienen superiores puntuaciones en autoconcepto académico y familiar.

Bados (2005) considera que la adolescencia es un periodo crítico ya que hay una mayor probabilidad de que cada persona vaya a verse sometida a un proceso de evaluación por el resto de los miembros de su grupo de pares y va a tener que establecer su papel y su lugar en un sistema social distinto al de la familia. De esta manera, en comparación con la niñez, no sólo hay más demandas de carácter social (nuevo ambiente escolar, nuevas amistades), sino que el mayor desarrollo cognitivo va a permitir a los adolescentes ser mucho más consciente de la discrepancia entre cómo ellos se ven a sí mismo y cómo ellos creen que son vistos por los demás. Incluso, los adolescentes que sean

más vulnerables a las situaciones que generan estrés, en ambientes sociales, pueden responder ante estos con ansiedad e incluso evitación.

Parte de la poca exploración empírica de esta variable radica, en primer lugar, en la confusión del concepto de autoimagen con los de autoestima y autoconcepto, los cuales son considerados como semejantes y en muchos casos como sinónimos. En segundo lugar, las investigaciones se han centrado en las manifestaciones psicológicas de una autoimagen social negativa, tal como puede ser el miedo a la evaluación negativa de los otros, la fobia social y la ansiedad social, las cuales tienen como eje común el miedo a la exposición del sujeto ante situaciones sociales vergonzosas que favorezcan la generación de juicios y valoraciones negativas por parte de los otros, pero no describen realmente la percepción que el sujeto tiene acerca de las apreciaciones de las otras personas hacia él, lo cual es el aspecto central de la autoimagen.

El contexto escolar, como uno de los principales contextos sociales a los que se está expuesto desde un principio, es uno de los más evaluados junto a estas variables. De esta forma, Jadue (2001), comenta que se ha encontrado que cada día en la escuela, los alumnos se esfuerzan diversas formas para establecer y mantener relaciones interpersonales, con el fin de tratar de desarrollar identidades sociales y un sentido de pertenencia. Es así, que las personas observan y adquieren modelos de conducta que imitan de los otros y son gratificados por comportarse de manera aceptable para sus compañeros y para sus profesores.

Esto tiene repercusiones en el rendimiento académico, ya que generalmente los niños que tienen éxito en el contexto social son los más exitosos como estudiantes. El ambiente cargado de evaluaciones del contexto escolar contribuye al incremento del temor que puede provocar el contacto interpersonal intraescolar, especialmente cuando el alumno se siente inseguro de sus habilidades sociales y tiene temor a las evaluaciones negativas de sus compañeros, amigos y profesores. De igual manera, los estudiantes ansiosos a menudo presentan problemas en su socialización, porque su dependencia del

adulto y sus propias aprensiones los hacen aparecer muy infantiles ante sus compañeros (Jadue, 2001).

Ante la experiencia de ser rechazado por los demás, una elevada autoestima permite seguir actuando con eficacia y perseverancia en la realización de tareas difíciles, en contraposición a la tendencia a abandonar todo esfuerzo como resultado de una pobre autoestima (Baumeister y Twenge, citado en Espeleta, 2005).

Dado que la relación con los demás condiciona la interpretación que una persona hace de los mensajes de aquellos, es lógico suponer que pueda haber problemas a la hora de elaborar e integrar la imagen que los demás le devuelven a la persona sobre sí misma, es decir, distorsiones en la autopercepción (Carreras, sf).

Dinámica de la autopercepción

Algunos autores han intentado teorizar acerca de la combinación entre diversos aspectos de la autopercepción (autoestima, autoimagen social y autoconcepto). Uno de ellos ha sido Mruk (1999), quien generó una matriz que combina la autoestima, entendida como merecimiento, y el autoconcepto, visto como la percepción de la propia competencia.

El merecimiento es considerado como un elemento experiencial y hace referencia a fenómenos subjetivos de los valores personales. Estos valores implican juicios en lo relativo al merito. Por lo tanto, el indicador que se emplea para describir como es cada persona en este sentido, debe ser capaz de transmitir algo en relación a las connotaciones evaluativas de bueno o malo, así como más o menos (Mruk, 1999).

La competencia por otra parte, según Mruk (1999), es un elemento conductual y se evalúa en términos de eficacia e ineficacia según los resultados obtenidos. Puede representar el grado en el cual una persona ejecuta algo, resuelve un problema, resuelve un reto, etc. Tales conductas pueden medirse o

valorarse, ya que la ejecución en una tarea, la destreza o una actividad puede recibir un valor positivo o negativo. Aun cuando este autor considera la competencia como parte de la autoestima, en realidad su definición está referida más al autoconcepto.

Para este autor, estos dos aspectos están en relación dinámica reciproca, y se pueden representar como dos ejes que se cruzan, donde cada eje va de lo más positivo a lo más negativo (ver figura 1).

Esto da lugar a cuatro combinaciones de autoestima y autoconcepto. Aun cuando el autor llama a estas cuatro combinaciones como tipos de autoestima, para fines de esta investigación se considerarán como tipos de autopercepción porque integra dos de los componentes de esta.

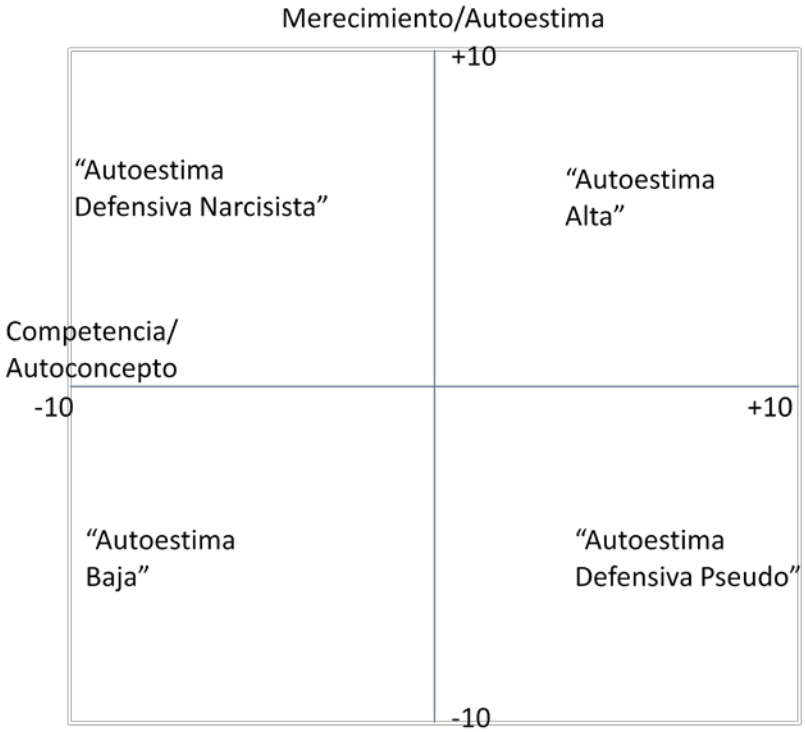


Gráfico 2. Tipos básicos de autoestima según Mruk (1999)

De esta manera pueden identificarse cuatro tipos de autopercepciones. Para Mruk (1999), esto es posible ya que las personas pueden vivir la autopercepción de diferentes modos, ya que la estructura subyacente o general de este fenómeno permite combinaciones de competencia y merecimiento que las personas pueden experimentar al responder ante situaciones. Se comienzan a entender estas combinaciones como tipos debido a que cada una actúa como un paradigma de la percepción, la experiencia y la conducta relacionadas con la autopercepción general.

Una historia de autoconcepto o competencia alta junto mucho merecimiento o autoestima es seguro que desemboque en una autopercepción alta. Por otro lado, la autopercepción baja, en este caso, implica deficiencias tanto en la competencia como en el merecimiento. Tal vulnerabilidad es de doble filo y es sensible a ser victimizada por el self, por los otros y por el mundo (Mruk, 1999). Sentirse inmerecedor ayuda al individuo implicarse en relaciones perjudiciales. Además de reforzar lo experimentado, tal tratamiento dificulta también la búsqueda de fuentes de merecimiento, como la valoración ajena o la defensa de los propios derechos.

Para Mruk (1999), las deficiencias en la competencia o en la percepción de que se carece de la misma, puede actuar de muchos modos para predisponer a la persona al fracaso. La competencia baja lleva a la persona a centrar selectivamente su atención en sus problemas en lugar de en las soluciones posibles.

Muchos autores descubrieron que para algunas personas la autoestima es tal que se perciben, experimentan e incluso se describen a sí mismas como con autoestima alta, pero esta caracterización no se corresponde con como son percibidas por otros, e incluso por como esa persona cree que las demás personas la ven (Mruk, 1999). Estas personas, no solo deben mantener una visión distorsionada de sí mismos, sino que también deben de ser capaces de filtrar la información que los otros y el mundo le envían, cuando esta entra en conflicto con la percepción que tienen de si mismos. En este punto es

importante hacer referencia que lo que Mruk considera como valoración ajena y como visión distorsionada de sí mismo, tiene implicaciones directas con la autoimagen social, ya que es a través de la discrepancia que existe entre la autoestima o el autoconcepto y la autoimagen social, la que permite pensar en estas distorsiones. Es por esto que es importante destacar la inclusión de esa variable dentro del modelo, ya que es gracias a la inclusión de la percepción social que se da el tercer y cuarto tipo de autoestima o autopercepción planteado por Mruk, la defensiva.

De esta manera, Mruk (1999) considera que hay dos formas de vivenciar esta autopercepción defensiva, ya que pueden verse merecedoras (autoestima alta) pero sin competencia (autoconcepto bajo) o viceversa. La autopercepción tipo I, llamada también narcisista, está caracterizada por la persona o que bien niega sus competencias o bien las exagera. Sin embargo, la autoestima se encuentra en un nivel adecuado. Por otro lado, la autopercepción tipo II, llamada también pseudo-autopercepción, es aquella donde existe un sentido de competencia aunque sin merecimiento. En este caso la persona puede ser física, social o intelectualmente competente, pero su autoestima implica una deficiencia que distorsiona la percepción, la experiencia y la conducta.

Este modelo deja evidenciado que puede existir una relación entre autoestima, autoconcepto y autoimagen social, que implique algo más que una relación lineal, sino una combinación de factores que se interrelacionan y condicionan la forma en que los individuos interpretan y se aproximan al ambiente.

Es por esto que no se puede dejar de lado, la relación existente entre los aspectos de la autopercepción con el ámbito social al que todos los individuos están expuestos. Gracias a esto último, indagar como se entrecruzan la autoimagen social, la autoestima y el autoconcepto, como parte de la autopercepción que una persona mantiene sobre sí misma, con la forma en que ella se aproxima y se relaciona con los demás es fundamental para entender muchos de sus comportamientos. Desde el punto de vista del interaccionismo

simbólico este estudio cobra aun más sentido y valor al incluir y generar una escala de medición para una variable poco estudiada, aunque mencionada teóricamente en otros estudios del área, tal como es la autoimagen social.

Método

Problema

¿Cómo influyen la autoimagen social, la autoestima y el autoconcepto, en las dimensiones de la socialización de los estudiantes universitarios, considerando el sexo de los mismos?

Hipótesis

Hipótesis general: La dinámica que se establece entre la autoimagen social, la autoestima y el autoconcepto, influye en las dimensiones de la socialización de los estudiantes universitarios, dependiendo del sexo de los mismos.

Hipótesis específicas:

- Existen diferentes factores producto de la combinación de las dimensiones de autoimagen social, autoconcepto y autoestima.
- Combinaciones diferentes de las dimensiones de autoimagen social, autoestima y autoconcepto, generan perfiles diferentes de autopercepción.
- Existen diferencias significativas entre los distintos perfiles de autopercepción con respecto a la dimensión de la socialización consideración por los demás.
- Hay diferencias significativas entre los perfiles de autopercepción y la timidez.
- Los perfiles de autopercepción generan puntajes diferentes de liderazgo.
- Existen diferencias significativas entre los diferentes perfiles de autopercepción, con relación al autocontrol de las relaciones interpersonales.

- Cada uno de los perfiles de autopercepción difiere significativamente en relación al retraimiento social.
- Hay interacción entre el sexo y la dinámica de la autopercepción, en su relación a las dimensiones de la socialización.

Definición de las variables

Variables Dependientes

Socialización

Definición conceptual: La socialización es el proceso que incluye la capacidad de cooperar en un grupo, de regular la propia conducta conforme a las normas sociales y de llevarse bien con los demás (Kostelnik, Phipps, Soderman y Gregory, 2009). Tiene cinco dimensiones: (a) Consideración por los demás: es la sensibilidad social o preocupación por los demás, en particular por personas rechazadas y con problemas; (b) Autocontrol en las relaciones sociales: es el acatamiento de reglas y normas sociales que facilitan la convivencia en el mutuo respeto; (c) Retraimiento social: es el alejamiento de la persona, tanto pasivo como activo, de los demás; (d) Ansiedad social/Timidez: es el conjunto de manifestaciones de ansiedad (miedo y nerviosismo) unidas a reacciones de timidez (apocamiento y vergüenza), en las relaciones sociales; (e) Liderazgo: es la ascendencia, popularidad, iniciativa, confianza en sí mismo y espíritu de servicio que muestra una persona frente a un grupo (Silva y Martorell, 2009). Estos cinco aspectos de la socialización se agrupan en dos grandes componentes: sociabilidad y conducta prosocial, siendo la primera la cualidad del individuo que busca y establece fácilmente contactos sociales. La conducta prosocial es toda conducta social positiva de ayuda a los demás, con o sin motivación altruista (González Portal, 2000).

Definición operacional: Se entiende por socialización los puntajes arrojados por la Batería de socialización, en formato de autoevaluación (El *BAS-*

3) de Silva y Martorell, (2009) (ver anexo A), que contienen 75 ítems que se responden afirmando o negando lo propuesto en el ítem. Para la corrección estos ítems se encuentran distribuidos en cinco escalas de socialización:

(1) Consideración hacia los demás (14 items): una alta consideración hacia los demás se expresa en altos puntajes en esta subescala del Bas-3;

(2) Autocontrol en las relaciones sociales (14 ítems): el polo positivo del autocontrol implica acatamiento de reglas, y se expresa en puntajes de esta subescala, mientras que el polo negativo expresado en puntajes bajos alude a agresividad e indisciplina;

(3) Retraimiento social (14 ítems): los puntajes altos implican apartamiento pasivo y los puntajes bajos aislamiento;

(4) Ansiedad social/timidez (12 ítems): los puntajes altos en esta subescala indican marcada ansiedad social y timidez.

(5) Liderazgo (12 ítems): valores altos en esta subescala indican mayor liderazgo.

Los puntajes brutos obtenidos en cada una de las subescalas se transforman a percentiles según las normas y criterios establecidos en el manual, por lo cual tendrían un mínimo de 1 y un máximo de 100. Los puntajes brutos pueden variar de 0 a 14 en las escalas de consideración por los demás, autocontrol en las relaciones sociales y retraimiento social; y variar de 0 a 12 puntos en las escalas de ansiedad/timidez y liderazgo.

Variables independientes

Autoestima

Definición conceptual: La autoestima es un sentimiento hacia uno mismo que puede ser positivo o negativo, el cual se construye por medio de una evaluación de las propias características (Rosenberg, 1965).

Definición operacional: Se entiende como el puntaje obtenido en la escala de autoestima de Rosenberg (RSE; Rosenberg, 1965) (ver anexo B), la cual consta de 10 afirmaciones y evalúa un nivel general de autoestima con 10 afirmaciones que se refieren a un nivel general de autoevaluación, cinco de los cuales se encuentran codificados positivamente, y cinco en sentido negativo. La escala de respuesta consta de cuatro opciones: (a) muy de acuerdo, (b) de acuerdo, (c) en desacuerdo y (d) muy en desacuerdo. Genera puntajes que van de 0 hasta 30 puntos, en donde una mayor puntuación indica un mayor nivel general de autoestima y un menor puntaje un nivel inferior de autoestima general (Martín, Núñez, Navarro y Grijalvo, 2007). Para la totalización se invierten los valores de los ítems negativos y se suman las respuestas, generándose puntajes que van de 0 hasta 30 puntos (Martín, Núñez, Navarro y Grijalvo, 2007).

Autoconcepto

Definición conceptual: Shavelson, Hubner y Stanton (citado en González-Pienda, Nuñez et. al, 1997), plantean que el autoconcepto son todas aquellas percepciones que una persona mantiene sobre sí misma, formadas a través de la interpretación de la propia experiencia y del ambiente, influenciadas por los refuerzos y el feedback de las personas significativas para el sujeto así como por los propios mecanismos cognitivos tales como las atribuciones causales. Está conformada por varios componentes entre los cuales se encuentran: (a) El **autoconcepto social**: definido como la percepción que tiene el sujeto de su desempeño en las relaciones sociales; (b) El **autoconcepto académico/laboral:** entendido como la percepción que el sujeto tiene de la calidad de desempeño de su rol como estudiante y como trabajador; (c) El **autoconcepto emocional**: que hace referencia a la percepción que la persona tiene de sí misma, en relación a sus respuestas y estados emocionales en situaciones específicas; (d) El **autoconcepto familiar:** que consiste en la percepción que tiene la persona de su participación e integración en el medio familiar; y por último, (e) el **autoconcepto físico**: que se entiende como la

percepción que tiene la persona de su aspecto y de su condición física, la cual se manifiesta en aspectos tales como la práctica deportiva, la atracción y la elegancia (García y Musitu, 2009).

Definición operacional: Es la puntuación factorial obtenida en el AF5 Autoconcepto forma 5 (García y Musitu, 2009, ver anexo C), que consta de 30 afirmaciones y mide cinco dimensiones del autoconcepto: (a) autoconcepto académico-laboral: en donde a mayor puntuación indica una mayor creencia de habilidades académicas y laborales; (b) autoconcepto social: un puntaje alto implica una percepción mejor en el desempeño de las relaciones sociales; (c) autoconcepto emocional: puntajes altos en este aspecto indican una percepción de mayor compromiso y mejor control emocional; (d) autoconcepto familiar: puntuaciones altas en esta dimensión indican una percepción de mayor implicación, participación e integración en el medio familiar; y (e) autoconcepto físico: puntajes altos en esta dimensión implican una percepción de mayor atractivo personal. Cada una de estas escalas posee 6 items y arrojan un puntaje que va desde cero (0) hasta diez (10), en donde a mayor puntaje habrá un mayor autoconcepto. Estas puntuaciones se obtienen sumando los ítems de cada subescala y dividiendo el total entre 100. Para efectos de esta investigación y con el objetivo de obtener una puntuación global de autoconcepto, se realizará un análisis factorial con todas las dimensiones, para generar un factor principal, que recoja la mayor parte de la información del autoconcepto, en donde cada dimensión posea un peso específico. Cada peso se multiplica por el puntaje de la dimensión y al sumar se obtiene el puntaje total.

Autoimagen social

Definición conceptual: Es el conjunto de creencias que tiene un individuo sobre como los otros lo perciben (Natanzon, Ose, Szecsenyi, Campbell, Roos y Joos, 2010). La autoimagen, definida por Cooley (2005) está conformada por tres aspectos: (a) la imaginación de la propia apariencia para la otra persona; (b) la imaginación de su juicio sobre esa apariencia; y (c) el sentimiento propio

acorde con esos juicios, tomado como la importancia atribuida a dichos juicios. De esta manera se conforman las tres dimensiones de (1) juicio social percibido, entendido como la creencia de las percepciones de las características que poseen los demás de la persona, (2) las valoraciones sociales percibidas, entendidas como las apreciaciones que los demás realizan de la persona y (3) la importancia de las percepciones sociales percibidas, definidas como el valor que la persona le da a cada una de las percepciones que los demás tienen de él. Así mismo, mide cuatro dimensiones relacionadas con los aspectos evaluados por los otros, los cuales son (a) la dimensión física que comprende lo relacionado con lo corporal los sentidos, los aspectos, entre otros; (b) la volitiva, comprende lo relacionado con la motivación, la toma de decisiones, la intencionalidad, las actitudes, la responsabilidad, las aspiraciones y metas; (c) dimensión intelectiva, hace referencia a los elementos que se expresan en la capacidad de razonar, pensar, abstraer, simbolizar, etc; (d) y la dimensión social que abarca la capacidad, tendencia y razón de ser de las relaciones interpersonales. Para la interpretación de estas dimensiones, un mayor puntaje en cada una de estas escalas implica una mayor autoimagen para cada dimensión.

Definición operacional: Se define autoimagen social como el puntaje obtenido en la escala de autoimagen social (EAS, 2011), la cual abarca es una escala tipo Lickert que consta de 85 afirmaciones, en la cual se le solicita a la persona que indique su grado de acuerdo o desacuerdo con cada una de las afirmaciones propuestas a través de cinco alternativas de respuesta. Las afirmaciones se encuentran agrupadas en función del contexto al cual está referida la autoimagen social (padres, profesores, amigos, pareja y personas extrañas) y a los aspectos evaluados por los mismos (volitiva, intelectivo, físico y social). Las afirmaciones correspondientes a cada contexto se relacionan con las tres dimensiones principales de la autoimagen social:

(a) Juicios sociales percibidos: que es como cree la persona que es percibida por los demás, en donde un puntaje alto indica que el sujeto percibe que los juicios que los demás hacen de él, son positivos.

(b) Valoraciones sociales percibidas: que es la valoración de los demás hacia las características de la persona, en donde un mayor puntaje indica una mayor valoración percibida de los demás hacia las propias características.

(c) Importancia de las percepciones sociales percibidas: La importancia que le da la persona a lo que los demás piensan de ella, en donde a mayor puntajes indica un mayor grado de importancia atribuida a las opiniones de los demás.

Sexo

Definición conceptual: Según Wolman, (1996) es la división biológica de los animales y organismos humanos realizado en función a su papel reproductivo. De esta forma se puede dividir en hombres y mujeres.

Definición operacional: entendido como respuesta del individuo al ítem de autorreporte hombre o mujer, en donde el primero tiene un valor de uno (1) y el segundo de cero (0).

Variables controladas

Edad: Se define la edad como el número de años transcurridos desde la fecha de nacimiento hasta el momento de la aplicación de las pruebas. Esta variable se va a controlar debido a que existen diversas investigaciones que demuestran que el autoconcepto y la socialización asumen diversas características durante el desarrollo (Garcia y Musitu, 2009; Silva y Martorell, 2009). Además, algunos autores señalan la importancia que tiene la autoimagen social en el caso de los adolescentes a diferencia de otros momentos evolutivos. Se controlará mediante constancia de las condiciones, la

cual implica mantener la variable extraña igual en todos los integrantes de la muestra durante la realización de la investigación (Hurtado de Barrera, 2010). De esta forma, al seleccionar estudiantes entre 17 y 21 años de edad, que corresponden a los primeros años de las carreras universitarias, se estará haciendo constante dicha condición.

Nivel socioeconómico: Se define como el conjunto de características sociales, culturales y económicas que posee un grupo en función de la ocupación de sus miembros, su grado de instrucción, tipo de ingreso, poder adquisitivo y nivel de vida, así como su posición o estatus que alcanza el individuo en la sociedad de acuerdo a los recursos económicos que posee (Pereira y Rodríguez, 1996). En este caso esta variable se controlará de igual forma por constancia de las condiciones, de manera que todos los participantes de la muestra posean un nivel socioeconómico similar. Esto se asume debido a que la muestra de la UCAB es relativamente homogénea en relación a su nivel socioeconómico.

Nivel educativo: corresponde al grado de estudio formal de los integrantes de la muestra. En este caso se controla por constancia de las condiciones, al trabajar con bachilleres que son además, estudiantes universitarios de primer año de las carreras.

Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación: Según nivel de elaboración teórica, esta investigación es confirmatoria, tal como lo definen López (1969); Selltiz (1965) y Hurtado de Barrera (2010), como un estudio que consiste en confirmar o rechazar una o varias hipótesis basadas en una aproximación teórica para llegar a conclusiones con respecto a los fenómenos involucrados. Esto quiere decir que a partir de las aproximaciones teóricas y prácticas expuestas en el marco teórico, donde se evidencian las relaciones que existen entre las diversas combinaciones de la autoestima, la autoimagen social y el autoconcepto, según

los clusters creados, y la socialización, es decir, cómo esas combinaciones generan puntuaciones diferentes en la variable socialización y en sus dimensiones. Según el objetivo, esta investigación es confirmatoria. Las hipótesis a verificar son las planteadas anteriormente.

Según el nivel de intervención del investigador y el grado de control es no experimental (Hernández, Fernández y Baptista, 2006), también llamado expostfacto originalmente por Chapin (citado en Campbell y Stanley, 2005) y Greenwood (citado en Campbell y Stanley, 2005). En este caso no es posible manipular las variables independientes sino que se hacen inferencias sobre las relaciones a partir de la variación concomitante entre variables independientes y dependientes (Kerlinger y Lee, 2002).

Según el número de mediciones en el tiempo es una investigación transversal, ya que recolecta datos en un solo momento o en un tiempo único, permitiendo analizar incidencia e interrelación de variables en un momento dado (Hernández, Fernández y Baptista, 2006). Según el lugar donde se realizan las mediciones es de campo, ya que es no experimental y busca descubrir relaciones entre variables psicológicas dentro de una estructura social, como lo es la universidad (Kerlinger y Lee, 2002).

Diseño de investigación: se trabajó con un diseño de campo, ya que se obtuvieron los datos a partir de fuentes vivas, en su contexto natural o habitual (Hurtado de Barrera, 2010). Así mismo, si se caracteriza el diseño en términos de la fuente de datos y la temporalidad se trata de un diseño transversal de campo (Hernández Sampieri, Collado y Baptista, 1998), porque se va a estudiar el fenómeno en un único momento del tiempo y no se pretende hacer una reconstrucción evolutiva del proceso de cambio del evento; contemporáneo porque se estudia la autopercepción y la socialización en el presente, y de campo porque los datos se van a recoger a partir de fuentes vivas en su contexto natural (Festinger y Katz, 1978).

Población y muestra

La población estuvo conformada por estudiantes universitarios, principalmente de los primeros años de las carreras de la Universidad Católica Andrés Bello, UCAB. Se empleó una muestra integrada por 493 estudiantes universitarios de todos los años y de las carreras Psicología, Administración y Contaduría, Letras, Economía, Comunicación Social, Ciencias Sociales, Educación, Derecho e Ingeniería (Civil, Informática, Telecomunicaciones e Industrial), siendo el promedio del año en el que se encontraban los estudiantes, el segundo año de carrera. La edad estuvo comprendida entre 17 y 28 años, siendo la media 20 años de edad con una desviación de 1,9, por lo que casi el 60% de la población se encuentra entre los 18 y 22 años de edad.

Este criterio de muestra se obtuvo a partir de Hair (2009), quien plantea que deben existir cinco observaciones por cada variable independiente presente en el valor teórico, razón por la cual el nivel deseado se encuentra entre 15 y 20 observaciones por cada variable independiente. De esta forma, al sumar cada una variables independientes y multiplicarlo por 20, da un total de 100. Por otro lado, Hair, Anderson, Tatham y Black (1999), plantean que para realizar el análisis de componentes principales o factorial es necesario tener mínimo 50 sujetos y preferiblemente más de 100. De esta forma se pretendió emplear un mínimo de 500 sujetos, de modo que sean lo suficientemente grande para un análisis de componentes principales, pero no tan grande como para afectar los resultados del análisis de varianza sensibilizándolos (Hair, Anderson, Tatham y Black, 1999).

Así mismo, se escogieron los pertenecientes a la Universidad Católica Andrés Bello, debido a que ésta institución agrupa estudiantes de nivel socioeconómico similar. La muestra estuvo integrada por estudiantes de ambos sexos, pues esta es una de las variables independientes. En total se agrupan 291 mujeres (59%) y 202 hombres (41%).

El muestreo que se realizó fue no probabilístico, intencional, con fines de controlar el nivel socioeconómico, la edad y el nivel de estudio. Este muestreo intencional consiste en seleccionar una muestra a partir de ciertos criterios previos que el investigador establece (Kerlinger y Lee, 2002). En este caso, estos criterios están orientados a controlar las variables extrañas mencionadas anteriormente, por el método de constancia o igualación (Craig y Metze, 1982).

Instrumentos

Batería de Socialización (Autoevaluación) BAS-3 (Silva y Martorell, 2009): Esta escala consta de 75 ítems que buscan evaluar la percepción del sujeto de su conducta social. Tiene cinco escalas y una de sinceridad, las cuales arrojan puntajes independientes, por lo que no existe un puntaje total. Los ítems constan de afirmaciones con dos alternativas de respuesta: sí y no. Los números de ítems por escala se encuentran en la tabla 1. Estas escalas suman un total de 65 ítems, aunque uno de ellos se repite en dos escalas. El resto de los ítems (10) forman parte de la escala de sinceridad, que es una escala de validación de las respuestas. En cada una de las subescalas un puntaje alto implica una alta presencia de la característica.

Los puntajes brutos obtenidos pueden variar de 0 a 14 en las escalas de consideración por los demás, autocontrol en las relaciones sociales y retraimiento social; y variar de 0 a 12 puntos en las escalas de ansiedad/timidez y liderazgo. Estos puntajes fueron empleados para realizar los análisis.

En cuanto a la interpretación, la Bas-3 se tipificó con una muestra entre 12 y 19 años de sujetos provenientes de España (Madrid, Valencia y Jaen), a partir de ahí se construyeron los baremos. Las tablas de interpretación se separan por género y permiten transformar las puntuaciones directas a percentiles. Sin embargo, debido a que el objetivo de esta investigación no es

comparar a los sujetos con la muestra, se emplearon para los análisis estadísticos los puntajes brutos.

Tabla 4.

Número de Ítems del Bas-3 por escala e ítems que cargan en cada una.

Escala	**Número de ítems**
Consideración por los demás	14 Ítems (3, 5, 11, 12, 14, 16, 17, 27, 51, 59, 60, 61, 66, 68)
Autocontrol en las relaciones sociales	14 Ítems (4, 13, 22, 34, 36, 40, 44, 46, 50, 53, 56, 64, 65, 73)
Retraimiento social	14 Ítems (8, 9, 25, 28, 30, 31, 35, 37, 42, 47, 52, 63, 69, 73)
Ansiedad/timidez	12 Ítems (1, 18, 19, 33, 38, 39, 43,48, 54, 55, 57, 62)
Liderazgo	12 Ítems (2, 6, 10, 20, 21, 23, 26, 29, 33, 45, 70, 71)

En muestras españolas, cada una de las escalas fue sometida a un análisis de confiabilidad por consistencia interna con el coeficiente de alpha de Cronbach, y se obtuvieron los siguientes resultados: (a) Consideración por los demás 0,82; (b) autocontrol en las relaciones sociales 0,78; (c) retraimiento social 0,81; (d) ansiedad social y (e) timidez 0,78; y (f) liderazgo 0,73. Los estudios test-retest, con un intervalo de cuatro meses, arrojaron una correlación de 0,66 para autocontrol, 0,65 para agresividad, 0,61 para liderazgo, pero las más bajas fueron 0,42 para consideración y 0,43 para retraimiento. La validez de constructo se trabajó a través de análisis factoriales antes de llegar a la estructura final lo que dio lugar a las cinco dimensiones que conforman la batería (Silva y Martorell, 2009).

Debido a que esta escala fue validada en contextos españoles, se realizó un estudio piloto con la finalidad de adaptarla al contexto venezolano. La muestra piloto estuvo conformada por 176 estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello, de los cuales 104 (59 %) son mujeres y 72 (40.9 %) son hombres. La edad promedio es de 19.73 años, con una desviación típica de 2.07, lo que indica que el 52% de la muestra se encuentra entre 17 y 21 años de edad.

Se calculó la fiabilidad para cada una de las escalas de la Batería de Socialización BAS-3. Se encontró que todas poseen una confiabilidad alta, siendo la mayor la escala de retraimiento, con un alpha de 0,823, seguido de consideración por los demás (0,723). Las escalas de ansiedad-timidez y de liderazgo poseen ambas confiabilidad de 0,70, y finalmente la escala de autocontrol en las relaciones sociales fue la que menor alpha obtuvo, con un valor de 0,66. En la tabla 2 se encuentran las confiabilidades de cada una de las escalas del BAS-3.

Tabla 5.

Confiabilidad por escala del Bas 3, tanto de la prueba piloto como de la definitiva

Escala	**Número de ítems**	**Confiabilidad**	
		Piloto	**Definitiva**
Consideración por los demás	14 Ítems (3, 5, 11, 12, 14, 16, 17, 27, 51, 59, 60, 61, 66, 68)	0,723	0,69
Autocontrol en las relaciones sociales	14 Ítems (4, 13, 22, 34, 36, 40, 44, 46, 50, 53, 56, 64, 65, 73)	0,66	0,69
Retraimiento social	14 Ítems (8, 9, 25, 28, 30, 31, 35, 37, 42, 47, 52, 63, 69, 73)	0,823	0,77
Ansiedad/timidez	12 Ítems (1, 18, 19, 33, 38, 39, 43,48, 54, 55, 57, 62)	0,70	0,703
Liderazgo	12 Ítems (2, 6, 10, 20, 21, 23, 26, 29, 33, 45, 70, 71)	0,70	0,77

Además, se realizó un análisis factorial para comprobar la estructura de las escalas de la batería de socialización. Esto dio como resultado la agrupación en cinco factores que explican el 33% de la varianza total.

Al observar la distribución de los factores en las dimensiones se observó que algunos coincidían con los encontrados por los autores, pero que otros cargaban en otros factores. De esta manera, se puede decir que en la muestra empleada para realizar el estudio piloto no se cumple la estructura factorial para la batería de socialización. Sin embargo, al realizar el estudio factorial en la muestra definitiva, se encontró que se cumple la estructura factorial de los seis factores, a excepción de tres ítems que cargan en dimensiones diferentes.

El ítem 33 carga positivamente en la dimensión retraimiento, mientras que según los autores de la escala debería cargar en la de Ansiedad-Timidez. Este cambio es entendible ya que ambos factores tienen una relación alta y el contenido del ítem es ajustable a cualquiera de los dos. Esta semejanza de contenido ocurre de igual forma con el ítem 59, el cual carga positivamente en la dimensión de Autocontrol, mientras que para los autores, este ítem corresponde a la dimensión de Consideración por los demás. Finalmente, el ítem 73, que originalmente pertenece a la dimensión de Autocontrol, carga en mayor cantidad en la subescala de Ansiedad-Timidez.

En la muestra final se realizó una prueba de confiabilidad para la batería de socialización, obteniendo un puntaje total de consistencia interna de 0,44, siendo esta media-baja, lo que parece indicar que el instrumento no es un conjunto unitario, sino que refleja varias dimensiones no relacionadas altamente, es decir, mas de corte heterogéneo. Igualmente se calculó para cada una de las subescalas, dando como resultado para la dimensión de Ansiedad-Timidez un alpha alto de 0,703. Es importante resaltar que el ítem 73 que carga en este factor, no aporta mucho a la consistencia interna del mismo, aun cuando si parece tener relación con este factor en el análisis factorial. La dimensión de Liderazgo y la de Retraimiento social reportan ambas una

confiabilidad de 0,77, siendo las más altas, mientras que la de Consideración por los demás y la de Autocontrol reportan una consistencia interna de 0,69.

Escala de Autoestima de Rosemberg (1965): Es una prueba auto-administrada que se encarga de medir el sentimiento que tiene el participante hacia sí mismo, pudiendo ser tanto positivo como negativo (Rosenberg, 1965). Consta de 10 afirmaciones, de cuatro alternativas de respuesta que van desde “muy de acuerdo” a “muy en desacuerdo”, de las cuales cinco están enunciadas positivamente y el resto negativamente (ver anexo B). Está configurada como una escala tipo Lickert, donde los ítems se responden en una escala de cuatro puntos (1= muy de acuerdo, 2 = de acuerdo, 3= en desacuerdo, 4= totalmente en desacuerdo). Para su corrección deben invertirse las puntuaciones de los ítems enunciados negativamente (6, 7, 8, 9 y 10), y posteriormente se suman todos los ítems, por lo que la puntuación total oscila entre 0 y 30 puntos.

Las puntuaciones se interpretan de la siguiente manera: entre 20-30 es autoestima elevada, entre 16 y 19 autoestima media y menos de 15 autoestima baja.

En relación a la confiabilidad, Vásquez Jiménez y Vásquez (2004), reportan un alpha de Cronbach de 0.87; una confiabilidad test-retest para un intervalo de dos meses de 0.72, y para un año, de 0.74, en una muestra de 533 pacientes clínicos de centros de salud españoles con un promedio de edad de 36 años. Así mismo, en un estudio realizado por Coronel y Pérez (2003) en una muestra de estudiantes universitarios de la universidad Católica Andrés Bello en Venezuela, la confiabilidad del instrumento arrojó un puntaje de 0.80 al realizar un alpha de Crombach, siendo la menor correlación dada en el primer ítem (0,342) y la mayor en el ítem seis (0,622). Así mismo realizaron un análisis factorial con estos ítems, obteniendo un solo factor que explicaba el 37,47% de la varianza de la escala.

En cuanto a validez, Vásquez Jiménez y Vásquez (2004), encontraron que la autoestima, como constructo, se ha asociado con patologías, como depresión

(0,60), trastornos alimentarios (0,40), e inseguridad en las relaciones interpersonales (0,45). La escala de autoestima de Rosenberg (1965) muestra una correlación sustancial negativa con la puntuación del SCL90R (inventario de síntomas de Derogati); que evalúa síntomas clínicos, como depresión, obsesividad, ansiedad, entre otros; (r = -0,61) así como con las dimensiones de esta escala. Así mismo, las correlaciones con las dimensiones de Sensibilidad Interpersonal y Depresión, son superiores a -0,60.

McCarthy y Hoge (citado en Garaigordobil y Bernarás, 2009) reportaron una consistencia interna (alpha de Cronbach's) entre 0,74 y 0,77, y la confiabilidad por test-retest fue de 0,63 (con siete meses de intervalo), en una muestra de adolescentes. La validez de la escala, como una medida unidimensional de la autoestima también ha sido estudiada (Rosenberg, 1965; Silber & Tippett, citado en Garaigordobil y Bernarás, 2009), en universidades españolas (Martín-Albo, Núñez, Navarro, & Grijalvo, citado en Garaigordobil y Bernarás, op cit.), y con estudiantes de 14 a 20 años de edad (Pastor, Navarro, Tomás, & Oliver, citado en Garaigordobil y Bernarás, op. cit), confirmando la unidimensionalidad de la escala, así como su confiabilidad.

En el estudio final se realizó un análisis de fiabilidad de la prueba, en donde se obtuvo un puntaje de 0,84, lo que permite decir que esta escala posee una consistencia interna alta. Así mismo se encontró que el ítem que mayor correlaciona con la escala es el 4 (0,67), mientras que el más bajo es el 1 (0,394).

Escala de autoconcepto AF5 de García y Musitu (2009): La prueba consta de 30 ítems que buscan medir las percepciones que una persona tiene sobre sí misma. En cada uno de los ítems se le pide al sujeto que les asigne una valoración entre 01 y 99 en función del grado de acuerdo con cada afirmación. La constituyen cinco subescalas, que se encarga de valorar cinco aspectos: (a) Autoconcepto académico-laboral: es la percepción del sujeto sobre la calidad del su desempeño como estudiante y trabajador; (b) Autoconcepto social: consiste en la percepción del desempeño del sujeto en

sus relaciones sociales, y a su dificultad o facilidad para mantenerlas; (c) Autoconcepto emocional: percepción del estado emocional del sujeto y de sus respuestas a situaciones especificas; (d) Autoconcepto familiar: percepción del sujeto de la implicación, participación e integración en su medio familiar; y (e) Autoconcepto físico: percepción del sujeto sobre su apariencia y condición física. En cada una de estas subescalas, un mayor puntaje indica una mayor presencia de la característica. En la tabla 3 se muestran los números de ítems por escala y los reactivos que corresponden con cada una.

El proceso de corrección y obtención de las puntuaciones directas se realiza en varios pasos. En primer lugar, se invierten los ítems 4, 12, 14 y 22, restando del valor 100 de cada uno de los puntajes obtenidos de ellos. En segundo lugar, se suman las respuestas de los ítems que componen cada dimensión. Posteriormente, se divide entre 60 cada una de las sumas obtenidas en cada factor. El cociente que se obtiene es la puntuación directa de cada factor.

Tabla 6.

Número de Ítems del AF5, ítems por subescala y confiabilidades

Factor	**Nombre**	**Items**	**Confiabilidad**	
			Piloto	**Definitiva**
Factor 1	Académico/Laboral	1, 6, 11, 16, 21, 26.	0,82	0,81
Factor 2	Social	2, 7, 12, 17, 22, 27.	0,77	0,74
Factor 3	Emocional	3, 8, 13, 18, 23, 28	0,78	0,77
Factor 4	Familiar	4, 9, 14, 19, 24, 29	0,70	0,77
Factor 5	Físico	5, 10, 15, 20, 25, 30	0,74	0,70

La interpretación de los resultados en la escala original, se realiza mediante la transformación de los puntajes directos en puntajes percentiles, ubicados en una tabla en el manual en función del género y la edad. Sin embargo, para esta investigación solo se emplearon los puntajes brutos. Se entiende que a mayor puntaje mayor es el autoconcepto del sujeto.

Para la baremación o estandarización de puntajes en la escala original, se empleó una muestra de 6483 sujetos (2859 varones y 3624 mujeres), estudiantes de escuelas y universidades de España, cuyas edades variaban entre 10 y 65 años (García y Musitu, 2009).

Las sub-escalas tienen una confiabilidad test-retest que varía de 0.526 a 0.700, siendo esta última la escala de autoconcepto académico laboral; el social (0.536), el emocional (0.526), el familiar (0.565) y el físico (0.660). Estos análisis se llevaron a cabo con una muestra de 478 sujetos españoles. La estructura factorial confirma las dimensiones teóricas, los componentes explican el 51% de la varianza total y el coeficiente Alpha de consistencia interna es de 0.81 (García y Musitu, 2009).

Para efectos de la presente investigación a partir del estudio piloto realizado, se llevó a cabo un análisis de confiabilidad de cada una de las dimensiones del autoconcepto. Para la primera dimensión (Académico/Laboral), se consiguió una confiabilidad alpha de Crombach de 0,82. Para la dimensión Social la confiabilidad fue alta (0,77), igual que para la dimensión Emocional, cuya alpha fue de 0,78. La dimensión Familiar arrojó valores muy aceptables de confiabilidad (0,70), así como el quinto factor, (Dimensión Física), cuya fiabilidad fue de 0,74.

Por otra parte, al calcular el índice de consistencia interna de la escala total, este dio un valor muy alto, de 0,86, siendo mayor al de todas las subescalas del instrumento.

En la muestra final empleada, la confiabilidad total del instrumento fue alta (0,73), lo que indica que posee una consistencia interna adecuada. En

comparación con la confiabilidad de la prueba piloto se encuentra que es menor, pero sigue siendo aceptable. De la misma manera, se calcularon las consistencias internas para cada dimensión siendo la más alta la del factor Académico/Labora, (0,81), seguido del factor Emocional y del Familiar (0,77 ambos), siendo la confiabilidad de este ultimo mayor a la del piloto. Así mismo, el factor Social obtuvo una consistencia alta (0,74), al igual que el Físico (0,70), que obtuvo el puntaje menor.

Con respecto a la validez de la Escala de autoconcepto AF5 de García y Musitu (2009), con los datos de la prueba piloto se realizo un análisis factorial. Se extrajeron los factores, siguiendo las instrucciones del manual, mediante el método de componentes principales, aplicando la rotación *oblimin* con normalización de Kaiser, por tratarse de dimensiones relacionadas. Se asignó un máximo de 999 iteraciones tanto para la extracción y como para la rotación. Así mismo, el limite fue de 5 dimensiones, para controlar el número de componentes, y -20 al valor de delta para la rotación (Malo, Bataller, Casas, Graz y González, 2011). El índice de KMO se consideró meritorio (0,77). Así mismo el Test de Esfericidad de Bartlett, empleado para probar la hipótesis nula que afirma que las variables no están correlacionadas en la población, dio un valor aceptable, rechazándose dicha hipótesis (p=0,00; Chi=2259,18), por lo que se procedió a realizar el análisis factorial.

Los resultados del análisis factorial en la prueba piloto permitieron confirmar las estructuras factoriales planteadas por los autores del instrumento las cuales explican en 54,66% de la varianza total. Sin embargo, el factor 2 (Social) y el 3 (Emocional), tuvieron un ítem intercalado. El ítem 22, que originalmente formaba parte del factor Social, tuvo una carga muy alta en la dimensión tres, que corresponde al Emocional. El resto de las afirmaciones carga positivamente y con puntuaciones superiores a 0,4 en los factores correspondientes, lo que indica que la garantía de replicación de la misma estructura factorial en otras muestras, será alta.

En la muestra final se realizó un análisis factorial para comprobar la estructura interna del instrumento. De esta manera se obtuvo una medida de adecuación muestral de KMO de 0,855. Igualmente, el test de esfericidad de Bartlett que busca contrastar la hipótesis nula que afirma que las variables no están correlacionadas en la población, dio un valor aceptable, rechazándose dicha hipótesis (p=0,00; Chi=5149,02), por lo que se procedió a realizar el análisis factorial.

De acuerdo a los resultados obtenidos, la estructura factorial se compone de cinco factores, que explican el 51,36 % de la varianza verdadera. Para esto se tomaron los mismos criterios que para la prueba piloto. Se encuentra que se confirma la estructura factorial original, donde los ítems calzan en los factores correspondientes. Sin embargo, es importante mencionar que algunas afirmaciones cargaron significativamente en dos factores al mismo tiempo (valor mayor a 0,30). De esta manera, el los ítems 30 y 20, correspondientes a la dimensión física, cargan de igual manera en la dimensión social. De la misma forma, el ítem 22, propio de la dimensión Social, correlaciona alto con el factor Emocional. A pesar de esto, como cargan alto en sus factores originales se empleará en la presente investigación, la estructura factorial empleada por los autores.

Escala de Autoimagen Social de Barrera (2011): Este instrumento es una escala tipo Lickert que consta de 85 afirmaciones, en donde se pretende medir el conjunto de creencias que tiene un individuo sobre como los otros lo perciben (Natanzon, Ose, Szecsenyi, Campbell, Roos y Joos, 2010). Para esto se le solicita a la persona que indique su grado de acuerdo o desacuerdo con cada una de las afirmaciones propuestas a través de cinco alternativas de respuesta. Las afirmaciones se encuentran agrupadas en función del contexto al cual está referida la autoimagen social (padres, profesores, amigos, pareja y personas extrañas). Las afirmaciones correspondientes a cada contexto se relacionan con las tres dimensiones principales de la autoimagen social:

a) Cómo cree la persona que es percibida por los demás (percepción): en donde un puntaje alto indica que el sujeto percibe que los juicios que los demás hacen de él, son positivos. Consta de 42 ítems, en donde un mayor puntaje implica que la persona considera que es percibido de forma positiva por los demás.

b) Valoración de los demás hacia las características de la persona: en donde un mayor puntaje indica una mayor valoración percibida de los demás hacia las propias características. Se compone por 36 ítems, los cuales indican en su sumatoria que a mayor puntaje la persona considera que los demás lo valoran positivamente.

c) Importancia que le atribuye la persona a lo que los demás piensan de ella: en donde a mayor puntaje, mayor grado de importancia atribuida a las opiniones de los demás. Consta de 5 ítems que indican que a mayor puntaje, mayor importancia de la da lo que los demás opinan de él.

Así mismo, este instrumento se subdivide en dos áreas más, las cuales cuentan con dimensiones específicas de cada una. De esta manera para la dimensión de los perceptores toma en cuenta la creencia de la evaluación que hacen los padres, amigos, pareja, profesores, jefes y extraños, de la persona. En este caso, un mayor puntaje en cada uno de los perceptores, implica que la persona considera que es evaluado positivamente por cada uno de ellos.

Por otro lado, se integran las dimensiones física, volitiva, intelectiva y social. Para Hurtado de Barrera (2006) la dimensión física es aquella que comprende lo relacionado con lo corporal los sentidos, los aspectos, entre otros. La volitiva, comprende lo relacionado con la motivación, la toma de decisiones, la intencionalidad, las actitudes, la responsabilidad, las aspiraciones y metas, así como acciones concretas que orientan al quehacer de la persona. La dimensión intelectiva, hace referencia a los elementos que se expresan en la capacidad de razonar, pensar, abstraer, simbolizar, juzgar, memorizar, etc. Finalmente, esta misma autora propone que la dimensión social abarca la capacidad, tendencia y razón de ser de las relaciones interpersonales, así como

también la convivencia social. Para la interpretación de estas dimensiones, un mayor puntaje en cada una de estas escalas implica una mayor autoimagen para cada dimensión.

La escala permite calcular una puntuación global de la autoimagen social de la persona, la cual indica que a mayor puntaje, mejor autopercepción.

Para tratar la validez del instrumento se llevó a cabo un análisis de acuerdo entre jueces expertos, con la finalidad de observar la adecuación del contenido de las afirmaciones a los componentes de percepción y valoración. De esta manera se entregó a cuatro personas, con experiencia en materia de personalidad y psicología clínica, todas las afirmaciones las cuales debían de clasificar en cada componente (percepción o valoración). La validez por acuerdo entre jueces fue de 0,62, por ello se mejoró la redacción de algunas preguntas con la finalidad de incrementar la precisión durante clasificación en las dimensiones a las cuales pertenecen. También se eliminaros ítems confusos durante el estudio de la confiabilidad.

Para el cálculo de la confiabilidad se llevó a cabo una prueba piloto con una muestra formada por 176 estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello, 104 mujeres (59 %), y 72 hombres (40,9 %). La edad promedio fue de 19 años, con una desviación típica de 2. El 52% de la muestra se encuentra entre 17 y 21 años de edad.

En un principio la escala global dio una confiabilidad de 0,91, siendo una confiabilidad muy alta. Sin embargo, se encontraron diversos ítems que correlacionaban negativamente (ítems 2, 3, 4, 15 y 43), o que tenían correlaciones cercanas a cero con el puntaje total (ítems 2, 5, 10, 22, 18, 34, 48, 54, 77 y 86). Cada uno de estos ítems fue eliminado con la finalidad de garantizar la integridad de la escala, quedando la cantidad de ítems totales del instrumento en 82 afirmaciones, y la confiabilidad total en 0.929. El ítem número 15, correlacionaba inicialmente de forma negativa con el total, sin embargo se encontró que su codificación no concordaba con su contenido, por lo que se recodificó, lo que ocasionó que cambiara el comportamiento ante la escala.

En la tabla de especificaciones (tabla 4) se encuentra cada una de las dimensiones, áreas y componentes en los que se clasifica la escala de autoimagen social resultante del estudio piloto. Los ítems colocados en azul corresponden al componente de percepción y el rojo al de valoración. La codificación hace referencia al nombre de la escala (AI), el número del ítem (1, 2, 3…) y a la interacción dimensión- área (BP= Biofisiológica-Padres).

En relación a las subdimensiones de percepción y valoración se encontró una confiabilidad final de 0,85 en el caso de la percepción y 0,87 en el caso de la dimensión valoración.

Por otro lado, las dimensiones que hacen referencia a los aspectos principales evaluados por cada persona, arrojaron confiabilidades alrededor de 0,80. De esta forma, la dimensión con mayor confiabilidad luego de eliminar los ítems fue la Dimensión social (0,84), seguida de la dimensión volitiva (0,80), luego la intelectiva (0,78) y finalmente la física (0,72).

Por otra parte, la división creada en relación a las áreas vinculares en las que se desenvuelve el individuo dio confiabilidades altas al depurar el instrumento. De esta forma, el área de padres arrojó un valor de 0,72, la de amigos 0,72, la de pareja 0,80, la de profesores y jefes 0,82 y la de extraños 0,78.

Así mismo, con la muestra definitiva se realizó un estudio de confiabilidad del instrumento, en donde se obtuvo una consistencia general alta de 0,90.

Con respecto a la validez del instrumento, se consiguió que tras realizar un análisis factorial, los ítems se agrupan en relación a las áreas de vinculación (padres, amigos, etc.) con algunos ítems conflictivos, y no en las dimensiones propuestas teóricamente (ver tabla 4). Esto quiere decir que las dimensiones principales del constructo se relacionan con los sujetos que perciben y no tanto por lo propuesto por los teóricos.

Tabla 7.

Tabla de especificación con los ítems por área y con sus cargas factoriales.

	Padres Factor 8	**Amigos** Factor 7	**Pareja** Factor 1	**Profesor y jefes** Factor 2	**Extraños** Factor 3
Dimensión Física	AI1BP .164	AI20BA .40	AI39B2 .76	AI58BJ .20	
		AI21BA .27	AI40B2 .77	AI59BJ .019	AI78 BE .09
			AI41B2 .75	AI60 BJ .07	AI79 BE .18
		AI23BA .15	AI42B2 .63	AI61 BJ .06	AI80BE .14
Dimensión Intelectiva	AI5IP -.47	AI24IA .099		AI62 IJ .73	AI81 IE -.04
	AI6IP .50	AI25IA .46	AI44I2 .077	AI63IJ .78	AI82 IE .13
	AI7IP .26	AI26IA .055	AI45I2 .51	AI64 IJ .69	AI83 IE .20
	AI8IP .13	AI27IA .025	AI46I2 .60	AI65IJ .60	AI84 IE .17
Dimensión Volitiva	AI9VP .25	AI28VA .29	AI47V2 .66	AI66 VJ .154	AI85VE .21
		AI29VA .32		AI67VJ .32	
	AI11VP .34	AI30VA .71	AI49V2 .31	AI68VJ .61	AI87 VE .05
	AI12VP .60	AI31VA .63	AI50V2 .20	AI69VJ .52	AI88 VE -.05
Dimensión Social	AI13SP .26	AI32SA .032		AI70 SJ .21	AI89SE .63
	AI14SP .38	AI33SA .014	AI52S2 .14	AI71SJ .28	AI90 SE .30
	AI15SP .73	AI34SA .041	AI53S2 .68	AI72SJ .18	AI91 SE .74
	AI16SP -.78	AI35SA .47		AI73SJ .29	AI92 SE .74
	AI17SP .46	AI36SA .14	AI55S2 .64	AI74SJ .18	AI93 SE .74
	AI18SP -.026	AI37SA .10	AI56S2 -.001	AI75 SJ .41	AI94 SE .28

Nota: El color rojo indica la pertenencia del ítem a la dimensión valorativa y el azul a la perceptiva.

Procedimiento

Para llevar a cabo esta investigación se realizó un estudio piloto con la finalidad de observar el comportamiento de los instrumentos. Ante este análisis, el instrumento de Autoimagen social fue reducido en sus ítems.

Para la recolección de los datos finales en la presente investigación se cubrieron diferentes etapas. En primer lugar, la localización de los integrantes de la muestra, para lo cual fue necesario imprimir cada una de las escalas y se agruparán todas. Luego de esto se asistió a los salones de los primeros años de las carreras para solicitar su participación.

Posteriormente, se llevó a cabo la aplicación de los instrumentos, en donde, una vez en el salón, se entregaron las hojas que contienen las escalas agrupadas y se les dio una corta instrucción. Los instrumentos fueron autoadministrados, se realizaron de forma colectiva, es decir, a un grupo en un momento dado, y se aplicaron todas las escalas en la misma sesión.

Luego se realizó la corrección y tabulación de los instrumentos una vez que se aplicaron las escalas, se enumeró cada sujeto y se calculó el puntaje de que obtuvo cada uno en las escalas y en sus dimensiones, y se vació la información en Excel para revisar y depurar la data. Posteriormente se trasladaron los datos a una base de SPSS 18, con la finalidad de realizar los análisis exploratorios y los estadísticos correspondientes.

Se llevó a cabo el procesamiento de los datos, cuyas técnicas de análisis se desarrollarán con el paquete Spss y Spad 5.5, entre las que destacan los análisis exploratorios, donde se evalúan los aspectos descriptivos de la muestra, como media, desviación, curtosis y varianza; y los factoriales y la curtosis. Así mismo se realizaron las correlaciones, la verificación de los supuestos y el cálculo de las regresiones múltiples.

Finalmente, se interpretaron los datos, se discutieron y reportaron las conclusiones y recomendaciones.

Análisis de datos

Se realizó un estudio piloto, con la finalidad de realizar análisis de validez y de confiabilidad. La confiabilidad es entendida por Anastasi y Urbina (1998) como consistencia. De esta forma la confiabilidad es la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas cuando se les aplica la misma prueba tras un periodo de tiempo o una forma equivalente (Anastasi y Urbina, 1998). Esto se realizó mediante el alfa de cronbach, el cual amerita una sola aplicación de los instrumentos y el cálculo de las consistencias de las puntuaciones a todos los reactivos de la prueba (Anastasi y Urbina, 1998).

El estudio de validez se realizó debido a la creación de la escala de autoimagen social. La validez se define como el grado en el que un instrumento mide lo que realmente debe y se quiere medir (Anastasi y Urbina, 1998). De esta forma, proporciona una comprobación directa de que tan bien cumple una prueba su función, mediante la comparación con un criterio independiente y externo de lo que la prueba pretende medir (Anastasi y Urbina, 1998). Esta validación se realizó mediante un análisis factorial para corroborar que los ítems se corresponden con cada una de las dimensiones. (Tapia, 2007; Hurtado de Barrera, 2010). De esta forma, al suponer que los tres elementos son independientes, no deberían encontrarse relaciones de dependencia.

Posteriormente, una vez recolectada la muestra final, se llevaron a cabo los análisis definitivos, los cuales en primer lugar involucraron estadísticos descriptivos, con la finalidad de conocer la magnitud e intensidad con la cual se presenta un evento, la frecuencia con la cual aparece un comportamiento o característica, o bajo cual modalidad de manifiesta, ya sea en cada una de las unidades de estudio o por unidad de tiempo (Hurtado de Barrera, 2010).

En segundo lugar, se realizaron los análisis estadísticos que permitieron la identificación de los factores que permitan caracterizar la autopercepción, tomando en cuenta la autoimagen social, la autoestima y el autoconcepto, mediante un análisis de componentes principales. El análisis de componentes

principales es una técnica multivariable de reducción de datos, que permite construir variables artificiales, a partir de la combinación lineal de un conjunto de variables reales. De esta manera, se basa en combinar un conjunto de eventos en un grupo más reducido, por medio de la creación de ejes factoriales. Estos ejes son llamados componentes. Esta técnica se aplica cuando todos los eventos de estudio están medidos en puntajes, ya sea en escala ordinal o escala de intervalo (Hurtado de Barrera, 2010). De esta manera, se pretendia organizar un conjunto de casos en torno a los atributos de cada una de las dimensiones de autoestima, autoimagen social y autoconcepto para apreciar que elementos de la socialización aparecen más asociados con cada uno de los factores generados. Además, debido a que se pretende organizar las variables en grupos mediante la clasificación automática o análisis de conglomerado, es recomendable realizar el análisis de componentes principales para cumplir uno de los supuestos teóricos que lo sustentan. De esta forma, debido a que en el análisis de cluster las variables que son colineales tienen un fuerte impacto en la formación de los mismos, al actuar como proceso de ponderación no aparente, se afecta el análisis. Es por esto que reduciendo el número de variables se puede garantizar la incorrelación (Tapia, 2007).

Una vez llevado a cabo esto se realizó el análisis de clasificación automática o análisis de conglomerado, el cual, según Hurtado de Barrera (2010), es una técnica de análisis multivariable de interdependencia, que tiene como propósito hacer particiones para crear un conjunto de clases en la población de estudio. La **partición** es un procedimiento que fracciona un conjunto en subconjuntos incompatibles que agotan el conjunto original. Cada subconjunto de la partición representa una **clase**, la cual es el grupo de unidades que comparten características comunes o que pertenecen a una misma categoría.

La partición de un conjunto en varias clases sirve para identificar grupos con características diferentes en el conjunto inicial, de modo que es posible dar una visión más precisa. En la medida que hay mas clases, la descripción es

más detallada. A partir de la identificación de clases y su caracterización es posible crear tipologías que permita visualizar las relaciones jerárquicas de inclusión que se presentan entre los elementos y los diferentes conjuntos. En una partición, las partes son excluyentes entre sí, es decir que los elementos que integran cada una de las partes no puede integrar a ninguna otra. Además, las partes son también exhaustivas, lo que implica que ningún elemento queda fuera de las partes (Hurtado de Barrera, 2010). De ésta manera, se esperaba que con este análisis se puedan crear clases diferentes, en donde se agrupen elementos específicos de cada una de las dimensiones de la autopercepción, donde se observe la caracterización específica de cada grupo y los elementos asociados. Además, con esto se pretendía observar las características que suelen agruparse en un conjunto, y como luego estas podrían tener una relación con otras variables, como en este caso, con la socialización.

En el análisis de cluster, los supuestos estadísticos comunes en otras técnicas multivariadas, como la normalidad, linealidad y la homocedasticidad, no tienen tanta relevancia. Sin embargo si se deben tomar en cuenta la representatividad de la muestra, y la multicolinealidad, planteada anteriormente (Tapia, 2007).

Por otro lado, fue necesario contrastar si cada uno de los grupos o clusters formados difieren entre sí con respecto a la variable socialización y a sus dimensiones. Es decir, comprobar si cada una de las combinaciones de los niveles de variables de la autopercepción (autoestima, autoimagen social y autoconcepto), tienen alguna relación con los niveles de la socialización, y si estas diferencias son estadísticamente significativas. Así mismo, fue necesario conocer qué efecto tiene el sexo entre estas relaciones. Sin embargo, no fue necesario llevar a cabo un Analisis de varianza ya que al formar los grupos se calculan las diferencias significativas de cada uno en relación a cada variable, incluso sexo.

Cada uno de los análisis se realizará mediante los programas de SPSS 18, Excel 2007 y SPAD 5.5. Donde se empleará el Excel para realizar los

gráficos del análisis exploratorio de datos, el SPSS 18 para los análisis descriptivos y el SPAD para realizar el análisis de clasificación automática.

La estructura de la base de datos se ordena tal como la planteada en la tabla 8. De esta forma en las filas se encontraran ubicados los casos, mientras que en las columnas cada uno de los ítems de cada instrumento, donde se denominara el instrumento y el ítem. De esta forma se ordenará así: (a) ACO1 para autoconcepto, (b) AES1 para autoestima, (c) AIM1 para autoimagen social y (d) S1 para socialización.

Tabla 8.

Estructura de la base de datos para cada ítem

	AES01	AES02…	AIM01…	AES01…	S1…	S2…
Caso 1						
Caso 2						
Caso 3						
Caso 4						

Por otra parte, una vez calculados los puntajes totales de cada instrumento se mostraron en las filas los casos, mientras que en las columnas se encontraran los puntajes totales de cada una de las variables, bajo la denominación PT (Puntaje Total) los puntajes totales computados de cada una de las escalas. Esa denominación fue acompañada de la abreviación de la escala o subescala, a cuyo puntaje hace referencia, tal como se observa en la tabla 9.

Tabla 9

Estructura de la base de datos para puntajes totales

	AESPT	AIMPT	ACSPT	SoPT	LidPT	AnsPT	…
Caso 1							
Caso 2							
Caso 3							
Caso 4							

Consideraciones éticas

Debido a la naturaleza del siguiente estudio, se garantizó el bienestar de los participantes a través de un trato respetuoso y digno de los mismos, así como un manejo cuidadoso, responsable y veraz de la información obtenida, pues la misma será analizada con detalle.

Resultó de gran importancia contar con el consentimiento de los participantes de la investigación, evitando por lo tanto, realizar cualquier conducta coercitiva que implique un compromiso u obligación de las personas a colaborar con este trabajo. De esta forma, las personas fueron libres de participar o negarse a la misma en cualquier momento. Así mismo, se garantizó la confidencialidad de los datos al no divulgar resultados personales ni solicitar ningún dato personal que permita relacionar las encuestas con los participantes. Por lo que que la información recopilada solo sirvió para establecer las relaciones entre las respectivas variables (Escuela de Psicología, 2002; American Psychological Association, 2010).

A las personas seleccionadas para el estudio se les informó tanto del procedimiento al cual fueron sometidos como de los objetivos de la investigación; lo que le permitió generar un consentimiento de forma voluntaria

basado en la información otorgada. Este consentimiento se efectuará al llenar el conjunto de cuestionarios e instrumentos que se les proporcionaran. Así mismo, se les informó a los participantes que tendrían la libertad de abandonar la investigación en cualquier momento, si así lo desean (American Psychological Association, 2010).

Por último, también se garantizó que la investigación no implica ningún tipo de daño permanente ni pasajeros para los participantes (American Psychological Association, 2010).

Análisis de datos

1. Descripción de la muestra

La muestra final del estudio estuvo conformada por 493 estudiantes de diferentes carreras de la Universidad Católica Andrés Bello, pertenecientes a las escuelas de Psicología, Administración y Contaduría, Letras, Economía, Comunicación Social, Ciencias Sociales, Educación, Derecho e Ingeniería (Civil, Informática, Telecomunicaciones e Industrial).

Esta muestra estuvo comprendida por 291 mujeres (59 %) y 202 hombres (41%). La edad estuvo comprendida entre 17 y 28 años, con una media de 20 años de edad, con una desviación de 1,9, por lo que casi el 60% de la población se encuentra entre los 18 y 22 años de edad. Se observa la presencia de tres datos extremos, el de 28 años, y dos de 26. La edad que se da más frecuentemente es la de 20 años (20% de las veces). La asimetría es de 0,56 lo que indica que los valores más extremos tienden a situarse por debajo de la media. Así mismo, la Curtosis es de -0,005 lo que indica que la distribución es similar a la normal. Esto se puede ver en el gráfico 3.

La edad media tanto para las mujeres como para los hombres, es de 20 años de edad. Para las primeras presentan una asimetría mayor que los hombres, siendo estas de 0,700 mientras que la de ellos es de 0,404. Al ser las dos asimetrías positivas se puede decir que la distribución por edad tanto en hombres como en mujeres, esta coleada hacia la derecha, agrupando los datos hacia los puntajes más bajos que la media. En el caso de la distribución de las mujeres, parece estar más cerca de una normal mesocurtica (Curtosis= 0,010), mientras que en el caso de los hombres la distribución pareciera alejarse ligeramente hacia una leptocurtica (Curtosis= 0,200).

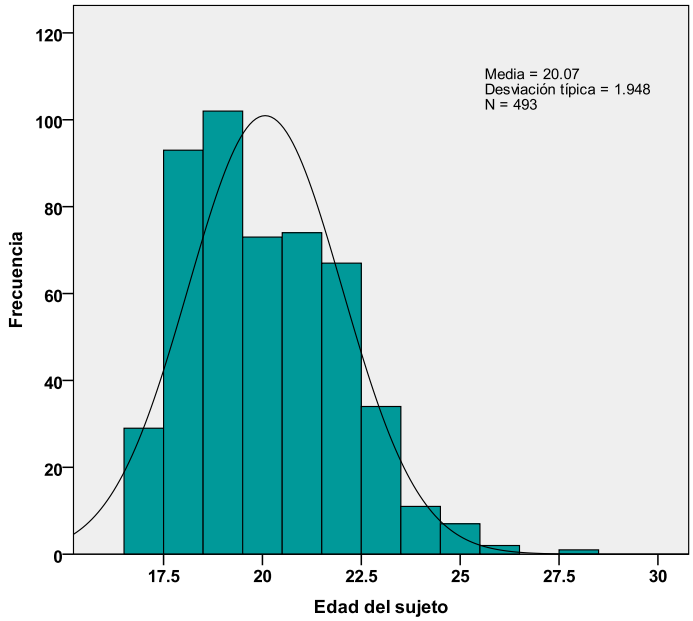


Gráfico 3. Histograma de las edades de la muestra final

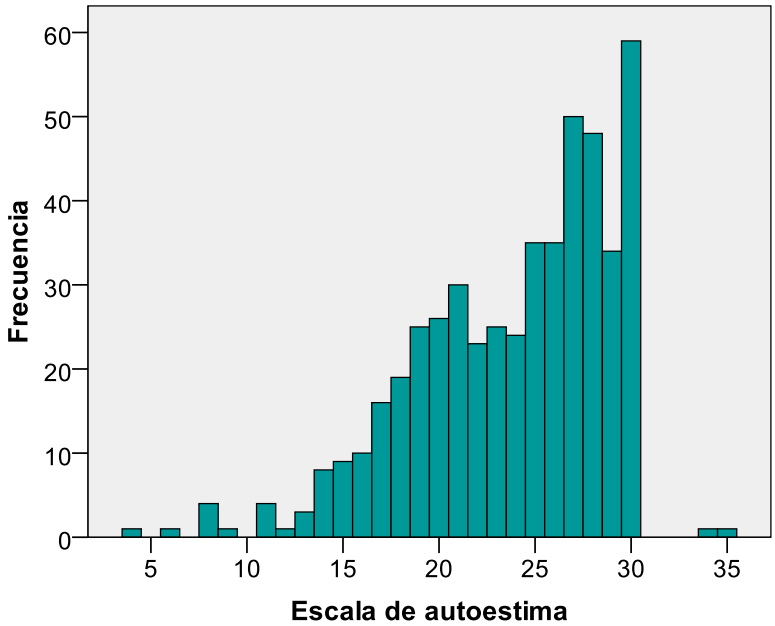


Gráfico 4. Histograma del puntaje total de Autoestima.

En relación a la autoestima, se encontró que la media general del grupo es de 24 puntos, con un rango que varía desde 4 a 35. La desviación típica es de 5,1 por lo que alrededor del 68% de la muestra se encuentra entre 19 y 29 puntos. La asimetría de esta distribución es de -0,815, lo que indica que se encuentra coleada positivamente, agrupando los datos a la derecha de la distribución. Así mismo, la Curtosis de 0,413 indica una tendencia a ser leptocurtica (ver gráfico 4).

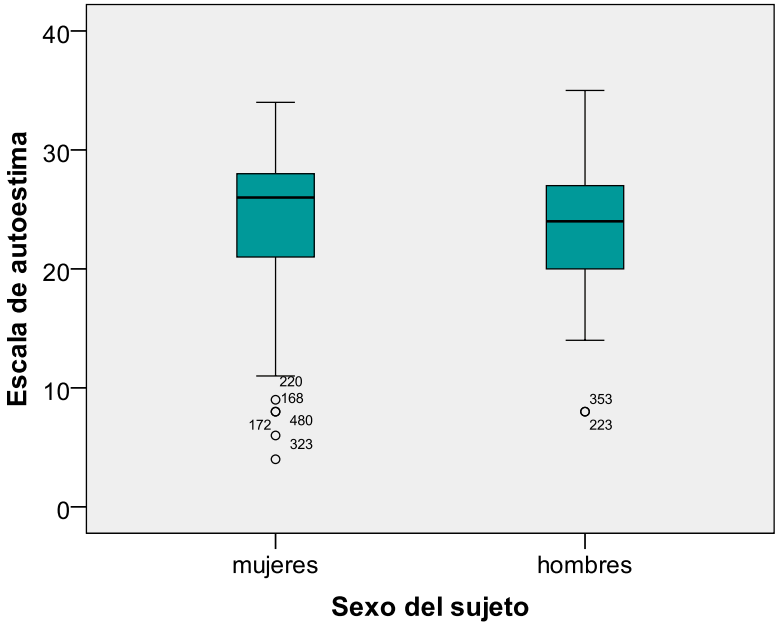


Gráfico 5. Caja y Bigote de los puntajes de Autoestima, por sexo.

Al observar la distribución de la Autoestima por género en el gráfico 5, se encontró que la media de las mujeres (Media= 24,13) es ligeramente más alta que la de los hombres (Media= 23,43). De igual manera, la distribución de las mujeres (As=-1,08) está coleada positivamente en mayor medida que la de los hombres (As=-0,382), lo que indica que en ambos casos los datos se agrupan hacia el lado derecho de la media. En relación a la Curtosis, se encontró que la distribución de las mujeres es leptocurtica (Curtosis= 0,95), mientras que la de los hombres platicurtica, cercana a la normal (Curtosis= -0,341). Se encontraron además casos extremos en ambas distribuciones, siendo cinco casos en las mujeres y dos en los hombres; los cuales se ubican en los puntajes más bajos.

Tabla 10.

Descriptivos para todas las variables, sin considerar el sexo

Estadísticos Descriptivos	Mínimo	Máximo	Media	Mediana	Desviación Típica	Asimetría	Curtosis
Edad	17	28	20,07	20	1,95	0,562	-0,005
Autoestima	4	30	23,84	25	5,1	-0,815	0,413
AF5 Laboral	0,43	9,90	7,03	7,25	1,71	-0,752	0,619
AF5 Social	1,50	9,90	7,34	7,55	1,67	-0,56	-0,19
AF5 Emocional	0,45	9,90	6,29	6,42	2,06	-0,337	-0,535
AF5 Familiar	1,38	9,90	8,03	8,47	1,71	-1,10	0,647
AF5 Físico	0,37	9,90	6,30	6,46	1,89	-0,398	-0,224
BAS3 Consideración	2	13	10,96	12	2,22	-1,24	1,02
BAS3 Autocontrol	3	14	10,13	10	2,65	-0,58	-0,32
BAS3 Retraimiento	0	19	2,88	2	3,2	1,52	2,52
BAS3 Ansiedad	0	12	3,92	3	2,6	0,58	-0,39
BAS3 Liderazgo	0	12	7,31	8	3,0	-0,33	-0,69
AI Pareja	16	49,11	33,64	33,92	5,99	-0,131	-0,538
AI Amigos	18,38	46,32	33,82	33,82	4,75	-0,179	0,32
AI Padres	17,86	47,32	34,56	34,82	5,49	-0,238	-0,30
AI Jefes	13,89	50	31,86	31,25	6,11	0,311	-0,08
AI Extraños	9,38	48,44	32,76	32,81	6,07	-0,110	0,21
AI Física	11,67	49,17	34,55	34,16	5,68	-0,1	0,16
AI Volitiva	13,24	50	34,40	34,55	6,02	-0,16	0,04
AI Intelectiva	15,79	45,39	31,19	30,92	4,81	0,15	0,49
AI Social	19,20	45,54	33,28	33,03	4,67	0,04	-0,08
AI Percepción	34,52	90,48	66,06	65,47	8,89	0,02	0,21
AI Valoración	33,81	92,57	64,04	66,21	9,02	0,00	0,38
AI Importancia	0	100	61,23	60	15,67	-0,45	0,75

Con respecto a las escalas del Autoconcepto, se calcularon también los estadísticos descriptivos, obteniendo para el factor 1, el Académico/Laboral, una media de 7,03, estando el 50% de la distribución entre 5 y 9 puntos (DT= 1,71). La distribución obtuvo una asimetría de -0,752 y una Curtosis de 0,619, lo que indica que la distribución es cercana a la leptocurtica, con unos valores agrupados hacia la derecha de la media.

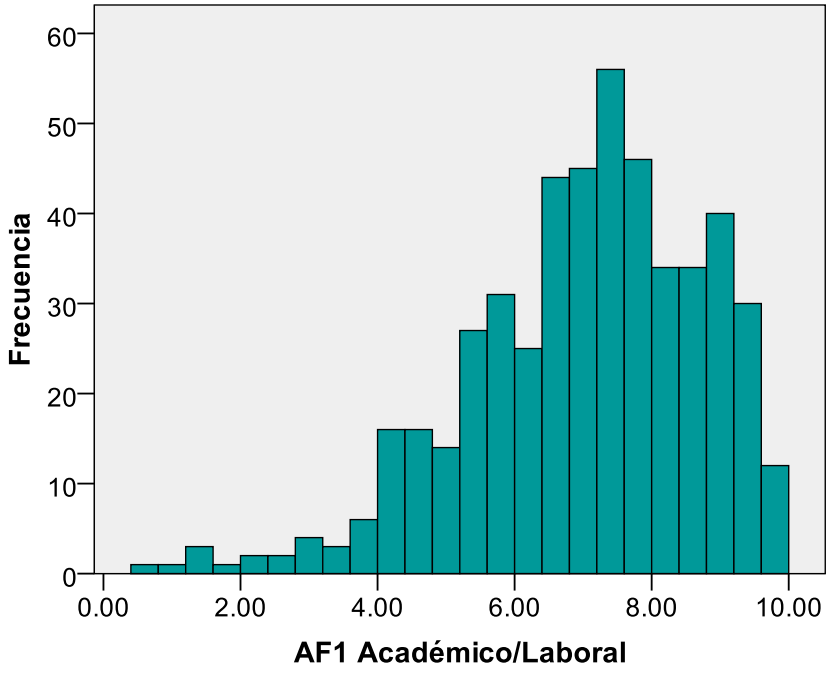


Gráfico 6. Histograma del puntaje del Autoconcepto Académico Laboral

Al explorar esta distribución por sexo, se encontró que las mujeres tienen una media ligeramente mayor (Media= 7,24) que los hombres (Media= 6,73) en los puntajes del autoconcepto Académico/Laboral (ver gráfico 7). En las mujeres, el 50% de los datos se encuentran entre 5 y 9 puntos (DT= 1,56), mientras que en los hombres, estos datos varían entre 4 y 8 puntos (DT= 1,88). La asimetría en ambas distribuciones es negativa (Asm= -0,536; Ash= -0,809), es decir los datos se encuentran coleados positivamente, en donde la mayor parte de los datos se encuentran hacia el lado derecho de la distribución. Sin

embargo, la distribución de las mujeres se acerca en mayor medida a la mesocurtica (Curtosis= -0,03) que la de los hombres, la cual es leptocurtica (Curtosis= 0,601).

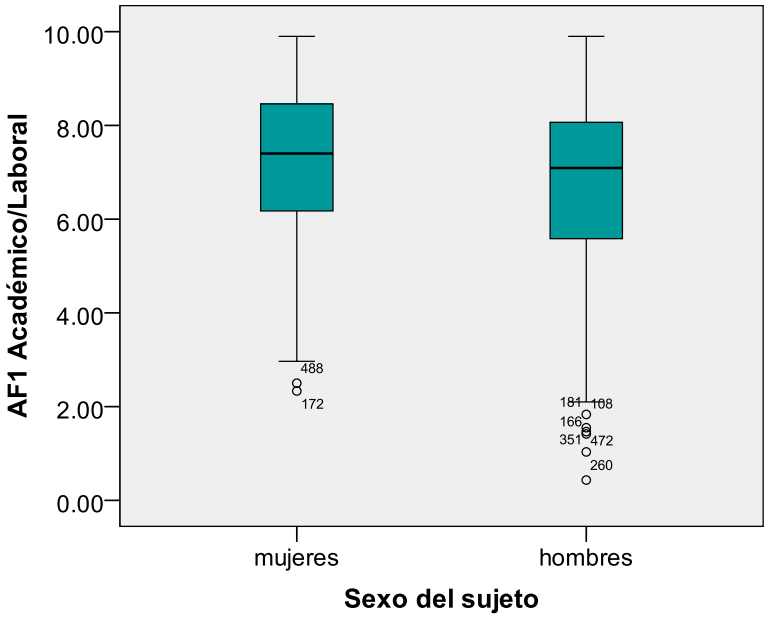


Gráfico 7. Caja y bigote del puntaje del Autoconcepto Académico Laboral, por sexo.

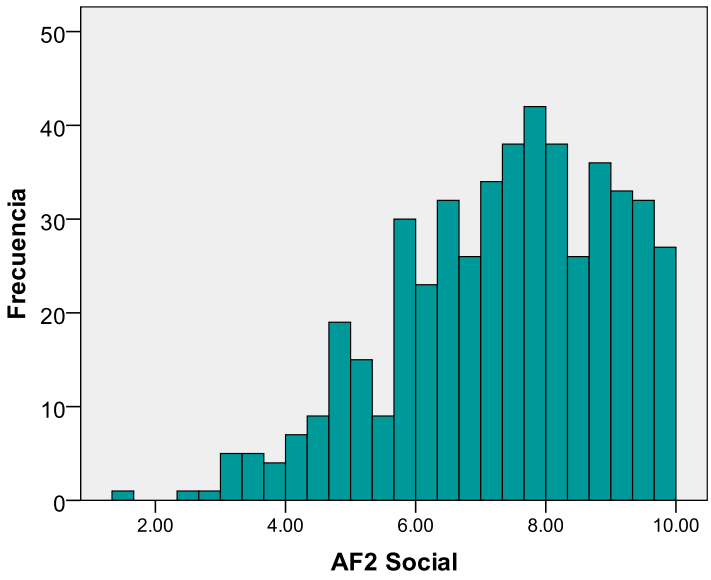


Gráfico 8. Histograma del puntaje del Autoconcepto Social

En relación al factor 2 de autoconcepto, el Social, se encontró una media general de 7,34, en donde el 50% de la distribución se encuentra entre 5 y 9 puntos (DT= 1,67). Así mismo, posee una distribución coleada positivamente, en donde los datos se ubican hacia los puntajes superiores a la media (As= -0,56), y es similar a la mesocurtica (Curtosis= -0,19).

Tabla 11.

Estadísticos descriptivos de las dimensiones de autoconcepto, divididos por sexo

Estadísticos Descriptivos		**Mínimo**	**Máximo**	**Media**	**Desviación Típica**	**Asimetría**	**Curtosis**
AF5 Laboral	M	2,33	9,9	7,23	1,56	-0,536	-0,03
	H	0,43	9,90	6,73	1,88	-0,809	0,601
AF5 Social	M	2,53	9,90	7,46	1,62	-0,659	-0,045
	H	1,50	9,9	7,17	1,71	-0,426	-0,294
AF5 Emocional	M	0,72	9,9	6,23	2,08	-0,329	-0,616
	H	0,45	9,9	6,38	2,02	-0,345	-0,399
AF5 Familiar	M	2,78	9,9	8,16	1,68	-1,18	0,719
	H	1,38	9,9	7,85	1,73	-1,014	0,641
AF5 Físico	M	0,37	9,9	6,12	1,83	-0,377	-0,153
	H	1,05	9,9	6,55	1,92	-0,48	-0,234

También se encontró que la media de las mujeres en el autoconcepto Social (Media= 7,46), es ligeramente mayor que en los hombres (Media= 7,17). En ambos grupos el 50% de los datos se encuentran entre 5 y 9 puntos (DTm= 1,62; DTh= 1,70). Así mismo, la distribución de ambos sexos esta coleada positivamente, en donde los datos se ubican hacia la derecha de la media (Asm=-0,66; Ash= -0,426). Sin embargo, la distribución de las mujeres se acerca en mayor medida a la mesocurtica (Curtosis= -0,45) que la de los hombres, la cual es ligeramente leptocurtica (Curtosis= -0,29).

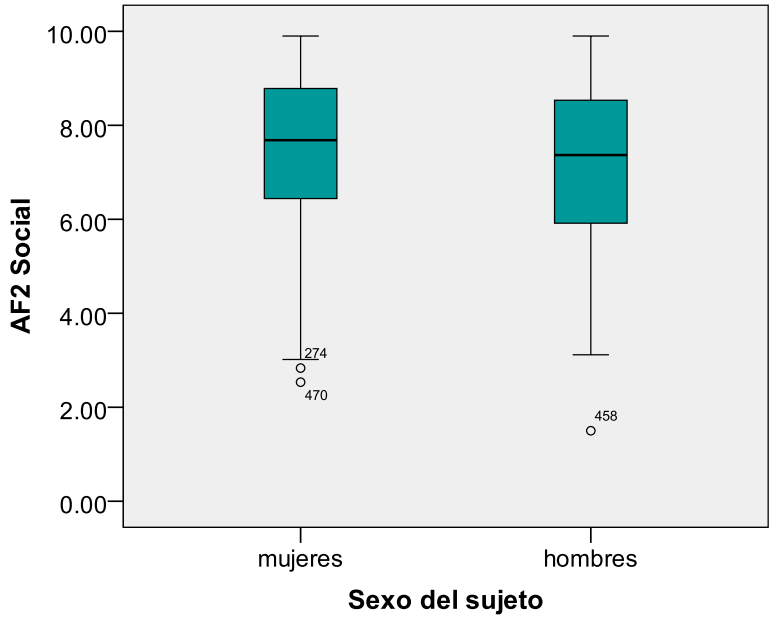


Gráfico 9. Caja y bigote del puntaje del Autoconcepto Social, por sexo

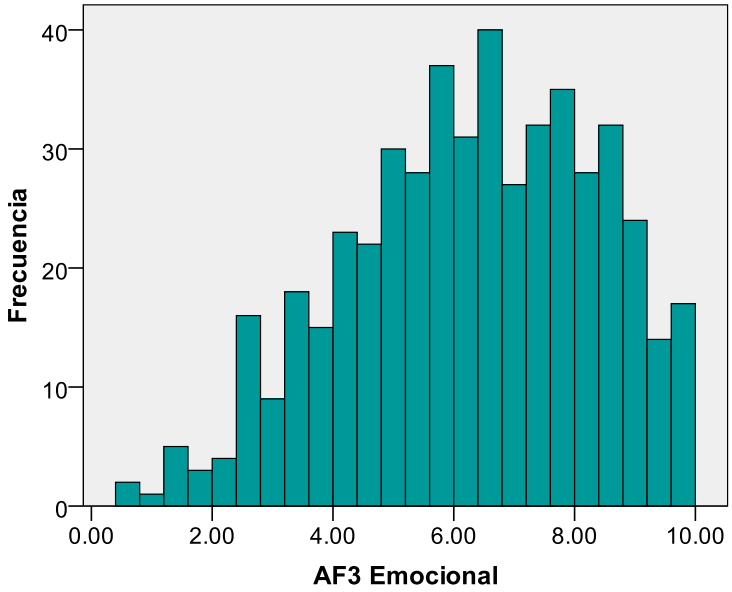


Gráfico 10. Histograma del puntaje del Autoconcepto Emocional

Con respecto al valor 3, correspondiente al Emocional (gráfico 10), se encontró una media de 6,29, y alrededor del 50% de los datos se encuentran entre 4 y 8 puntos (DT= 2,06). Así mismo, la distribución del autoconcepto

emocional se encuentra coleada positivamente (As=-0,34), en donde los datos se ubican al lado derecho de la media; con una Curtosis de -0,535.

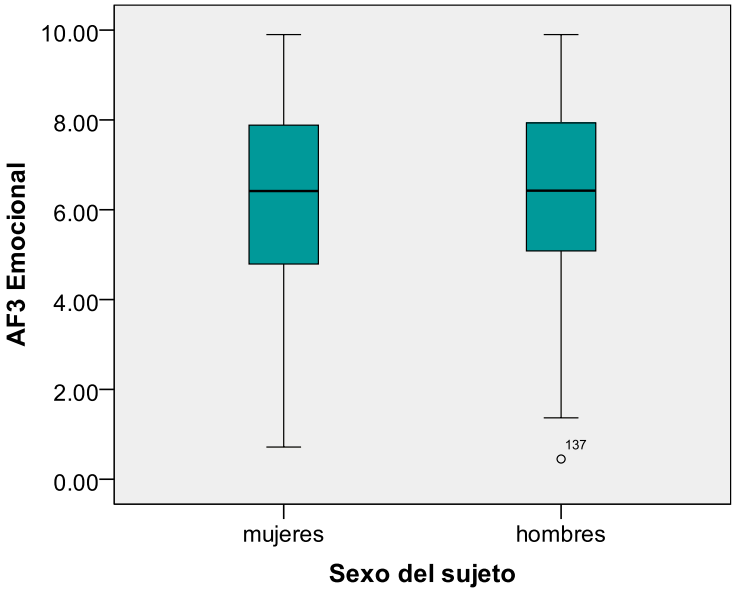


Gráfico 11. Caja y bigote del puntaje del Autoconcepto Emocional, por sexo

El autoconcepto emocional tiene valores muy similares en hombres (Media= 6,38) y en mujeres (Media= 6,23), tal como se puede observar en el gráfico 11. El 50% de los datos del autoconcepto emocional, tanto en la muestra de hombres como en la de mujeres, varía entre 4 y 8 puntos (DTh= 2,02; DTm= 2,08). En relación a la asimetría de las distribuciones, se encontró que ambas se encuentran ligeramente coleadas hacia la izquierda, en donde la mayor parte de los datos se ubica a la derecha de la media (Asm= -0,33; Ash= -0,35). La Curtosis de ambas distribuciones se acerca a una platicurtica, siendo esta tendencia mayor en la muestra de mujeres (Curtosis= -0,616) que en la de hombres (Curtosis= 0,399).

El factor 4 de autoconcepto, el Familiar, arroja una media de 8,03, siendo el puntaje más alto de los cinco factores. Cerca del 50% de los datos se ubican entre 6 y 10 puntos (DT= 1,71). La asimetría es de -1,1 y la Curtosis de 0,64, por lo que es una distribución tendiente a la leptocurtica, coleada positivamente. Esto se puede observar en la gráfica 12.

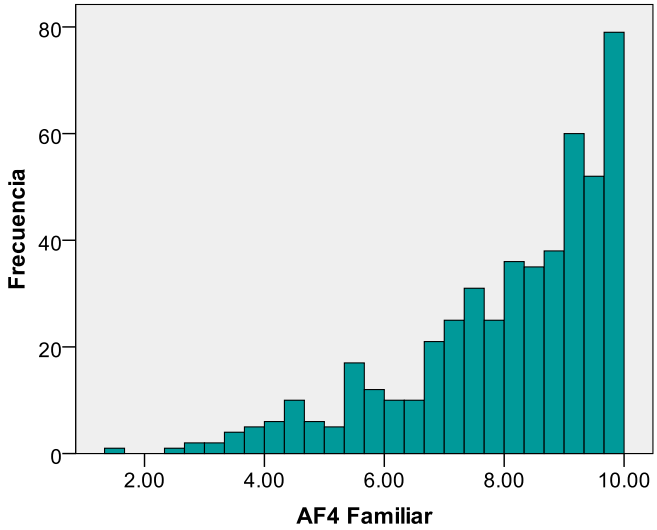


Gráfico 12. Histograma del puntaje del Autoconcepto Familiar

En relación al sexo, se encontró que las mujeres (Media= 8,16) tienen una media mayor de autoconcepto familiar que los hombres (Media= 7,85). La desviación típica de la distribución de los hombres es de 1,73 y la de las mujeres de 1,68. La asimetría muestra que ambas distribuciones se colean hacia la izquierda, concentrando los datos por encima de la media (Asm=- 1,18; Ash= -1,01); y la Curtosis señala que ambas distribuciones se asemejan a una leptocurtica (CurtosisM= 0,72; CurtosisH= 0,64) (ver gráfico 13).

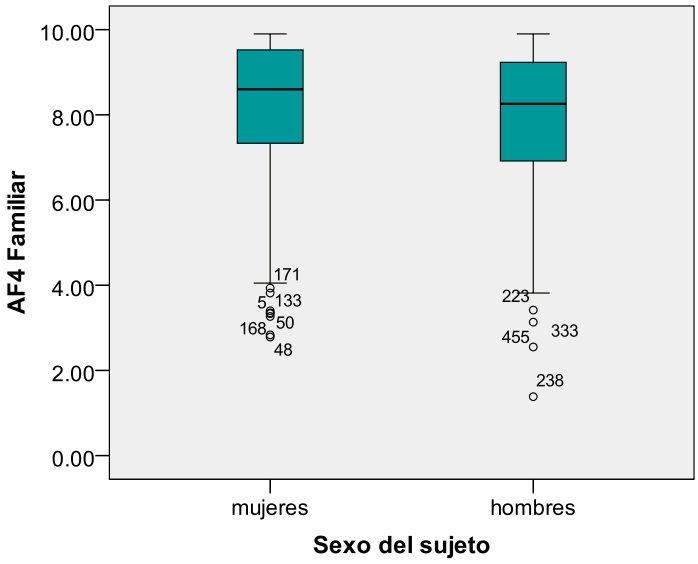


Gráfico 13. Caja y bigote del puntaje del Autoconcepto Familiar, por sexo

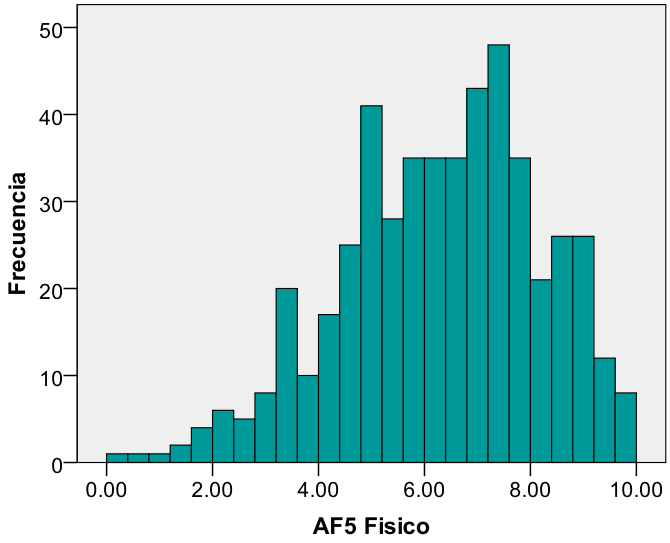


Gráfico 14. Histograma del puntaje del autoconcepto Físico

El quinto factor de autoconcepto, el físico, obtuvo una media general de 6,30, y el 50% de los datos se encuentran entre los valores 4 y 8 (DT= 1,89). Así mismo, la distribución se encuentra ligeramente coleada positivamente (As= -0,39) y con una tendencia a la mesocurtica (Curtosis= -0,22).

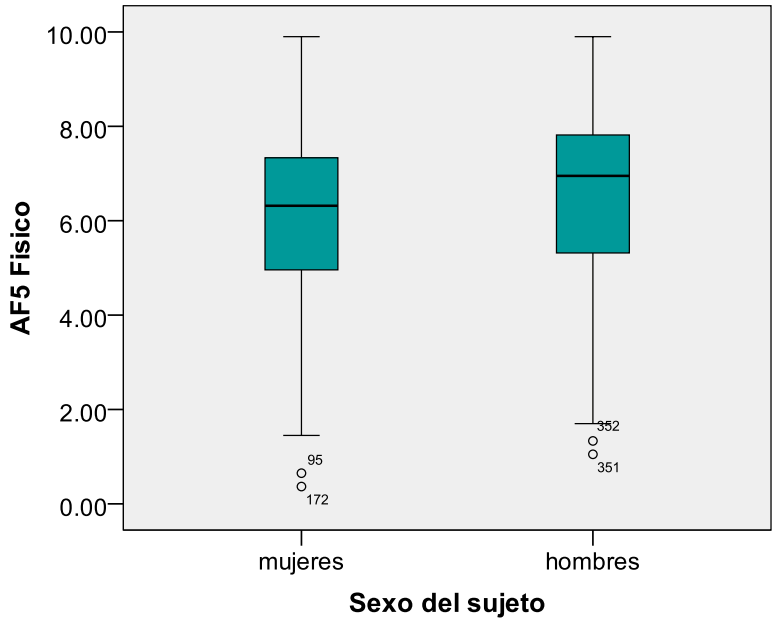


Gráfico 15. Caja y Bigote del autoconcepto físico en función del sexo

El autoconcepto físico de las mujeres (Media= 6,13) es ligeramente menor que el de los hombres (Media= 6,56), tal como se puede observar en el gráfico 15. En ambas muestras el 50% de los datos se encuentran entre 4 y 8 puntos (DTm= 1,83; DTh= 1,92). La asimetría en ambos casos es negativa, lo que indica que los datos se distribuyen hacia el lado superior de la media (Asm= -0,38; Ash= -0,48). Así mismo, en ambos casos, la distribucion se asemeja a una mesocurtica (CurtosisM= -0,14; CurtosisH= -,23).

Por otro lado, en relación a la distribución de los puntajes de Socialización, se calcularon los estadisticos descriptivos por cada una de las dimensiones del instrumento (ver tabla 10) y en funcion del sexo (ver tabla 12). En primer lugar, la dimension de Consideración por los demás, tiene una media de 10,96, con una desviación tipica de 2,22, lo que permite decir que al menos el 50% de los valores se encuentran entre 8 y 12. La distribución se encuentra coleada positivamente (As= -1,24) con una forma similar a la leptocurtica (Curtosis= 1,02), tal como se observa en el gráfico 16.

Tabla 12.

Estadísticos descriptivos de las dimensiones de Socialización en función del sexo.

Estadísticos Descriptivos		**Mínimo**	**Máximo**	**Media**	**Desviación Típica**	**Asimetría**	**Curtosis**
BAS3 Consideración	M	3	13	11,49	1,82	-1,48	2,23
	H	2	13	10,3	2,49	-0,91	0,02
BAS3 Autocontrol	M	3	14	10.20	2,47	-0,65	-0,18
	H	3	14	9,58	2,83	-0,453	-0,561
BAS3 Retraimiento	M	0	19	2,60	3,349	1,929	4,01
	H	0	13	3,22	2,92	0,916	0,249
BAS3 Ansiedad	M	0	12	4,05	2,61	0,708	-0,113
	H	0	11	3,58	2,59	0,496	-0,784
BAS3 Liderazgo	M	0	12	7,41	3,07	-0,37	-0,697
	H	0	12	7,19	2,97	-0,34	-0,702

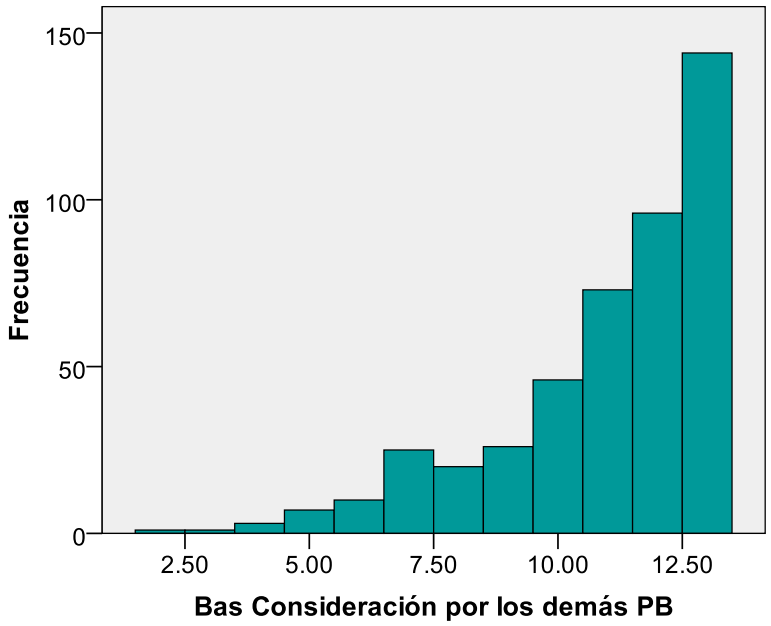


Gráfico 16. Histograma de la dimensión de consideración por los demás

Se encontró que la media general de la Consideración por los demás es un poco mayor en mujeres (Media= 11,49) que en hombres (Media= 10,22). Asi mismo, la desviación tipica en la muestra de mujeres es de 1,82 y en la de hombres de 2,53, lo que indica que la variabilidad de los datos es mayor en los hombres. La asimetría es negativa en los dos casos, por lo que la distribucion es coleada positivamente (Asm= -1,44; Ash= -0,86). Asi mismo se encontró que en las mujeres la distribución de datos se asemeja a una leptocurtica, mientras que en los hombres a una mesocurtica (CurtosisM= 2,02; CurtosisH= -,107). Se observa, además, la presencia de varios casos extremos en la muestra de mujeres, los cuales se ubican en los puntajes mas bajos (ver gráfico 17).

En relación a la dimension de Autocontrol, se encontró una media general de 10,13, con una desviación tipica de 2,65, lo que permite decir que al menos el 50% de los valores se encuentran entre 7 y 13. La distribución se encuentra coleada positivamente (As= -0,54) con una forma similar a la mesocurtica (Curtosis= -0,32).

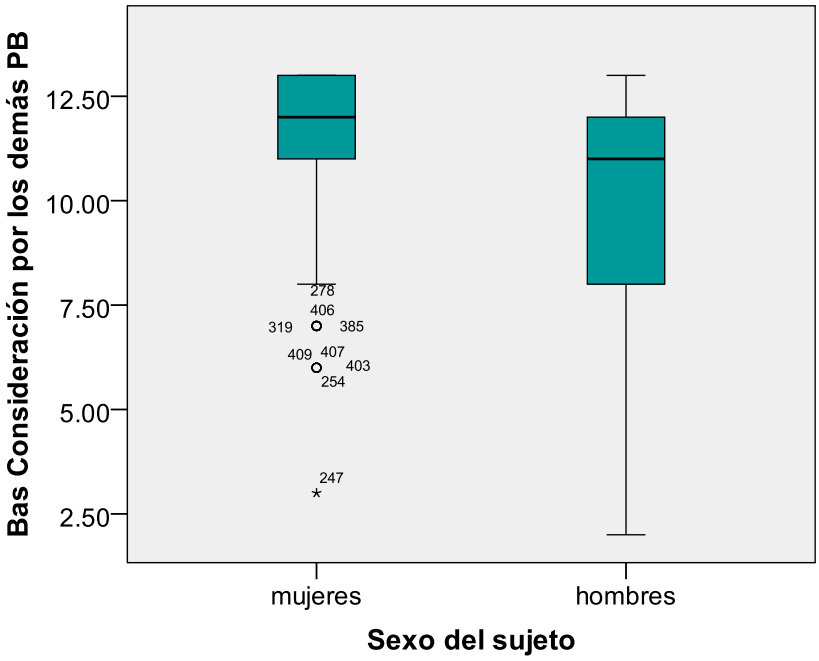


Gráfico 17. Caja y bigote de los puntajes de consideración por los demás en función del sexo

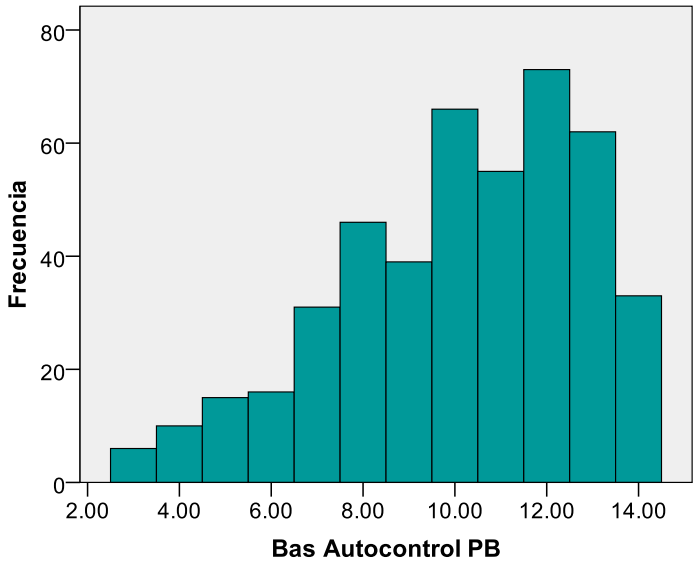


Gráfico 18. Histograma del puntaje de autocontrol en las relaciones sociales

En relación al sexo, se encontró que las mujeres (Media= 10,55) tienen una media mayor de autocontrol que los hombres (Media= 9,54). La desviación

típica de la distribución de los hombres es de 2,84 y la de las mujeres de 2,43. La asimetría muestra que ambas distribuciones se colean hacia la izquierda (ver gráfico 19), concentrando los datos en valores que se encuentran por encima de la media (Asm= -0,66; Ash= -0,39); y la Curtosis señala que la distribución de mujeres se asemeja a una mesocurtica (Curtosis= -0,09), mientras que la de hombres a una platicurtica; Curtosis= -0,64).

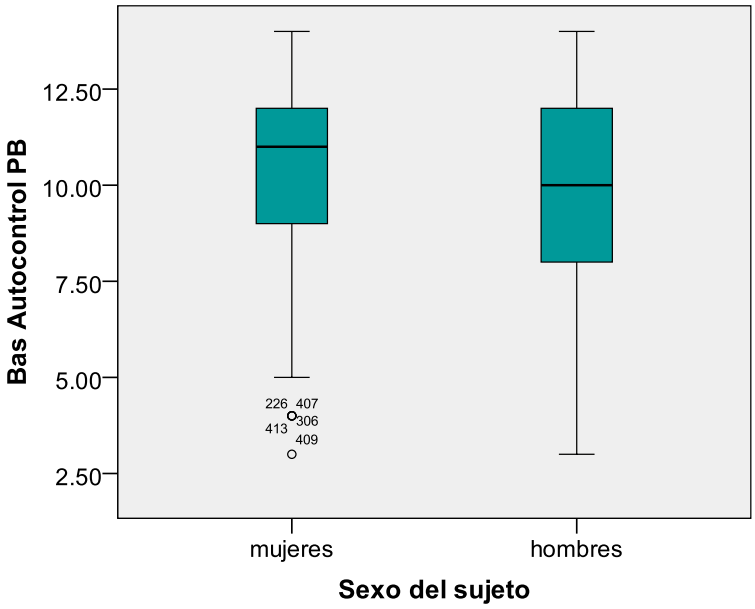


Gráfico 19. Caja y bigote de los puntajes de autocontrol en función del sexo

La dimensión de Retraimiento arroja una media de 2,88, además, alrededor del 50% de los datos se ubican entre 0 y 6 puntos (DT= 3,2). La asimetría es de 1,52 y la Curtosis de 2,52, por lo que es una distribución leptocurtica y coleada negativamente, en donde los datos se agrupan por debajo de la media, tal como se puede observar en el gráfico 20.

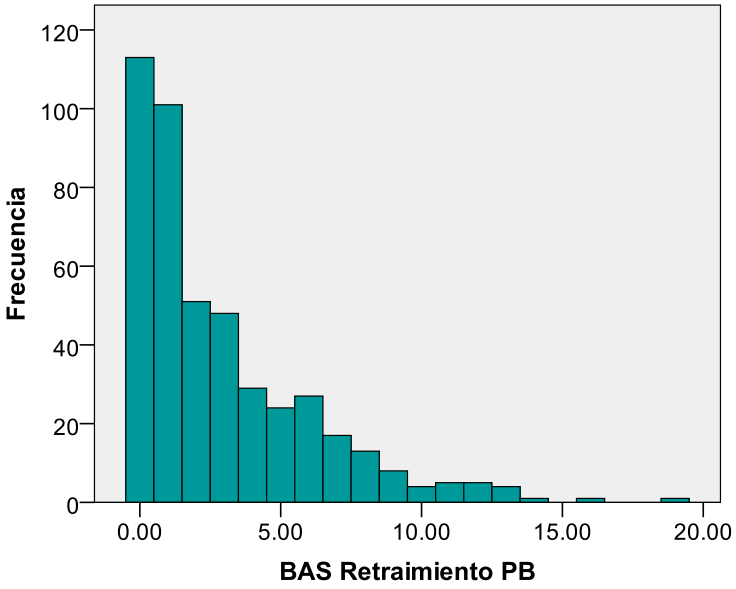


Gráfico 20. Histograma del puntaje de retraimiento

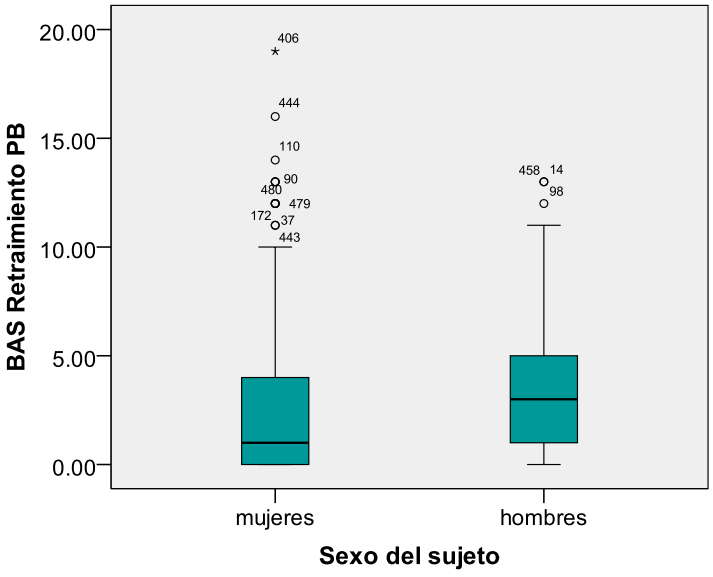


Gráfico 21. Caja y bigote de los puntajes de retraimiento en función del sexo

Se encontró que la media de Retraimiento es un poco mayor en hombres (Media= 3,32) que en mujeres (Media= 2,58). Asi mismo, la desviación tipica en la muestra de hombres es de 3,01 y en la de mujeres de 3,29, lo que indica que

la variabilidad de los datos es mayor en las mujeres. La asimetría es positiva en los dos casos, por lo que la distribucion es coleada negativamente (Ash= 0,93; Asm= 1,93), es decir, los datos se concenrtran por debajo de la media. Asi mismo se encontró que en las mujeres la distribución de datos se asemeja a una leptocurtica (Curtosis= 4,13), mientras que en los hombres a una mesocurtica (Curtosis= 0,31). Se observa, además, la presencia de varios casos extremos en ambas muestras, aunque en mayor medida en la de mujeres, los cuales se ubican en los puntajes mas altos (ver gráfico 21).

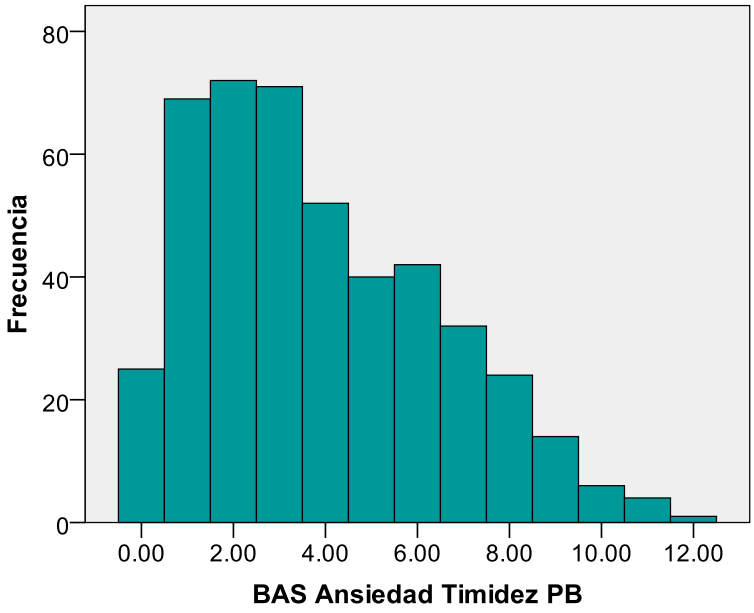


Gráfico 22. Histograma del puntaje de Ansiedad/Timidez

Por otro lado, en la dimensión de Ansiedad/Timidez se obtuvo una media general de 3,92, en donde alrededor del 50% de los datos se ubican entre 1 y 6 puntos (DT=2,6). La asimetría arrojó un valor de 0,58 y la Curtosis de -0,39, por lo que es una distribución tendiente a la platicurtica, coleada negativamente, donde los datos se suelen ubicar ala derecha de la distribución.

La dimensión de Ansiedad/timidez, arroja valores diferentes en hombres (Media= 3,64) y en mujeres (Media= 4,11). El 50% de los datos del autoconcepto emocional, tanto en la muestra de hombres como en la de

mujeres, varía entre 1 y 6 puntos (DTh= 2,56; DTm= 2,62). En relación a la asimetría de las distribuciones, se encontró que ambas son positivas, por lo que la mayor parte de los datos se ubica a la izquierda de la media (Asm= 0,69; Ash= 0,44). La Curtosis de ambas distribuciones es negativa, aunque en los hombres se acerca a una platicurtica (Curtosis= -0,82), y en la muestra de mujeres a una mesocurtica (Curtosis= -0,19).

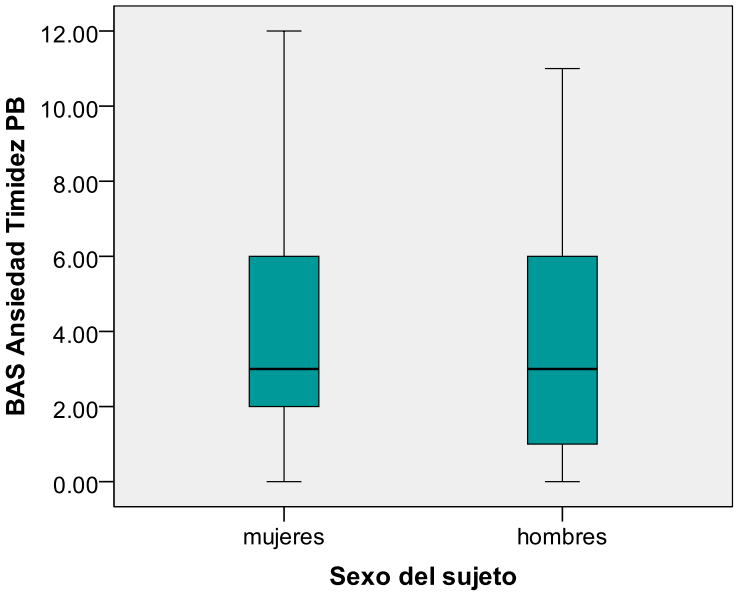


Gráfico 23. Caja y bigote de los puntajes de Ansiedad/Timidez en función del sexo

En relación a la última dimensión de Socialización, Liderazgo, se encontró una media general de 7,31, en donde el 50% de la distribución se encuentra entre 4 y 10 puntos (DT= 3). Así mismo, posee una distribución ligeramente coleada hacia la izquierda, en donde los datos se ubican hacia los puntajes superiores a la media (As= -0,33), y es similar a una distribución platicurtica (Curtosis= -0,69).

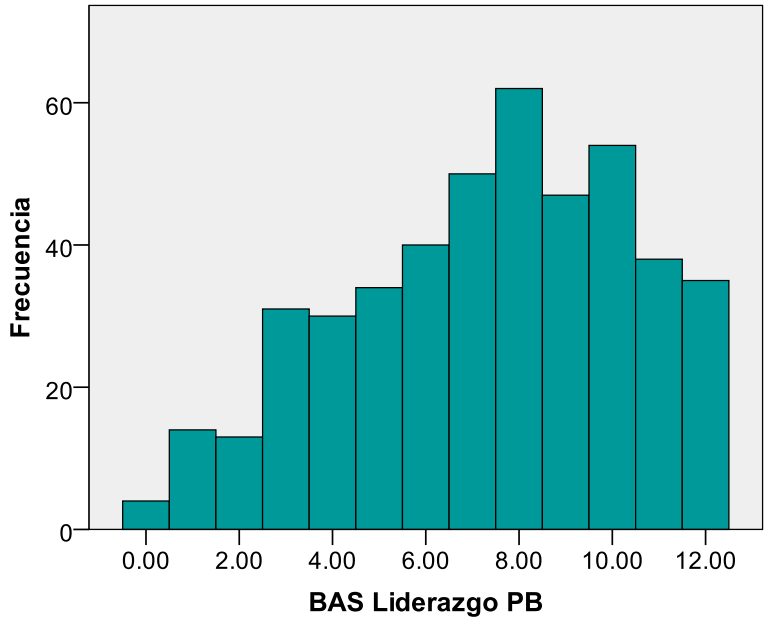


Gráfico 24. Histograma de los puntajes de liderazgo

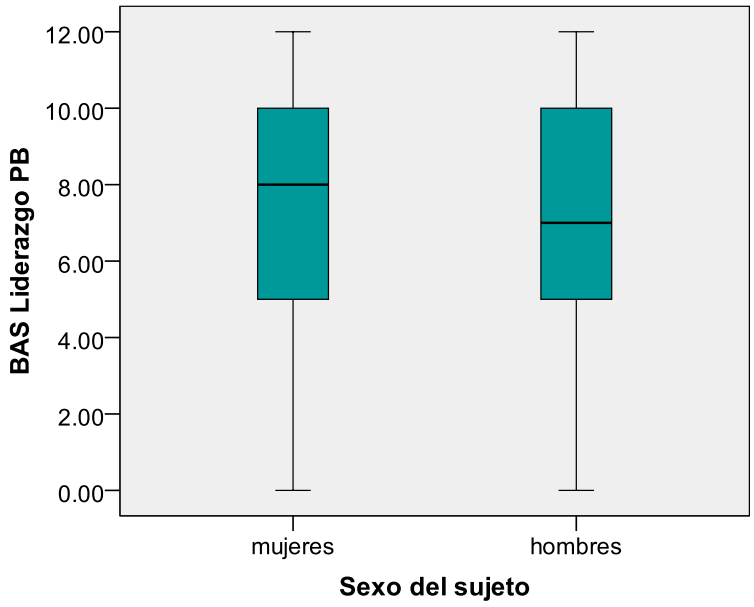


Gráfico 25. Caja y bigote de los puntajes de liderazgo en función del sexo

Se encontró que la media de Liderazgo es un similar tanto en hombres (Media=7,2) como en mujeres (Media= 7,38). Asi mismo, la desviación tipica en

la muestra de hombres es de 2,93 y en la de mujeres de 3, lo que indica que la variabilidad de los datos es similar en ambos sexos. La asimetría es negativa en los dos casos, por lo que la distribucion es coleada positivamente (Ash= -0,32; Asm= -0,35), es decir, los datos se concenrtran por encima de la media. Asi mismo, se encontró que en ambos casos la distribución de datos se asemeja a una platicurtica (CurtosisM= -0,71; CurtosisH= -0,65) (ver gráfico 25).

Tabla 13.

Estadísticos descriptivos para autoimagen perceptores en función del sexo

Estadísticos Descriptivos		**Mínimo**	**Máximo**	**Media**	**Desviación Típica**	**Asimetría**	**Curtosis**
Al Pareja	M	16,07	49,11	35,02	5,70	-0,39	-0,106
	H	16,96	46,43	31,66	5,85	0,248	-0,449
Al Amigos	M	19,12	46,32	34,39	4,35	-0,19	0,58
	H	18,38	46,32	32,99	5,19	-0,03	0,05
Al Padres	M	17,86	47,32	35,62	5,48	-0,495	0,03
	H	18,75	45,54	33,03	5,14	0,046	-0,212
Al Jefes	M	13,89	50	32,34	6,04	0,146	-0,034
	H	13,89	48,61	31,17	6,15	0,561	0,057
Al Extraños	M	9,38	46,88	33,41	5,98	-0,462	1,00
	H	16,41	48,44	31,84	6,09	0,384	-0,31

Los estadisticos descriptivos para Autoimagen se calcularon en base a las escalas que corresponden a las áreas y a las dimensiones correspondientes al marco teórico. Los estadisticos descriptivos generales se pueden observar en la tabla 10. Así mismo, para cada dimensión, área y factor se calcularon los estadisticos descritivos en fución del sexo. En la tabla 13 se muestran los descriptivos por sexo de las dimensiones.

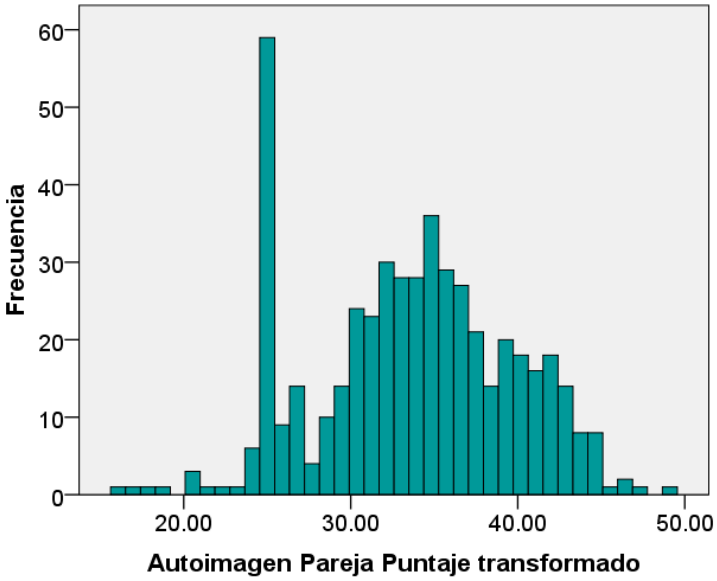


Gráfico 26. Histograma del puntaje de autoimagen pareja

Se encontró que la media general de Autoimagen en relación a la Pareja, fue de 16 puntos, en donde el 50% de la distribución se encuentra entre 11 y 21 puntos (DT= 5,99). La asimetría arrojó un valor de -0,131 y la Curtosis de -0,54, por lo que es una distribución tendiente a la platicurtica, coleada positivamente, donde los datos se suelen ubicar ligeramente a la izquierda de la distribución.

Se encontró una media más alta en mujeres (Media= 35,02) que en hombres (Media= 31,66) en relación a la Autoimagen de la pareja. La desviación tipica en la muestra de mujeres es de 5,70 y en la de hombres de 5,85, lo que indica que la variabilidad de los datos es similar en ambos sexos. La asimetría es negativa en el caso de las mujeres (As= -0,39) y positiva en los hombres (As= 0,24). Así mismo, se encontró que en ambos casos la distribución de datos se asemeja a una platicurtica, aunque esta tendencia es mayor en la muestra de hombres (Curtosis= -0,44) que en la de mujeres (Curtosis= -0,10), la cual se asemeja mas a una normal (ver gráfico 27).

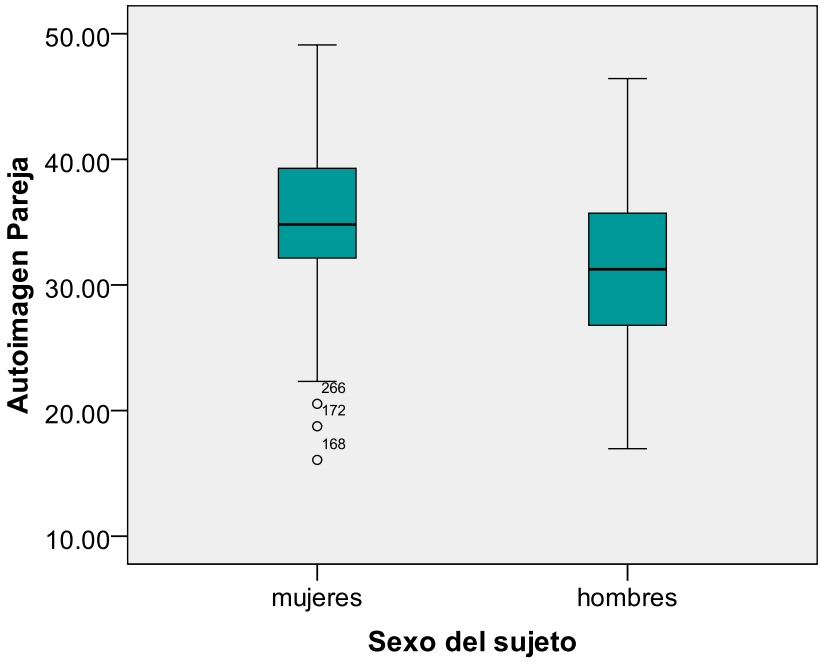


Gráfico 27. Caja y bigote de la autoimagen pareja en función del sexo

En relación a la Autoimagen relacionada con los amigos, se encontró una media general de 33,82 y una desviación tipica de 4,75, por lo que el 68% de la distribución se encuentra entre 28 y 38 puntos (DT= 4,75). La asimetría es negativa, aunque baja, por lo que la distribucion se encuentra ligeramente coleada positivamente (As= -0,179), es decir, los datos se concenrtran por encima de la media. Asi mismo, se encontró una Curtosis de 0,32, por lo que la distribución de datos se asemeja a una leptocurtica, tal como se puede observar en el gráfico 28.

Esta dimensión de Autoimagen Amigos, arroja valores diferentes en hombres (Media= 32,99) y en mujeres (Media= 34,39). El 68% de los datos de la Autoimagen Amigos varia en la muestra de hombres (DT= 5,19) de 28 a 38 puntos y en la de mujeres (DT= 4,35) de 30 puntos a 39. En relación a la asimetría de las distribuciones, se encontró que ambas son negativas, pero cercanas a cero, por lo que la mayor parte de los datos se ubica a la derecha de la media (Asm= -0,192; Ash= -0,03). La Curtosis de la distribución de los

hombres es de 0,05, por lo que se asemeja a una normal, mientras que la de las mujeres se acerca a una leptocurtica (Curtosis= 0,58) (ver gráfico 29).

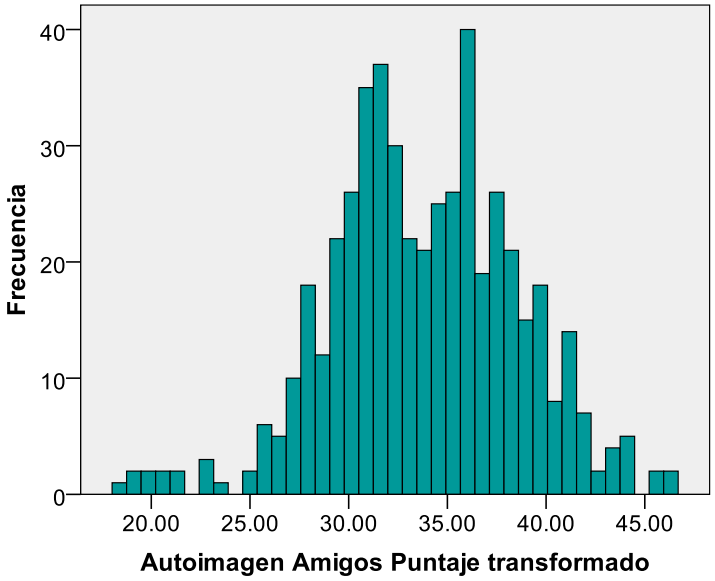


Gráfico 28. Histograma del puntaje de autoimagen amigos

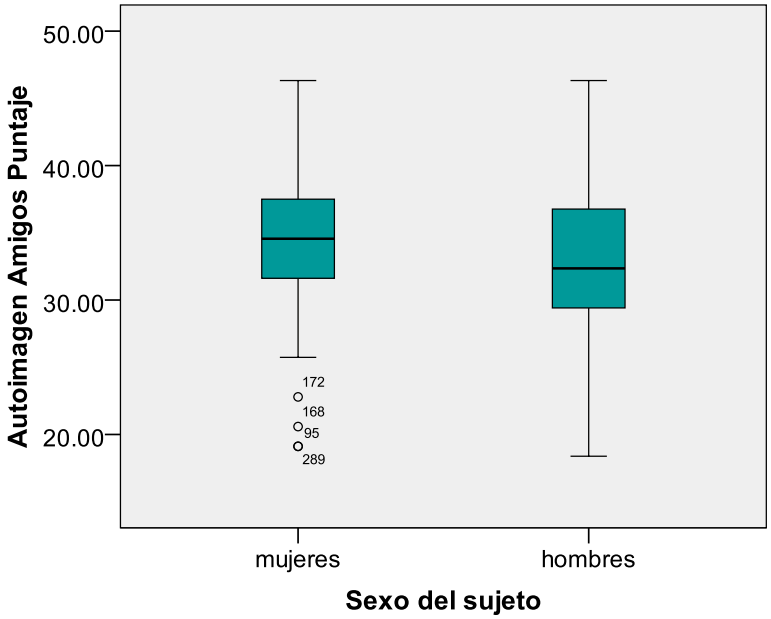


Gráfico 29. Caja y bigote de los puntajes de autoimagen amigos en función del sexo

Se encontró que la autoimagen de los Padres y de amigos tienen puntajes similares. En el caso de la Autoimagen de los padres, se evidenció una media general de 17,86, en donde el 50% de la distribución se encuentra entre 12 y 22 puntos (DT= 5,49). Así mismo, posee una distribución ligeramente coleada hacia la izquierda, en donde los datos se ubican hacia los puntajes superiores a la media (As= -0,23), y es similar a una distribución platicurtica (Curtosis= -0,30).

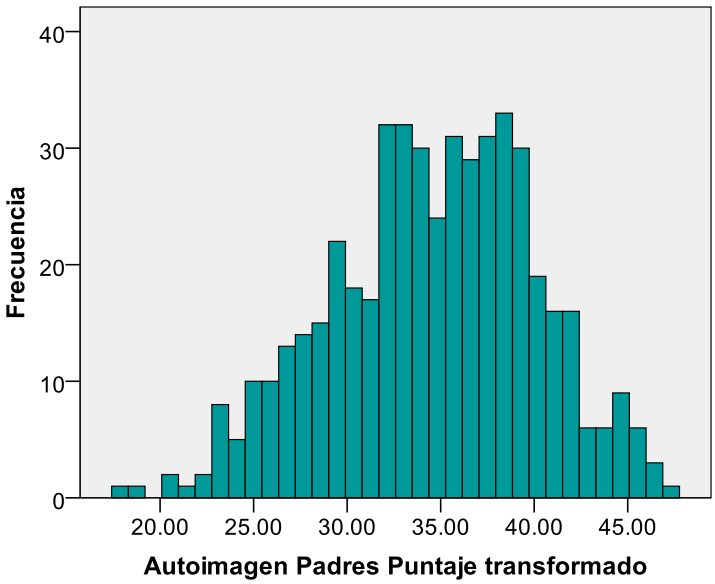


Gráfico 30. Histograma del puntaje de autoimagen padres

Se encontró que la media de Autoimagen de los Padres es un poco mayor en mujeres (Media= 34,39) que en hombres (Media= 32,99). Asi mismo, la desviación tipica en la muestra de hombres es de 5,19 y en la de mujeres de 4,35, lo que indica que la variabilidad de los datos es mayor en los hombres. La asimetría es negativa y baja en los dos casos, por lo que las distribuciones se colean ligeramente de forma positiva (Ash= -0,03; Asm= -0,19), es decir, los datos se concentran por encima de la media. Asi mismo, se encontró que en las mujeres la distribución de datos se asemeja a una leptocurtica (Curtosis= 0,58), mientras que en los hombres a una mesocurtica (Curtosis= 0,05). Se observa, además, la presencia de varios casos extremos en ambas muestras, aunque en

mayor medida en la de mujeres, los cuales se ubican en los puntajes mas bajos (ver gráfico 31).

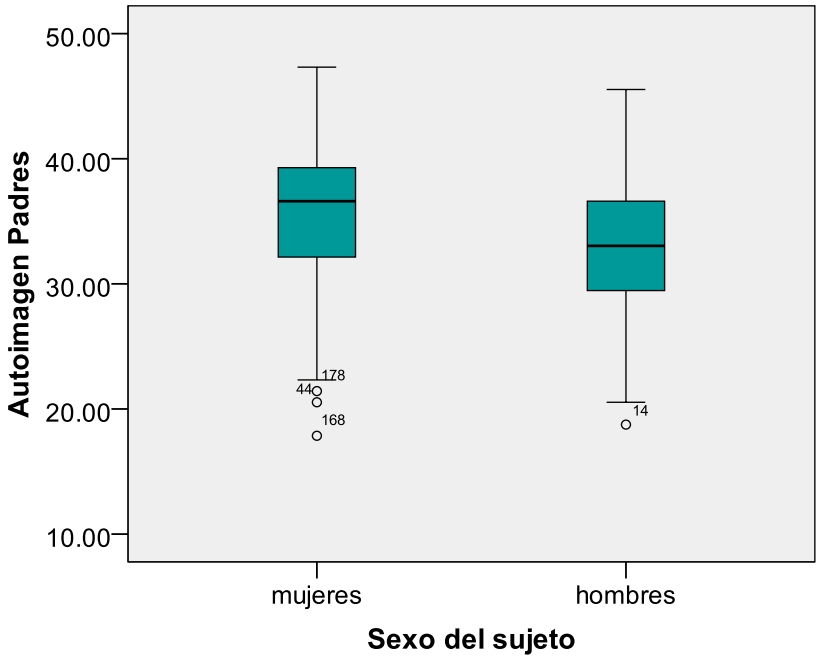


Gráfico 31. Histograma de los puntajes de autoimagen padres en función del sexo

Con respecto a la dimension de Autoimagen Jefes y profesores, se encontró una media general de 31,86, con una desviación tipica de 6,11, lo que permite decir que al menos el 68% de los valores se encuentran entre 25 y 37. La distribución se encuentra coleada negativamente (As= 0,31) con una forma similar a la mesocurtica (Curtosis= -0,08) (ver gráfico 32).

Al dividir estos resultados por sexo, se encontró que las mujeres (Media= 32,34) tienen una media ligeramente mayor de autoimagen de jefes y profesores que los hombres (Media= 31,17). La desviación típica de la distribución de los hombres es de 6,15 y la de las mujeres de 6,0, lo que indica que los datos varían entre 26 y 38 puntos, y entre 25 y 37 puntos, respectivamente. La asimetría muestra que ambas distribuciones se colean hacia la derecha, concentrando los datos en valores que se encuentran por debajo de la media (Asm= 0,15; Ash= 0,56); y la Curtosis señala que ambas

distribuciones se asemejan a una mesocurtica (CurtosisM= -0,03; CurtosisH= 0,06).

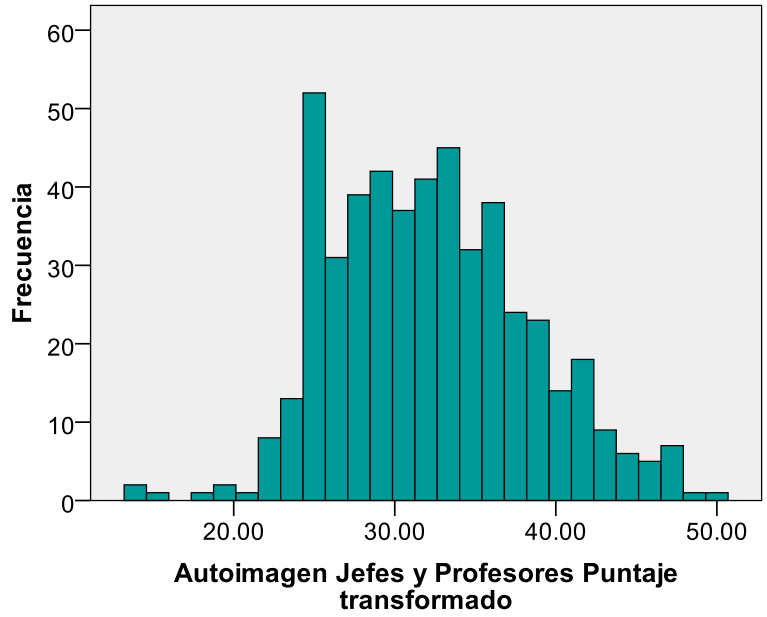


Gráfico 32. Histograma de los puntajes de autoimagen jefes y profesores

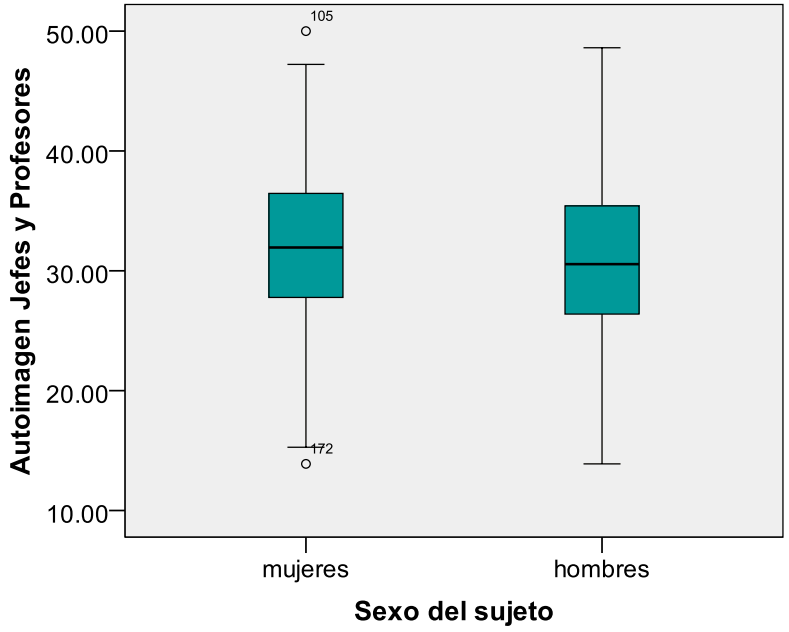


Gráfico 33. Caja y bigote de los puntajes de autoimagen jefes y profesores en función del sexo

En relación a la Autoimagen relacionada con los Extraños, se encontró una media general de 32,76 y una desviación tipica de 6,07, por lo que el 68% de la distribución se encuentra entre 26 y 38 puntos. La asimetría es negativa, aunque baja, por lo que la distribucion se encuentra ligeramente coleada positivamente (As= -0,11), es decir, los datos se concenrtran por encima de la media. Asi mismo, se encontró una Curtosis de 0,21, por lo que la distribución de datos se asemeja a una normal.

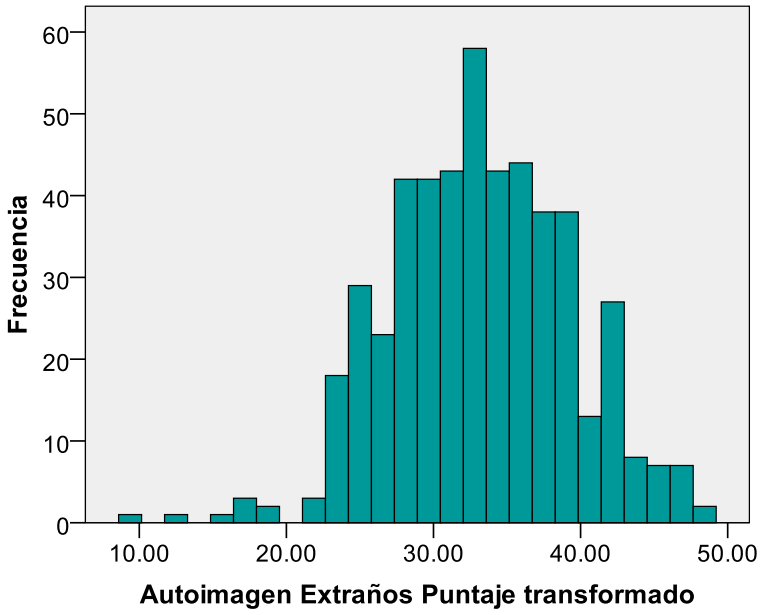


Gráfico 34. Histograma de los puntajes de autoimagen extraños

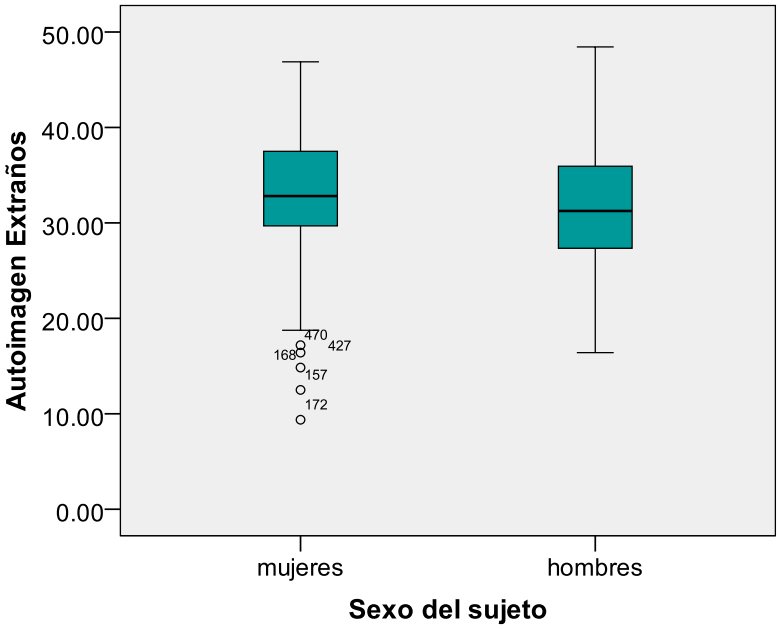


Gráfico 35. Caja y bigote de los puntajes de autoimagen extraños en función del sexo

Se evidenció que la media de Autoimagen en relación a los Extraños es un poco mayor en mujeres (Media= 33,41) que en hombres (Media= 31,84). Asi mismo, la desviación tipica en la muestra de hombres es de 6,09 y en la de mujeres de 5,98, lo que indica que la variabilidad de los datos es similar en ambos grupos. La asimetría es negativa (As= -0,46) en el caso de las mujeres por lo que la distribucion se colea de forma positiva, es decir, los datos se concentran por encima de la media; sin embargo, en el caso de los hombres ocurre lo contrario, ya que se encuentra una asimetría positiva de 0,38. En las mujeres la distribución de datos se asemeja a una leptocurtica (Curtosis= 1,01), mientras que en los hombres a una mesocurtica (Curtosis= -0,31). Además, se observa la presencia de varios casos extremos en la muestra de mujeres, los cuales se ubican en los puntajes mas bajos (ver gráfico 35).

Por otro lado, al hacer referencia a las áreas de la autoimagen, se encontró medias similares para la autoimagen fisica, volitiva, intelectiva y social, las cuales se pueden observar en la tabla 10. Asi mismo, los descriptivos por género para cada una de estas áreas, se pueden observar en la tabla 14.

Tabla 14.

Estadísticos descriptivos de la autoimagen por áreas en función del sexo

Estadísticos Descriptivos		Mínimo	Máximo	Media	Desviación Típica	Asimetría	Curtosis
AI Física	M	11,67	49,17	35,70	5,45	-0,356	1,098
	H	20	49,17	32,90	5,61	0,51	0,037
AI Volitiva	M	13,24	47,79	35,65	5,71	-0,389	0,49
	H	15,44	50	32,60	5,98	0,17	0,148
AI Intelectiva	M	15,79	45,39	31,43	4,78	0,18	0,65
	H	17,11	44,74	30,84	4,86	0,12	0,29
AI Social	M	20,09	45,54	33,99	4,49	-0,119	0,046
	H	19,20	45,09	32,24	4,73	0,313	0,12

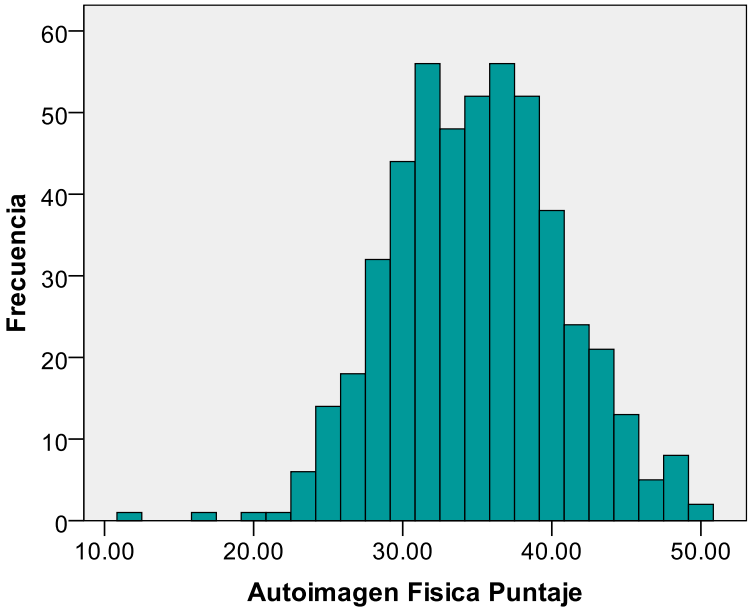


Gráfico 36. Histograma de los puntajes de autoimagen física

En este sentido, la autoimagen Fisica, tiene una media de 34,55 puntos, con una desviacion de 5,68. Asi mismo, cuenta con una asimetría negativa de -0,10, que indica que los datos se colean ligeramente de forma positiva; y una curtosis de 0,16, que indica una forma cercana a la normal.

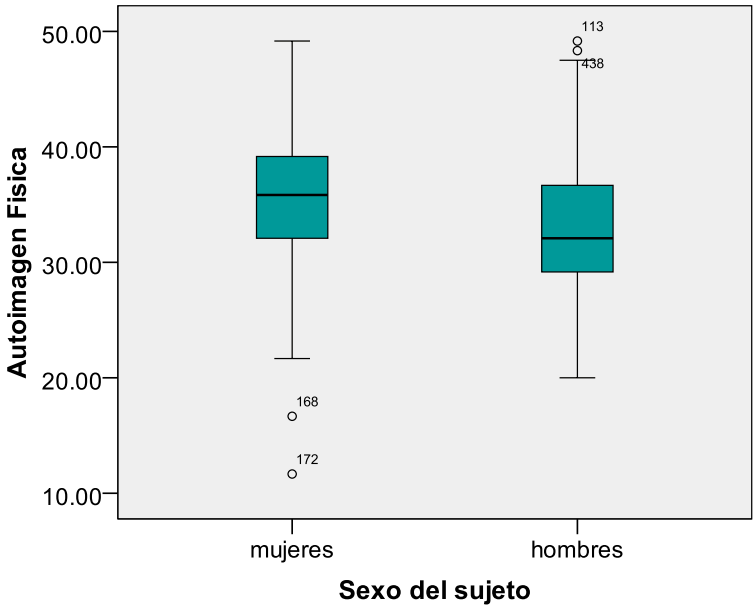


Gráfico 37. Caja y bigote de los puntajes de autoimagen física en función del sexo

Al dividir estos resultados por sexo, se encontró que las mujeres (Media= 35,70) tienen una media mayor de autoimagen física que los hombres (Media= 32,90). La desviación típica de la distribución de estos últimos es de 5,61 y la de las mujeres de 5,45, lo que indica que el 68% de los datos varían entre 27 y 37 puntos, y entre 30 y 40 puntos, respectivamente. La asimetría muestra que la distribución de los hombres se colea hacia la derecha, concentrando los datos en valores que se encuentran por debajo de la media (As= 0,51), mientras que la de las mujeres concentra los datos por encima de la media As= -0,36). La Curtosis señala que la distribución de los hombres (Curtosis= 0,03) se asemeja a una normal, mientras que la de mujeres es leptocurtica (Curtosis= 1,90).

La autoimagen Volitiva, tiene una media de 34,40 puntos, con una desviacion de 6,02. Asi mismo, cuenta con una asimetría negativa de -0,16, que

indica que los datos se colean ligeramente de forma positiva; y una curtosis de 0,04, que indica una forma cercana a la normal.

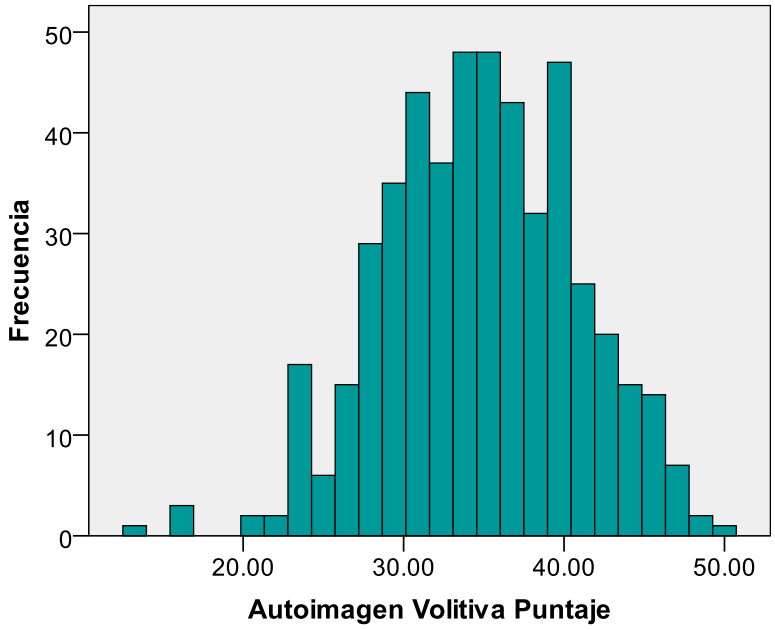


Gráfico 38. Histograma de los puntajes de autoimagen volitiva

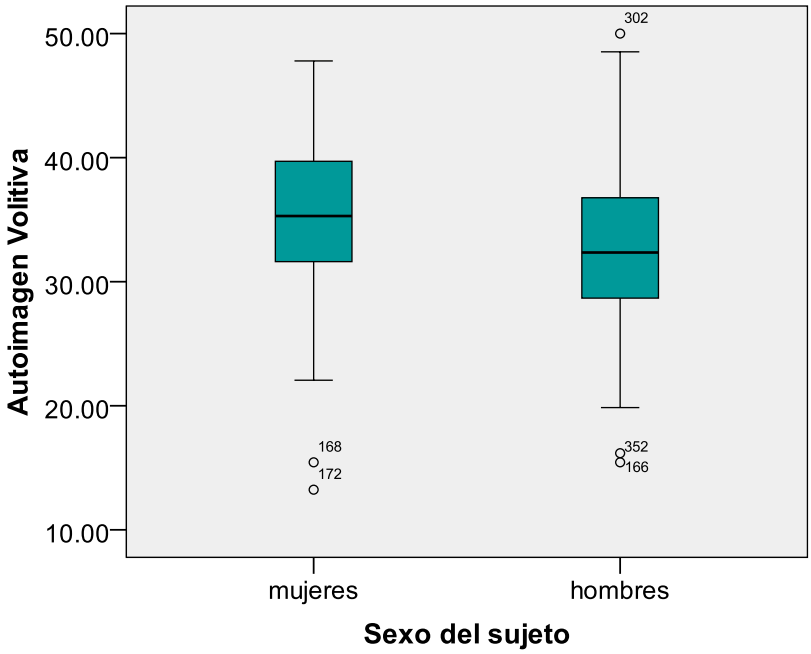


Gráfico 39. Caja y bigote de los puntajes de autoimagen volitiva en función del sexo

La dimensión de Autoimagen Volitiva, arroja valores diferentes en hombres (Media= 32,61) y en mujeres (Media= 35,65). El 68% de los datos de esta autoimagen, varia de 30 a 40 puntos (DT= 5,71) en mujeres y de 26 a 38 puntos (DT= 5,98) en hombres. En relación a la asimetría de las distribuciones, se encontró que en hombres es positiva (As= 0,18), por lo que la mayor parte de los datos se ubica a la izquierda de la media, mientras que en las mujeres es negativa (As= -0,38). La Curtosis de ambas distribuciones es positiva, lo que indica una tendencia a la Leptocurtica (CurtosisH= 0,15; CurtosisM= 0,49).

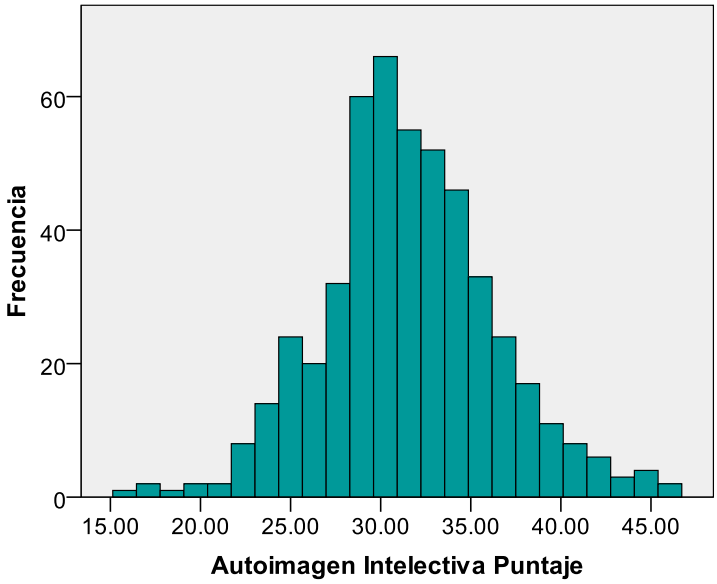


Gráfico 40. Histograma del puntaje de autoimagen intelectiva

Por otro lado, la autoimagen Intelectiva, tiene una media de 31,19 puntos, con una desviacion de 4,81. Asi mismo, cuenta con una asimetría positiva de 0,15, que indica que los datos se colean ligeramente de forma negativa; y una curtosis de 0,49, que indica una forma cercana a la normal, con una tendencia leptocurtica.

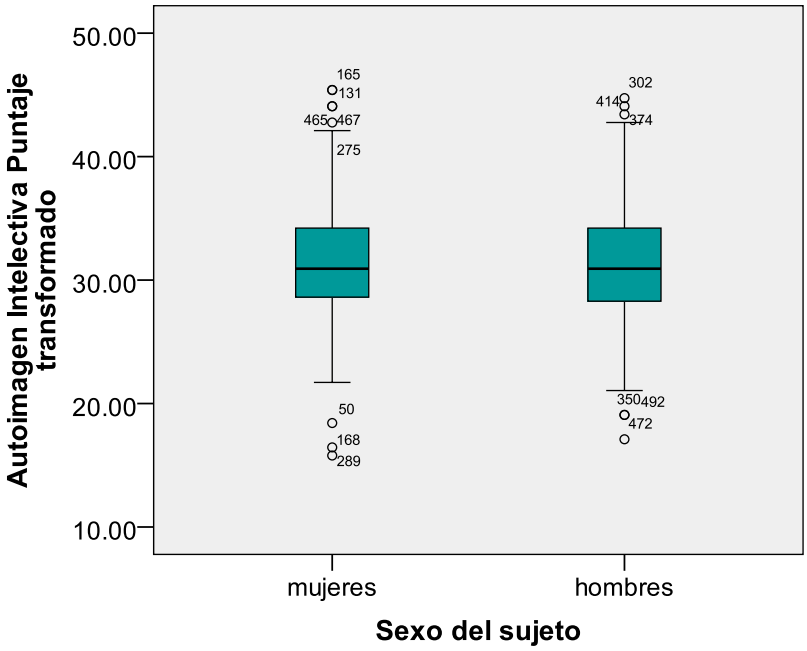


Gráfico 41. Caja y bigote de los puntajes de autoimagen intelectiva en función del sexo

Al dividir estos resultados por sexo, se encontró que las mujeres (Media= 31,43) tienen una media ligeramente mayor de autoimagen intelectiva que los hombres (Media= 30,85). La desviación típica de la distribución de estos últimos es de 4,86 y la de las mujeres de 4,78. Esto indica que el 68% de los datos varían entre 25 y 35 puntos, y entre 26 y 36 puntos, respectivamente. La asimetría muestra que la ambas distribuciones se colean hacia la derecha, concentrando los datos en valores que se encuentran por debajo de la media (Ash= 0,118; Asm=0,183). La Curtosis señala que la distribución de los hombres (Curtosis= 0,299) se asemeja a una normal, mientras que la de mujeres es leptocurtica (Curtosis= 0,65).

La autoimagen Social, tiene una media de 33,28 puntos, con una desviacion de 4,67. Asi mismo, cuenta con una asimetría positiva de 0,04, que indica que los datos se colean ligeramente de forma negativa; y una curtosis de -0,08, que indica una forma cercana a la normal, tal como se puede observar en el gráfico 42.

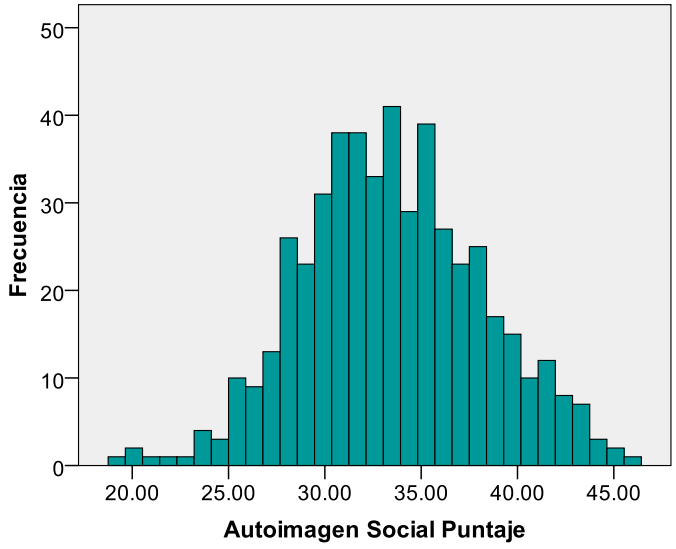


Gráfico 42. Histograma del puntaje de autoimagen social

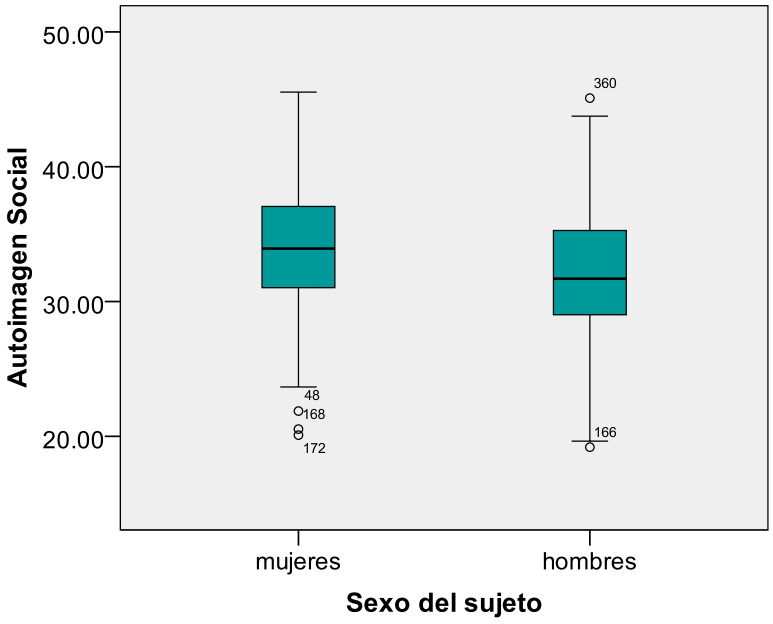


Gráfico 43. Caja y bigote de los puntajes de autoimagen social en función del sexo

Esta dimensión de Autoimagen Social, arroja valores un tanto similares entre hombres (Media= 32,24) y en mujeres (Media= 33,99). El 68% de los datos de esta área, varia de 28 a 36 puntos (DT=4,73) en hombres y de 29 a 38

puntos (DT= 4,49) en mujeres. En relación a la asimetría de las distribuciones, se encontró que en hombres es positiva (As= 0,33), por lo que la mayor parte de los datos se ubica a la izquierda de la media, mientras que en las mujeres es negativa (As= -0,12). La Curtosis de ambas distribuciones es positiva, lo que indica una ligera tendencia a la Leptocurtica, ya que predomina la similitud con la mesocurtica (CurtosisH= 0,12; CurtosisM= 0,46).

Finalmente, en relación a los factores de Autoimagen que se proponen en la teoría, es decir, Percepción, valoración e importancia, se calcularon los estadisticos descriptivos, encontrando que las medias generales varian alrededor de los sesenta puntos. En la tabla 10 se encuentran los descriptivos generales para estas dimensiones y en la tabla 15 se observan los descriptivos en función del género.

Tabla 15.

Estadísticos descriptivos para autoimagen dimensiones teóricas, en función del sexo

Estadísticos Descriptivos		**Mínimo**	**Máximo**	**Media**	**Desviación Típica**	**Asimetría**	**Curtosis**
AI Percepción	M	34,52	89,88	67,67	8,54	-0,30	0,74
	H	36,90	90,48	63,74	8,88	0,49	0,44
AI Valoración	M	35,81	92,57	68,61	8,46	-0,18	1,03
	H	42,57	91,89	64,78	9,33	0,35	0,25
AI Importancia	M	0	100	63,88	15,72	-0,65	1,45
	H	10	95	57,42	14,83	-0,27	0,22

Para el factor de Autoimagen Percepción se enontró un valor de 66,06, con una desviación tipica de 8,89, lo que indica que el 68% de los datos varía entre 58 y 74 puntos. Así mismo, posee una asimetría (As= 0,02) y una Curtosis (Curtosis= 0,21) cercanas a cero, lo que indica una semejanza con la distribución normal (ver gráfico 44).

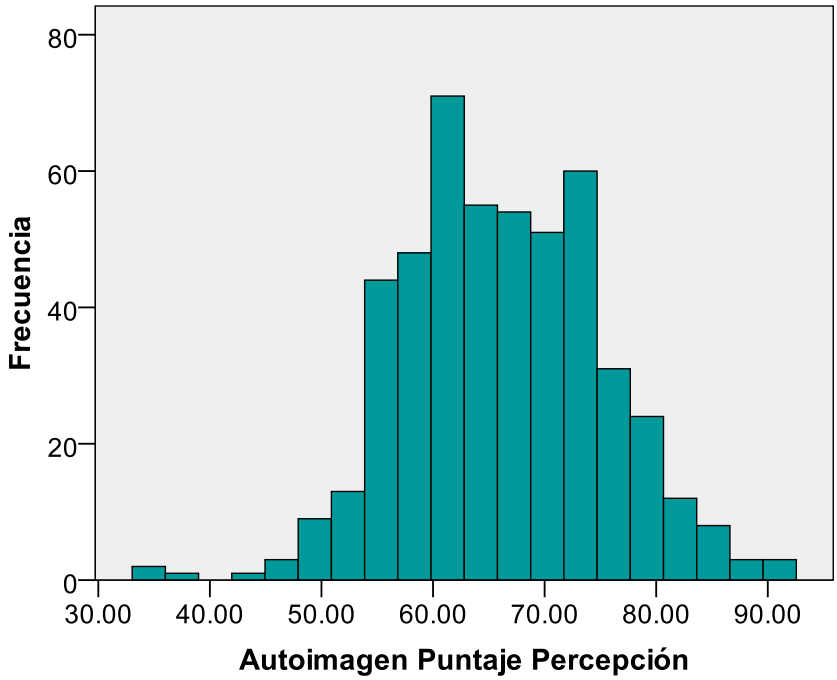


Gráfico 44. Histograma del puntaje de autoimagen percepción

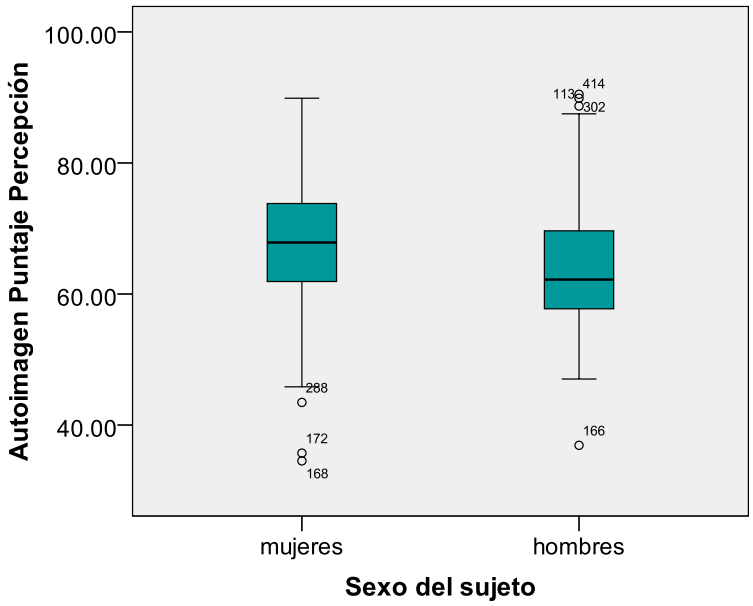


Gráfico 45. Caja y bigote de los puntajes de autoimagen percepción en función del sexo

Al explorar los descriptivos en función del sexo del factor de autoimagen Percepción, se encontró que las mujeres (Media= 67,67) tienen una media ligeramente mayor de autoimagen Percepción que los hombres (Media= 63,74). La desviación típica de la distribución de estos últimos es de 8,88 y la de las mujeres de 8,54. Esto indica que el 68% de los datos varían entre 55 y 69 puntos, y entre 59 y 75 puntos, respectivamente. La asimetría muestra que la distribución de los hombres es positiva, mientras que la de las mujeres es negativa (Ash= 0,49; Asm= -0,30). La Curtosis señala que ambas distribuciones son leptocurticas (CurtosisH= 0,44; CurtosisM= 0,74).

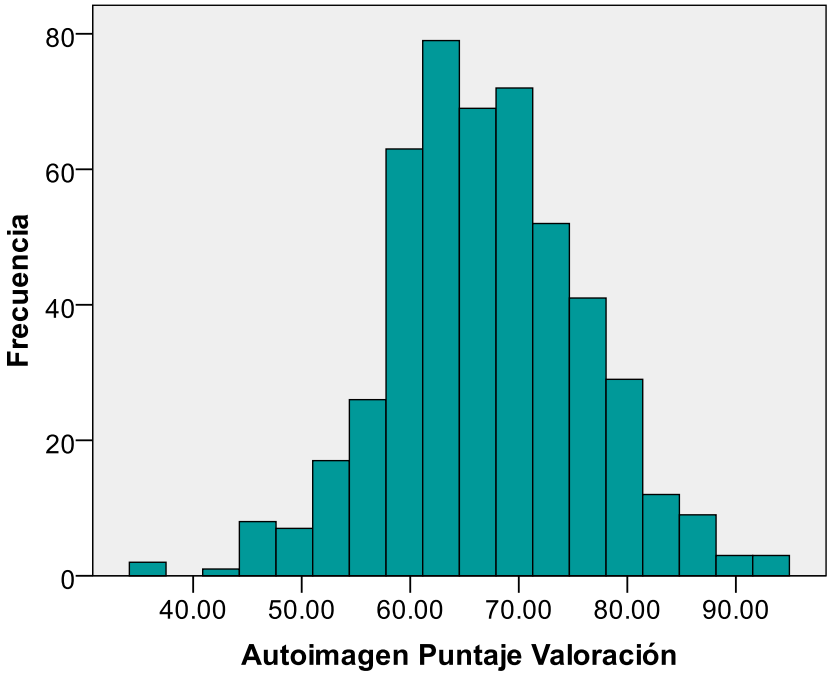


Gráfico 46. Histograma del puntaje de autoimagen valoración

La autoimagen Valoración, obtuvo una media similar al factor anterior, con un valor de 64,04 y una desviacion de 9,02. Esto indica que el 68% de los datos se ubican entre 55 y 73 puntos de autoimagen. La distribucion de este factor obtuvo una asimetria igual a cero, por lo que los datos se acomodan

alrededor de la media de forma simétrica. Asi mismo, la curtosis dio un valor de 0,38, lo que indica una tendencia a una distribución leptocurtica.

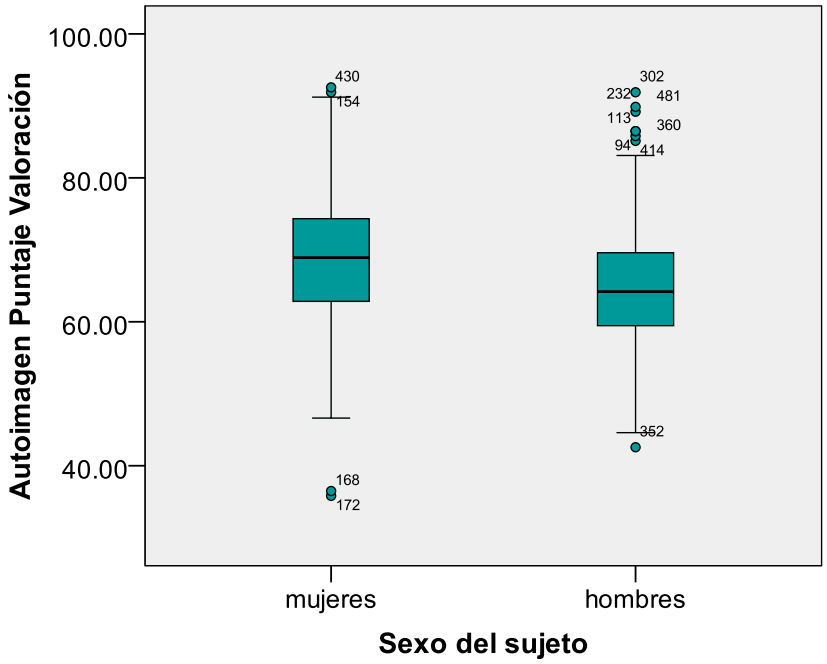


Gráfico 47. Caja y bigote de los puntajes de autoimagen valoración en función del sexo

Al dividir este factor por sexo se encontró que las mujeres (Media= 68,61) tienen una media mayor de autoimagen Valoración que los hombres (Media= 64,78). La desviación típica de la distribución de estos últimos es de 9,33 y la de las mujeres de 8,46. Esto indica que el 68% de los datos varían entre 55 y 73 puntos, y entre 60 y 76 puntos, respectivamente. La asimetría muestra que la distribución de los hombres es positiva, mientras que la de las mujeres es negativa, aunque baja (Ash= 0,35; Asm= -0,18). La Curtosis señala que la distribución de las mujeres es leptocurtica, mientras que la de los hombres se acerca a la normal (CurtosisH= 0,25; CurtosisM= 1,03).

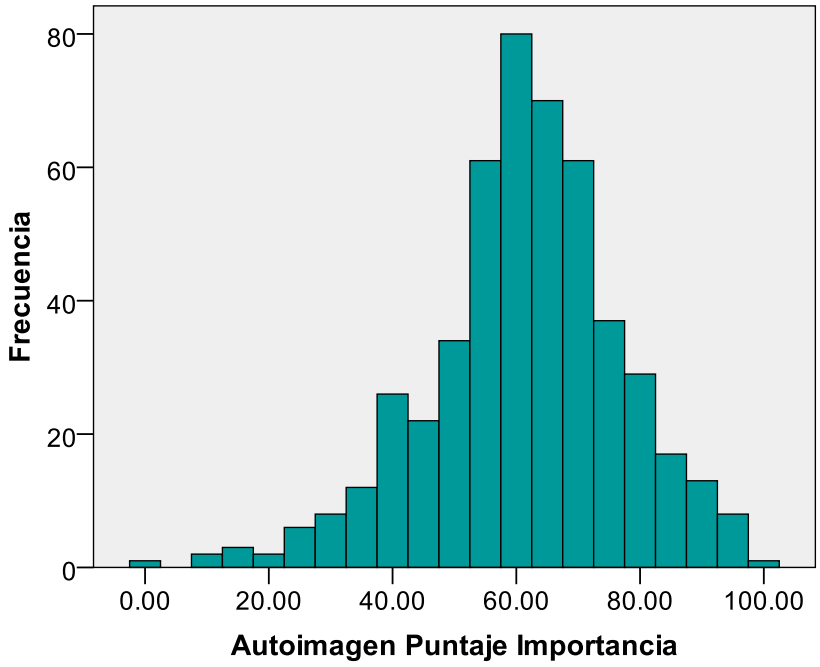


Gráfico 48. Histograma del puntaje de autoimagen importancia

Finalmente, el factor de Autoimagen importancia obtuvo una media de 61, 23, siendo la menor de entre los tres factores. Asi mismo, el 68% de los datos varia entre 46 y 76 puntos (DT= 15,67). La distribución general de este factor posee una asimetría negativa (As= -0,45), por lo que los datos se ubican en los valores superiores a la media; y una curtosis positiva y alta que indica una proximidad con una leptocurtica (Curtosis= 0,75).

Al diferenciar estos datos por sexo se encontró que los hombres (Media= 57,42) tienen una media menor de autoimagen Importancia que las mujeres (Media= 63,88). La desviación típica de la distribución de los hombres es de 14,83 y la de las mujeres de 15,72. Esto indica que el 68% de los datos varían entre 43 y 71 puntos, y entre 48 y 78 puntos, respectivamente. La asimetría muestra que la ambas distribuciones son negativas, lo que indica que los datos se reúnen por encima de la media (Ash= -0,27; Asm= -0,65). La Curtosis señala que la distribución de las mujeres es leptocurtica (Curtosis= 1,45), mientras que la de los hombres se acerca a la normal (Curtosis= 0,22).

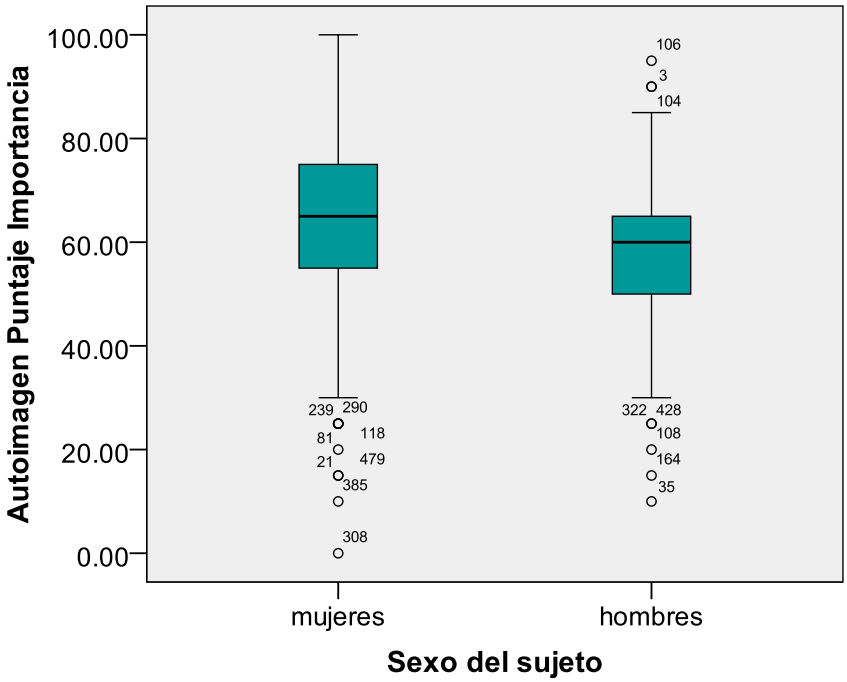


Gráfico 49. Caja y bigote de los puntajes de autoimagen importancia en función del sexo

2) Análisis multivariable de la relación entre las dimensiones de la autopercepción, socialización y sexo

Se utilizó un análisis de componentes principales con la finalidad de estimar el comportamiento conjunto y las relaciones entre las variables independientes y las dependientes. Las variables para crear el sistema factorial fueron las que según la teoría, conforman la autopercepción: Autoestima, las dimensiones de Autoimagen señaladas por los teóricos (Valoración, Percepción e Importancia), las dimensiones de Autoimagen según el perceptor (pareja, amigos, padres, jefes-profesores y extraños) y las áreas de autoimagen (volitiva, intelectiva, social y física), así como las dimensiones del Autoconcepto (académico-laboral, social, emocional, familiar y físico). Además, se emplearon como variables ilustrativas el sexo, y las dimensiones de Socialización, como lo son consideración por los demás, autocontrol, retraimiento, ansiedad-timidez y liderazgo.

Según Grande y Abascal (1989) este método factorial se caracteriza por las representaciones gráficas, ya que se obtiene mapas estructurando rodas las posiciones relativas del conjunto de filas y columnas de lo que se estudia. Estos planos dan una visión sintética de las relaciones entre los datos. En estos gráficos la distancia entre dos variables mide el grado de asociación o semejanza entre las mismas.

Para la interpretación el análisis se presenta las nubes de los puntos sobre los planos formado por parejas de ejes factoriales. El objetivo de este análisis es estudiar la estructura de la nube, para lo cual se busca una representación simplificada. Se buscan así las tendencias centrales y la dispersión, con la finalidad de describir la estructura de los puntos de las nubes. Las líneas grandes de dispersión son los ejes factoriales (Grande y Abascal, 1989).

Las variables ilustrativas son, según Hurtado (2011) son aquellas que se proyectan en el espacio producto de la interacción de los factores, aunque no participan en la construcción de los mismos. Estas variables se emplean en estudios para detectar otros aspectos de los análisis. Para el primer factorial solo se emplearon los factores de autoimagen social, junto a las variables mencionadas anteriormente.

Debido a que el instrumento de autoimagen arroja dos grupos de dimensiones y un grupo de áreas, se hicieron tres análisis factoriales, uno con cada grupo de componentes de la Autoimagen.

2.1) Análisis de componentes principales con Autoestima, las dimensiones de Autoconcepto y las dimensiones Física, Volitiva, Intelectiva y Social de Autoimagen

Una vez realizados los cálculos correspondientes, para seleccionar los factores más representativos del sistema factorial se utilizó la regla del “codo” para seleccionar los factores más significativos, la cual propone que en el histograma de los valores propios con los números de los ejes en ordenadas, se eliminan los ejes cuyo número de orden es posterior al codo que se produce en la curva (Grande y Abascal, 1989).

```
+----+------+----------+-----------+-------------------------------------------------------------------------------
|NUM |VALOR |PORCENTAJE| PORCENTAJE|
|    |PROPIO|          |  AUMULADO |
+----+------+----------+-----------+-------------------------------------------------------------------------------
| 1  |4.6207|     46.21|     46.21 | ********************************************************************************
| 2  |1.2389|     12.39|     58.60 | **********************
| 3  |0.8787|      8.79|     67.38 | ****************
| 4  |0.6891|      6.89|     74.27 | ************
| 5  |0.6213|      6.21|     80.49 | ***********
| 6  |0.5059|      5.06|     85.55 | *********
| 7  |0.4891|      4.89|     90.44 | *********
| 8  |0.4456|      4.46|     94.89 | ********
| 9  |0.2853|      2.85|     97.75 | *****
|10  |0.2253|      2.2 |    100.00 | ****
+----+------+----------+-----------+-------------------------------------------------------------------------------
+
```

Gráfico 50. Histograma de los valores propios

En el histograma de valores propios se observa que el codo aparece luego de los primeros tres factores, por lo cual éstos se escogieron para el análisis. El factor que explica la mayor cantidad de asociación entre los diferentes aspectos de la autopercepción es el primero (46,21%). Así mismo, los tres factores en conjunto, logran recoger un 67,38% de la varianza de la nube de puntos.

En la tabla 16, se presentan las coordenadas de las dimensiones de cada variable de autopercepción en cada uno de los factores producto del análisis realizado. Cada uno de estos factores será analizado con más detenimiento a continuación. Así mismo, en la tabla número 17 se presenta las coordenadas y pesos de las dimensiones de socialización y de la edad, que fueron utilizadas como variables ilustrativas.

Tabla 16.

Pesos y coordenadas de las dimensiones de autoestima, autoimagen (según dimensiones de la persona), y autoconcepto

	Coordenadas de las variables activas en cada factor					**Pesos de las variables activas en cada factor**				
Variable	**Axe 1**	**Axe 2**	**Axe 3**	**Axe 4**	**Axe 5**	**Axe 1**	**Axe 2**	**Axe 3**	**Axe 4**	**Axe 5**
AE	0,74	0,24	-0,03	-0,04	-0,11	0,74	0,24	-0,03	-0,04	-0,11
AClab	0,61	-0,47	-0,16	0,31	-0,35	0,61	-0,47	-0,16	0,31	-0,35
ACSoc	0,71	0,34	-0,09	-0,22	0,06	0,71	0,34	-0,09	-0,22	0,06
ACEmo	0,42	0,70	0,33	-0,07	-0,35	0,42	0,70	0,33	-0,07	-0,35
ACFam	0,64	0,25	-0,20	0,56	-0,02	0,64	0,25	-0,20	0,56	-0,02
ACFis	0,55	0,00	-0,72	-0,34	-0,07	0,55	0,00	-0,72	-0,34	-0,07
AIFis	0,78	-0,05	0,09	-0,10	0,38	0,78	-0,05	0,09	-0,10	0,38
AIVol	0,83	-0,23	0,20	0,10	0,11	0,83	-0,23	0,20	0,10	0,11
AIInt	0,56	-0,49	0,31	-0,30	-0,33	0,56	-0,49	0,31	-0,30	-0,33
AISoc	0,83	-0,08	0,19	0,02	0,31	0,83	-0,08	0,19	0,02	0,31

Tabla 17.

Pesos y coordenadas de las variables socialización y edad

	Cordenadas de las variables ilustrativas					**Correlaciones variables ilustrativas factores**				
Variable	**Axe 1**	**Axe 2**	**Axe 3**	**Axe 4**	**Axe 5**	**Axe 1**	**Axe 2**	**Axe 3**	**Axe 4**	**Axe 5**
Edad	-0,10	-0,06	0,02	0,04	-0,17	-0,10	-0,06	0,02	0,04	-0,17
BASCon	0,34	-0,13	0,07	0,07	0,14	0,34	-0,13	0,07	0,07	0,14
BASAut	0,28	-0,03	0,08	0,23	0,07	0,28	-0,03	0,08	0,23	0,07
BASRe	-0,57	-0,20	0,04	0,07	-0,14	-0,57	-0,20	0,04	0,07	-0,14
BASTim	-0,46	-0,34	-0,16	0,18	0,18	-0,46	-0,34	-0,16	0,18	0,18
BASLid	0,57	-0,07	0,06	-0,27	-0,13	0,57	-0,07	0,06	-0,27	-0,13

a. Análisis del primer factor

En el primer factor se puede observar que todas las dimensiones empleadas correlacionan positivo con el primer factor, por lo que se presumiría la presencia de un factor general de Autopercepción. Las dimensiones que más

contribuyen a la formación del primer factor son Autoimagen Volitiva y Social (0,83, ambas), seguida de Autoimagen Física (0,78), Autoestima (0,74), Autoconcepto Social (0,71), Familiar (0,64) y Laboral (0,61). Las dimensiones que menos contribuyen son Autoimagen intelectiva (0,56), autoconcepto físico (0,55) y emocional (0,42).

Tabla 18.

Pesos de las variables de autopercepción en el primer factor

Dimensión	Peso
AIVol	0,83
AISoc	0,83
AIFis	0,78
AE	0,74
ACSoc	0,71
ACFam	0,64
AClab	0,61
AIInt	0,56
ACFis	0,55
ACEmo	0,42

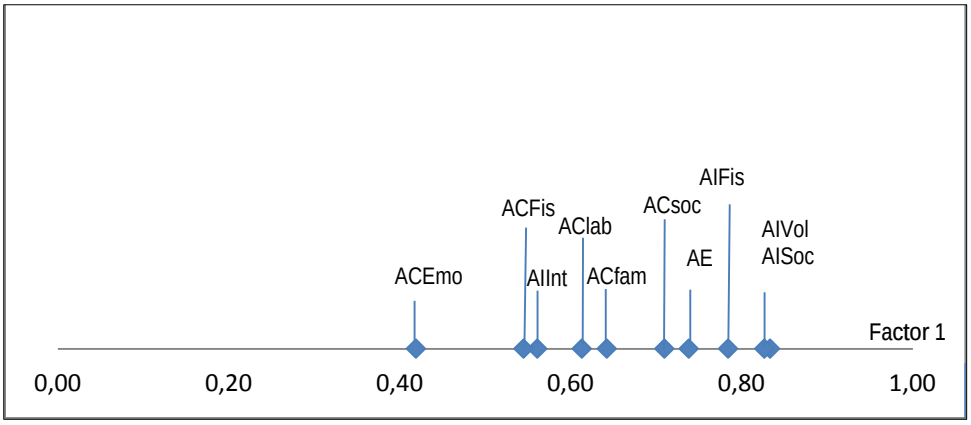


Gráfico 51. Representación de la ubicación de las variables de autopercepción en el primer factor

Las dimensiones del primer factor se pueden observar en el gráfico 51. Se podría decir que este primer factor representa un puntaje de

Autopercepción, ya que todos los elementos cargan positivamente y alto. Así mismo, puntajes altos y positivos en este factor indicarían una autopercepción general más positiva, mientras que puntajes bajos indicarían una autopercepción más negativa.

b. Análisis del segundo factor

En el segundo factor obtenido mediante el análisis de componentes principales, se puede observar que hay variables que cargan positiva y otras negativamente. Las dimensiones de autopercepción que más contribuyen a la formación del segundo factor, y que cargan positivamente, son Autoconcepto emocional (0,70), social (0,34) y familiar (0,25); la autoestima es la que tiene menos peso (0,24). Por otro lado, las dimensiones de autopercepción que cargan más alto pero negativamente son Autoimagen Intelectiva (-0,49), el Autoconcepto académico Laboral (0,47) y la Autoimagen Volitiva (-0,23), mientras que la Autoimagen Social (0,08) y la Física (0,05) son las que cargan negativo pero tienen muy poco peso. Se encontró que Autoconcepto Físico no aporta nada a esta dimensión.

Tabla 19.

Pesos de las variables de autopercepción en el segundo factor

Dimensión	**Peso**
ACEmo	0,70
ACSoc	0,34
ACFam	0,25
AE	0,24
ACFis	0,00
AIFis	-0,05
AISoc	-0,08
AIVol	-0,23
AClab	-0,47
AIInt	-0,49

En el gráfico 52 se puede observar la distribución de las variables en el factor 2. Se puede decir que este factor representa una dimensión de autoconcepto versus autoimagen, en donde los elementos relacionados con la percepción y valoración que hacen otros de la persona se ubica en un polo, en contraste con las que implican la valoración cognitiva y emocional propia. Del lado derecho del factor se ubicarían las personas que tienen Autoconcepto alto en los ámbitos relacionales, autoestima regular, pero autoimagen baja, sobre todo quienes tienen una buena opinión de sí mismos acerca de sus cualidades emocionales, sociales y familiares, pero consideran que no son bien percibidos por los demás en los aspectos intelectuales y volitivos, y además se perciben a sí mismos con características negativas en lo laboral y académico.

Del lado izquierdo estarían los que tienen autoimagen alta en los aspectos intelectivos y volitivos con autoconcepto laboral y académico alto, pero con autoconcepto emocional, familiar social bajo. Se consideran hábiles en los estudios y el trabajo, y sienten que los demás los valoran en su inteligencia, pero no consideran que tengan cualidades positivas en lo social, lo familiar y lo emocional. Además la autoestima tiende a ser más bien baja.

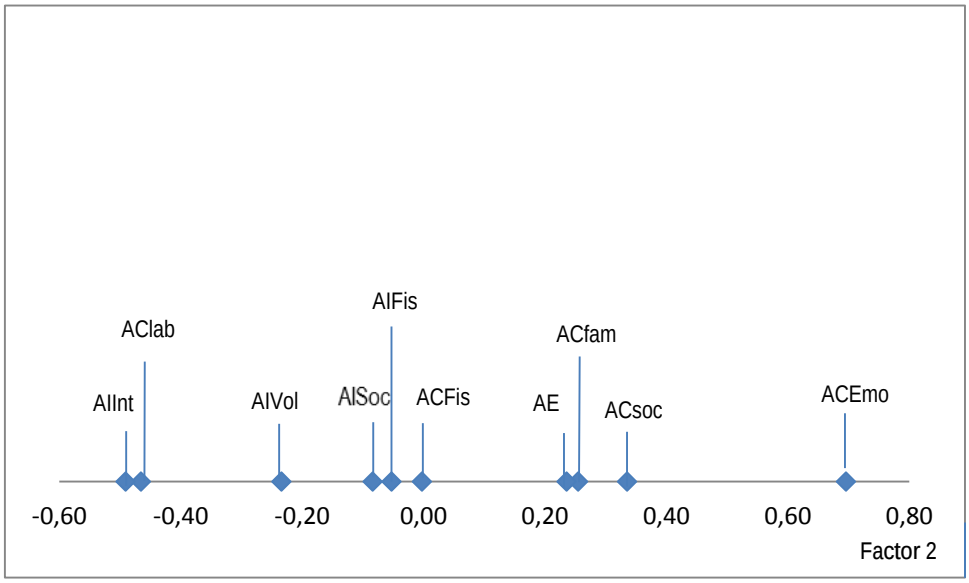


Gráfico 52. Representación de las variables de autopercepción en el segundo factor

c. Análisis del tercer factor

Los aspectos empleados más contribuyen con la formación del tercer factor es el Autoconcepto emocional (0,31), seguido de la autoimagen volitiva (0,20) y social (0,19). Así mismo, las variables que menos contribuyen son la autoimagen Física (0,09), la Autoestima (-0,03) y el autoconcepto Social (-0,09). Los factores que cargan negativo son Autoconcepto Académico/Laboral (-0,16), Autoconcepto Familiar (-0,20) y el Autoconcepto Físico (-0,72).

Tabla 20.

Pesos de las variables de autopercepción en el tercer factor

Dimensión	Peso
ACEmo	0,33
AIInt	0,31
AIVol	0,20
AISoc	0,19
AIFis	0,09
AE	-0,03
ACSoc	-0,09
AClab	-0,16
ACFam	-0,20
ACFis	-0,72

En el gráfico 53 se puede observar la distribución de las variables en el factor 3. Se puede decir que este factor representa al igual que el anterior, una dimensión de autoconcepto versus autoimagen, aunque en este caso se observa que es el autoconcepto carga de forma negativa, a excepción del emocional. Además del lado derecho se encuentra casos con un autoconcepto físico positivo, pero con autoconcepto emocional y autoimagen intelectual, social y volitiva negativa. Esto pareciera indicar que son personas que se destacan por lo que creen que son sus competencias físicas, como salud, desempeño físico, cuidado personal, etc, frente a otras cualidades de tipo intelectual y social.

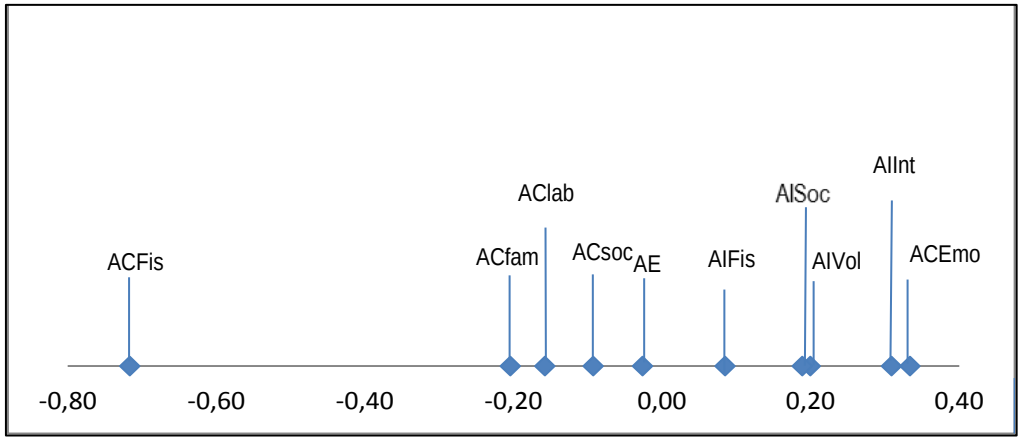


Gráfico 53. Representación de las variables de autopercepción en el tercer factor

Análisis de los planos formados por los diversos factores

a. Análisis del plano formado por los factores 1 y 2

Al observar el plano formado por el primer y el segundo factor, tal como se puede ver en el gráfico 54, se pueden distinguir, en el área de la derecha, todas las variables empleadas.

En el cuadrante **superior derecho**, se encuentran las dimensiones de Autoconcepto emocional, social y familiar, así como Autoestima, todas en sentido positivo, lo que indica que una persona que se ubique en ese cuadrante tendrá valores altos en esas variables. El autoconcepto Físico se ubica exactamente sobre el eje del lado derecho, lo que parece indicar que tiene una relación alta tanto con el eje superior derecho como con el inferior.

En el **cuadrante inferior derecho**, se ubican todas las áreas de Autoimagen empleadas junto con el Autoconcepto Académico-Laboral, lo que parece indicar que las personas que se ubiquen en este cuadrante tendrán una autoimagen alta en todas sus dimensiones.

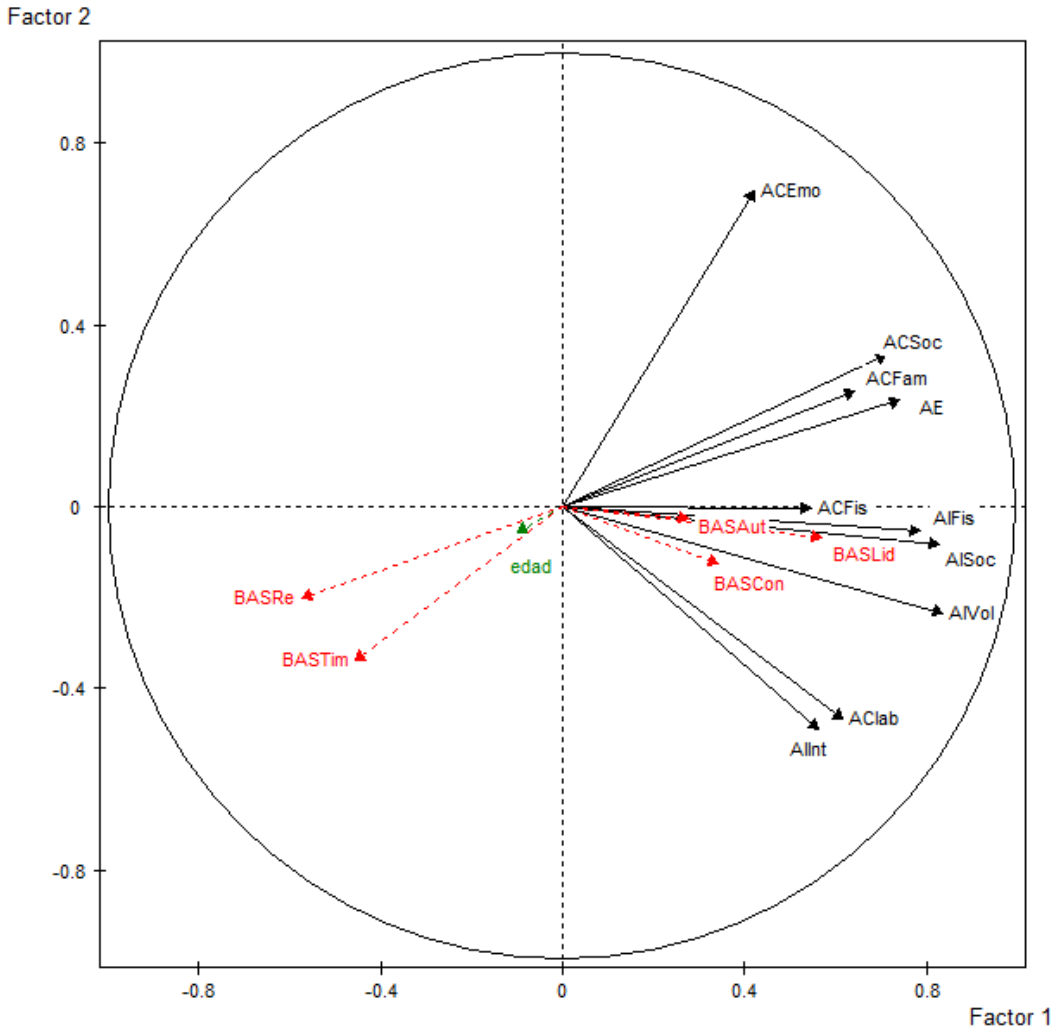


Gráfico 54. Plano conformado por los factores 1 y 2 de autopercepción con las variables ilustrativas socialización

La ubicación del Autoconcepto Académico Laboral en este cuadrante podría deberse a que la percepción del rol que tiene una persona como estudiante o trabajador, depende en gran medida del feedback de los otros, tanto de los jefes como de los profesores. Esto además se observa en que esta dimensión de autoconcepto se ubica muy cerca de la autoimagen intelectiva, la cual hace referencia a cómo cree la persona que es valorada en función de sus capacidades, elementos muy valorados tanto académica como laboralmente. En el cuadrante inferior izquierdo se encuentran los puntajes bajos de las dimensiones de autoconcepto emocional, social, familiar y la autoestima. Así mismo, en el cuadrante **superior izquierdo** se ubican los puntajes bajos en las

diferentes dimensiones de Autoimagen empleadas en este factorial, junto con el autoconcepto Académico/laboral.

Al proyectar las variables ilustrativas en el plano (ver gráfico 54) se observa que en el cuadrante inferior izquierdo, se posicionan las dimensiones de socialización relativas a Retraimiento y Ansiedad/Timidez, lo que indica que una persona ubicada en ese cuadrante tendrá puntajes altos en esas dimensiones de socialización y a su vez, un autoconcepto social, familiar y emocional bajo así como una autoestima negativa. Esto parece indicar que aquellas personas con puntajes altos de retraimiento y Ansiedad/Timidez tendrán concepciones negativas sobre el desempeño en sus relaciones sociales, sobre sus respuestas emocionales ante situaciones específicas y de su integración en el medio familiar, así como una baja autoestima.

En el cuadrante inferior derecho se ubican las dimensiones de socialización de Autocontrol, Liderazgo y Consideración por los demás. Esto parece indicar que aquellas personas con una Autoimagen alta en sus diferentes dimensiones, tendrán a su vez puntajes altos en Liderazgo, Consideración por los demás y Autocontrol en sus relaciones interpersonales. De esta manera se puede decir que serían personas muy atentas de lo que dicen las demás personas, considerando que los ven de forma positiva y con tendencia a tener iniciativa, confianza en si mismo y preocupación por los demás. Por el contrario, aquellas personas que se encuentren en el cuadrante superior izquierdo tendrían un perfil contrario al señalado anteriormente.

Aquellas personas que se ubiquen en el plano inferior izquierdo, tendrán puntajes altos en Retraimiento y en Ansiedad/Timidez, y un bajo autoconcepto emocional, social, familiar y una baja autoestima. Esto quiere decir que aquellas personas ansiosas y con tendencias a apartarse de los demás tienen una mala percepción de sus respuestas ante situaciones sociales y familiares, así como un poco valoración propia.

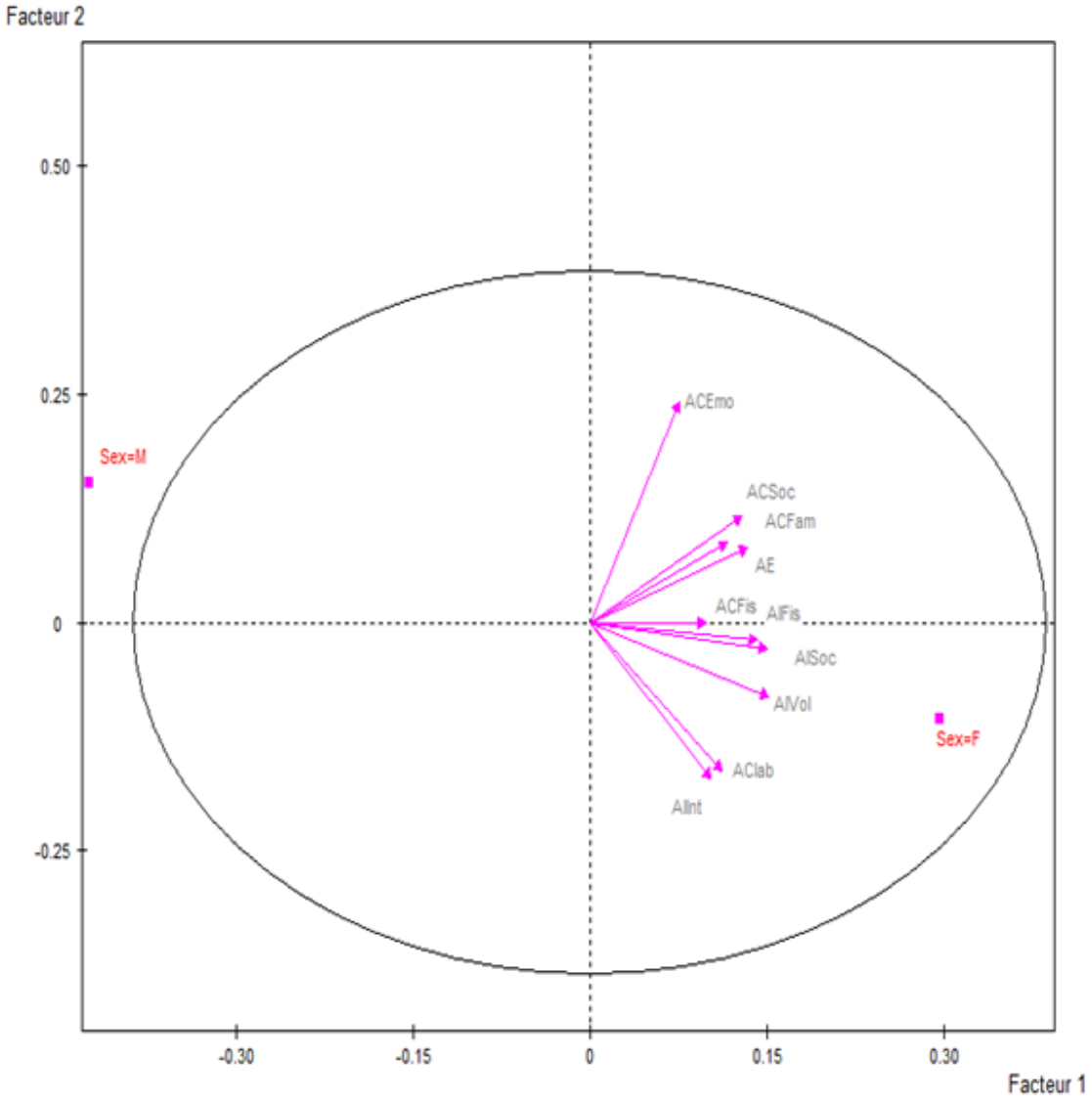


Gráfico 55. Ubicación de la variable sexo en el plano conformado por los factores 1 y 2 de autopercepción

Con respecto al Sexo, al proyectarse en estas combinaciones de factores, se encuentra que ambos se ubican en extremos diferentes entre sí, lo que indica que hay diferencias en relación al sexo y a las variables empleadas (ver gráfico número 55). De esta manera, se puede observar que las mujeres que se ubican en el cuadrante inferior derecho de la gráfica, podrían tender a tener una alta Autoimagen Social, Autoimagen Volitiva e intelectiva, así como un alto

autoconcepto Académico/laboral e Intelectual; mientras que los hombres tendrían un puntaje más bajo en esas mismas variables. Esto podría indicar que los hombres tienden a prestarle menos atención a las opiniones directas de otros que las mujeres, y que los primeros tienden a tener conductas más de retraimiento y de Ansiedad que las mujeres.

b. Análisis del plano formado por los factores 2 y 3

En el plano formado por los factores 2 y 3 se observa cómo se distribuyen las variables alrededor de los cuatro ejes (ver gráfico 56). De esta manera, en el cuadrante superior derecho, se ubica el Autoconcepto Emocional. En el cuadrante superior izquierdo, se ubican la Autoimagen social, Volitiva e Intelectiva altas, así como el autoconcepto Físico, aunque con puntajes bajos, lo que indica que las personas que se ubiquen en este cuadrante consideran que las personas tienen una percepción de ellos como inteligentes y activos. En el cuadrante inferior derecho se ubica la Autoestima, y el Autoconcepto Social y el Familiar, por lo que habría relación entre una percepción de tener un buen desempeño en lo social y familiar con la valoración propia de la persona. En el cuadrante inferior izquierdo se ubica solamente el Autoconcepto Académico/Laboral.

Al proyectar la variable Socialización en esta combinación de factores se encuentra que Liderazgo, Consideración con los demás, Autocontrol y Retraimiento se ubican en el cuadrante superior izquierdo, aunque se relacionan muy bajo. Esto parece indicar que las personas con una Autoimagen intelectiva, volitiva y social alta, se relacionan un poco con esas características de socialización, aunque tendrían una autoestima baja, así como un autoconcepto social y familiar bajo.

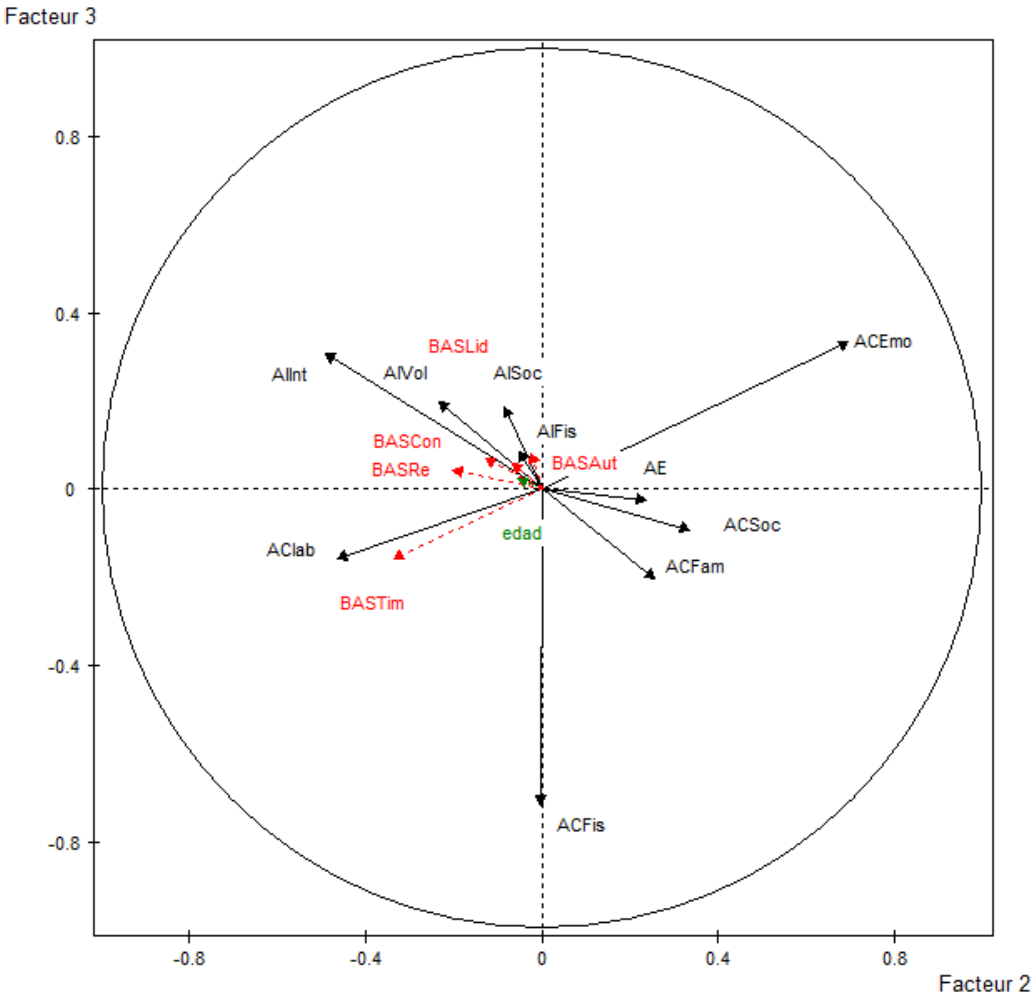


Gráfico 56. Plano conformado por los factores 2 y 3

De esta manera, Ansiedad/timidez se ubicó junto al factor Académico/Laboral, por lo que podría decirse que personas que consideran que tienen más capacidades en lo académico, tienen además mayor niveles de ansiedad y de timidez, así como bajos niveles de autoconcepto emocional, por lo que podrían considerar que no posee control de las situaciones y emociones, por lo que no responde adecuadamente y con nerviosismo.

Al proyectar la variable sexo en la interacción entre los dos factoriales se encuentra una diferencia significativa entre los hombres y las mujeres, en donde, al combinar los factores 3 y 2, estas últimas tienen una autoimagen intelectiva alta, volitiva media, social media y física baja. Así mismo, tenderán a

tener un autoconcepto académico/Laboral alto, una autoestima baja y un autoconcepto familiar y social bajos. Con respecto a la socialización, se observa una ansiedad/timidez y un retraimiento medio. De esta manera se puede decir que las mujeres consideran que los demás las perciben como inteligentes, activas y sociables, pero desarregladas y poco cuidadas; de la misma manera tenderán a valorarse de forma negativa y a considerarse desapegadas de su familia, con pocas o regulares habilidades sociales, mas ansiosas, tímidas y retraídas.

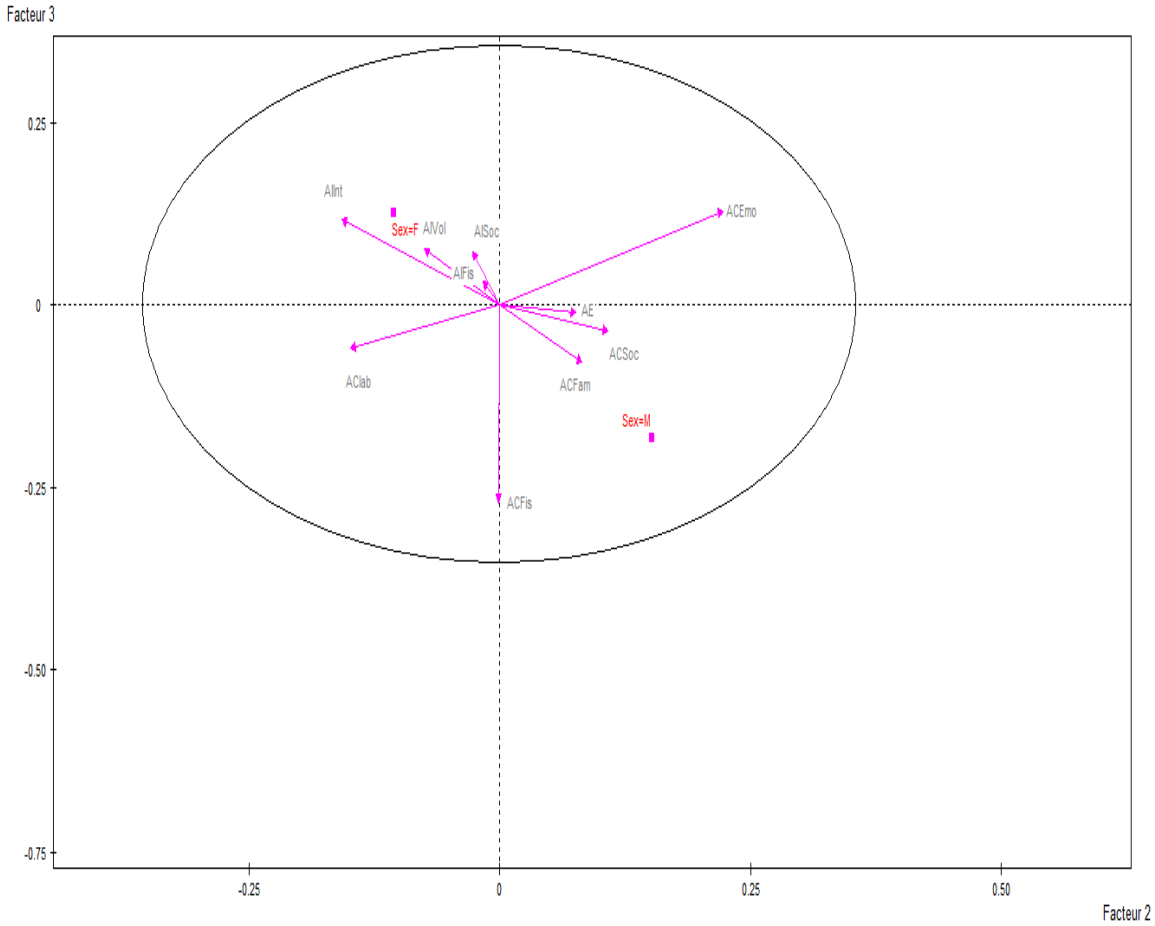


Gráfico 57. Ubicación de la variable sexo en el plano conformado por los factores 2 y 3 de autopercepción

Lo contrario se encontraría en el caso de los hombres, ya que un caso típico ubicado en ese cuadrante tenderá a percibirse integrado, apoyado y

querido por familia, así como con habilidades y un buen desempeño en sus relaciones sociales, aunque sentirían que los demás los perciben muy negativamente en relación a su desempeño académico, en su capacidad de tomar iniciativa. Así mismo, y en relación con la socialización, tenderían a ser un tanto menos retraídos, con un mejor manejo de la ansiedad y menos tímidos. La variable de Liderazgo, consideración por los demás y autocontrol, parece no cargar lo suficiente en esta interacción de factores, por lo que ni en hombres ni en las mujeres es tan relevante.

Es interesante destacar que el autoconcepto físico no se ubica entre el cuadrante inferior izquierdo y derecho, lo que podría indicar que se relaciona con los dos al mismo tiempo. Esto podría indicar que es de igual importancia para los dos géneros, los cuales tenderán a percibir que se cuidan.

2.2) Análisis de componentes principales con Autoestima, las dimensiones de Autoconcepto y las dimensiones de Autoimagen: Percepción, Valoración e Importancia

El segundo análisis factorial se realizó con la autoestima, las dimensiones de autoconcepto, pero utilizando como dimensiones de la autoimagen las señaladas por los teóricos: percepción, valoración e importancia.

En el histograma de valores propios se obtuvieron tres factores principales, que en conjunto recogen el 68,23% de la varianza (ver gráfico 58).

En la tabla número 21 se muestran los pesos y coordenadas de las variables de autopercepción y sus dimensiones, en cada uno de los factores. Cada uno de estos factores será analizado con más detenimiento a continuación. Así mismo, en la tabla X se presenta las coordenadas y pesos de

las dimensiones de socialización y de la edad, que fueron empleadas como variables ilustrativas.

```
+----+--------+----------+----------+-----------------------------------------------------------------------------------
-+
| NUM| VALOR  |PORCENTAJE|PORCENTAJE|
|
|    | PROPIO |          |ACUMULADO |
|
+----+--------+----------+----------+-----------------------------------------------------------------------------------
-+
|  1 | 3.9173 |     43.53|  43.53   | ***********************************************************************************
|
|  2 | 1.3400 |     14.89|  58.42   | ****************************
|
|  3 | 0.8835 |      9.82|  68.23   | *******************
|
|  4 | 0.7388 |      8.21|  76.44   | ****************
|
|  5 | 0.6308 |      7.01|  83.45   | *************
|
|  6 | 0.4933 |      5.48|  88.93   | ***********
|
|  7 | 0.4364 |      4.85|  93.78   | *********
|
|  8 | 0.4143 |      4.60|  98.38   | *********
|
|  9 | 0.1457 |      1.62| 100.00   | ***
|
+----+--------+----------+----------+-----------------------------------------------------------------------------------
-+
```

Gráfico 58. Histograma de los valores propios

Tabla 21.

Pesos y coordenadas de las dimensiones de autoestima, autoimagen (según dimensiones de la persona), y autoconcepto

	Coordenadas de las variables activas					**Correlaciones de las variables activas con los factores**				
Variable	**Axe 1**	**Axe 2**	**Axe 3**	**Axe 4**	**Axe 5**	**Axe 1**	**Axe 2**	**Axe 3**	**Axe 4**	**Axe 5**
AE	0,75	0,26	-0,04	-0,08	-0,02	0,75	0,26	-0,04	-0,08	-0,02
AClab	0,62	-0,38	-0,28	-0,30	-0,31	0,62	-0,38	-0,28	-0,30	-0,31
ACSoc	0,73	0,23	0,07	0,22	0,32	0,73	0,23	0,07	0,22	0,32
ACEmo	0,44	0,68	0,40	0,00	-0,03	0,44	0,68	0,40	0,00	-0,03
ACFam	0,67	0,06	0,13	0,32	-0,59	0,67	0,06	0,13	0,32	-0,59
ACFis	0,57	0,00	-0,61	0,46	0,16	0,57	0,00	-0,61	0,46	0,16
AImp	0,17	-0,73	0,49	0,37	0,09	0,17	-0,73	0,49	0,37	0,09
AIval	0,84	-0,23	0,06	-0,24	0,16	0,84	-0,23	0,06	-0,24	0,16
AIper	0,85	-0,17	0,12	-0,30	0,16	0,85	-0,17	0,12	-0,30	0,16

a. Análisis del primer factor

En este factorial, se encontró que las dimensiones de las diferentes variables que explican mejor el primer factor es la Autoimagen percepción

(0,85), seguido de la valoración (0,84) y la Autoestima (0,75). Se observa, además, que todas las dimensiones de Autoconcepto cargan alto y positivo con valores que van entre 0,73, hasta 0,44. El que menos contribuye en la formación de este primer factor es la importancia que le da la persona a la Autoimagen (0,17), seguido del Autoconcepto Emocional (0,44).

Tabla 22.

Pesos de las variables de autopercepción en el factor 1

Variable	F1
AIper	0,85
AIval	0,84
AE	0,75
ACSoc	0,73
ACFam	0,67
AClab	0,62
ACFis	0,57
ACEmo	0,44
AIimp	0,17

Se puede observar que en este factor todas las dimensiones cargan positivo, por lo que, al igual que en el primer análisis factorial, se confirma la presencia de una unidimensionalidad en relación a la autopercepción. Así mismo, puntajes altos y positivos de una persona en este factor indicarían una autopercepción general más positiva, mientras que puntajes bajos indicarían una autopercepción más negativa.

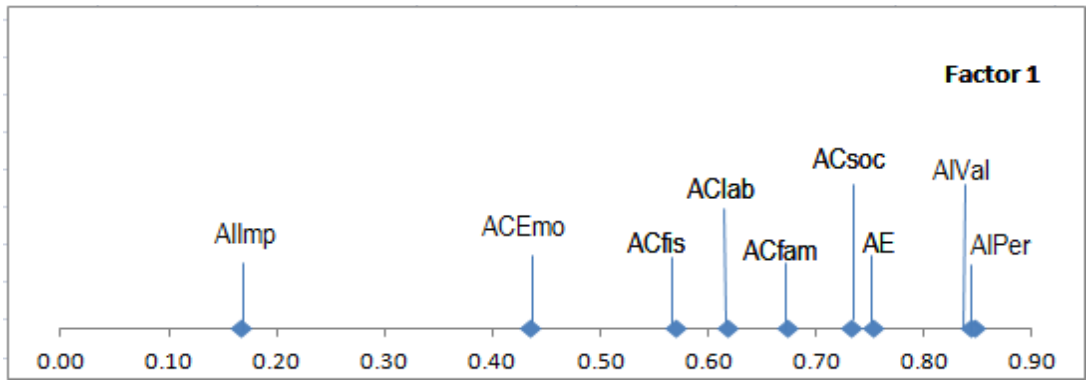


Gráfico 59. Representación de las variables de autopercepción en el factor 1

b. Análisis del segundo factor

Para el segundo factor, se encontró que los factores que lo explican mejor son el Autoconcepto Emocional (0,68), Autoestima (0,26), Autoconcepto Social (0,23). Hay una variable que no carga en este factor, el cual es el Autoconcepto Físico (0,0). Así mismo, hay variables que cargan de forma negativa, las cuales son la Autoimagen Percepción (-0,17), valoración (-0,23) e importancia (-0,38), así como el autoconcepto Académico/laboral (-0,73).

Tabla 23.

Pesos de las variables de autopercepción en el factor 2

Variable	F2
ACEmo	0,68
AE	0,26
ACSoc	0,23
ACFam	0,06
ACFis	0,00
Alper	-0,17
Alval	-0,23
AClab	-0,38
Alimp	-0,73

En el gráfico 60 se puede observar la distribución de las variables en el factor 2. Se puede decir que este factor representa una dimensión de autoconcepto versus autoimagen, en donde los elementos relacionados con la percepción y valoración que hacen otros de la persona se ubica en un polo, en contraste con las que implican la valoración cognitiva y emocional propia. Del lado derecho del factor se ubicarían las personas que tienen Autoconcepto alto en emocional, autoestima regular, pero autoimagen baja, sobre todo quienes tienen una buena opinión de sí mismos en relación de sus habilidades emocionales, sociales y familiares, pero consideran que no son bien percibidos ni valorados por los demás, y además le dan poca importancia a dichas

percepciones de los otros. Así mismo, se perciben a sí mismos con características negativas en lo laboral y académico.

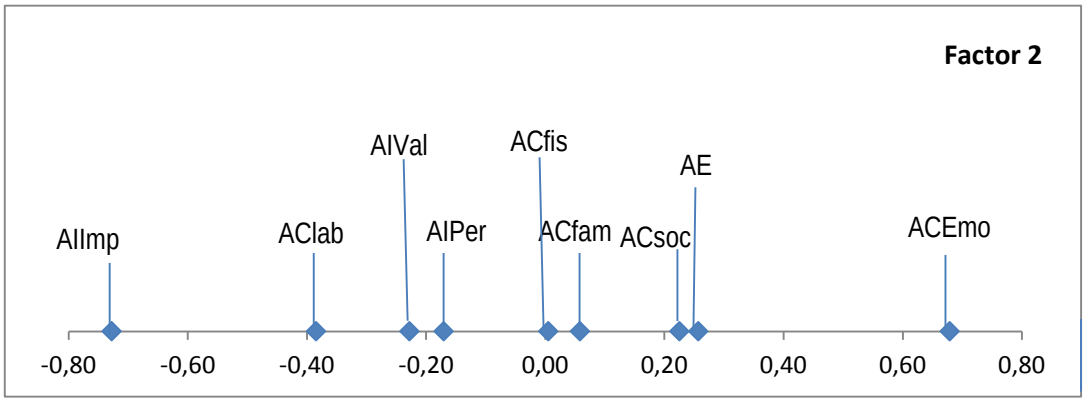


Gráfico 60. Representación de las variables de autopercepción en el factor 2

Del lado izquierdo estarían los que consideran que son valorados y percibidos de forma positiva por los otros, atribuyéndole mucha importancia a estas percepciones que los demás realizan de ellos. De igual manera, estas personas tendrían un autoconcepto laboral y académico alto, pero con autoconcepto emocional, familiar social bajo. Se consideran hábiles en los estudios y el trabajo, y están muy pendientes de los demás, considerando así que los demás los valoran y perciben positivamente, pero no consideran que tengan cualidades positivas en lo social, lo familiar y lo emocional. Además la autoestima tiende a ser más bien baja.

c. Análisis del tercer factor

Para el tercer factor, se encontró que las dimensiones de las variables que lo explican mejor son la Importancia de la Autoimagen (0,49), el Autoconcepto Emocional (0,40) y el familiar (0,13), y Autoimagen percepción (0,12). Además, las variables que correlacionan de forma negativa con este factor son Autoconcepto físico (-0,61), Autoconcepto Académico/Laboral (-0,28)

y Autoestima (-0,04), siendo esta ultima una de las que menos aporta, junto con Valoración de Autoimagen (0,06) y Autoconcepto Social (0,07).

Tabla 24.

Pesos de las variables de autopercepción en el factor 3

Variable	F3
Alimp	0,49
ACEmo	0,40
ACFam	0,13
Alper	0,12
ACSoc	0,07
Alval	0,06
AE	-0,04
AClab	-0,28
ACFis	-0,61

En el gráfico 61 se puede observar la distribución de las variables en el factor 3. Se puede decir que este factor representa una dimensión de elementos de Autoconcepto y autoimagen, en contra posición con el autoconcepto físico, Académico/laboral y la autoestima. En este caso, las concepciones propias sobre la condición y aspecto físico, junto con el desempeño en actividades académicas se ubican en un lado, en contraste con aquellas relacionadas con la percepción que tienen otros de la persona y del autoconcepto emocional, familiar y social.

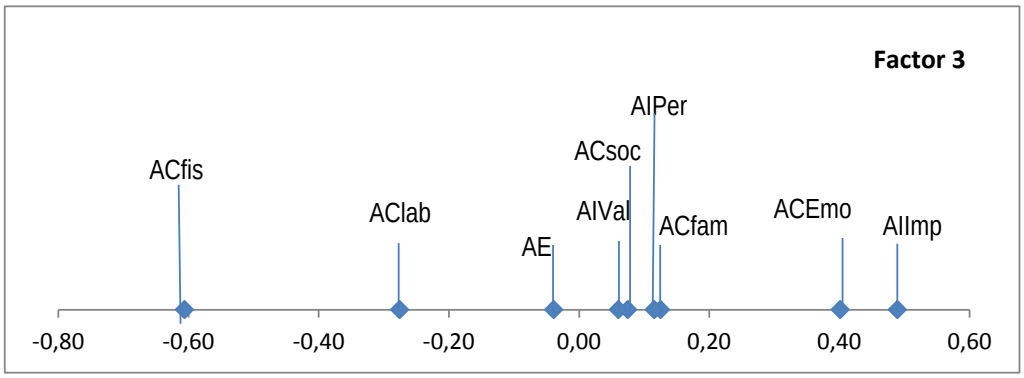


Gráfico 61. Representación de las variables de autopercepción en el factor 3

Del lado derecho del factor se ubicarían las personas que le otorgan mucha importancia a las opiniones de los otros, pueden manejar bien sus emociones, se sienten integrados a sus familias y entorno social, así como consideran que son medianamente valorados y percibidos de forma positiva por los otros; sin embargo, poseen una percepción de poco autocuidado físico, poco rendimiento académico y una autoestima moderada.

En el lado izquierdo del factor, se encontrarían aquellas personas que consideran que poseen un aspecto y condición físico adecuado así como un cuidado en relación a la salud, una percepción de poseer un desempeño bueno en tareas académicas y laborales y una autoestima moderada, pero que valoran muy poco lo que los otros perciben y valoran de ellos. As mismo, poseen una noción de que tienen un desempeño poco adecuado en relación a sus emociones y a los ámbitos sociales y no se sienten integrados en su familia.

a. Análisis del plano formado por los factores 1 y 2

Al observar el plano formado por el primer y el segundo factor, se pueden distinguir, en el área de la derecha la mayoría de las variables que fueron empleadas.

De esta manera, en el cuadrante superior derecho se observa que se ubican el autoconcepto Emocional, Social y Familiar, así como la autoestima, lo que permite decir que una persona que se ubique en ese cuadrante tendrá una autoestima alta, y una sensación de que tiene habilidades para lidiar con sus emociones, con las relaciones sociales, así como sentirse integrado con su familia. El autoconcepto físico parece relacionarse tanto con el eje derecho superior como con el inferior, al estar ubicado entre los dos. De esta forma, se puede decir que estas personas, además tendrán a tener un mayor cuidado de sí mismos.

En el **cuadrante inferior derecho**, se ubican todas las áreas de Autoimagen empleadas junto con el Autoconcepto Académico-Laboral, lo que parece indicar que las personas que se ubiquen en este cuadrante considerarán que las personas suelen percibirlos y evaluarlos de forma positiva, otorgándole a estas percepciones una alta importancia. Así mismo, estas percepciones positivas que hacen los otros de la persona, podrían estar relacionados con el rol desempeñado por la misma en las áreas académicas y laborales.

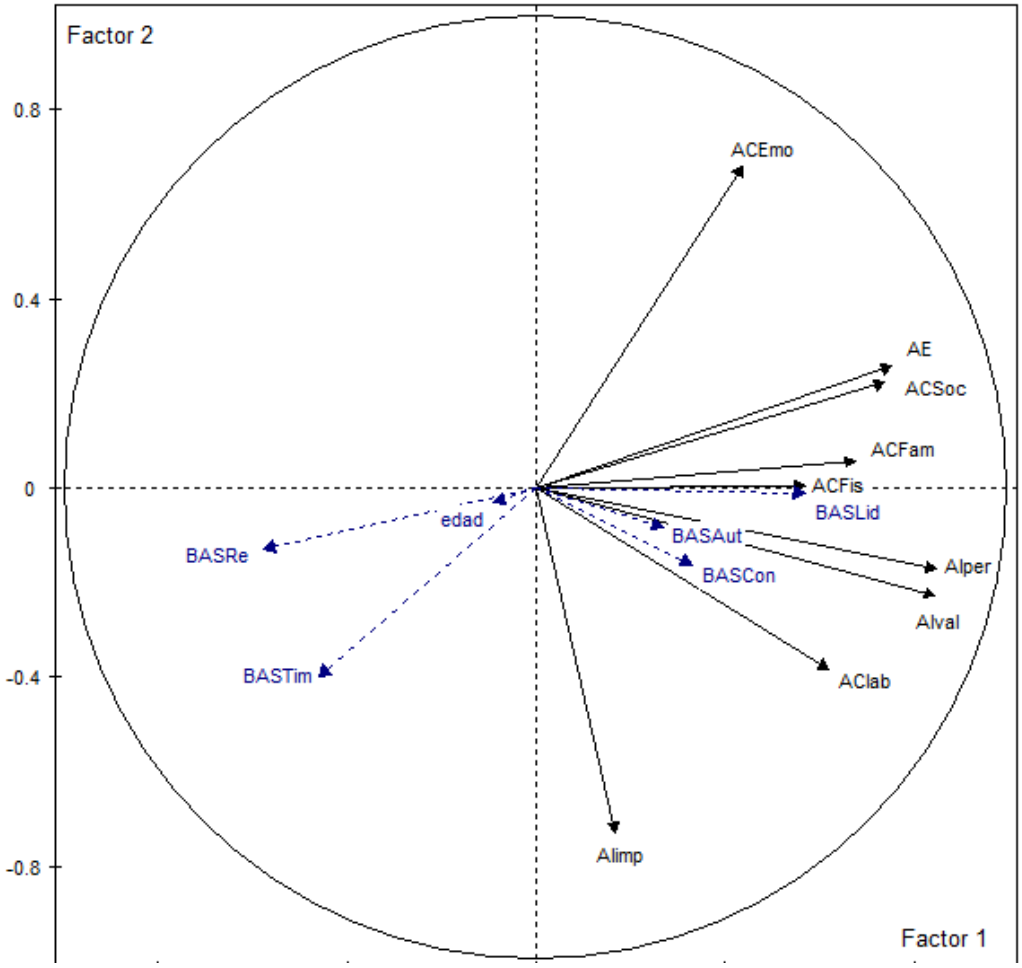


Gráfico 62. Plano formado por los factores 1 y 2, la variable edad y las dimensiones de socialización

En el cuadrante superior izquierdo se encontrarían las dimensiones mencionadas anteriormente, pero en sentido negativo, de forma que se encontrarían las personas que le otorgan poca importancia a lo que piensan y

sienten los demás sobre ellos y que tienen una sensación de tener un bajo desempeño en lo académico y en lo laboral. Así mismo, en el cuadrante **inferior izquierdo** se ubican los puntajes bajos en las dimensiones de autoconcepto emocional, social, familiar y autoestima.

Al proyectar las variables ilustrativas en los ejes, es decir, las dimensiones de socialización, se encuentra que las personas que se ubican en el eje inferior izquierdo, tienen puntajes más altos en Retraimiento y en Ansiedad/Timidez, mientras que más bajos en autoestima y autoconcepto emocional, social y familiar. Esto corrobora lo encontrado en el primer análisis factorial, en donde las personas ansiosas y retraídas, tendrían a tener una percepción negativa de su desempeño en relación al manejo de emociones, a las situaciones sociales, una poca integración con la familia y una baja autoestima. Lo contrario se encontraría en las personas que se ubiquen en el eje superior derecho.

Por otro lado, aquellas personas que se encuentran ubicadas en el eje inferior derecho, son personas que además de darle mucha importancia a lo que los demás perciben y valoran de él, tendrán puntajes medios en liderazgo, autocontrol y consideración por los demás. De esta manera, se podría decir que son personas que buscan agradar preocupándose por los demás. Por el contrario, aquellas personas que se encuentren en el cuadrante superior izquierdo tendrían un perfil contrario al señalado anteriormente.

Con respecto al Sexo, al proyectarse en estas combinaciones de factores, se encuentra que ambos se ubican en extremos diferentes entre sí, lo que indica que hay diferencias en relación al sexo y a las variables empleadas (ver gráfico número 63). De esta manera, se puede observar que las mujeres se ubican en el cuadrante inferior derecho de la gráfica, por lo que podrían tender a darle más importancia a lo que los demás perciben y valoran de ellas, así como a considerar que poseen un buen desempeño de su rol como estudiantes producto de que tienen las capacidades más valoradas en los contextos académicos y laborales, como lo son la inteligencia, la responsabilidad, entre otras. Así mismo, tendrían a controlarse más en sus relaciones con los otros,

mediante el acatamiento de normas sociales, tendrían más sensibilidad y preocupación por los demás, en particular por aquellos que tienen problemas y más popularidad e iniciativa. Sin embargo, esta ultima dimensión de liderazgo y popularidad se solapa con el autoconcepto físico, por lo que se podría decir que en la medida que las mujeres cuiden más su imagen personal tenderán a tener más popularidad e influencia en los otros.

Por otro lado, se encontró que los hombres tendrían un puntaje más bajo en esas mismas variables, ya que se ubican en un cuadrante opuesto al de las mujeres. Esto podría indicar que los hombres tienden a prestarle menos atención a las opiniones directas de otros, dándole menor importancia y sintiendo que son percibidos y valorados más negativamente que las mujeres. Igualmente, tenderían a ser más ansiosos, retraídos y tímidos.

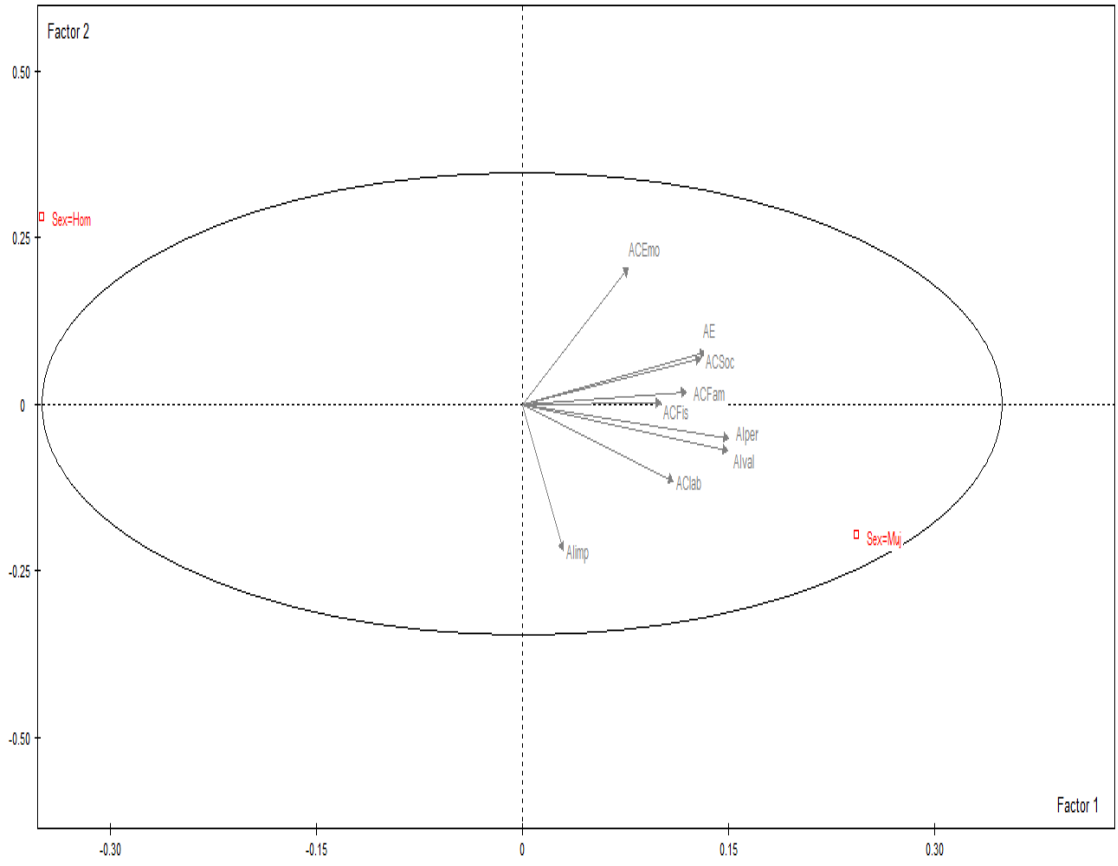


Gráfico 63. Plano formado por los factores 1 y 2, y la variable sexo

b. Análisis del plano formado por los factores 2 y 3

Al observar el plano conformado por el segundo y tercer factor, se puede distinguir una ubicación de las variables en diferentes cuadrantes.

En el cuadrante superior derecho se ubican un puntaje alto del autoconcepto emocional, y un autoconcepto social y familiar bajo, por lo que las personas que se ubiquen en este cuadrante tendrán un buen manejo de sus emociones, unas relaciones sociales regulares y una integración familiar baja, aunque positiva.

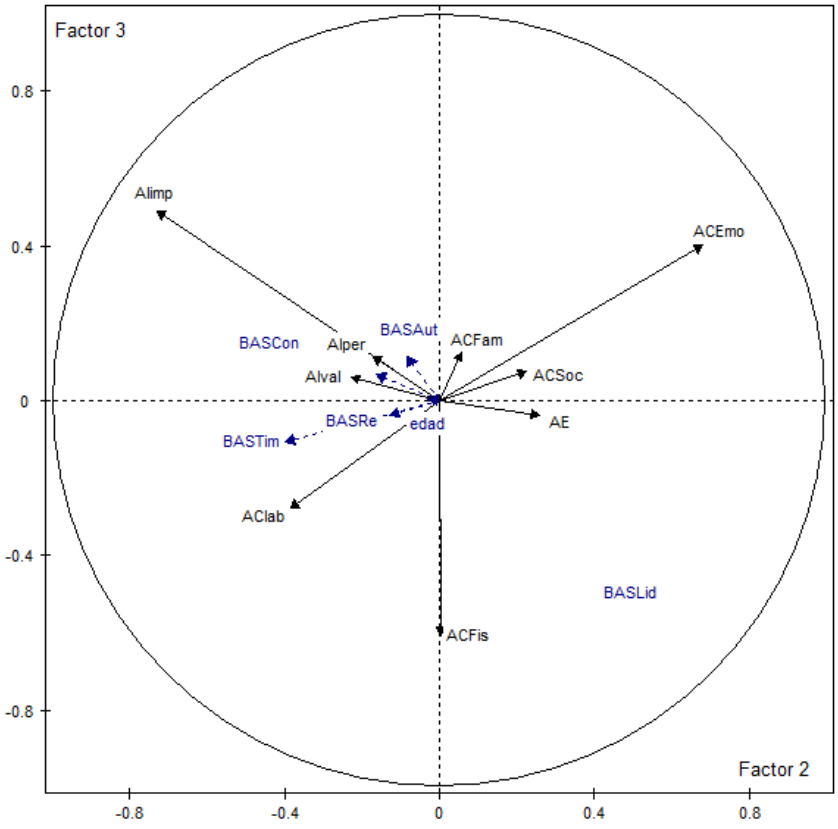


Gráfico 64. Plano formado por los factores 2 y 3, la variable edad y las dimensiones de socialización

En el cuadrante superior izquierdo, se ubican las dimensiones de autoimagen, por lo que una persona en ese cuadrante tenderá a darle mucha

importancia a las opiniones de otros, y a considerar que los otros tienen una alta valoración y percepción de sí mismo.

Al proyectar como variable ilustrativa la socialización se encuentra que las personas que se ubican en el cuadrante superior derecho tendrán un buen manejo de sus emociones, una baja integración con la familia, aunque positiva y una percepción de relacionarse relativamente bien con los demás; sin embargo, tendrán una percepción negativa en relación a su desempeño en lo académico y en lo laboral, mayor ansiedad, tendencia a la timidez y al retraimiento. En contraposición, aquellos casos ubicados en el eje inferior izquierdo tendrán una percepción de tener un muy buen desempeño académico y/o laboral, aunque tendrán un bajo manejo adecuado de las situaciones emocionales, y un sentimiento de estar integrado relativamente poco a su familia y con los grupos sociales, mayor ansiedad y timidez.

Por otro lado, según lo encontrado en el eje superior izquierdo se encuentra que las personas que tienden a darle mucha importancia a lo que los demás opinan de ellos, tendrán una menor autoestima, consideran que los demás los ven y valoran de forma poco positiva, tienen poco autocontrol, poca consideración por los demás y no tienen características de liderazgo. Estas personas tendrían a buscar constante validación en los otros, producto de una precaria valoración propia.

En el cuadrante inferior derecho solo se ubica autoestima, por lo que las personas que se ubiquen en dicho cuadrante tendrán una alta valoración de sí mismos. En el cuadrante inferior izquierdo se encuentran la variable de autoconcepto académico/laboral, por lo que las personas de este cuadrante tendrán una sensación de estar desempeñando un rol adecuado en relación a sus habilidades académicas. Entre estos dos cuadrantes se encuentra el autoconcepto físico, por lo que se puede decir que se relaciona con ambos cuadrantes en la misma medida.

En relación al sexo, se encontraron igualmente diferencias entre los hombres y las mujeres. Es así que al combinar estos factores, se obtiene un perfil en el cual los hombres tendrían una autoestima alta y les importaría poco lo que los demás piensan y sienten en relación a ellos y tendrían una percepción buena en relación a sus características físicas. En los elementos relativos a la socialización, tendrían un autocontrol en las relaciones interpersonales un tanto pobre, es decir, tendrían conductas agresivas, impositivas y de indisciplina, y se preocuparían poco por los demás.

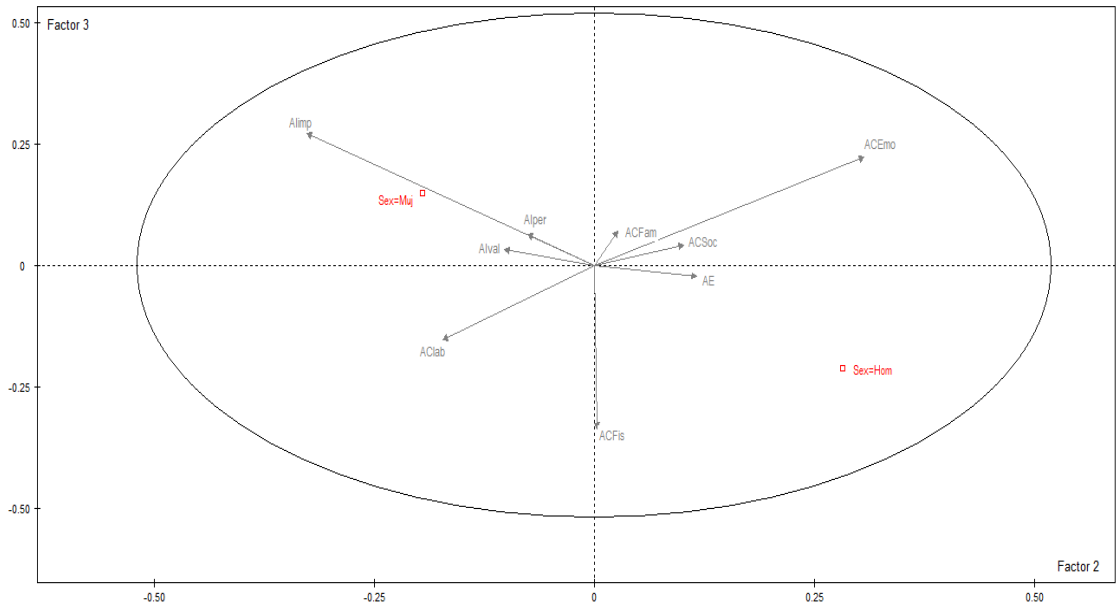


Gráfico 65. Plano formado por los factores 2 y 3, y la variable sexo

Por otro lado, las mujeres tienen a tener un perfil en esta combinación, contrario al de los hombres. De esta forma, tendrían a darla excesiva importancia a lo que opinan los demás, sintiendo así que las perciben y valoran relativamente bien. Tenderían a mostrar baja autoestima, es decir, poco sentimiento de valía propia, y una percepción negativa de sus características físicas.

c. Análisis del plano formado por los factores 1 y 3

Al hacer referencia al plano formado por el primer y el tercer factor, se pueden distinguir, en el área de la derecha la mayoría de las variables que fueron empleadas (ver grafico 66). Es así que en el cuadrante superior derecho se observa un alto autoconcepto emocional, social, familiar, una alta tendencia a darle importancia a las percepciones de otro, y una autoimagen-percepción y autoimagen-valoración alta. De esta manera se puede decir que una persona en este cuadrante tendrá un autoconcepto alto relacionado con el manejo de las situaciones sociales, las emociones, un alto sentimiento de integración con la familia, tenderá a darle mucha importancia a lo que dicen los demás, considerando a su vez, que los otros lo valoran y perciben positivamente.

El cuadrante inferior derecho está formado por las personas que poseen una alta autoestima, y un alto autoconcepto académico/laboral y físico. En este caso, una persona ubicada en este cuadrante tenderá a considerarse atractivo, con un buen desempeño en tareas y trabajos y con un sentimiento positivo hacia si mismo. El patrón contrario a este se observaría en aquellas personas ubicadas en el eje superior izquierdo.

Al proyectar la variable ilustrativa socialización se encuentra que las personas ubicadas en el eje superior izquierdo tendrían además bajos puntajes en retraimiento y en ansiedad/timidez. Es decir, serian personas con una alta valoración en las dimensiones de autoconcepto emocional, social familiar y física, la autoestima, y con pocos niveles de ansiedad y retraimiento.

Aquellas personas ubicadas en el eje inferior derecho, tendrían una alta autoestima, un alto autoconcepto académico/laboral, físico y un alto liderazgo, muy asociado con la autoestima. De esta manera se puede decir, que serian personas que consideran que tienen capacidades académicas, se consideran atractivos para los demás, por lo que tendrían a ser populares.

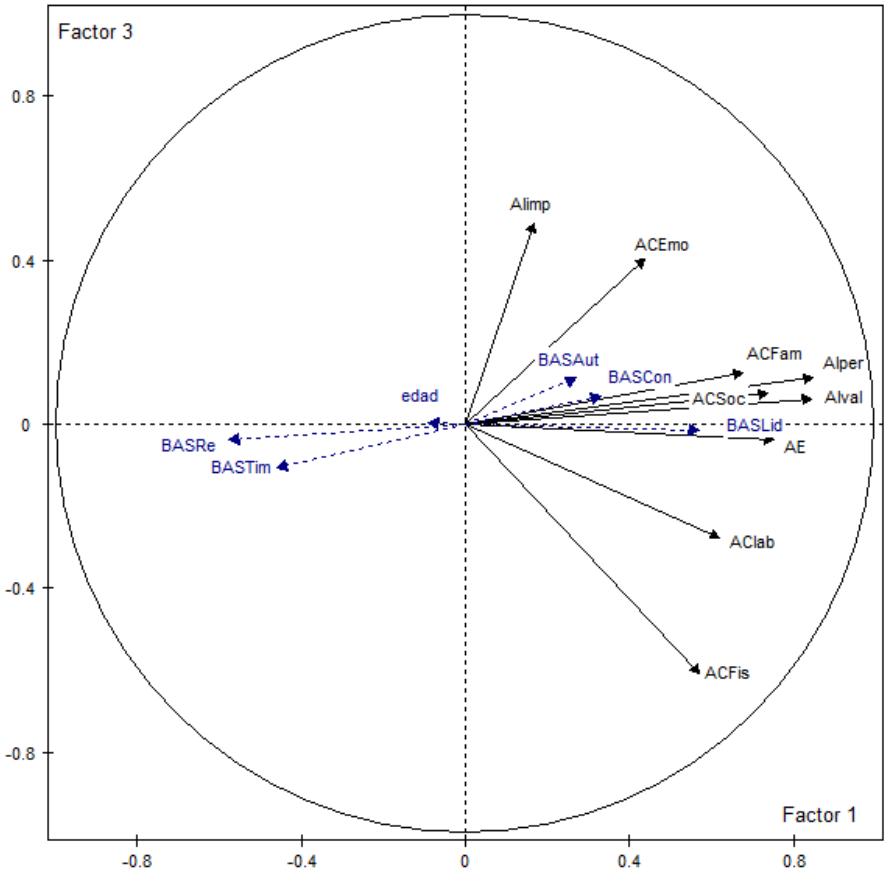


Gráfico 66. Plano formado por los factores 1 y 3, la variable edad y las dimensiones de socialización

Por otro lado, al proyectar la variable sexo, se encuentra que las mujeres se ubican en el extremo derecho de la grafica, mientras que los hombres en el izquierdo (ver gráfica 67), De esta manera, las mujeres poseen puntajes mayores en todas las dimensiones que se encuentran en los cuadrantes superior derecho, por lo que le darán mas importancia a la opinión de los otros, sintiendo que son valoradas y percibidas positivamente. Así mismo, tendrán mas autoconcepto positivo en las dimensiones emocional, social y familiar, así como menor ansiedad, timidez y retraimiento. De igual manera, se puede decir que tendrán mayor autoestima y autoconcepto académico/laboral, liderazgo, consideración por los demás y autocontrol.

Los hombres, por otro lado, tendrán un perfil contrario, en donde serán más retraídos, con valores más altos en ansiedad, timidez y bajos en las dimensiones de autoimagen, y autoconcepto. De esta forma, los casos ubicados en este cuadrante al combinar estos factores, les darán poca importancia a las opiniones de los otros, y serán valorados y percibidos negativamente por ellos. Igualmente, tendrán una baja autoestima, consideración por los demás, autocontrol, liderazgo y autoconcepto emocional, social, familiar, físico y académico/laboral.

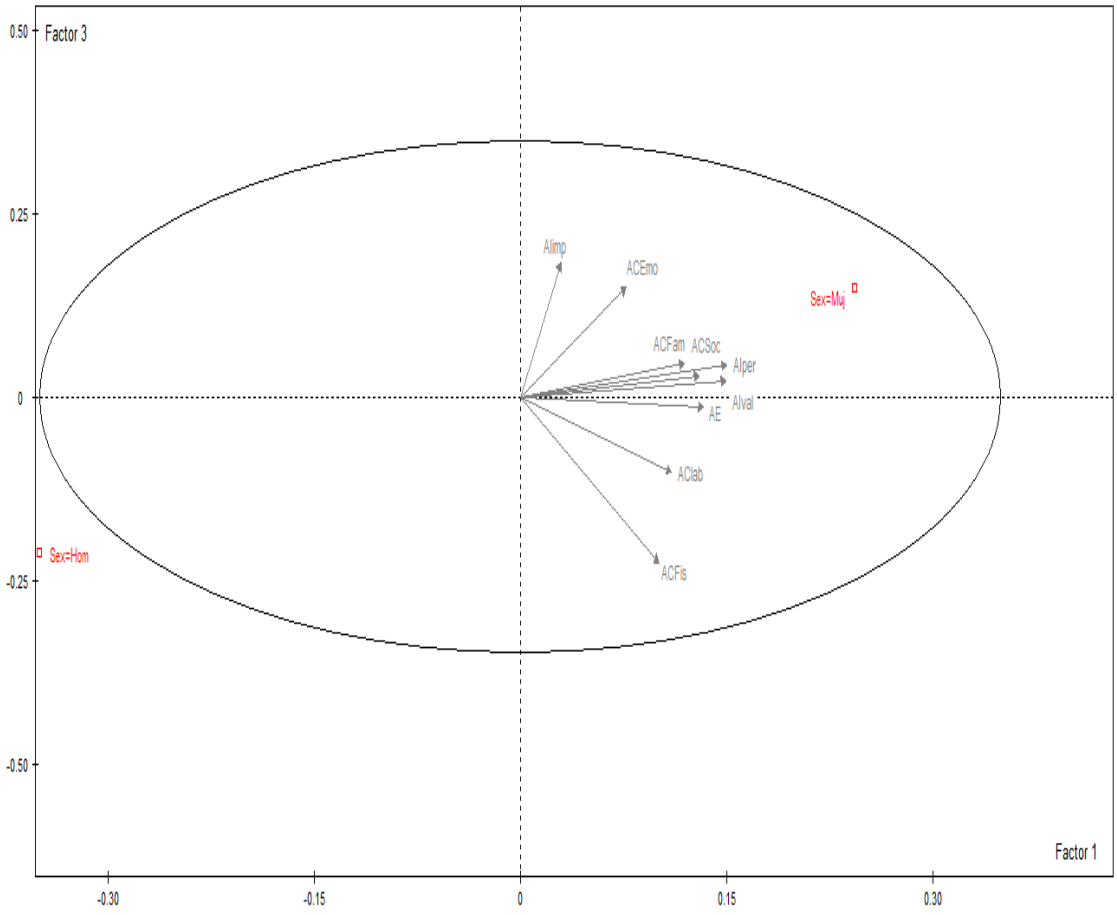


Gráfico 67. Plano formado por los factores 1 y 3, y la variable sexo

2.3) Análisis de componentes principales con Autoestima, las dimensiones de Autoconcepto y las dimensiones de Autoimagen según perceptor: Padres, amigos, pareja, jefes y profesores y extraños

El segundo análisis factorial se realizó con las variables de autopercepción, pero utilizando como dimensiones los diferentes perceptores (padres, pareja, amigos, jefes y profesores y extraños). En el histograma de valores propios se obtuvieron tres factores principales, que en total recogen el 62,16% de la varianza.

NUM	VALOR PROPIO	PORCENAJE	POCENTAJE ACUMULADO	
1	4.7282	42.98	42.98	**********
2	1.2198	11.09	54.07	**********
3	0.8902	8.09	62.16	**********
4	0.8565	7.79	69.95	**********
5	0.7424	6.75	76.70	**********
6	0.5392	4.90	81.60	**********
7	0.4888	4.44	86.05	*********
8	0.4341	3.95	89.99	********
9	0.4061	3.69	93.68	*******
10	0.3764	3.42	97.11	*******
11	0.3183	2.89	100.00	******

Gráfico 68. Histograma de los valores propios

En la tabla 25 se muestran los pesos y coordenadas de las variables de autopercepción y sus dimensiones, en cada uno de los factores. Cada uno de estos factores será analizado con más detenimiento. Así mismo, en la tabla 26 se presenta las coordenadas y pesos de las dimensiones de socialización y de la edad, que fueron empleadas como variables ilustrativas.

Tabla 25.

Pesos y coordenadas de las dimensiones de autoestima, autoimagen (según los perceptores), y de autoconcepto

	Coordenadas de las variables en cada factor					Pesos de las variables en casa factor				
Variable	**Axe 1**	**Axe 2**	**Axe 3**	**Axe 4**	**Axe 5**	**Axe 1**	**Axe 2**	**Axe 3**	**Axe 4**	**Axe 5**
AE	0,73	0,25	-0,04	-0,01	-0,09	0,73	0,25	-0,04	-0,01	-0,09
AClab	0,61	-0,45	-0,16	0,37	-0,29	0,61	-0,45	-0,16	0,37	-0,29
ACSoc	0,71	0,33	-0,08	-0,17	-0,13	0,71	0,33	-0,08	-0,17	-0,13
ACEmo	0,41	0,72	0,33	0,05	-0,26	0,41	0,72	0,33	0,05	-0,26
ACFam	0,64	0,28	-0,26	0,40	0,31	0,64	0,28	-0,26	0,40	0,31
ACFis	0,54	0,00	-0,69	-0,31	-0,18	0,54	0,00	-0,69	-0,31	-0,18
AIPar	0,60	-0,15	0,23	-0,55	0,20	0,60	-0,15	0,23	-0,55	0,20
AIAm	0,72	-0,35	0,17	-0,13	0,12	0,72	-0,35	0,17	-0,13	0,12
AIPad	0,70	0,04	0,04	0,21	0,53	0,70	0,04	0,04	0,21	0,53
AIJef	0,69	-0,30	0,32	0,24	-0,31	0,69	-0,30	0,32	0,24	-0,31
AIExt	0,78	-0,12	0,11	-0,12	-0,03	0,78	-0,12	0,11	-0,12	-0,03

Tabla 26.

Pesos y coordenadas de las variables socialización y edad

	Coordenadas de las variables en cada factor					Pesos de las variables en casa factor				
Variable	**Axe 1**	**Axe 2**	**Axe 3**	**Axe 4**	**Axe 5**	**Axe 1**	**Axe 2**	**Axe 3**	**Axe 4**	**Axe 5**
Edad	-0,10	-0,03	0,01	0,11	-0,08	-0,10	-0,03	0,01	0,11	-0,08
BASCon	0,35	-0,15	0,08	0,02	0,01	0,35	-0,15	0,08	0,02	0,01
BASAut	0,27	-0,04	0,07	0,17	0,04	0,27	-0,04	0,07	0,17	0,04
BASRe	-0,57	-0,17	0,02	0,13	0,10	-0,57	-0,17	0,02	0,13	0,10
BASTim	-0,45	-0,36	-0,16	0,02	0,22	-0,45	-0,36	-0,16	0,02	0,22
BASLid	0,57	-0,03	0,06	-0,11	-0,21	0,57	-0,03	0,06	-0,11	-0,21

a. Análisis del primer factor

En el primer factor se observa que todas las dimensiones empleadas correlacionan positivo con el primer factor, lo cual es coherente con la presencia de un factor general de Autopercepción, igual que en los dos factoriales

anteriores. Las dimensiones que correlacionan más bajo con el factor son Autoconcepto físico (0,54) y Autoconcepto emocional (0,41). Las dimensiones que más contribuyen a la formación del primer factor son Autoimagen procedente de extraños y amigos (0,78 y 0,72 respectivamente), Autoestima (0,73), Autoimagen social (0,71), y Autoimagen procedente de los padres (0,70) y de los jefes (0,69), Autoconcepto familiar (0,64), Autoconcepto laboral (0,61), y Autoimagen procedente de la pareja (0,60).

Tabla 27.

Pesos de las variables de autopercepción en el primer factor

Variable	**Axe 1**
AIExt	0,78
AE	0,73
AIAm	0,72
ACSoc	0,71
AIPad	0,70
AIJef	0,69
ACFam	0,64
AClab	0,61
AIPar	0,60
ACFis	0,54
ACEmo	0,41

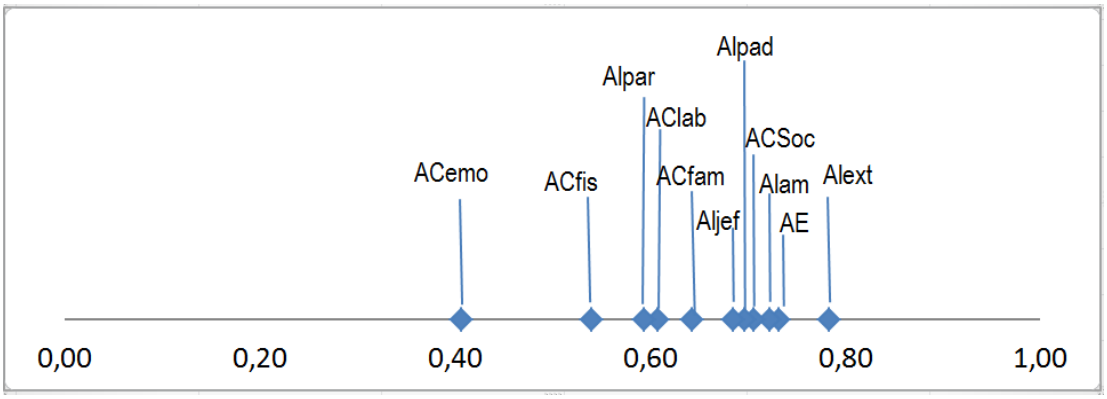


Gráfico 69. Representación de la ubicación de las variables de autopercepción en el primer factor

b. Análisis del segundo factor

Para el segundo factor, se encontró que las dimensiones de autopercepción que tienen mayor peso son el Autoconcepto Emocional (0,72), Autoconcepto Social (0,33), y familiar (0,28). Le sigue Autoestima con (0,25), Hay dos dimensiones que no cargan en este factor: Autoimagen de procedente de los padres (0,04) y Autoconcepto físico (0,00). Así mismo, las dimensiones que cargan de forma negativa son Autoconcepto laboral (-0,45), Autoimagen procedente de los amigos (-0,35) Autoimagen de los jefes y profesores (-0,30), de la pareja (-0,15) y de los extraños (-0,12)

Tabla 28.

Pesos de las variables de autopercepción en el segundo factor

Variable	Axe 2
ACEmo	0,72
ACSoc	0,33
ACFam	0,28
AE	0,25
AIPad	0,04
ACFis	0,00
AIExt	-0,12
AIPar	-0,15
AIJef	-0,30
AIAm	-0,35
AClab	-0,45

Este segundo factor distingue entre las personas con alto autoconcepto emocional, social y familiar, y con alta autoestima, pero con autoimagen baja (de los amigos, los jefes, la pareja y los extraños; estas personas se ubican del lado derecho del factor. Del lado izquierdo están las personas que tienen un buen autoconcepto laboral, pero autoconcepto emocional, familiar y social bajo, pero que consideran que son bien vistos por sus amigos, jefes, pareja y por los extraños.

Gráfico 70. Representación de las variables de autopercepción en el segundo factor

d. Análisis del tercer factor

Para el tercer factor, se encontró que las dimensiones de autopercepción que tienen mayor peso son el Autoconcepto emocional (0,33), la Autoimagen de jefes y profesores (0,32), de pareja (0,23), amigos (0,17) y extraños (0,11). Hay dos factores que no cargan en este factor, las cuales son Autoimagen padres (0,04) y Autoestima (-0,04). Así mismo, las dimensiones que cargan de forma negativa son Autoconcepto social (-0,08), laboral (-0,16), familiar (-0,26) y autoconcepto físico (-0,69).

Tabla 29.
Pesos de las variables de autopercepción en el tercer factor

Variable	Axe 3
ACEmo	0,33
AIJef	0,32
AIPar	0,23
AIAm	0,17
AIExt	0,11
AIPad	0,04
AE	-0,04
ACSoc	-0,08
AClab	-0,16
ACFam	-0,26
ACFis	-0,69

Este tercer factor distingue entre las personas con alto autoconcepto emocional y social, con alta autoestima, y con autoimagen alta de los amigos, los jefes, la pareja y los extraños; estas personas se ubican del lado derecho del factor. Del lado izquierdo están las personas que tienen un buen autoconcepto laboral, familiar y físico, pero autoconcepto emocional y social bajo. Estos además consideran que son mal vistos por sus amigos, jefes, pareja y por los extraños.

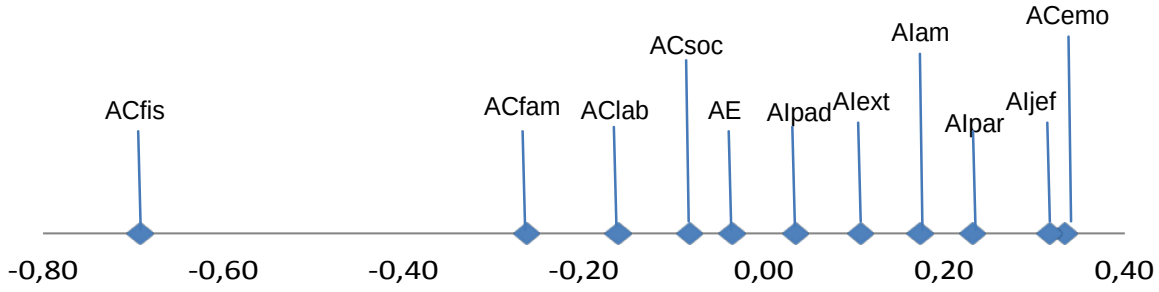


Gráfico 71. Representación de las variables de autopercepción en el tercer factor

Análisis de los planos formados por los diversos factores

a. Análisis del plano formado por los factores 1 y 2

Al observar el plano formado por el primer y el segundo factor, se pueden distinguir, en el área de la derecha la mayoría de las variables que fueron empleadas (ver gráfico 72).

De esta manera, en el cuadrante superior derecho se observa que se ubican el autoconcepto Emocional, Social y Familiar, la autoestima y la percepción positiva de los padres, lo que permite decir que una persona que se ubique en ese cuadrante tendrá una autoestima alta, y una sensación de que

tiene habilidades para lidiar con sus emociones, con las relaciones sociales, así como sentirse integrado con su familia y esta, a su vez, tiene una percepción positiva de él. El autoconcepto físico parece relacionarse tanto con el eje derecho superior como con el inferior, al estar ubicado entre los dos. De esta forma, se puede decir que estas personas, tenderán a considerarse como atractivos para los demás.

En el **cuadrante inferior derecho**, se ubican la mayoría de las áreas de Autoimagen empleadas junto con el Autoconcepto Académico-Laboral, lo que parece indicar que las personas que se ubiquen en este cuadrante considerarán que las los extraños, la pareja, los amigos y los jefes y profesores suelen percibirlos y evaluarlos de forma positiva. Así mismo, estas percepciones positivas que hacen los otros de la persona, podrían estar relacionados con el rol desempeñado por la misma en las áreas académicas y laborales. En el cuadrante superior izquierdo se encontrarían las dimensiones mencionadas anteriormente, pero en sentido negativo, de forma que se encontrarían las personas que le otorgan poca importancia a lo que piensan y sienten los demás sobre ellos y que tienen una sensación de tener un bajo desempeño en lo académico y en lo laboral. Así mismo, en el cuadrante **inferior izquierdo** se ubican los puntajes bajos en las dimensiones de autoconcepto emocional, social, familiar, autoestima y la autoimagen producto de los padres.

Al proyectar las variables ilustrativas en los ejes, es decir, las dimensiones de socialización, se encuentra que las personas que se ubican en el eje inferior izquierdo, tienen puntajes más altos en Retraimiento y en Ansiedad/Timidez, mientras que más bajos en autoestima y autoconcepto emocional, social y familiar; y en autoimagen producto de los padres. Esto corrobora lo encontrado en el primer análisis factorial, en donde las personas ansiosas y retraídas, tendrían a tener una percepción negativa de su desempeño en relación al manejo de emociones, a las situaciones sociales, una poca integración con la familia, una baja autoestima y una sensación de ser percibidos de forma

negativa por los padres. Lo contrario se encontraría en las personas que se ubiquen en el eje superior derecho.

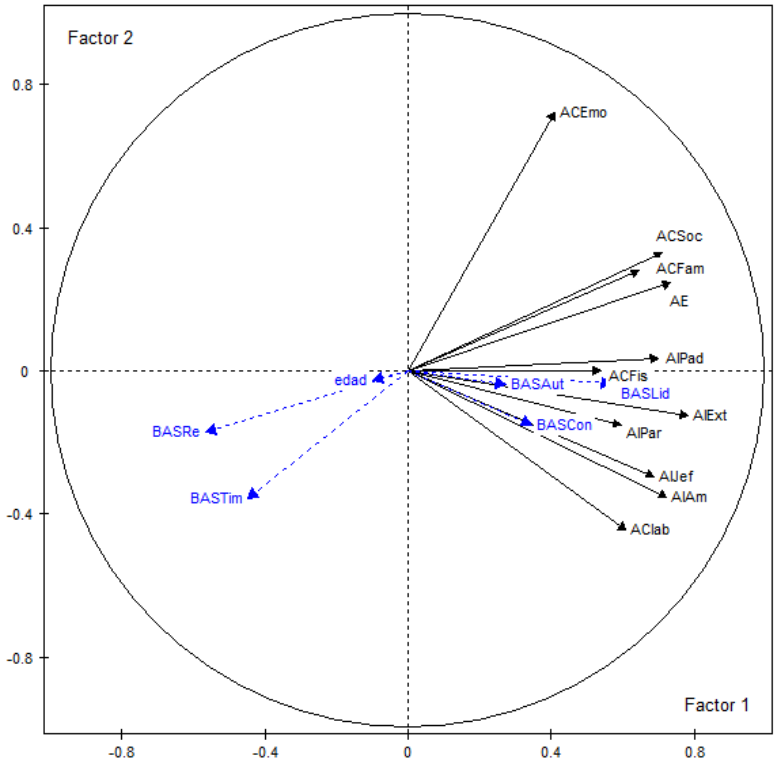


Gráfico 72. Plano conformado por los factores 1 y 2 de autopercepción con las variables ilustrativas socialización y sexo

Por otro lado, aquellas personas que se encuentran ubicadas en el eje inferior derecho, son personas que tienen una autoimagen positiva en relación a los extraños, la pareja, los jefes, profesores y los amigos; además, tendrán puntajes medios en liderazgo, autocontrol y consideración por los demás. De esta manera, se podría decir que son personas que sienten que son valorados positivamente por diferentes personas, se preocupan por los demás y consideran que tienen un buen desempeño académico. Por el contrario, aquellas personas que se encuentren en el cuadrante superior izquierdo tendrían un perfil opuesto al señalado anteriormente.

Con respecto al Sexo, al proyectarse en estas combinaciones de factores, se encuentra que ambos se ubican en extremos diferentes entre sí, lo que indica que hay diferencias en relación al sexo y a las variables empleadas (ver gráfico número 73).

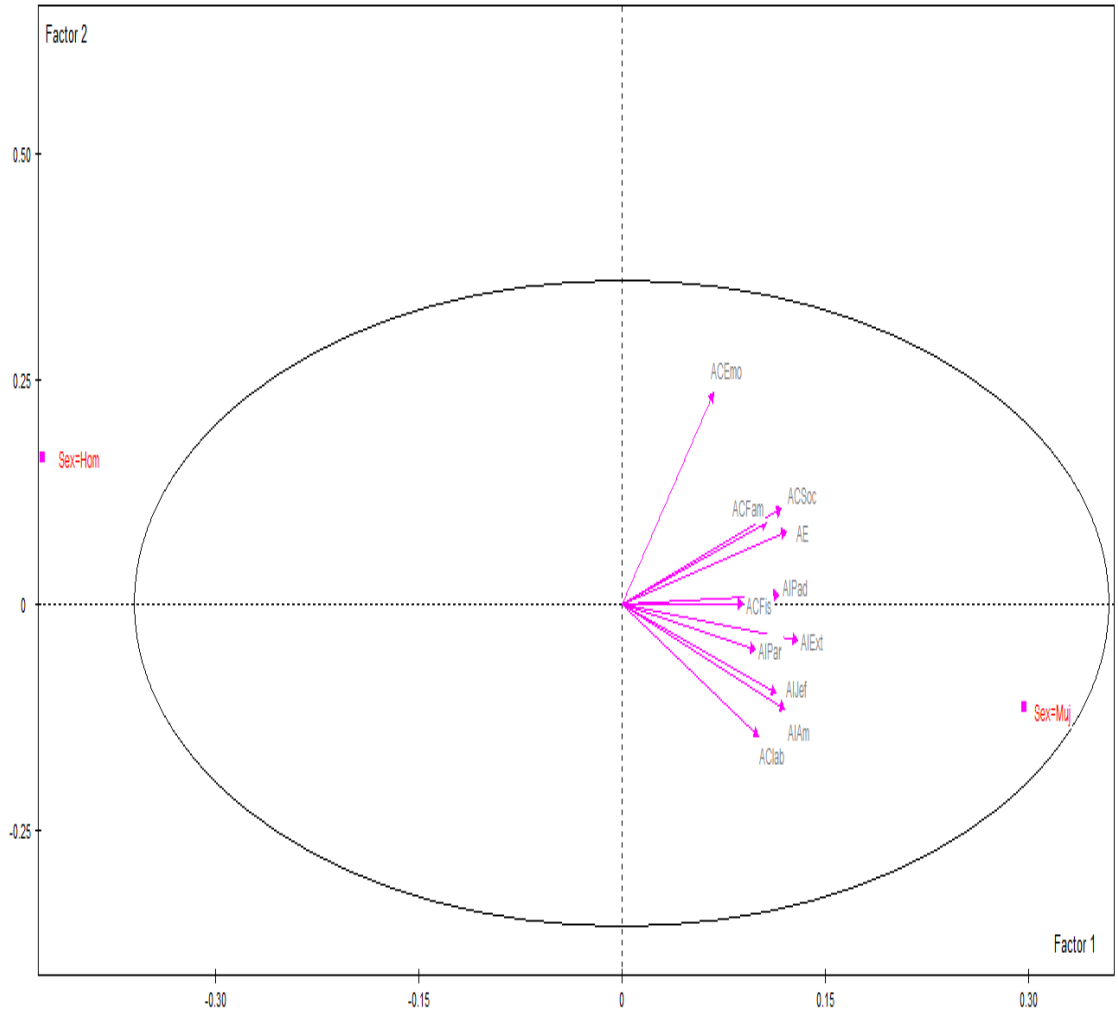


Gráfico 73. Ubicación de la variable sexo en el plano conformado por los factores 1 y 2 de autopercepción

Por un lado, las mujeres se ubican en el cuadrante inferior derecho de la gráfica, por lo que podrían tener la creencia de que son percibidas de forma positiva por los extraños, amigos, pareja, profesores y padres, de igual forma tienden a considerar que poseen un buen desempeño de su rol como estudiantes producto de que tienen las capacidades más valoradas en los

contextos académicos y laborales, como lo son la inteligencia, la responsabilidad, entre otras. Así mismo, tendrían a controlarse más en sus relaciones con los otros, mediante el acatamiento de normas sociales, tendrían más sensibilidad y preocupación por los demás, en particular por aquellos que tienen problemas y más popularidad e iniciativa. La última dimensión de liderazgo y popularidad se solapa con el autoconcepto físico, al igual que en el primer y segundo factorial, por lo que se podría decir que en la medida que las mujeres cuiden más su imagen personal tenderán a tener más popularidad e influencia en los otros.

Por otro lado, se encontró que los hombres tendrían un puntaje más bajo en esas mismas variables, ya que se ubican en un cuadrante opuesto al de las mujeres. Esto podría indicar que los hombres tienden a considerar que son percibidos negativamente por los padres, amigos, parejas, extraños y profesores. Igualmente, tenderían a ser más ansiosos, retraídos y tímidos.

b. Análisis del plano formado por los factores 2 y 3

Al observar el plano conformado por el segundo y tercer factor, se puede distinguir una ubicación de las variables en diferentes cuadrantes (ver gráfico 74). Es así que en el cuadrante superior derecho se ubican un puntaje alto del autoconcepto emocional, por lo que las personas que se ubiquen en este cuadrante tendrán un buen manejo de sus emociones.

En el cuadrante superior izquierdo, se ubican las dimensiones de autoimagen jefes y profesores, amigos, extraños y pareja, por lo que una persona en este cuadrante tendrán a tener una percepción de ser bien valorados; sin embargo tendrán una autoestima baja, con un autoconcepto social y familiar bajo.

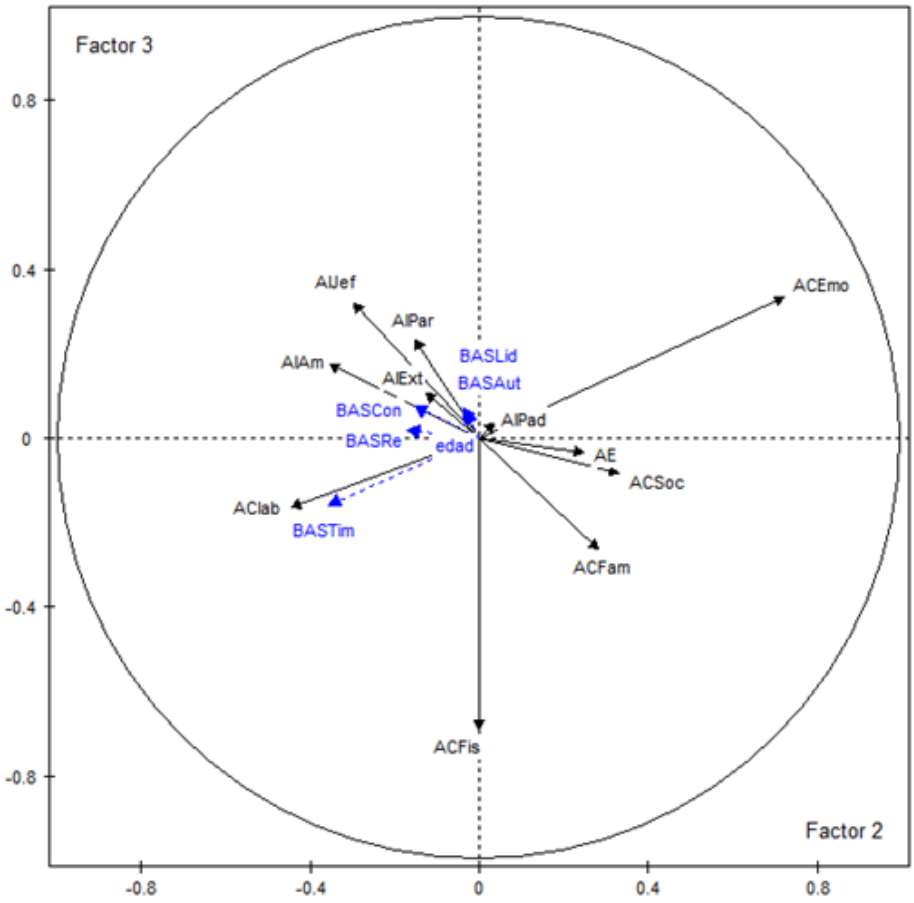


Gráfico 74. Plano formado por los factores 2 y 3, la variable edad y las dimensiones de socialización

En el cuadrante inferior derecho se ubicarían las personas que tienen una autoestima alta, junto a un autoconcepto social y familiar alto, aunque con una percepción de que los demás los ven negativamente. En cuadrante inferior izquierdo se observa que solo carga el autoconcepto académico/laboral.

Al proyectar como variable ilustrativa la socialización se observa que las personas que se ubican en el cuadrante superior derecho tendrán un buen manejo de sus emociones, no les importa mucho como lo valoran sus padres, además, tendrán una percepción negativa en relación a su desempeño en lo académico y en lo laboral, mayor ansiedad y tendencia a la timidez. En contraposición, aquellos casos ubicados en el eje inferior izquierdo tendrán una percepción de tener un muy buen desempeño académico y/o laboral, aunque

tendrán un bajo manejo adecuado de las situaciones emocionales y mayor ansiedad y timidez.

Por otro lado, según lo encontrado en el eje superior izquierdo se encuentra que las personas con una sensación de ser evaluadas relativamente bien por sus jefes, profesores, amigos, pareja y extraños, tendrán cierta consideración por los demás y retraimiento. Las dimensiones de liderazgo y de autocontrol no tienen un peso muy grande en este cuadrante. Igualmente tendrán una baja autoestima, autoconcepto familiar y social. En el cuadrante inferior derecho se encontraría un perfil opuesto a este.

En relación al sexo, se encontraron igualmente diferencias entre los hombres y las mujeres (gráfico 75). Es así que al combinar estos factores, se obtiene un perfil en el cual los hombres tendrían una autoestima alta, un autoconcepto social y familiar alto, junto con una percepción de ser vistos negativamente por la pareja, los profesores, jefes, los amigos y extraños. Igualmente tendrán poco interés por los demás.

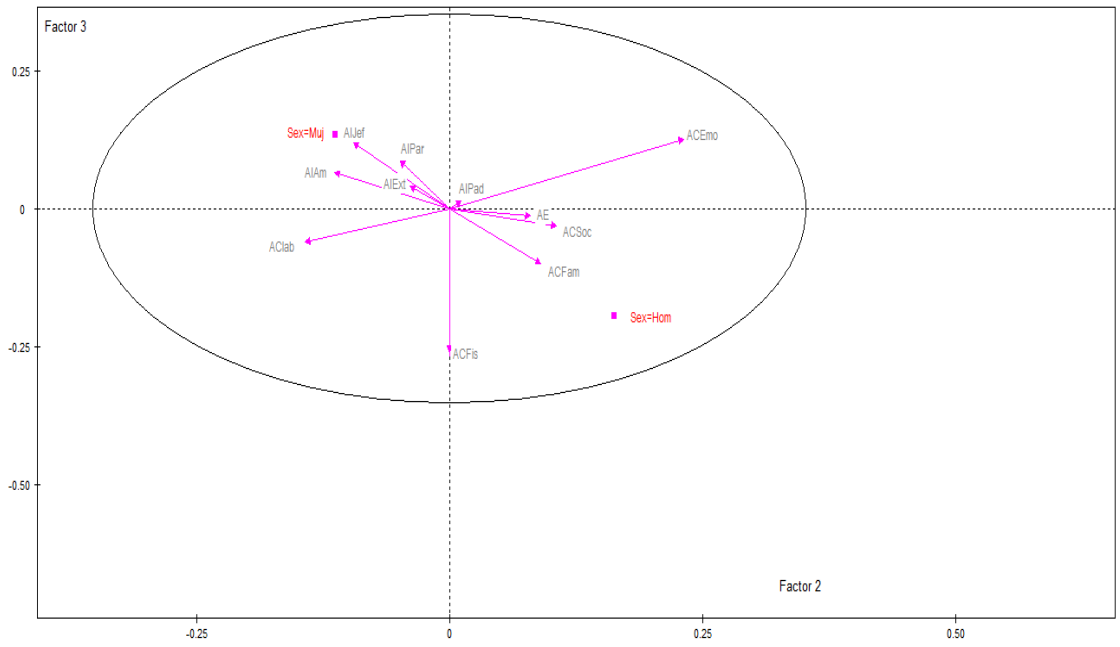


Gráfico 75. Plano formado por los factores 2 y 3, y la variable sexo

Por otro lado, las mujeres tienen a tener un perfil contrario al de los hombres. De mofo que tendrían a ser valoradas positivamente, aunque poseerían una baja autoestima, es decir, poco sentimiento de valía propia, y una percepción negativa de sus desempeño en lo emocional y una integración pobre con la familia.

e. Análisis del plano formado por los factores 1 y 3

Al hacer referencia al plano formado por el primer y el tercer factor, se pueden distinguir, al igual que en los otros factoriales, que la mayoría de las variables que fueron empleadas se ubican hacia la derecha (ver grafico 76). Es así que en el cuadrante superior derecho se observa un alto autoconcepto emocional, junto con una autoimagen alta en todas las dimensiones. De esta manera se puede decir que una persona en este cuadrante tendrá un autoconcepto alto relacionado con el manejo de las emociones y una sensación de ser percibido de forma positiva por los padres, amigos, jefes, profesores, pareja y extraños.

El cuadrante inferior derecho está formado por las personas que poseen una alta autoestima, y un alto autoconcepto social, familiar, académico/laboral y físico. En este caso, una persona ubicada en este cuadrante tenderá a considerarse atractivo, con un buen desempeño en tareas y trabajos, integrado con su familia, atractivo y con un sentimiento positivo hacia sí mismo. El patrón contrario a este se observaría en aquellas personas ubicadas en el eje superior izquierdo.

Cuando se proyecta la variable ilustrativa socialización se encuentra que las personas ubicadas en el eje superior derecho tendrían además bajos puntajes en ansiedad/timidez y medios en autocontrol, consideración por los demás y liderazgo. De esta manera, serán percibidos de forma positiva por

todas las personas de los diferentes ámbitos, por tener características de liderazgo, preocuparse por los otros y seguir las normas.

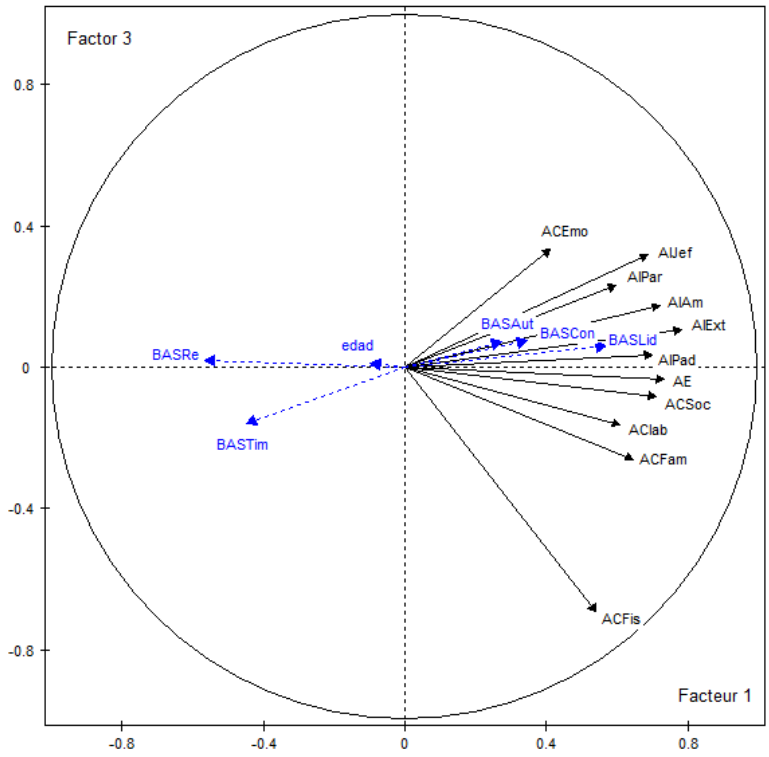


Gráfico 76. Plano formado por los factores 1 y 3, la variable edad y las dimensiones de socialización

Aquellas personas ubicadas en el eje inferior derecho, tendrían bajos puntajes en retraimiento, una alta autoestima, un alto autoconcepto académico/laboral, físico, familiar y social. De esta manera se puede decir, que serian personas que consideran que tienen capacidades académicas, pueden lidiar con las emociones ante diferentes situaciones, se sienten integrados con su familia y se consideran atractivos.

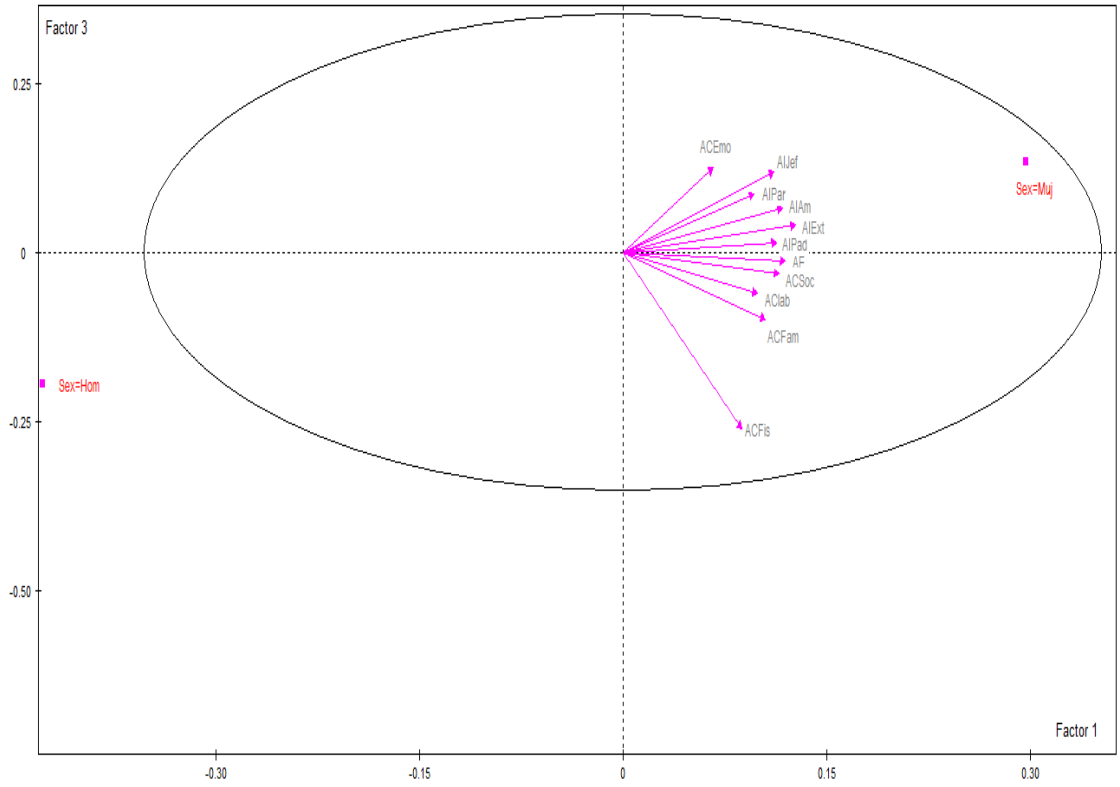


Gráfico 77. Plano formado por los factores 1 y 3, y la variable sexo

Por otro lado, al proyectar la variable sexo, se encuentra que las mujeres se ubican en el extremo superior derecho de la grafica, mientras que los hombres en el inferior izquierdo (ver gráfica 77), lo que permite indicar que cada uno de los géneros tendrá un patrón similar al de cada cuadrante. De esta manera, las mujeres manejaran mejor sus emociones y consideraran que son mejor valoradas por sus padres, amigos, parejas, profesores y extraños. Igualmente, tendrán mayor autocontrol, consideración por los demás y popularidad o liderazgo, mientras menor tendencia a la ansiedad y a la timidez.

Los hombres tendrán un perfil contrario a este, al ser valorados de forma negativa por las personas en cada contexto particular, tener peor manejo de sus emociones, autocontrol, consideración por los demás y popularidad.

3) Identificación de algunas tipologías de autopercepción y su relación con la socialización y el sexo

Después de hacer los análisis de componentes principales, se utilizó un análisis de clasificación automática (cluster), para identificar con mayor claridad la existencia de algunas tipologías de autopercepción, y caracterizar su relación con la socialización y con el sexo. Se utilizaron como variables activas en la construcción del espacio factorial las dimensiones de cada una de las variables de autopercepción (autoimagen, autoconcepto y autoestima), y como variables ilustrativas las dimensiones de socialización y el sexo. Se examinaron las posibles particiones y se encontró que la mejor partición eran seis grupos.

N°	AINE	EFF	POIDS	INDICE	HISTOGRAMME DES INDICES DE NIVEAU
936	886	15	15	0.02667	*
937	912	8	8	0.02722	*
938	933	15	15	0.02857	*
939	848	17	17	0.02908	*
940	880	14	14	0.03014	*
941	900	24	24	0.03024	*
942	906	23	23	0.03071	*
943	888	11	11	0.03089	*
944	836	32	32	0.03273	*
945	853	9	9	0.03317	*
946	911	12	12	0.03359	*
947	898	10	10	0.03481	**
948	941	37	37	0.03509	**
949	939	24	24	0.03538	**
950	890	25	25	0.03539	**
951	937	16	16	0.03554	**
952	861	23	23	0.03653	**
953	923	27	27	0.03854	**
954	913	48	48	0.04054	**
955	943	21	21	0.04325	**
956	915	16	16	0.04362	**
957	905	8	8	0.04427	**
958	924	21	21	0.04540	**
959	957	16	16	0.04770	**
960	950	37	37	0.04858	**
961	952	27	27	0.04951	**
962	934	34	34	0.05665	**
963	945	24	24	0.05747	**
964	942	36	36	0.05858	**
965	940	29	29	0.06253	**
966	863	19	19	0.06350	**
967	916	64	64	0.07009	***
968	914	45	45	0.07178	***
969	949	40	40	0.08524	***
970	967	85	85	0.08787	***
971	926	39	39	0.08866	***
972	948	61	61	0.09262	***
973	966	46	46	0.09568	***
974	908	49	49	0.09985	***
975	969	101	101	0.11811	****
976	955	57	57	0.12472	****
977	968	79	79	0.12727	****
978	976	142	142	0.16914	*****
979	971	85	85	0.17728	******
980	978	163	163	0.19579	******
981	959	101	101	0.24841	********
982	974	212	212	0.27226	*********
983	975	180	180	0.27963	*********
984	983	281	281.	0.96947	**********
985	982	493	493	2.71395	**********

Gráfico 78. Histograma de las particiones

El histograma de las particiones (gráfico 78) permite observar que el mayor salto de inercia intragrupos ocurre cuando se va de dos grupos a tres grupos, sin embargo al revisar las inercias intra e intergrupo para esta partición, se encontró que las inercias intragrupo todavía eran demasiado grandes, es decir, que los grupos internamente eran muy heterogéneos. Se examinaron particiones para cuatro, cinco, seis, siete y ocho grupos. Se encontró que una partición aceptable era la de seis grupos, lo cual se corrobora con el dendograma.

Gráfico 79. *Dendograma de la clasificación automática*

Al final se obtuvieron seis clases, las cuales representan distintas tipologías de personas con base en las dimensiones de autopercepción. Las inercias inter e intra clases se presentan en la tabla 30.

Para la partición con seis clases, la inercia interclases fue de 0,488, y puede verse que la inercia interclase es mucho mayor que las inercias intraclase (1,18; 0,23; 0,81; 1,13; 1,74; 0,42). Esto significa que las seis clases son bastante homogéneas entre sí, pero cada una es, además, bastante diferente del resto de las clases. Las clases más heterogéneas son la 5 (1,74), la 1 (1,18) y la 4 (1,13), de las cuales la 4 y la 5 son las clases más grandes.

Tabla 30.

Inercias inter e intragrupo para las seis clases

Inercias	**Inercias antes**	**Inercias después**	**Cantidad de casos**	**Distancia al origen**
Inter-clases	4,48372	4,87616		
Intra-clase				
Clase 1/6	1,18115	1,01862	83	6,72170
Clase 2/6	0,23284	0,36208	24	24,64060
Clase 3/6	0,81370	1,00274	90	1,40040
Clase 4/6	1,13263	1,05698	108	1,57653
Clase 5/6	1,73558	0,94526	111	2,39411
Clase 6/6	0,42040	0,73817	77	8,99510
Total	**10,00000**	**10,00000**		

Las clases más homogéneas son la clase 2 (0,36) y la 6 (0,73), que son también las clases más pequeñas con 24 y 77 casos respectivamente. La clase más atípica (más distantes del origen) es la número 2; mientras que la más típica es la clase 4, junto con la clase 3, pues son las más cercanas al origen. La clase más heterogénea es la número 4 con una inercia de 1,05.

a. Descripción de la clase 1 de 6

La clase 1 es la tercera en tamaño y tiene 83 casos. Es una de las clases más heterogéneas (tiene una inercia intragrupo de 1,01862). Los casos que pertenecen a la clase 1 mantienen un bajo autoconcepto familiar (t=-11,51), emocional (t=-8,56), social (t=-10,37), laboral (t=-3,47) y físico (t=-5,65), una baja autoestima (t=-10,12) y además una autoimagen negativa en los aspectos

físico (-8,25), intelectual (t=-3,46), social (t=-8,46) y volitivo (t=-7,63), lo cual indica una autopercepción general negativa.

En lo que respecta a la socialización, estas características de autopercepción aparecen acompañadas por altos niveles de retraimiento (t=9,43) y timidez (t=7,26), pero poco autocontrol (t=-5,2), poca consideración positiva hacia los demás (t=-3,81) y poco liderazgo (t=-5,96).

Tabla 31.

Aspectos de mayor contribución en la formación de la clase 1 de 6

Variables que define cada clase	Media de la variable en la clase	Media general	Desviación típica de la variable en la clase	Valor-Test	Probabilidad
BASRe	5,963	2,888	3,720	9,43	0,000
BASTim	5,807	3,915	2,496	7,26	0,000
AIInt	29,527	31,196	3,775	-3,46	0,000
AClab	6,434	7,030	1,379	-3,47	0,000
BASCon	10,110	10,965	2,599	-3,81	0,000
BASAut	8,741	10,138	2,892	-5,20	0,000
ACFis	5,235	6,301	1,610	-5,65	0,000
BASLid	5,481	7,311	2,620	-5,96	0,000
AIVol	29,811	34,405	4,279	-7,63	0,000
AIFis	29,860	34,557	3,647	-8,25	0,000
AISoc	29,324	33,277	2,557	-8,46	0,000
ACEmo	4,528	6,294	1,465	-8,56	0,000
AE	18,675	23,840	4,075	-10,12	0,000
ACSoc	5,613	7,342	1,380	-10,37	0,000
ACFam	6,061	8,034	1,716	-11,51	0,000

Esta clase está conformada por personas que se perciben a sí mismas de forma negativa, que consideran que tienen un limitado desempeño en las relaciones sociales así como de su rol de estudiantes y trabajadores; además perciben de forma negativa sus reacciones emocionales y su participación e integración en el medio familiar, y considera que su aspecto y su condición física no son favorables. Esta percepción negativa va acompañada por un bajo aprecio hacia sí mismos, manifestado en la baja autoestima, lo cual indica que se valoran poco. Igualmente consideran que las demás personas las perciben de forma negativa en los aspectos sociales, volitivos, intelectivos y físicos. Al parecer consideran que los demás los percibe de forma tan negativa como se perciben ellos mismos.

Desde el punto de vista de la socialización, este perfil de autopercepción se acompaña de ansiedad (miedo y nerviosismo), apocamiento y vergüenza en las relaciones sociales y alejamiento de los demás. Así mismo, los integrantes de esta clase muestran poca popularidad, iniciativa y espíritu de servicio, escasa sensibilidad social, y dificultad para acatar normas sociales que facilitan la convivencia.

En la clase 1 el sexo es una variable significativa, pues se obtuvo un X^2 de 6,02 y un p valor de 0,014, que es significativo al 0,05. La categoría asociada a esta clase corresponde a las mujeres.

Tabla 32.

Significación de la variable sexo en la clase 1

Etiqueta de la variable	**Modalidades de la variable**	**Valor Test**	**Probabilidad**
sexo	Sex=Muj	2,55	0,005
sexo	Sex=Hom	-2,55	0,005

Los casos que forman parte de la clase 1 son: 1, 3, 5, 6, 14, 35, 37 41, 50, 52, 56, 64, 71, 75, 79, 85, 90, 98, 115, 118, 127, 132, 133, 134, 151, 162, 167, 169, 174, 177, 211, 220, 222, 237, 238, 244, 249, 251, 254, 257, 270, 281, 290, 294, 309, 316, 319, 324, 331, 333, 337, 344, 346, 347, 396, 399, 401, 405, 406, 407, 408, 409, 421, 426, 427, 434, 436, 440, 443 450, 452, 453, 454, 455 y 456.

Tabla 33.

Distancia al centro del grupo 1, de los 10 primeros casos más cercanos

Clase 1 / 6 Efectivos: 83

Rango del caso	Distancia al centro de la clase	Etiqueta del caso
1	1,10318	452
2	1,30536	434
3	1,59448	3
4	1,78153	408
5	2,16583	456
6	2,16984	270
7	2,23161	294
8	2,32692	237
9	2,33958	407
10	2,35540	244

El caso más representativo de la clase 1 es el 452 (distancia= 1,10318). Se trata de un caso de sexo masculino, que tiene puntajes inferiores a la media y negativos en todas las dimensiones de autoconcepto, es decir entre 4 y 6 puntos. De esta manera puntúa en el autoconcepto Académico/laboral 6,40 puntos, en el Social 6,35, en el emocional 4,1 puntos, en el familiar 5,73 y en el físico 6 puntos. Así mismo obtuvo un puntaje inferior a la media en autoestima (18 puntos). Con respecto a la autoimagen, este caso típico obtuvo puntajes bajos y negativos en todas las dimensiones de autoimagen, siendo la más alta

la autoimagen social (29,02 puntos), seguido de la intelectiva (28,95 puntos), luego de la física (26,67 puntos) y finalmente de la volitiva (26,47 puntos).

En relación a la socialización se encontró que obtuvo puntajes bajos y negativos en consideración por los demás (8 puntos), autocontrol (8 puntos) y en liderazgo (4 puntos), mientras tiene puntajes altos y positivos en retraimiento (7 puntos) y ansiedad/timidez (7 puntos).

b. Descripción de la clase 2 de 6

La clase 2 es la más pequeña de todas, la más homogénea y también la más atípica. Está integrada por 24 casos. Las características que definen esta clase son : un puntaje bajo en la autoimagen intelectiva (t=-6,86), social (t=-8,56), fisica (t=-8,14), volitiva (t=-8,88), baja autoestima (t=-8,46), bajo autoconcepto social (t=-7,61), familiar (t=-7,70), físico (t=-8,72) y académico/laboral (t=-9,45).

Con respecto a la socialización se observa que este grupo posee niveles altos de retraimiento (t=7,19) y de ansiedad/timidez (t=3,69), en contraste con puntajes bajos en liderazgo (t=-6,29) y consideración por los demás (t=-3,96). A diferencia del primer grupo, el autocontrol no tiene peso en este grupo al igual que el autoconcepto emocional.

Este grupo o cluster está conformada por personas que se perciben a sí mismas de forma negativa, que consideran que tienen un desempeño negativo o pobre en las relaciones sociales así como de su rol de estudiantes y/o trabajadores; además, consideran que su participación e integración en el medio familiar puede ser limitada y que su aspecto y condición física no son buenos. Esta percepción negativa va acompañada por un bajo aprecio hacia sí mismos, manifestado en la baja autoestima, lo cual indica que se valoran poco. Igualmente consideran que las demás personas los perciben de forma negativa en los aspectos sociales, volitivos, intelectivos y físicos, es decir, los podrían ver

como con pocas capacidades intelectuales, con poca iniciativa, pasivos e indecisos, con poco interés en los demás y descuidados. Al parecer, los pertenecientes a esta clase consideran que los demás los perciben de forma tan negativa como se perciben ellos mismos.

Tabla 34.

Aspectos de mayor contribución en la formación de la clase 2 de 6

Variables que define cada clase	Media de la variable en la clase	Media general	Desviación típica de la variable en la clase	Valor-Test	Probabilidad
BASRe	7,565	2,888	2,990	7,19	0,000
BASTim	5,833	3,915	2,838	3,69	0,000
ACEmo	5,923	6,294	1,830	-0,90	0,183
BASAut	9,217	10,138	2,146	-1,71	0,044
BASCon	9,208	10,965	2,549	-3,96	0,000
BASLid	3,435	7,311	2,411	-6,29	0,000
AIInt	24,616	31,196	4,694	-6,86	0,000
ACSoc	4,818	7,342	1,465	-7,61	0,000
ACFam	5,408	8,034	1,603	-7,70	0,000
AIFis	25,347	34,557	4,402	-8,14	0,000
AE	15,250	23,840	5,433	-8,46	0,000
AISoc	25,317	33,277	2,768	-8,56	0,000
ACFis	3,028	6,301	1,546	-8,72	0,000
AIVol	23,775	34,405	4,624	-8,88	0,000
AClab	3,797	7,030	1,423	-9,45	0,000

Desde el punto de vista de la socialización, este perfil de autopercepción se acompaña de niveles altos de ansiedad, timidez y vergüenza en las relaciones sociales y alejamiento de los demás, así como un intento y/o deseo, tanto activo como pasivo para alejarse de los demás.

El sexo no tiene peso en la conformación de la clase 2. Los valores correspondientes se muestran en la tabla 35.

Tabla 35.

Significación de la variable sexo en la clase 2

Etiqueta de la variable	Modalidades de la variable	Valor Test	Probabilidad
sexo	Sex=Muj	1,13	0,129
sexo	Sex=Hom	-1,13	0,129

Los casos que pertenecen a la clase 2 son: 44, 48, 54, 95, 108, 166, 168, 172, 178, 223, 228, 274, 288, 289, 323, 350, 351, 352, 353, 354, 356 400, 462 y 472.

Tabla 36.

Distancia al centro del grupo 2, de los 10 primeros casos más cercanos

Clase 2 / 6 Efectivos: 24

Rango del caso	Distancia al centro de la clase	Etiqueta del caso
1	2,36374	462
2	2,45275	54
3	3,84595	289
4	4,33551	400
5	4,76188	95
6	5,12158	48
7	5,53317	354
8	5,53517	356
9	5,77572	350
10	5,91504	353

El caso más representativo de esta clase es el 462 (distancia= 2,36374); se trata de una persona de sexo femenino, la cual posee puntajes medios en autoestima (19 puntos), puntajes medios y negativos en los autoconcepto académico laboral (5,17 puntos), familiar (4,67 puntos); y bajos y negativos en

el autoconcepto social (4,17 puntos) y en el físico (3,50 puntos). En relación al autoconcepto se encontró que este caso típico posee puntajes medios y negativos en autoconcepto físico (26,67 puntos), intelectivo (28,29 puntos), social (26,34 puntos) y en físico (22,06 puntos), siendo este último el más bajo de los autoconceptos.

Con respecto a la socialización se encuentran puntajes muy altos y negativos en consideración por los demás (12 puntos); altos negativos en liderazgo (7 puntos) y puntajes medios y positivos en retraimiento y ansiedad/timidez (5 puntos ambos).

c. Descripción de la clase 3 de 6

La clase 3 es la tercera en tamaño y una de las más cercanas a la media general del grupo. Está integrada por 90 casos.

Los integrantes de esta clase se caracterizan por tener un autoconcepto familiar (t= 2,35), físico (t=3,29) y laboral (t=3,58) positivo, con autoimagen intelectiva (t=3,17) también favorable, y un autoconcepto emocional (t=-10,33) negativo. La autoimagen volitiva (t=0,74), social (t= 0,62) y física (t= 0,17) no tienen peso en esta clase. El autoconcepto social (t= -1,76) y la autoestima (t=-1,96) tampoco.

Los aspectos de socialización de este grupo tienen que ver con un buen autocontrol (t=2,36), pero con rasgos de timidez (t= 4,73). Las dimensiones de esta variable que no tienen peso en esta clase son liderazgo (t=-0,61), retraimiento (t=-0,59) y consideración (t= 1,56)

En síntesis, los casos que integran esta clase son personas que reconocen sus cualidades familiares y se perciben como integrados a su familia, consideran que tienen un buen aspecto físico y que son buenos trabajadores y estudiantes. Además sienten que los demás perciben y valoran habilidades intelectuales, pero tienen una percepción negativa de sus reacciones

emocionales, considerando así que no cuentan con recursos necesarios para afrontar adecuadamente todas las situaciones.

Tabla 37.

Aspectos de mayor contribución en la formación de la clase 3 de 6

Variables que define cada clase	Media de la variable en la clase	Media general	Desviación típica de la variable en la clase	Valor-Test	Probabilidad
BASTim	5,129	3,915	2,660	4,73	0,000
AClab	7,617	7,030	1,134	3,58	0,000
ACFis	6,892	6,301	1,512	3,29	0,001
AIInt	32,654	31,196	4,370	3,17	0,001
BASAut	10,747	10,138	2,240	2,36	0,009
ACFam	8,417	8,034	1,204	2,35	0,009
BASCon	11,310	10,965	1,871	1,56	0,060
AIVol	34,829	34,405	3,550	0,74	0,230
AISoc	33,553	33,277	2,787	0,62	0,268
AIFis	34,648	34,557	4,269	0,17	0,434
BASRe	2,726	2,888	2,417	-0,51	0,305
BASLid	7,106	7,311	2,935	-0,69	0,245
ACSoc	7,062	7,342	1,242	-1,76	0,039
AE	22,889	23,840	4,252	-1,96	0,025
ACEmo	4,264	6,294	1,553	-10,33	0,000

En cuanto a la socialización, estas personas tienden a ser tímidas, tienen manifestaciones de ansiedad, apocamiento y vergüenza cuando se enfrentan a situaciones sociales. Pero tienen un buen autocontrol que les permite acatar de reglas y normas sociales en pro de la convivencia y el respeto los demás. Pareciera que el autoconcepto emocional negativo les impide relacionarse con los demás de forma segura y confiada, pero su autoconcepto y autoimagen

positivos en lo intelectual, laboral y académico contribuye a que se comporten de manera adecuada, dentro de los parámetros socialmente aceptados.

El género no tiene influencia en esta clase, lo que significa que puede estar integrada por hombres (p=0,374) y mujeres (p=0,374).

Tabla 38.

Significación de la variable sexo en la clase 3

Etiqueta de la variable	**Modalidades de la variable**	**Valor Test**	**Probabilidad**
sexo	Sex=Muj	0,32	0,374
sexo	Sex=Hom	-0,32	0,374

Tabla 39.

Distancia al centro del grupo 3, de los 10 primeros casos más cercanos

Clase 3 / 6 Efectivos: 90

Rango del caso	**Distancia al centro de la clase**	**Etiqueta del caso**
1	1,38459	73
2	1,80174	51
3	2,02727	141
4	2,05683	107
5	2,18989	373
6	2,28877	217
7	2,29841	96
8	2,32239	418
9	2,34162	39
10	2,40078	416

Los casos que forman parte de esta clase son: 10, 13, 17, 19, 21, 22, 25, 31, 38, 39, 45, 47, 51, 53, 63, 66, 67, 70, 73, 78, 87, 91, 96, 101, 106, 107, 110, 112, 120, 121, 124, 131, 136, 137, 138, 141, 149, 150, 156, 158, 160, 163, 164, 165, 183, 186, 188, 198, 205, 206, 208, 210, 213, 214, 215, 217, 227, 242, 246, 255, 263, 266, 292, 305, 313, 315, 317, 327, 338, 367, 368, 372, 373, 374, 376, 393, 395, 403, 404, 412, 416, 418, 420, 422, 425, 471, 478, 483, 486 y 489.

El caso más representativo de este grupo es el 73 (distancia= 1,38459). Se trata de una mujer de 18 años, con autoconcepto medio y negativo en el emocional (7,30 puntos), y un autoconcepto académico/laboral (7,30 puntos), familiar (7,97 puntos) y físico (7,15 puntos), positivos y altos. Así mismo, presenta una autoimagen intelectiva superior a la media del grupo.

En relación a la socialización, se obtuvo un puntaje superior a la media y positivo de Ansiedad/timidez (6 puntos) y un puntaje de autocontrol alto y positivo (11 puntos).

d. Descripción de la clase 4 de 6

La clase 4 está formada por 180 casos y es la más heterogénea. También es la segunda más cercana a la media del grupo general. Esta clase se distingue porque sus integrantes tienen un alto autoconcepto emocional (t=5,88) y familiar (t=2,05), pero un autoconcepto laboral y académico (t=-7,59) negativo. Además en los casos de este grupo la autoimagen general es negativa (física, t=-4,08; autoimagen intelectual, t=-6,04; autoimagen social t=-4,92 y volitiva t=-6,32). El autoconcepto social (t=0,82) y la autoestima (t=0,84) no tienen peso en esta clase.

En lo que respecta a la socialización, este grupo tiene bajo liderazgo (t=-3,27) y baja consideración positiva hacia los demás (t=-2,07). La timidez (t=-2,91), el retraimiento (t=-1,34) y el autocontrol (t=1,6) no tienen peso en este grupo.

Estas personas se perciben bien en el ámbito emocional para manejar situaciones difíciles, considerándose como calmados, y con habilidades para integrarse a la familia, pero con pocas destrezas académicas y laborales. Además, sienten que la imagen que las demás personas tienen de ellos no son favorables en ningún ámbito. Probablemente a causa de esta autoimagen negativa se sienten rechazados lo cual pudiera tener un efecto en su baja consideración hacia los demás, en su ansiedad/timidez, su retraimiento y en los puntajes de liderazgo.

Tabla 40.

Aspectos de mayor contribución en la formación de la clase 4 de 6

Variables que define cada clase	**Media de la variable en la clase**	**Media general**	**Desviación típica de la variable en la clase**	**Valor-Test**	**Probabilidad**
ACEmo	7,324	6,294	1,266	5,88	0,000
ACFam	8,332	8,034	1,112	2,05	0,020
AE	24,204	23,840	3,474	0,84	0,201
ACSoc	7,459	7,342	1,144	0,82	0,206
BASRe	2,515	2,888	2,614	-1,34	0,090
BASAut	9,776	10,138	2,522	-1,60	0,054
ACFis	6,039	6,301	1,616	-1,63	0,051
BASCon	10,574	10,965	2,330	-2,07	0,019
BASTim	3,264	3,915	2,066	-2,91	0,002
BASLid	6,467	7,311	2,749	-3,27	0,001
AIFis	32,585	34,557	3,682	-4,08	0,000
AISoc	31,325	33,277	2,839	-4,92	0,000
AIInt	28,722	31,196	3,593	-6,04	0,000
AIVol	31,175	34,405	3,310	-6,32	0,000
AClab	5,921	7,030	1,436	-7,59	0,000

El sexo es significativo para distinguir esta clase, y la categoría que mas carga es la de los hombres (T=1,82, p=0,03). Los resultados se muestran la tabla 41.

Tabla 41.

Significación de la variable sexo en la clase 4

Etiqueta de la variable	**Modalidades de la variable**	**Valor Test**	**Probabilidad**
sexo	Sex=Muj	-1,82	0,034
sexo	Sex=Hom	1,82	0,034

Los casos que pertenecen a la clase 4 son: 4, 7, 8, 18, 20, 23, 24, 26 27, 28, 46, 57, 58, 61, 69, 74, 84, 93, 117, 119, 157, 159, 161, 170, 176, 180, 181, 182, 187, 189, 190, 192, 194, 199, 200, 201, 203, 204, 207, 209, 218, 221, 233, 234, 235, 236, 239, 240, 241, 243, 245, 247, 250, 252, 258, 260, 26, 273, 276, 279, 280, 283, 285, 297, 298, 299, 300, 304, 308, 310, 318, 321, 322, 329, 330, 335, 336, 348, 349, 357, 359, 362, 365, 370, 375, 380, 382, 383, 39, 398, 402, 410, 417, 423, 428, 432, 439, 444, 445, 446, 447, 466, 468, 477, 479, 482, 488 y 492.

El caso más representativo de este grupo es el 370, el cual es un de sexo masculino, con un autoconcepto emocional alto (8,32 puntos) y familiar igual a la media (7,73 puntos), pero ambos positivos. Por el contrario, posee un autoconcepto académico/laboral inferior a la media y negativo (6 puntos). Así mismo, posee una autoimagen física (31,67 puntos), volitiva (28,68 puntos), intelectiva (27,63 puntos) y social (30,8 puntos), negativas e inferiores a la media.

En relación a la socialización, este caso obtuvo puntajes negativos e inferiores a la media en consideración por los demás (5 puntos), timidez (0 puntos) y liderazgo (6 puntos).

Tabla 42.

Distancia al centro del grupo 4, de los 10 primeros casos más cercanos

Clase 4 /6 Efectivos: 108

Rango del caso	Distancia al centro de la clase	Etiqueta del caso
1	0,78800	370
2	1,13808	190
3	1,25279	375
4	1,40215	58
5	1,41607	209
6	1,72058	194
7	1,78778	402
8	1,80442	235
9	1,93340	468
10	1,95005	182

e. Descripción de la clase 5 de 6

La clase 5 es la más grande de todas, la más heterogénea y una de las más cercanas al origen. Está conformada por 111 casos. Los integrantes de esta clase se distinguen por tener un autoconcepto positivo en todos los ámbitos (emocional, t=6,66; familiar, t=4,63; físico t=4,32; laboral y académico, t=6,73 y social, t=8,24). El que mayor peso tiene en la clase es el autoconcepto social. Además, este grupo tiene autoestima alta (t=7,23). Así mismo la autoimagen física (t= 5,63), volitiva (t= 6,19) y social (t=4,71), son altas. La autoimagen intelectiva no tiene peso en este grupo (t=0,44).

En cuanto a la socialización, los miembros de esta clase tienden a ser buenos líderes (t=6,4), y a preocuparse por los demás (consideración positiva con t= 2,71). Además, cuentan con buen autocontrol (t=3,02). No son personas tímidas (t=-5,54), ni retraídas (t=-6,23).

Tabla 43.

Aspectos de mayor contribución en la formación de la clase 5 de 6

Variables que define cada clase	Media de la variable en la clase	Media general	Desviación típica de la variable en la clase	Valor-Test	Probabilidad
ACSoc	8,489	7,342	0,996	8,24	0,000
AE	26,919	23,840	2,668	7,23	0,000
AClab	7,997	7,030	1,065	6,73	0,000
ACEmo	7,440	6,294	1,379	6,66	0,000
BASLid	8,945	7,311	1,958	6,40	0,000
AIVol	37,513	34,405	3,187	6,19	0,000
AIFis	37,230	34,557	3,419	5,63	0,000
AISoc	35,115	33,277	3,047	4,71	0,000
ACFam	8,697	8,034	1,191	4,63	0,000
ACFis	6,982	6,301	1,571	4,32	0,000
BASAut	10,809	10,138	2,444	3,02	0,001
BASCon	11,469	10,965	1,869	2,71	0,003
AIInt	31,372	31,196	3,341	0,44	0,332
BASTim	2,682	3,915	1,917	-5,54	0,000
BASRe	1,171	2,888	1,576	-6,23	0,000

Todo esto parece indicar que son personas caracterizadas por considerarse a si mismos como con habilidades sociales, un buen desempeño en las actividades tanto académicas como laborales y con características físicas atractivas y habilidades deportivas. Además, se sienten integrados a su familia

y se tienen una alta valoración de sí mismos. Consideran que los demás lo perciben de forma positiva tanto en lo motivacional, como en lo social y físico.

En relación a la socialización, se muestran preocupados e interesados por los demás, con capacidad para seguir normas y populares.

El sexo es una variable significativa para este grupo. La modalidad que predomina es la que corresponde a las mujeres, de esta forma la mayoría de los casos pertenecientes a este grupo serian de sexo femenino.

Tabla 44.

Significación de la variable sexo en la clase 5

Etiqueta de la variable	**Modalidades de la variable**	**Valor Test**	**Probabilidad**
sexo	Sex=Muj	3,34	0,000
sexo	Sex=Hom	-3,34	0,000

Los casos que pertenecen a la clase 5 son: 2, 9, 12, 16, 33, 34, 40, 42, 43, 49, 55, 59, 65, 68, 76, 81, 82, 83, 86, 88, 92, 97, 100, 102, 103, 104, 109, 111, 116, 123, 126, 130, 143, 144, 145, 146, 148, 171, 173, 184, 185, 191, 193, 195, 196, 212, 216, 224, 226, 229, 230, 256, 262, 264, 267 268, 271, 272, 277, 278, 286, 287, 291, 293, 295, 296, 301, 303, 311, 312, 314, 320 325, 326, 328, 334, 339, 340, 342, 343, 345, 358, 363, 366, 369, 371, 378, 379, 381, 385, 386, 389, 390, 397, 411, 415, 424, 429, 431, 441, 442, 449 451, 459, 460, 463, 469, 474, 490, 491 y 493.

El caso típico de esta clase es el 43, el cual es de sexo femenino y posee una autoestima alta (26 puntos), un puntaje en autoconcepto emocional (8,50 puntos), académico/laboral (8,92 puntos), familiar (8,42 puntos) social (8,42

puntos) y físico (6,25 puntos), superiores a la media. Eso se observa también en casi todas las variables de autoimagen, es decir, autoimagen volitiva, social y física.

En relación a las dimensiones de socialización, se encuentra que posee puntajes de consideración por los demás (13 puntos), y liderazgo (12 puntos) superiores a la media; mientras que la dimensión de ansiedad/timidez (1 puntos) y retraimiento (0 puntos) se ubica por debajo de la media.

Tabla 45.

Distancia al centro del grupo 5, de los 10 primeros casos más cercanos

Clase 5 / 6 Efectivos: 111

Rango del caso	Distancia al centro de la clase	Etiqueta del caso
1	0,96117	43
2	1,21585	196
3	1,28822	59
4	1,36081	491
5	1,45221	295
6	1,47135	55
7	1,51503	451
8	1,56350	268
9	1,69106	109
10	1,71922	123

f. Descripción de la clase 6 de 6

La clase 6 está integrada por 77 casos y es la segunda más homogénea y más atípica después de la clase 2. Las características que definen esta clase son altos en autoimagen social (t=13,32), volitiva (t=12,43), física (t=1,33) e intelectiva (t=10,63), así como una alta autoestima (t=8,25). Igualmente, poseen

puntajes altos en autoconcepto social (t=6,66), académico/laboral (t=6,26), familiar (t=6,26), emocional (t=5,99) y físico (t=4,38).

En relación a la socialización se caracteriza por tener puntajes altos en liderazgo (t=6,86), consideración por los demás (t=3,88) y en autocontrol (t=2,19); y puntajes bajos en ansiedad/timidez (t= -5,05) y en retraimiento (t= -4,72). Estos puntajes se pueden observar en la tabla 46.

Tabla 46.

Aspectos de mayor contribución en la formación de la clase 6 de 6

Variables que define cada clase	**Media de la variable en la clase**	**Media general**	**Desviación típica de la variable en la clase**	**Valor-Test**	**Probabilidad**
AISoc	39,785	33,277	2,610	13,32	0,000
AIVol	42,227	34,405	3,449	12,43	0,000
AIFis	41,299	34,557	4,197	11,33	0,000
AIInt	36,560	31,196	3,645	10,63	0,000
AE	28,247	23,840	2,163	8,25	0,000
BASLid	9,481	7,311	2,311	6,86	0,000
ACSoc	8,504	7,342	1,171	6,66	0,000
AClab	8,157	7,030	1,330	6,26	0,000
ACFam	9,156	8,034	0,868	6,26	0,000
ACEmo	7,586	6,294	1,645	5,99	0,000
ACFis	7,166	6,301	1,677	4,38	0,000
BASCon	11,870	10,965	1,532	3,88	0,000
BASAut	10,750	10,138	2,661	2,19	0,014
BASRe	1,312	2,888	1,902	-4,72	0,000
BASTim	2,526	3,915	1,803	-5,05	0,000

Todos estos puntajes indican que esta clase está conformada por personas que se perciben a sí mismas de forma muy positiva, al considerar que tienen un buen desempeño en su rol como estudiante o trabajador, en sus relaciones sociales al mostrarse agradable a otros y al tener redes de apoyo eficientes. Así mismo, considera que puede responder y reaccionar de forma adecuada ante situaciones especificas junto con una percepción de ser estable emocionalmente, se siente integrado en su medio familiar por medio de la confianza y el afecto y posee un apercepción de ser atractivo y tener habilidades en los deportes.

Además se valora a si mismo y considera que los demás lo perciben de forma positiva en todos los aspectos, considerándolo inteligente, activo, con capacidad de toma de decisiones, interesado en relacionarse con los demás y atractivo.

En relación a la socialización, las personas de esta clase se caracterizan por preocuparse por los demás, tengan o no problemas, por seguir las normas que facilitan la convivencia y por ser populares, con iniciativa, confianza en si mismos y con espíritu de servicio. Esto se relaciona con el hecho de que no sean ansiosos, tímidos ni tiendan a aislarse en sus relaciones con los otros.

El sexo no es una variable significativa para la clase 6, tal como se muestra en la tabla 47, por lo que podrían presentarse casos típicos de esta clase de ambos géneros.

Tabla 47.

Significación de la variable sexo en la clase 6

Etiqueta de la variable	**Modalidades de la variable**	**Valor Test**	**Probabilidad**
sexo	Sex=Muj	1,28	0,101
sexo	Sex=Hom	-1,28	0,101

Los casos que integran la clase 6 son: 11, 15, 29, 30, 32, 36, 60 62,72, 77, 80, 89, 94, 99, 105, 113, 114, 122, 125, 128, 129, 135, 139, 140, 142, 147, 152, 153, 154, 155, 175, 179, 197, 202, 219, 225, 231, 232, 248, 253, 259, 261, 269, 275, 282, 284, 302, 306, 307, 332, 341, 355, 360, 361, 364, 377, 384, 387, 388, 392, 394, 413, 414, 419, 430, 433, 435, 437, 438, 448, 464, 465, 467, 473, 475, 476 y 481.

Tabla 48.

Distancia al centro del grupo 6, de los 10 primeros casos más cercanos

Clase 6 /6 Efectivos: 77

Rango del caso	Distancia al centro de la clase	Etiqueta del caso
1	1,35200	225
2	1,42273	62
3	1,52326	202
4	1,52736	129
5	1,88891	125
6	2,04293	284
7	2,09315	80
8	2,10215	114
9	2,25597	36
10	2,33430	128

El caso típico de esta clase es el 225, el cual es de sexo femenino, y cuenta con una autoestima muy alta, puntajes superiores a la media en el autoconcepto académico/laboral (9,07 puntos), social (8,12 puntos), familiar (9,82 puntos) y físico (6,73 puntos) e igual a la media en el autoconcepto emocional (5,88 puntos); y una autoimagen volitiva (42,65 puntos), física (40 puntos) y social (39,73 puntos) superiores a la media.

En relación a la socialización se encuentra que obtiene puntajes altos en autocontrol (12 puntos) y en consideración por los demás (11 puntos), y bajos en ansiedad/timidez (5 puntos) y retraimiento (0 puntos).

Para visualizar la ubicación de los grupos en los distintos planos factoriales, se calcularon las coordenadas de sus centros en cada factor. Los cuadros 49 y 50, muestran los valores obtenidos.

Tabla 49.

Coordenadas de los centros de las clases en los factores

Etiqueta	**Efectivos**	**Distancia al origen**	**Eje 1**	**Eje 2**	**Eje 3**	**Eje 4**	**Eje 5**
Clase 1 /6	83	6,72170	-2,46130	-0,76472	0,04320	-0,16854	-0,00372
Clase 2 /6	24	24,64060	-4,84378	0,69339	0,79113	-0,08381	0,12873
Clase 3 /6	90	1,40040	0,06679	-0,95239	-0,54728	0,18138	0,17700
Clase 4 /6	108	1,57653	-0,65246	1,04690	-0,05352	0,03033	-0,11879
Clase 5 /6	111	2,39411	1,44568	0,35959	-0,09682	0,06499	-0,13709
Clase 6 /6	77	8,99510	2,91587	-0,26538	0,56117	-0,14042	0,12126

Tabla 50.

Valores test de los centros de las clases en los factores

Etiqueta	**Efectivos**	**Distancia al origen**	**Eje 1**	**Eje 2**	**Eje 3**	**Eje 4**	**Eje 5**
Clase 1 /6	83	6,72170	-11,42720	-6,85653	0,45991	-2,02628	-0,04716
Clase 2 /6	24	24,64060	-11,30660	3,12574	4,23473	-0,50660	0,81948
Clase 3 /6	90	1,40040	0,32570	-8,96896	-6,11977	2,29030	2,35395
Clase 4 /6	108	1,57653	-3,56582	11,04950	-0,67072	0,42919	-1,77054
Clase 5 /6	111	2,39411	8,04136	3,86271	-1,23490	0,93610	-2,07967
Clase 6 /6	77	8,99510	12,94470	-2,27522	5,71279	-1,61427	1,46811

Las coordenadas del centro de gravedad de cada grupo en los factores permitieron ilustrar de forma gráfica los grupos. Este resultado se presenta a en los gráficos 80 y 81, para los planos formados por los factores 1 y 2 y para los factores 2 y 3.

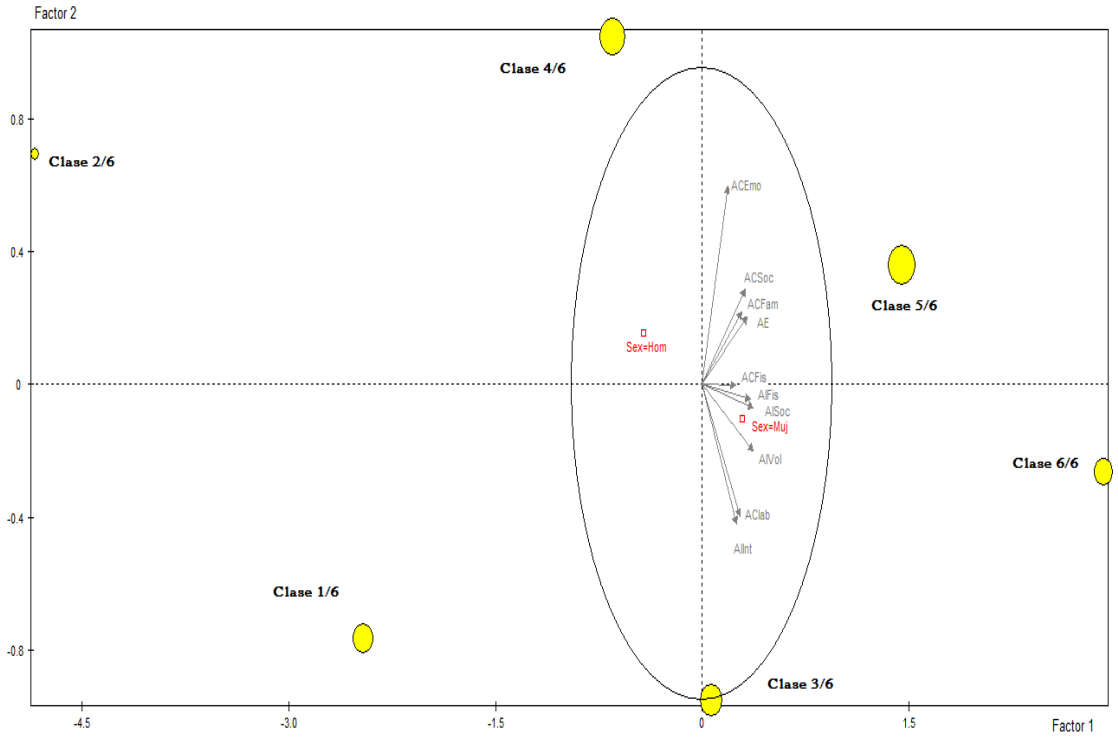


Gráfico 80. Ubicación de las clases en el plano formado por los factores 1 y 2, con la variable sexo como ilustrativa

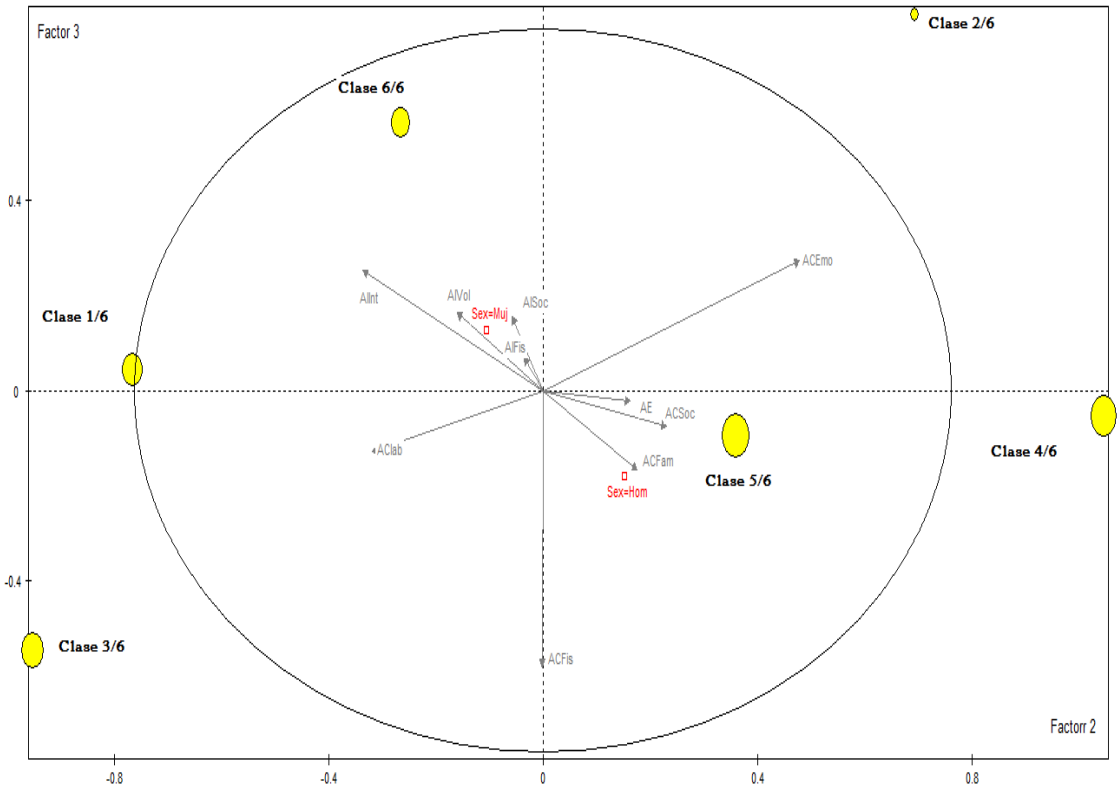


Gráfico 81. Ubicación de las clases en el plano formado por los factores 2 y 3, con la variable sexo como ilustrativa

Discusión de resultados

En muchas de las investigaciones relacionadas con el tema de la autoestima, el autoconcepto y la socialización, se ha encontrado que éstas se relacionan de forma positiva entre si, y de diferentes formas con otros elementos como las conductas antisociales, la personalidad, el bienestar psicológico, psicopatología, entre otros. Esto permite hablar de que la autopercepción tiene un rol importante en la vida diaria de las personas desde el momento en el que nacen, ya que, como proponen Macionis y Plummer (2005), todas las experiencias sociales afectan al individuo de alguna manera, pero que hay algunos agentes de socialización que son particularmente los más importantes. Los otros significativos, es decir, las personas importantes para el individuo, se corresponden con cada uno de los ambientes representativos en los que éste va interactuando en su desarrollo personal y son quienes contribuyen con la formación de su identidad. Estos otros significativos son los padres, escuela, profesores, amigos, pareja y en alguna medida los extraños.

Estos contextos no sólo crean una identidad particular en cada persona, sino que además condicionan la forma en que la misma reaccionará ante las situaciones y ante los demás en un determinado momento. Para Worchel y Cooler (2002), una persona puede actuar con la intención de conservar una imagen positiva ante los otros, aún considerando que esa imagen no es real, lo cual puede llevarla a simular, dramatizar o exagerar ciertos comportamientos. Esto ilustra como la persona actuaria en función de la discrepancia o similitud entre lo que percibe de sí mismo y lo que recibe de los demás en relación a si. Esto permite suponer que existe una interacción entre los elementos de la autopercepción que se reflejan en el comportamiento ante los otros.

El objetivo de la presente investigación consistió en determinar la Influencia de la autoestima, el autoconcepto y la autoimagen social, en las dimensiones de la socialización de estudiantes universitarios, considerando una posible diferencia según el sexo del individuo; esto además, con la finalidad de

determinar la existencia de perfiles de autopercepción vinculados a la socialización.

Con respecto a la primera hipótesis, que propone que existen diferentes factores producto de la combinación de las dimensiones de autoimagen social, autoconcepto y autoestima, se encontró la existencia de tres factores en todos los modelos realizados. Estos modelos factoriales propuestos lograron explicar 62% de la varianza total de las variables. En el primer factor resalta una estructura compuesta por dimensión general de autopercepción, donde todas las dimensiones de autoimagen social, autoconcepto y autoestima, cargaron de forma positiva. Este hallazgo es importante, ya que otros autores comentan que el autoconcepto es multidmensional, González (2005) es uno de los que plantea que las diversas áreas de experiencia se agrupan en apartados distintos, lo que va a dar lugar a autoconceptos específicos, distintos entre sí y del autoconcepto general. Esto permite comprender que las modificaciones sobre cada dimensión influyen en el autoconcepto general. Sin embargo, con la presente investigación se puede argumentar que el autoconcepto pertenece a una dimensión mayor de autopercepción.

El segundo de los factores obtenidos se encontraba conformado por autoconcepto emocional, social, familiar y autoestima en sentido positivo; y por las dimensiones de autoimagen empleadas en cada factorial y autoconcepto académico/laboral en sentido negativo. Este factor permite evidenciar que si bien la autoestima y las dimensiones de autoimagen y autoconcepto comparten una porción de varianza conjunta que se refleja en el primer factor, también hay una porción de varianza que se manifiesta de forma independiente, de modo que una persona puede tener un aspecto bajo y otro alto. Este factor permite identificar personas que están caracterizadas por poder afrontar emocionalmente las situaciones de forma adecuada, consideran que tienen habilidades sociales, se sienten integrados con su familia, pero, consideran que los demás los perciben negativamente en las diferentes áreas, les dan poca importancia a esto y creen que tienen un mal desempeño académico. Esta

composición factorial podría explicarse por lo encontrado por lo encontrado por Garaigordobil (2000), en donde los adolescentes que poseían cogniciones prejuiciosas (respuestas rechazantes, discriminatorias, xenófobas, racistas) muestran un perfil conductual y de personalidad negativo, es decir, tienen pocas conductas sociales positivas y muchas negativas, bajo autoconcepto global, y muchas creencias irracionales.

Sin embargo, esta autora también consiguió que el autoconcepto es un predictor de las conductas de rechazo ante otros grupos. Sin embargo, tal como ilustra este factor, podría no ser completamente cierto, ya que puede haber casos de personas que tienen un buen autoconcepto en diferentes áreas y aun así sienten que no son valorados por los otros.

El tercer factor encontrado estaba conformado por las diferentes dimensiones de autoimagen (ya sea por áreas, perceptores o dimensiones) y el autoconcepto emocional en el lado positivo; y por la autoestima, el autoconcepto social, laboral, familiar y físico, en sentido negativo. De esta forma, identifica a personas que consideran que los demás los perciben y valoran positivamente en todas las dimensiones, pero que se valoran poco, y creen que no tienen muchas habilidades. Esto podría relacionarse con lo encontrado por Price y Lento (citado en Espeleta, 2005), quienes proponen que un sentimiento de grandiosidad, producto también de las valoraciones positivas que otros realizan, puede enmascarar un autoconcepto negativo, ya que la exageración de la autoestima parece apoyarse en bases frágiles, por cuanto estas personas resultan excesivamente estresadas por las críticas. Es decir, que puede que aunque otros valoren de forma positiva a las personas, estas sigan percibiéndose como carentes de habilidades, y en ocasiones buscan generar buenas percepciones en otros como forma de compensar su poca valoración propia.

Con respecto a la segunda hipótesis que plantea que combinaciones diferentes de las dimensiones de autoimagen social, autoestima y autoconcepto generan perfiles diferentes de autopercepción, se encontró que se confirma

tanto en el factorial como al realizar el análisis de cluster. En relación al factorial se observaron dos perfiles diferentes además del general, descritos anteriormente, en donde se puede observar la presencia de combinaciones diferentes de las variables de autopercepción que podrían indicar dos tipos de comportamientos diferentes. Este hallazgo se encuentra sustentado por las constantes relaciones que se han encontrado en las investigaciones en relación a estas variables.

Por otro lado, en la teoría se propone que la manera como una persona considera que los demás lo perciben y valoran, influye en el comportamiento y esto se puede relacionar con las propias creencias y valoraciones de la persona. Esto es apoyado por Baumeister (1996), quien propone que cuando una persona tiene una percepción positiva de sí misma, suele juzgar su propio comportamiento de manera favorable, pero si dicha apreciación se ve confrontada por una evaluación negativa de otras personas, el autoconcepto se ve amenazado y la persona reaccionará ante ello. Este perfil propuesto por este autor, involucra una dinámica entre el autoconcepto y la autoimagen social.

En la misma línea, Mruk (1999) considera que la autoestima y el autoconcepto se encuentran en una relación dinámica reciproca, y se pueden representar como dos ejes que se cruzan, donde cada eje va de lo más positivo a lo más negativo, lo cual genera cuatro combinaciones de autoestima y autoconcepto.

Al juntar estas dos propuestas, mediante la inclusión de las dimensiones de autoimagen social, junto con autoconcepto y autoestima, se genera un total de seis grupos diferentes, los cuales se distinguen entre sí por contar con diferentes niveles de cada una de las dimensiones empleadas.

De esta forma, el grupo uno se caracteriza por tener una percepción de sí mismos muy negativas, ya que no se valoran, consideran que tienen limitaciones al relacionarse con los demás, en su rendimiento académico, al manejar situaciones difíciles, se sienten alejados de su familia y no se

consideran atractivos. También consideran que las demás personas los perciben de forma negativa al relacionarse con ellos, los ven como pasivos, poco inteligentes y no atractivos.

El grupo dos, estaría caracterizado por tener una baja apreciación de si mismos, una percepción negativa, al considerarse como poco habilidosos en las relaciones sociales y en lo académico, alejados de su entorno familiar y poco cuidados y físicamente. Esto se acompaña de una creencia de que los demás los perciben de forma negativa en lo social, motivacional, intelectual y físico. Aunque este perfil se parezca al anterior, se diferencia en que el primero maneja sus emociones de forma negativa en comparación con este.

El grupo tres, esta caracterizado por percibirse como parte de su familia, consideran que tienen un buen aspecto físico, que son buenos estudiantes, pero que no pueden manejar emocionalmente todas las situaciones. Además, sienten que los demás perciben y valoran sus habilidades intelectuales.

El grupo cuatro, se caracteriza por tener una buena percepción de su estado emocional y de sus respuestas, así como sentirse integrado con su familia. Sin embargo, consideran que tienen un bajo rendimiento y que los demás los valoran negativamente en sus relaciones sociales, motivaciones, capacidades intelectuales y atractivo físico.

El grupo cinco, por otra parte, se encuentra caracterizado por considerarse a si mismos como con habilidades sociales, un buen desempeño en las actividades tanto académicas como laborales y con características físicas atractivas y habilidades deportivas. Además, se sienten integrados a su familia y se tienen una alta valoración de sí mismos. Consideran que los demás lo perciben de forma positiva tanto en lo motivacional, como en lo social y físico.

Tabla 51.

Resumen de las características de los grupos encontrados en el análisis de cluster.

Grupo	Autopercepción	Socialización
Grupo 1	Niveles bajos de autoconcepto familiar, emocional, social, laboral y físico. Baja autoestima y autoimagen intelectual, física, social y volitiva.	Niveles altos de retraimiento, ansiedad/timidez Niveles bajos de autocontrol, consideración por los demás y liderazgo.
Grupo 2	Puntajes bajos en autoimagen intelectiva, social y física, volitiva. Baja autoestima, bajo autoconcepto social, familiar, físico y académico/laboral.	Niveles altos de retraimiento y de ansiedad/timidez. Niveles bajos de liderazgo y consideración por los demás.
Grupo 3	Niveles altos de autoconcepto familiar, físico y laboral, con autoimagen intelectiva también favorable. Niveles bajos de autoconcepto emocional.	Niveles altos de autocontrol y de ansiedad/timidez.
Grupo 4	Niveles altos de autoconcepto emocional y familiar Niveles bajos de autoconcepto laboral y académico, autoimagen física, intelectiva, social y volitiva.	Niveles bajos de liderazgo, ansiedad/timidez, y consideración hacia los demás.
Grupo 5	Niveles altos de autoestima, autoconcepto emocional, familiar, físico, académico/laboral y social. Alta autoimagen física, volitiva y social.	Niveles altos de liderazgo, consideración por los demás y autocontrol. Niveles bajos de retraimiento y ansiedad/timidez.
Grupo 6	Niveles altos de autoestima, autoimagen social, volitiva, física e intelectiva, autoconcepto social, académico/laboral, familiar, físico y emocional	Niveles altos de liderazgo, consideración por los demás y autocontrol. Niveles bajos de retraimiento y ansiedad/timidez.

Con respecto al grupo seis, se puede decir que lo que mas lo caracteriza es que se valoran a si mismos, perciben a sí mismos de forma muy positiva, al considerar que tienen un buen desempeño en su rol como estudiante o trabajador, en sus relaciones sociales y percibirse como con capacidades para responder de forma adecuada a las demandas emocionales. Igualmente, se siente integrado en su medio familiar y posee una percepción de ser atractivo y

tener habilidades en los deportes. Además, los demás los perciben de forma positiva en motivacional, en lo social, físico e intelectual. A diferencia del anterior, en este resalta la aparición de los aspectos tanto académicos como intelectuales, a través de la sensación de ser inteligente y sobretodo de la creencia de que los otros significativos lo ven con buenas capacidades cognitivas.

Cada uno de estos perfiles mencionados anteriormente, interactúa de forma diferente con cada uno de los elementos de la socialización.

De esta manera, se encontró que la consideración por los demás tiene efectos similares en algunos grupos, mientras que en otros no influyen. En el primer, segundo grupo y cuarto grupo encontrado se evidencia un puntaje similar de consideración por los demás, en donde las personas pertenecientes a dichos grupos tendrán a no preocuparse por los demás y a tener menor sensibilidad social. En el quinto y sexto, por otra parte, se encuentra la presencia de esta variable pero en sentido positivo, por lo que las personas de esta categoría tendrán a preocuparse más por los demás. Finalmente, en el tercer grupo se evidencia que la consideración por los otros no tiene influencia, siendo una característica poco relevante en su formación.

Estos resultados deben interpretarse a profundidad en función del resto de las variables, ya que aunque tengan la misma direccionalidad en varios grupos, la interacción será diferente. Esto se evidencia al ver más a profundidad el grupo 5 y el 6, ya que el primero parece ser un grupo más asociado con el aspecto relacional y social, en donde la preocupación por otros responde a un interés de vinculación; mientras que en el grupo seis se observa niveles altos en todas las variables, por lo que podría responder a un perfil más bien de una persona adaptada y estable en todos los aspectos.

Este hallazgo en relación al quinto perfil y a la consideración por los demás, se asocia a lo encontrado por Garaigordobil, Cruz, y Pérez, (2003), quienes en su investigación encuentran que los adolescentes que tienen alto

autoconcepto académico, social y familiar, disponen de muchas conductas sociales positivas de autocontrol, liderazgo, prosociabilidad, de asertividad, lo que evidencia un adecuado nivel de adaptación social. Al igual que lo encontrado en el perfil cinco, el autoconcepto emocional no influye en estas interacciones.

Por otro lado y en relación al sexto perfil encontrado se puede decir que este hallazgo se asocia con lo reportado por Garaigordobil, Cruz, y Pérez, (2003), quienes evidencian que los sujetos con buena adaptación social muestran puntuaciones significativamente altas en madurez intelectual global, verbal y no verbal, elevados niveles de autoconcepto, y tienden significativamente a caracterizarse por ser emocionalmente estables, perseverantes y respetuosos con las normas, poco excitables, confiados y seguros de sí mismos, tranquilos y relajados. Así mismo, este perfil caracterizado por autoestima y autoconcepto alto, presenta una autoimagen alta en todas las dimensiones, lo que concuerda con lo planteado por (Kostelnik et al., 2009), quienes plantean que el hecho de ver los aspectos positivos del yo junto con las deficiencias hace más probable que la autopercepción coincida más con las opiniones de los demás. (Kostelnik et al., 2009). En este sentido, al tener un apersona muy buena percepción de sí misma, la proyecta en otros haciendo que estos tengan a su vez una buena percepción de la persona.

Todo lo anterior se relaciona con lo planteado en varios estudios que confirman que un alto autoconcepto y autoestima se asocian con conductas prosociales (Calvo, González y Martorell, 2001; Gutiérrez y Clemente, 1993; Rigby y Slee, 1993; Yelsman y Yelsman, 1998).

Por otro lado, en relación a los que tienen puntajes bajos en consideración por los demás se observa que en el caso del primer y segundo grupo, podría responder a una sensación de rechazo por parte de los demás, lo que llevaría a la persona a autocentrarse dejando a los demás de lado, aunque en el primero esto podría darse de formas aun más negativas y asociadas a conductas agresivas. En relación al cuarto grupo, la consideración por los demás podría

estar relacionada por la cognición asociada a ser percibido negativamente por otros, aun cuando la persona parezca contar con mayores recursos. Es importante destacar que lo común de estos tres grupos es la cognición de ser percibido de forma negativa por los otros otros. Este resultado además es coherente con lo encontrado por Sibaja (2007), quien encontró que los niños que son rechazados por sus pares presentan un menor grado de preocupación por los demás. También se relaciona con lo planteado por Coie (1982), quien observó que los niños que presentan poca cooperación y ayuda mutua no son vistos por sus iguales como buenos candidatos para entablar una amistad. Buzzelli (1992) también encontró que los niños populares, además de ser empáticos, se caracterizan por prestar ayuda a sus compañeros.

Todo lo anterior parece confirmar la tercera hipótesis que propone que existen diferencias entre los perfiles de autopercepción con respecto a la consideración por los demás.

En relación a la dimensión de socialización **ansiedad/timidez**, se encontró que el grupo 1, 2 y 3 se caracteriza por tener altos niveles de ansiedad y de vergüenza en sus relaciones interpersonales; mientras que los grupos 4, 5 y 6 se caracterizan por tener niveles más bien bajos en la misma variable.

Al igual que con la dimensión de consideración por los demás, estas cargas en cada grupo se entienden mejor cuando se observa en interacción con las demás dimensiones, de esta manera se observa que tanto en el grupo 1 y 2 las características que mas resaltan son las de ansiedad/timidez y retraimiento, lo que caracteriza a estos grupos como con una tendencia importante al aislamiento. Sin embargo, el grupo 3 se caracteriza por tener características un poco más positivas, como la creencia de ser atractivo físicamente, inteligente y trabajador. Así mismo, el grupo 1 es más característico en mujeres que en hombres.

Todo esto se asocia con lo encontrado por Garaigordobil, Cruz, y Pérez, (2003), quienes proponen que los adolescentes con autoconcepto negativo

tienen muchas conductas sociales negativas como ansiedad/timidez, altos problemas escolares, niveles altos de ansiedad estado-rasgo e impulsividad. Además, estos autores consiguieron que estas personas tienden a ser más rechazadas por los demás. Esto parece corresponder tanto para el perfil uno como para el dos. También se ha encontrado que la timidez y la ansiedad, producto en ocasiones de la fobia social, conllevan a un deterioro en las relaciones sociales en más del 13% de los casos, lo que a su vez contribuye a generar un bajo rendimiento académico, depresión y consumo de sustancias (Olivares, Rosa, Piqueras, Sánchez-Meca, Méndez y García-López (2002). Estos datos reportados, se suelen encontrar mayoritariamente en mujeres que en hombres (Garaigordobil, Cruz, y Pérez, 2003). Así mismo, estos autores encontraron encontraron en otra investigación que las mujeres adolescentes tienden a tener menor autoestima que los hombres, lo que en algunas ocasiones podría ser explicado por niveles de estrés producto de factores educativos, al haber discrepancia entre la imagen deseada y la obtenida (Garaigordobil y Durá, 2006).

Así mismo, Garaigordobil, Cruz, y Pérez, (2003), también han encontrado que los adolescentes con alto autoconcepto tienen buenos niveles de adaptación personal, familiar, social y escolar, presentando además muchas conductas positivas de socialización, como liderazgo, autocontrol, prosociabilidad y conductas asertivas, además de bajos niveles de ansiedad, timidez, bajo nivel de ansiedad estado-rasgo y poca impulsividad. Esto se corresponde con lo encontrado en los perfiles 4, 5 y 6. Sin embargo, conviene distinguir cada uno, ya que estos autores también evidenciaron las personas con autoconcepto académico/laboral alto tendrán también muchas conductas sociales de consideración por los demás, alta empatía, pocas conductas antisociales y agresivas, lo que coincide con los perfiles 5 y 6.

En relación al grupo 4, se encontró que poseen un buen autoconcepto emocional y familiar, lo que podría contribuir a que no tenga puntajes bajos ni en retraimiento ni en ansiedad/timidez. Esto es apoyado por lo encontrado en

una investigación realizada por Sanchiz, Manzana y Mallén (2007), quienes consiguieron que aquellos jóvenes que tienen un autoconcepto emocional bajo se muestran retraídos y con tendencia al aislamiento.

Esto evidencia que existe una diferencia entre los perfiles de autopercepción y la dimensión de ansiedad y timidez de la socialización, confirmando la cuarta hipótesis.

Por otra parte, con respecto al **retraimiento** social se encontró que se comprueba la hipótesis de que cada perfil de autopercepción posee diferencias en función de esta variable. Además, se observa que esta dimensión se conjuga con la ansiedad/timidez, mostrando un perfil muy similar en los grupos 1 y 2, donde se encuentran puntajes altos en retraimiento y alejamiento de los demás. Así mismo, en el grupo 5 y 6 se encuentran puntajes negativos de retraimiento, por lo que las personas de estos grupos, tendrían a acercarse a los otros con la finalidad de vincularse. Se encontró además que el grupo 3 y 4 no cargan la característica de retraimiento de forma significativa, por lo que no es representativa del grupo.

En relación a los grupos 1 y 2, se encontró que la **ansiedad/timidez** se asocia en varias ocasiones con retraimiento, de forma que Garaigordobil, Cruz, y Pérez (2003), también encontraron asociaciones entre el retraimiento, la ansiedad/timidez y bajos niveles de autoconcepto y autoestima. Sibaja (2007), también encontró que los niños rechazados también tienen conductas de retraimiento y aislamiento de los demás, junto con la tendencia a agruparse con otros niños poco aceptados.

Pérez y Garaigordobil (2004) encontraron que aquellas personas que presentan muchas conductas sociales negativas, como ansiedad, retraimiento y ansiedad/timidez, manifiestan además, niveles bajos de madurez intelectual, bajo autoconcepto y rasgos poco adaptativos de la personalidad. Esto último es importante ya que se podría relacionar con el hecho de que tanto en el perfil 1 como en el 2 la persona tienda a sentir que no tiene un buen desempeño en su

rol de estudiante y que además, lo perciben como poco inteligente. Estos resultados apoya la hipótesis de diferencias grupales en relación al retraimiento.

Con respecto a la dimensión de **liderazgo**, se encontró también diferencia en relación a los grupos, de modo que en el grupo 5 y 6 se caracteriza por ser popular, tener iniciativa y confianza en sí mismo. Mientras que los grupos 1, 2 y 4 tienen más bien niveles bajos de liderazgo. En el grupo 3 la variable liderazgo no tiene ninguna carga, por lo que esta característica no es representativa de dicho grupo. Estas diferencias entre los grupos se observan con más detenimiento al entender que el grupo 5, tal como se mencionó anteriormente, posee una orientación hacia lo social, por lo que la popularidad es importante y es buscada activamente, mientras que en el grupo 6, esta podría darse automáticamente producto de su desempeño académico u otras variables asociadas.

Garaigordobil, Cruz, y Pérez, (2003), también encontró que los adolescentes con autoconcepto positivo y con una alta autoestima, manifiestan muchas conductas sociales positivas, como liderazgo, altruismo y asertividad, adaptación y empatía, siendo bastante elegidos como amigos y como compañeros.

La dimensión de **autocontrol** también arrojó resultados similares, ya que se observó que en los grupos 3, 5 y 6 poseen un alto autocontrol, es decir, una buena capacidad de seguimiento de normas y reglas que facilitan la convivencia, mientras que el grupo 1 posee niveles bajos de esta característica. En el grupo 2 y 4, por otro lado, el autocontrol en las relaciones sociales no carga de forma significativa, por lo que esta característica no es fundamental ni representativa de dichos clusters.

Se observa, además, que el autocontrol interactúa de forma diferente en cada uno de los perfiles en los que aparece en sentido positivo de forma que, en el grupo 3, caracterizado por ser eminentemente tímido y retraído, el autocontrol influye en que puedan manejar sus relaciones personales de forma

positiva, aun cuando tengan dificultades manejando las emociones. Es importante resaltar que esto contradice los resultados encontrados por Garaigordobil, Cruz, y Pérez, (2003), quienes plantean que el autocontrol se relaciona negativamente con el retraimiento y la ansiedad/timidez.

Así mismo, en el grupo 5 tiende a seguir las normas y pautas sociales esperadas en las interacciones sociales, ya que este es uno de sus principales intereses; mientras que en el grupo 6, se podría decir, que son personas con una alta autopercepción por lo que se espera que se relacionen con los demás de forma positiva y controlada.

Una de las diferencias fundamentales entre el grupo 5 y 6, es que el primero se relaciona mayoritariamente con las mujeres. Esto es coherente con lo encontrado por López, López y Freixinos (2003), quienes proponen que las chicas tienen valores más altos de autocontrol en sus relaciones sociales y para postponer la gratificación inmediata. Esto, además es explicado por Maccoby, (1990) y por Rutter, Giller y Hagell (2000) quienes exponen que las características especificas educativas y socializadoras diferenciales entre los sexos, permite introducir peculiaridades en la socialización de niñas y niños, instaurándole mayor permisividad a los hombres frente a una mayor responsabilidad en las mujeres.

En relación al grupo 1, se encontró que el autocontrol carga de forma negativa, lo que evidencia que tenderán a ser más agresivos e impulsivos en sus relaciones sociales. Esto concuerda con lo planteado por López, López y Freixinos (2003) quienes encontraron que el bajo nivel de autocontrol se asocia con conductas antisociales; es decir, la capacidad para aplazar recompensas en las personas se asocia con las conductas delictivas y hostiles hacia los demás.

Debido a las investigaciones en donde se explicita la interacción del sexo con la autoestima, el autoconcepto y la socialización se esperaba encontrar que estos grupos tuvieran alguna relación con el sexo. De esta forma, y como se ha

mencionado anteriormente, se encontró que para algunos grupos el sexo constituye una característica distintiva, mientras que en otros parece no tener importancia alguna. Mas específicamente, el grupo 1 y 5 corresponde típicamente en mujeres, mientras que el grupo 4, es característico de algunos hombres. Esto confirma la hipótesis de la interacción entre el sexo y la dinámica de la autopercepción, en su relación a las dimensiones de la socialización.

Es importante destacar que se han¿ encontrado relación entre algunos perfiles propuestos por otros autores con los encontrados en este estudio. Por ejemplo, Satir (2002) describe cuatro estilos de comportamiento asociados a la autoestima baja, que además se generan como producto de las relaciones familiares:

Un primer estilo es denominado por Satir (2002) como “aplacador”, y se manifiesta mediante un comportamiento complaciente, en el cual la persona constantemente necesita la aprobación de otros, y por ello tiende a manifestar acuerdo con los demás aun cuando ese acuerdo no sea real. Este estilo se acompaña además, de un sentimiento de poca valoración personal y, por ende, bajo merecimiento (la persona cree que le debe favores a todos). También se expresa como sentimientos de culpa que llevan a la persona a disculparse por cualquier cosa y a utilizar expresiones negativas para referirse a sí misma. Este comportamiento lleva a la persona a ignorar sus propios sentimientos y pensamientos como si ellos no tuvieran ninguna importancia. El sentimiento que suele generar en los demás es culpa. Este perfil, podría estar asociado con el grupo 2 encontrado en esta investigación, ya que este grupo posee una percepción y valoración propia muy baja y considera que los demás no lo aprecian. Así mismo, se podría pensar que tenderá a reaccionar ante las conductas de los demás de forma complaciente y no mediante conductas impulsivas, hostiles o poco adaptadas, ya que su nivel de autocontrol es alto. Esto permite hacer la inferencia de que no podría imponérsele a los demás sino que buscaría complacerlos en sus demandas, con la finalidad de ser más

valorado por otros. Es importante destacar que este perfil se encuentra asociado más a las mujeres,

Por otra parte, se puede plantear además un paralelismo con el perfil de autoestima baja propuesto por Mruk (1999), el cual está caracterizado por tener bajos niveles tanto de autoconcepto como de autoestima, lo que hace que se sienta victima en todas las situaciones, sobretodo ante los otros. Este autor propone que una autopercepción donde todo es negativo dificulta la búsqueda de fuentes de merecimiento o autoestima, como puede ser la valoración ajena o la defensa de los propios derechos. Son personas que tienen a evitar los conflictos y el cambio debido al miedo y a que además centran la atención en los problemas más que en las soluciones, haciendo que sean incapaces de tolerar los fracasos y frustraciones derivados del aprendizaje. Así mismo, propone que estas personas tenderían a ser infelices, tener depresión poca energía, aislarse de los demás, ser victimizado por las relaciones pobres, tener ansiedad, entre otras cosas. Este perfil podría asociarse también con el grupo número 1.

Un segundo estilo propuesto por Satir (2002), asociado a autoestima baja, es denominado “culpador” o “acusador”, se expresa como desacuerdo permanente hacia lo que otros hacen y dicen, acciones dirigidas a descalificar a los demás. La persona se caracteriza por ser hipercrítica y autoritaria, pero en el fondo subyace un sentimiento de soledad y fracaso, por ello la manera de reafirmarse consiste en buscar los errores de los demás, e incluso asignarles la responsabilidad de sus propios errores. El acusador en realidad siente que vale muy poco, y la manera de sentirse mejor es lograr que otros le obedezcan. A diferencia del aplacador que ignora sus propios sentimientos, el acusador ignora frecuentemente los sentimientos de los demás. El sentimiento que genera en los demás es miedo. Se puede encontrar un paralelismo entre el grupo 4 y el segundo perfil propuesto por Satir, ya que en este grupo hay poca consideración por los demás, poca popularidad, bajo nivel de desempeño

adecuado en sus relaciones sociales, y una creencia negativa en relación a la percepción que tienen otros hacia él.

Este perfil también parece acomodarse al propuesto por Mruk (1999) y denominado autoestima defensiva tipo I, o narcisista. De esta forma esta persona tendería a negar sus propias competencias debido a la ausencia de éxitos o a intentar exagerar dichas competencias, como forma de sobrecompensación. Asi mismo, tratan de evitar el dolor. En este caso no se asocia una autoestima particular ya que puede ser tanto positiva como negativa, lo que también se encontró en el perfil 4.

Un tercer estilo descrito por Satir, e igualmente asociado a autoestima baja es el que ella denomina “superrazonador”, que se manifiesta como frialdad y poca expresión emocional, aunque internamente el sentimiento es de vulnerabilidad. Tiende a comportarse como personas tranquilas, ordenadas y resuelven las situaciones a través de los argumentos lógicos, sin comprometerse emocionalmente con las situaciones. El sentimiento que suele generar en los demás es envidia. Este perfil parecería estar asociado al grupo 3 encontrado en esta investigación, ya que su bajo autoconcepto emocional permitiría predecir que se manejen con frialdad y poca expresión emocional, así mismo, su forma de manejar las situaciones a través de los argumentos lógicos podría contribuir a que los demás la perciban como inteligente y con capacidades cognitivas importantes. Igualmente, su autocontrol alto hace que se maneje de forma tranquila y ordenada en las situaciones.

El cuarto estilo asociado a la autoestima baja es el denominado por Satir (2002) “irrelevante”. Se manifiesta como un comportamiento predominio de conversaciones superficiales. Igualmente el sentimiento interior es el de no importarle a los demás, pero la forma de enfrentar ese sentimiento es llamando la atención de los demás y tratando de ser simpático y de distraer a los demás de los temas realmente importantes, por lo que el comportamiento es evasivo. Estas personas pueden intentar ser graciosas y divertidas, justamente en los momentos que requieren más seriedad. Lo que suele generar en los demás es

deseo de diversión. Este estilo no se ajusta exactamente a ninguno de los grupos encontrados.

Finalmente, Satir (2002) describe además un quinto estilo que corresponde a una alta autoestima, denominado por esta autora “aclarador”. Este estilo se caracteriza por una comunicación directa, simple y honesta. La persona no se siente amenazada, por el contrario, se encuentra cómoda en sus relaciones con los demás, y por ello no necesita utilizar otros recursos como culpar a los demás, complacer o distraer para reconocer su propio valor personal. En este caso la persona puede criticar algo con lo que realmente no está de acuerdo, dar razones, pedir disculpas o ser divertido, en los momentos oportunos y sin que esto se convierta en un estereotipo o en un comportamiento rígido. El hecho de reconocer un error no le hace sentir menos que los demás, y el mostrar desacuerdo no le genera temor a ser rechazado. Este perfil podría estar asociado al sexto grupo encontrado en esta investigación, el cual está formado por una autopercepción alta y una socialización adecuada.

El sexto perfil de esta investigación, también podría relacionarse con el planteado por Mruk (1999) y denominado como Autoestima alta. Este perfil se caracteriza por tener una historia de merecimiento (autoestima) y de competencia (autoconcepto) altas, lo que índice en que estas personas sean menos criticas consigo mismas, mas capaces de resistir la presión social, de actuar en base a sus propis criterios y valores, así como menos afectadas por la ansiedad. Todo esto parece indicar que están más preparados para afrontar los retos de la vida. Cada uno de estos aspectos mencionados involucra las dimensiones de autoconcepto, la autoestima y la percepción de que los otros lo perciben de buena manera, esto hace que sean más resistentes a las críticas y se manejen mejor en diferentes situaciones.

Es importante destacar que los perfiles encontrados en esta investigación parecen indicar que la forma como las personas lidian con su autoestima baja se relaciona con los recursos psicológicos con los que cuentan en cuanto a su autoconcepto y a su autoimagen; es decir, que la persona emplea los recursos

que posee, ya sean intelectuales, sociales, emocionales o familiares para lidiar con la propia valoración.

En síntesis, se lograron comprobar las hipótesis propuestas que plantean que la interacción de las variables de autopercepción tienen influencia en las dimensiones de socialización, con una mediación del sexo, lo cual se consiguió con una varianza total explicada alta. Estos datos son importantes ya que permiten generar aportes en torno al tema de la autoestima, autoconcepto y autoimagen social. De esta forma, se permite ilustrar que el autoconcepto y la autoestima son variables de dominios diferentes, pero cuya interacción genera efectos importantes y evidentes en la conducta de las personas.

Así mismo, al incluir la variable autoimagen social se evidencian el efecto que tienen los otros en la percepción actual de cada individuo y en cómo influyen en la reacción y relación que tienen con los demás, ya que en interacción con las demás variables podría influir en tener respuestas hostiles o de apartamiento de los otros producto de la conflictiva entre las dos fuentes: lo que pienso y siendo, en contraposición con lo que otros transmiten.

Esto podría tener un impacto importantísimo en cómo se perciben no solo las relaciones sociales sino incluso la personalidad, dada una condición relativamente estable de estos fenómenos. Igualmente, hay muchas otras variables que podrían relacionarse con este modelo de perfiles de autopercepción, como podría ser la condición socioeconómica, el nivel de instrucción, elementos de psicopatología, fobia social, conductas antisociales, consumo de drogas, clima y estructura familiar, entre otras. Igualmente, convendría investigar las condiciones comunes que permitirían que las mujeres y los hombres tiendan a agruparse en perfiles particulares, y que variables se asocian a que algunos perfiles no distingan entre el sexo.

Cabe destacar que la generalizabilidad de los resultados encontrados se ve limitada a la población encuestada, debido al tipo de muestreo y a la

diferencia en la cantidad de carreras, que no es proporcional con los valores reales de la universidad.

Conclusiones y recomendaciones

El trabajo de investigación llevado a cabo permitió poner de manifiesto la complejidad de las variables autoestima, autoconcepto y autoimagen social, al poner en efecto su interacción con la socialización y cada una de sus dimensiones.

Sin embargo, se puso en evidencia la existencia de una interacción entre todas las dimensiones de autopercepción tanto en la conjugación de factores diferentes, como de perfiles con características particulares, los cuales se encuentran sustentados por diferentes investigaciones y teorías.

Se encontró que las variables autoestima, autoconcepto y autoimagen social se conjugan en un solo factor unidimensional, que explica cerca del 70% de la varianza, lo que permite hablar de un factor único de autopercepción general y dos más que contraponen la autoestima y el autoconcepto con la autoimagen social.

Además, se pudo comprobar la existencia de una influencia de la autoestima, el autoconcepto y la autoimagen social, en las dimensiones de la socialización de estudiantes universitarios con interacción del sexo, mediante la conformación de seis perfiles diferentes. Cada uno se caracterizaba por tener valores diferentes que interactuaban de forma distinta con las dimensiones de socialización. De esta forma se conjugaron dos perfiles con niveles generales de autopercepción bajos, dos con valores medios producto de interacciones particulares y dos con valores muy altos.

Igualmente, se encontró que los grupos se relacionaban con la variable sexo, al evidenciarse que, de los seis grupos encontrados, dos son más característicos en las mujeres (el uno y el cinco) y un grupo en los hombres (el cuarto). De modo que las hipótesis planteadas fueron confirmadas.

Una de las limitaciones del presenta trabajo de investigación puede relacionarse con la composición de la muestra, ya que al ser la participación voluntaria, puede suponerse que aquellos que participaron tenían características que los diferenciaban de quienes no desearon participar.

Por otra parte, la utilización de un instrumento de autoimagen compuesto por tantos ítems pudo haber contribuido a gran parte de la varianza atribuida al factor general y a la conformación de los otros dos factores. Sería recomendable emplear una versión más corta del mismo, en donde se empleen unas dimensiones más específicas.

Finalmente, sería recomendable llevar a cabo investigaciones futuras incluyendo otras variables, tanto de tipo psicosocial como solo psicológicas, que permitiesen ampliar la comprensión del fenómeno y aumentar la posibilidad de generar modelos más completos que permitan explicar diferentes conductas, además de generalizar estos resultados. De esta forma, y según otras investigaciones llevadas a cabo, podría emplearse variables de psicopatología, conducta antisocial, fobia social, personalidad, nivel socioeconómico, clima familiar, consumo de sustancias, etc.

Referencias Bibliográficas

Allport, G. (1985). The historical background of social psychology. En G. Lindzey & Aronson (eds.), *The handbook of social psychology.* New York: Mc GrawHill.

Alonso, L., Murcia G., Murcia, J., Herrera D., Gómez, D., Comas, M. & Ariza, P. (2007). Autoestima y relaciones interpersonales en jóvenes estudiantes de primer semestre de la División Salud de la Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia. *Revista Salud Uninorte*, 23(1), 32-42.

Alsina, M (2001). *Teorías de la comunicación, ámbitos, métodos y perspectivas.* Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

American Psychological Association, (2010). *Ethical Principles of Psychologists and Code of Conduct.* Recuperado de: http://apa.org/ethics/code/index.aspx

Anastasi, A. & Urbina, S. (1998). *Tests Psicológicos* (7° ed.). México: Prentice Hall.

Angelucci, L. (2007). Análisis de ruta: conceptos básicos. En *Analogías del comportamiento.* (Vol. 9, pp. 31-59). Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Arias, E., Punti, J., Torrealba, J., Naranjo, M. y Palomino, J. (2011). Terapia ocupacional en adolescentes con retraimiento social. Análisis de las áreas de desempeño ocupacional. Revista TOG. 8 (13).

Bados, A. (2005). Miedo a hablar en público. [Archivo pdf]. Recuperado de: http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/353/1/120.pdf

Banús, S. (2011). La timidez: El niño tímido. Psicología Clínica Infantil y Juvenil. Recuperado de: http://www.psicodiagnosis.es/areageneral/latimidezelniotimido/index.php

Barrera Morales, M. (2005). *Comunicación y antropología* (3° ed.). Caracas: Quirón-Sypal.

Barrera, M. (2011). EAS Escala de Autoimagen Social. En imprenta.

Bednar, R., Wells, G & Petterson, S. (1989). *Self-steem paradoxes and innovations in clinican theory and practice.* Washington D.D: APA.

Best, R. (1983). We've all got scars: what boys and girls learn in elementary school. Bloomington: Indiana university press.

Blumer, H. (1937). Social Psychology. En E.P. Sch-midt (ed), Man and Society, New York, Prentice-Hall.

Blumer, H. (1970). Sociological implications of the thought of. G.H. Mead. En G.P. Stone and H.A. Farberman: Social psycho-logy through symbolic interaction, Waltham, Mass.: Xerox College Publishing.

Bragado C., Hernández-Lloreda, M., Sánchez-Bernardos, M. & Urbano, S. (2008). Autoconcepto Físico, ansiedad, depresión y autoestima en niños con cáncer y niños sanos sin historia de cáncer. *Psicothema*, 20(3), 413-419.

Branden, N. (1995). *Los seis pilares de la autoestima* (1° ed.). España: Editorial Paidos.

Buela-Casal, G. & Sierra, C. (1997). *Manual de evaluación psicológica. Fundamentos, técnicas y aplicaciones*. Madrid, España: Siglo Veintiuno de España Editores, S.A.

Buzzelli, C. (1992). Popular and rejected children´s social reasoning: Linking social status and social knowledge. *Journal of genetic Psychology.* 153 (3), 331-342.

Campbell, D. & Stanley J. (2005). *Diseños experimentales y cuasiexperimentales en la investigación social* (ed). Buenos Aires: Amorrortu Editores.

Cano, A., Pellejero, M., Ferrer, M. A., Iruarrizaga, I. & Zuazo, A. (2000). Aspectos cognitivos, emocionales, genéticos y diferenciales de la timidez. *Reme: Revista Electrónica de Motivación y Emoción.* 3 (4).

Canto, J. & Moral, F. (2005). *El sí mismo desde la teoría de la identidad social. Escritos de Psicología.* España: Universidad de Málaga.

Carabaña, J. & Lamo, E. (1978). La teoría social del interaccionismo simbólico. *Reis: Revista española de investigaciones sociológicas*, 1, 159-204.

Carreras, A. (Sin fecha, consulta febrero 2011) *Autopercepción y terapia sistémica*. Zaragoza, España: Universidad de Zaragoza.

Carrillo, A. (2006). *Procesos de socialización primaria en el aprendizaje de la participación con los pares, padres de familia y docentes del colegio general Santander chia.* (Trabajo de grado de licenciatura no publicado). Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá, Colombia.

Cohen, Esternkind, La Cunza, Caballero y Martinenghi (2011). Habilidades sociales y contexto sociocultural. Un estudio con adolescentes a través del BAS-3. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación Psicológica*. 29 (1).

Coie J. & Hubbard. (1994). Peer rejection places children at immediate, long-term behavioral risk. *Brown University Child & Adolescent Behavior Setter.* 8 (10).

Cooley, M. (2003). The structure of the school social behavior scales: A confirmatory factor analysis. *Assestment for effective intervention*. 28 (2).

Coopersmith, S. (1967). *The Antecedents of Self-Esteem*. San Francisco, CA, USA: W.H. Freeman & Company.

Coronel, O., & Pérez, S. (2003). Influencia de la edad, el sexo, la poession de tarjetas de crédito, la autoestima, la posesividad, la no generosidad y la envidia en la conducta de compra compulsiva (Trabajo de grado de Licenciatura no publicado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Craig, J. & Metze, L. (1982). Métodos de la investigación Psicológica. México: Interameticana.

Doron, R. & Parot, F. (2008). *Diccionario Akal de Psicología*. Madrid: Ediciones Akal.

Epstein, S. (1985). The implications of cognitive-experiential self-theory for research in social psichology and personality. *Journal for the theory of social behavior*, 15, 283-309.

Equipo aprendizaje (1990). Infancia y aprendizaje. Equipo aprendizaje editores.

Escuela de Psicología, (2002). *Contribuciones a la deontología de la investigación en psicología.* Caracas: Publicaciones UCAB.

Esnaaola, I., Goñi, A. & Madariaga, J.M. (2008). El autoconcepto: perspectivas de investigación. *Revista de Psicodidáctica*. 13 (1).

Espeleta, L. (2005). *Factores de riesgo en psicopatología del desarrollo*. México: Masson.

Esteve, J., Musitu, G. & Murillo, M. (2005). Autoconcepto físico y motivación deportiva en chicos y chicas adoldescentes: la influencia de la familia y de los iguales. *Escritos de Psicología*, 7, 82-90.

Estévez, E., Murgui, S., Moreno, D. & Musitu, G. (2007). Estilos de comunicación familiar, actitud hacia la autoridad institucional y conducta violenta del adolescente en la escuela. *Psicothema,* 19 (1), 108-113.

Fernandes, F., Marin, F. y Urquijo, S. (2010). *Relación entre los constructos autocontrol y autoconcepto en niños y jovenes.* Revista Liberavit. 16 (2); 217-226.

Fitts**,** W. (1955). *Escala de Autoconcepto de Tennessee*. Counselin Recordings and Tests, Tennesee.

Gallimberti, U. (2002). Diccionario de psicología. México: Siglo XXI Editores.

Garaigordobil, M. (2000). Un estudio correlacional de las cogniciones prejuiciosas con diversas conductas sociales y con rasgos de personalidad. *Anuario de Psicologia*. 3 (3), p39-57.

Garaigordbil, M., Durá, A. & Pérez, J. (2005). Síntomas psicopatológicos, problemas de conducta y autoconcepto-autoestima. Un estudio con adolescentes de 14 a 17 años. *Anuario de Psicología clínica y de la salud.* 53-63.

Garaigordobil, M. y Durá, A. (2006). Relaciones del autoconcepto y la autoestima con la sociabilidad, estabilidad emocional y responsabilidad en adolescentes de 14 a 17 años.

Garaigordobil, M. (2005). Conducta antisocial durante la adolescencia: correlatos socio-emocionales, predictores y diferencias de género. *Psicología Conductual*, 13 (2), 197-215.

Garaigordobil, M. & Bernarás, E. (2009). Self-concept, self-esteem, personality traits and psychopathological symptoms in adolescents with and without visual impairment. *The Spanish journal of psychology*, 12(1), 149-160.

Garaigordobil, M., Cruz, S. & Pérez J. (2003). Análisis correlacional y predictivo del autoconcepto con otros factores conductuales, cognitivos y emocionales de la personalidad durante la adolescencia. *Revista Estudios de Psicología*, 24 (1), 113-134.

García, J. & Musitu, G. (1999). AF5: Autoconcepto forma 5. Madrid: TEA ediciones.

García, F. & Musitú, G. (2009). *AF5 Autoconcepto Forma 5: Manual*. Madrid: TEA Ediciones.

García, J., Musitu, G. & Veiga, F. (2006). Autoconcepto en adultos de España y Portugal. *Psicothema,* 18 (3), 551-556.

Goñi, E. y Fernández, A. (2007). Los dominios social y personal del autoconcepto. *Revista de Psicodidáctica,* 12 (2).

González Portal, M. (2000). *Conducta prosocial: evaluación e intervención*. Madrid: Editorial Morata.

González, O. (2005). Estructura multidimensional del autoconcepto. *Revista de psicodidactica,* 10 (1), 121-130.

Gonzalez-Pienda, J., Nuñez, C., Glez-Pumariega, S. & García, M. (1997). Autoconcepto, autoestima y aprendizaje escolar. *Psicothema*, 9 (2), 271-289.

Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. y Black, W. (1999). Análisis Multivariante (5ta ed.). Madrid: Prentice Hall.

Hérnandez, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación.* México: Mc Graw Hill.

Hogg, M. & Vaughan, G. (2010) *Psicología Social.* Ed. Médica Panamericana.

Hurtado de Barrera (2010). *Metodología de la investigación holística (4ta ed.)*. Caracas: Quirón-Sypal.

Hurtado de Barrera (2006). *Procesos grupales y psicología de la integración*. Caracas: Quirón-Sypal.

Jadue, G. (2001). Algunos efectos de la ansiedad en el rendimiento escolar. *Estudios Pedagógicos*, 27, 111-118.

Kail, R. y Cavanaugh., C. (2006). *Desarrollo Humano: Una Perspectiva Del Ciclo Vital*. Cengage Learning Editores.

Kerlinger, F. & Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento: Métodos de investigación en ciencias sociales*. Mexico: Mc Graw Hill.

Kostelnik, M., Phipps, A., Soderman, A. & Gregory, K. (2009). *El desarrollo social de los niños.* México: Editorial Progreso.

León del Barco, B., Castaño, E., Gómez, T., Gozalo, M. & Latas, C. (2007). Socialización y autoconcepto en una muestra de alumnos inmigrantes marroquíes. *Apuntes de Psicología*. 25 (1), 53-65.

López, C., López, J. y Freixinos, M. (2003). Retardo de la gratificación y autocontrol en jóvenes antisociales: características asociadas al género. *Psicopatología Clínica, Legal y Forense*. 3 (3), 5-21.

Macionis, J. & Plummer, K. (2005). *Sociología*. México: Prentice Hall.

Maccoby, E. (1990). Gender as relationships: a developmental account. *American Pstchologist,* 45, 513-520.

Martín, J., Núñez, J., Navarro, J. & Grijalvo, F. (2007). The Rosenberg Self-Esteem Scale: Translation and Validation in University Students. *The Spanish Journal of Psychology,* 10(2), 458–467.

Mead, G.H. (1903). The Definition of the Psychical. *The Decen-nial Publication of the University of Chicago,* 3 (1), 77-112.

Mead, G.H. (1913). The Social Self*. The Journal of Philosophy, PsY-chology and Scientfic Methods*, 10, 374 - 380.

Mead, G.H. (1934). *Mind, Self and Society: from a standpoint of a Social Behaviorist, Charles W. Morris* (ed). Chicago: University of Chicago Press,

Miguel, A. (2006). *El estudio del yo como integrador de la personalidad*. España: Universidad de La Laguna

Moñivas, A. (1996). La conducta prosocial. *Cuadernos de Trabajo Social*. 9.

Monné, L. (2005). *Relaciones Sociales en la Infancia e Inadaptación. Cooperativa de Intervención y Abordaje Psicológico - Educativo*. Uruguay.

Morales, M. (2005). *Comunicación y antropología (3ra ed.).* Caracas: Quirón-Sypal.

Moriano, J., Molero, F. & Levy, J. (2011). Liderazgo auténtico. Concepto y validación del cuestionario ALQ en España. *Psicothema*, 23(2), 336-341

Mruk, C. (1999). *Auto-estima: investigación, teoría y práctica* (2da ed.). Editorial Desclée de Brouwer

Natanzon, I**.,** Ose, D**.,** Szecsenyi, J**.,** Campbell**, S.,** Roos, M. & Joos, S. (2010). Does GPs' self-perception of their professional role correspond to their social self-image? - A qualitative study from Germany. *BMC Family Practic, 11 (10).*

Olivares, J., Rosa, A., Piqueras, J., Sánchez-.Meca, J., Mendez, X. y García-López, L. (2002). Timidez y fobia social en niños y adolescentes: un campo emergente. Psicología conductual. 10 (3), 523-542.

Papalia, D., Olds, S. & Feldman, R. (2004) *Desarrollo Humano* (9 ed.). México: Mc Graw Hill Editores.

Pastor, J. (2010). Alteraciones en la autopercepción y proceso de socialización*. Revista Wanceulen E.F. Digital,* 3.

Pereira, S. & Rodríguez, M. (1996). *Representación social de la muerte en adolescentes de catorce a diecinueve años de edad y de nivel socioeconómico alto y bajo.* (Trabajo de grado de Licenciatura no publicado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Pérez, J. y Garaigordobil, M. (2004). Relaciones de la socialización con inteligencia, autoconcepto y otros rasgos de la personalidad en niños de 6 años. *Apuntes de Psicología.* 22 (2), 153-169.

Ramírez, P., Duarte, J., & Muñoz R. (2007). Autoestima y refuerzo en estudiantes de 5° básico de una escuela de alto riesgo. *Anales de Psicología*, 1 (1).

Rivera, V. (2009). *Conducta del consumidor*. ESIC Editorial

Rizo García, M. (2004). El papel de la comunicación en la construcción de identidades. *Revista Comunicologí@: indicios y conjeturas* No.1. Publicación Electrónica. Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana. México.

Rogers, C. (2000). *El proceso de convertirse en persona* (17 ed.). Editorial Paidos.

Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton: Princeton University Press.

Rutter, M., Giller, H. y Hagell, A. (2000). *La conducta antisocial de los jóvenes*. Cambridge University Press: Madrid.

Sánchez, I., Oliva, A & Parra, A. (2006). Empatía y conducta prosocial durante la adolescencia. *Revista de Psicología Social*, 21 (3), 259-271.

Sanchiz, M., Manzana, J., Mallén, F. (2007). Autoconcepto y conducta social en los jóvenes que inician la Eso. Universitat Jaume I.

Sandoval, M. (2009). Teorías de la personalidad. Recuperado de: http://marisandca.blogspot.com/2009/05/teorias-de-la-personalidad.html

Shaffer, D. & Kipp, K. (2007). *Psicología del desarrollo: infancia y adolescencia*. México: Thompson Editores.

Shaffer, D.R. (2002). *Desarrollo social y de la personalidad.* Madrid: International Thomson Editores.

Shaffer, R. (2000). *Desarrollo social*. México: Siglo Veintiuno Editores

Silva, F. & Martorell, M. (2009). *Manual Bas-3: Batería de socialización (autoevaluación)*. España: TEA ediciones.

Sibaja, D. (2007). La competencia social en relación con el rechazo de los pares en niños de educación primaria. *Psicología Iberoamericana*. 15 (2), 51-60.

Tapia, M. (2003). Introducción al Análisis de datos con SPSS para Windows. Venezuela: Funduez.

Tapia, M. (2007) Introducción al análisis de datos multivariantes. Venezuela: Feduez.

Tomás, J.M. y Oliver, A. (2004). Confirmatory factor analysis of a Spanish multidimensional scale of self-concept. *Revista Interamericana de Psicología*, 38, 285-293.

Torrealbas-Ortega, J., Arias, E., Puntí, J., Naranjo, M. y Palomino, J. (2010). Perfil de los adolescentes con retraimiento social ingresados en una Unidad de Hospitalización Parcial de Salud Mental. Enfermería Clinica. 20 (1).

Vázquez Morejón, A., García-Bóveda, R. & Vázquez-Morejón, R. (2004). Escala de autoestima de Rosenberg: fiabilidad y validez en población clínica Española. *Apuntes de Psicología,* 22 (2)

White, R. (1963). Ego and reality in psichoanalytic theory: a proposal regarding independent ego energies. *Psychological Issues*, 3 (3), 125-150.

Wolman, B. (1996). *Diccionario de las ciencias de la conducta* (3era ed.). México: Trillas.

Worchel, S. y Cooper, J. (2002). *Psicología Social*. Cengage Learning Editores.

Zubeidat, I., Fernández-Parra, A., Sierra, J. & Salinas, J.M. (2007). Comorbilidad de la ansiedad social específica y generalizada en adolescentes españoles. *Psicothema*, 19 (4), 654-660

Anexos

Anexo A

Resultados iniciales de la confiabilidad total para la escala de Autoimagen Social (prueba piloto)

Autoimagen social, confiabilidad inicial

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	151	85,3
	Excluidos[a]	26	14,7
	Total	177	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,911	90

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI1BP	234,64	928,898	,281	,910
AI5IP	234,99	941,840	,040	,912
AI6IP	234,66	914,414	,400	,910
AI7IP	234,54	921,143	,475	,909
AI8IP	234,30	919,933	,495	,909
AI9VP	235,17	924,619	,235	,911
AI11VP	234,30	922,827	,467	,910
AI12VP	234,66	915,118	,410	,909
AI13SP	235,17	924,450	,247	,911
AI14SP	234,33	926,210	,306	,910
AI15SP	234,81	934,965	,121	,912
AI16SP	235,08	928,447	,211	,911
AI17SP	234,54	913,770	,402	,910
AI18SP	234,93	916,401	,398	,910
AI20BA	234,37	922,342	,467	,909
AI21BA	234,60	924,242	,365	,910
AI23BA	234,84	925,508	,253	,911
AI24IA	235,01	923,053	,351	,910
AI25IA	234,85	923,125	,377	,910
AI26IA	234,93	935,182	,192	,911
AI27IA	235,01	928,607	,328	,910
AI28VA	234,66	918,014	,508	,909
AI29VA	234,54	918,516	,529	,909
AI30VA	234,83	919,726	,421	,910
AI31VA	234,64	924,926	,423	,910
AI32SA	235,64	934,806	,132	,912
AI33SA	234,85	922,445	,307	,910
AI34SA	234,29	925,315	,432	,910
AI35SA	235,06	930,790	,251	,911
AI36SA	234,46	923,623	,416	,910
AI37SA	235,34	920,214	,350	,910
AI39B2	234,42	926,219	,347	,910
AI40B2	234,50	924,692	,365	,910
AI41B2	234,39	920,253	,456	,909
AI42B2	234,85	928,019	,274	,910
AI44I2	235,30	917,880	,324	,910
AI45I2	234,73	920,292	,448	,909
AI46I2	234,91	922,938	,322	,910
AI47V2	234,64	917,633	,470	,909

AI49V2	234,91	925,333	,303	,910
AI50V2	235,05	913,091	,480	,909
AI52S2	235,22	923,052	,295	,910
AI53S2	234,61	918,133	,425	,909
AI55S2	234,54	923,996	,457	,910
AI56S2	235,46	923,330	,269	,911
AI58BJ	235,25	922,440	,321	,910
AI59BJ	234,70	913,253	,492	,909
AI60BJ	235,34	930,412	,191	,911
AI61BJ	234,86	910,734	,524	,909
AI62IJ	235,00	921,853	,441	,910
AI63IJ	234,99	917,493	,487	,909
AI64 IJ	235,36	926,686	,344	,910
AI65IJ	235,36	921,393	,372	,910
AI66VJ	235,19	930,285	,239	,911
AI67VJ	234,93	911,316	,583	,909
AI68VJ	234,93	922,535	,493	,909
AI69VJ	234,94	922,123	,551	,909
AI70SJ	234,87	914,057	,576	,909
AI71SJ	234,83	913,712	,641	,909
AI72SJ	234,90	920,783	,456	,909
AI73SJ	235,06	920,376	,525	,909
AI74SJ	235,11	926,261	,354	,910
AI75SJ	234,88	917,106	,565	,909
AI78BE	235,10	924,023	,294	,910
AI79BE	234,82	913,361	,450	,909
AI80BE	235,28	927,112	,268	,911
AI81IE	235,40	935,096	,156	,911
AI82IE	235,38	919,837	,336	,910
AI83IE	235,17	927,499	,315	,910
AI84IE	234,92	919,354	,505	,909
AI85VE	235,14	910,614	,456	,909
AI87VE	234,71	920,008	,418	,910
AI88VE	235,37	919,782	,320	,910
AI89SE	234,61	919,853	,466	,909
AI90SE	235,67	925,476	,230	,911
AI91SE	234,62	921,651	,414	,910
AI92SE	234,54	922,490	,455	,910
AI93SE	234,37	925,235	,462	,910
AI94SE	234,76	913,343	,455	,909
AI2BP	235,07	951,481	-,105	,913
AI3BP	236,56	957,674	-,194	,914
AI4BP	236,01	959,933	-,214	,914
AI10VP	235,96	937,345	,074	,912
AI22BA	234,94	940,150	,077	,912
AI43I2	236,30	969,907	-,373	,915
AI48V2	235,58	944,739	-,011	,913
AI51S2	235,46	931,490	,178	,911
AI54S2	235,48	938,011	,084	,912
AI77BE	235,62	933,930	,096	,913
AI86VE	235,46	943,810	-,002	,913

Anexo B

Resultados iniciales de la confiabilidad por dimensiones para la escala de Autoimagen Social (prueba piloto)

Dimensión física, confiabilidad inicial

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.605	20

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI1BP	49.37	50.008	.200	.593
AI2BP	49.88	52.835	-.056	.631
AI3BP	51.33	54.022	-.119	.637
AI4BP	50.77	54.669	-.157	.645
AI20BA	49.12	48.420	.392	.574
AI21BA	49.36	47.753	.368	.573
AI22BA	49.68	52.445	.004	.615
AI23BA	49.56	48.827	.182	.596
AI39B2	49.16	47.256	.453	.565
AI40B2	49.21	47.539	.408	.569
AI41B2	49.11	47.358	.439	.566
AI42B2	49.57	48.574	.278	.583
AI58BJ	49.99	46.591	.357	.570
AI59BJ	49.44	45.531	.472	.555
AI60BJ	50.09	49.683	.144	.601
AI61BJ	49.59	46.206	.421	.562
AI77BE	50.39	50.794	.008	.633
AI78BE	49.84	49.391	.163	.598
AI79BE	49.54	46.778	.345	.572
AI80BE	49.99	47.704	.313	.577

Dimensión intelectual, confiabilidad inicial

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	160	90.4
	Excluidos[a]	17	9.6
	Total	177	100.0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.734	20

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI5IP	48.72	62.314	.042	.745
AI6IP	48.36	59.000	.190	.735
AI7IP	48.24	57.796	.447	.714
AI8IP	48.01	56.874	.529	.709
AI24IA	48.74	56.393	.441	.712
AI25IA	48.61	56.679	.437	.713
AI26IA	48.63	59.970	.272	.726
AI27IA	48.73	58.638	.389	.718
AI43I2	50.02	69.106	-.339	.780
AI44I2	49.04	58.288	.200	.736
AI45I2	48.43	57.090	.437	.713
AI46I2	48.64	59.528	.184	.735
AI62IJ	48.74	56.544	.506	.709
AI63IJ	48.72	56.442	.470	.710
AI64 IJ	49.09	56.810	.493	.710
AI65IJ	49.11	55.597	.477	.708
AI81IE	49.14	60.069	.201	.732
AI82IE	49.14	58.509	.227	.731
AI83IE	48.89	58.410	.356	.720
AI84IE	48.63	57.115	.491	.711

Dimensión volitiva, confiabilidad inicial

Resumen del procesamiento

		N	%
Casos	Válidos	162	91.5
	Excluidos[a]	15	8.5
	Total	177	100.0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.765	20

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI9VP	50.55	67.703	.335	.756
AI10VP	51.33	72.037	.120	.776
AI11VP	49.67	71.342	.353	.755
AI12VP	50.03	68.626	.347	.754
AI28VA	49.99	68.050	.553	.742
AI29VA	49.88	68.303	.570	.742
AI30VA	50.19	71.158	.284	.758
AI31VA	50.00	72.050	.310	.757
AI47V2	49.96	71.253	.288	.758
AI48V2	50.91	75.620	-.015	.781
AI49V2	50.23	70.392	.305	.757
AI50V2	50.41	68.592	.390	.751
AI66VJ	50.52	70.997	.294	.758
AI67VJ	50.30	68.110	.495	.745
AI68VJ	50.28	70.500	.444	.750
AI69VJ	50.26	71.125	.426	.752
AI85VE	50.49	66.674	.439	.746
AI86VE	50.86	72.081	.140	.772
AI87VE	50.04	67.408	.537	.742
AI88VE	50.73	68.209	.341	.755

Dimensión social, confiabilidad inicial

Resumen del procesamiento

		N	%
Casos	Válidos	157	88.7
	Excluidos[a]	20	11.3
	Total	177	100.0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.752	24

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI13SP	60.73	88.303	.288	.745
AI14SP	59.87	92.189	.210	.749
AI15SP	61.97	99.916	-.181	.777
AI16SP	60.64	91.028	.198	.751
AI17SP	60.08	86.212	.408	.735
AI18SP	60.45	88.403	.334	.741
AI32SA	61.20	93.506	.100	.757
AI33SA	60.44	88.902	.299	.744
AI34SA	59.83	91.272	.370	.741
AI35SA	60.63	90.606	.316	.743
AI36SA	59.99	89.949	.409	.739
AI37SA	60.89	87.807	.383	.738
AI51S2	61.01	90.128	.256	.747
AI52S2	60.77	88.921	.307	.743
AI53S2	60.12	89.248	.357	.740
AI54S2	61.01	96.654	-.043	.767
AI55S2	60.09	90.954	.380	.741
AI56S2	60.99	87.853	.325	.742
AI89SE	60.15	87.130	.568	.729
AI90SE	61.20	88.198	.296	.744
AI91SE	60.17	88.297	.462	.735
AI92SE	60.08	89.141	.484	.735
AI93SE	59.91	90.056	.493	.737

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI13SP	60.73	88.303	.288	.745
AI14SP	59.87	92.189	.210	.749
AI15SP	61.97	99.916	-.181	.777
AI16SP	60.64	91.028	.198	.751
AI17SP	60.08	86.212	.408	.735
AI18SP	60.45	88.403	.334	.741
AI32SA	61.20	93.506	.100	.757
AI33SA	60.44	88.902	.299	.744
AI34SA	59.83	91.272	.370	.741
AI35SA	60.63	90.606	.316	.743
AI36SA	59.99	89.949	.409	.739
AI37SA	60.89	87.807	.383	.738
AI51S2	61.01	90.128	.256	.747
AI52S2	60.77	88.921	.307	.743
AI53S2	60.12	89.248	.357	.740
AI54S2	61.01	96.654	-.043	.767
AI55S2	60.09	90.954	.380	.741
AI56S2	60.99	87.853	.325	.742
AI89SE	60.15	87.130	.568	.729
AI90SE	61.20	88.198	.296	.744
AI91SE	60.17	88.297	.462	.735
AI92SE	60.08	89.141	.484	.735
AI93SE	59.91	90.056	.493	.737
AI94SE	60.30	86.737	.438	.734

Anexo C

Resultados iniciales de la confiabilidad por área para la escala de Autoimagen Social (prueba piloto)

Área Padres, confiabilidad inicial

Resumen del procesamiento

		N	%
Casos	Válidos	167	94.4
	Excluidos[a]	10	5.6
	Total	177	100.0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.440	18

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI1BP	42.83	36.177	.165	.420
AI2BP	43.32	38.905	-.097	.481
AI3BP	44.80	39.525	-.135	.486
AI4BP	44.23	40.153	-.178	.500
AI5IP	43.20	37.404	.037	.446
AI6IP	42.83	32.213	.381	.361
AI7IP	42.73	35.222	.316	.396
AI8IP	42.49	34.480	.399	.382
AI9VP	43.36	33.918	.215	.404
AI10VP	44.16	37.016	-.001	.464
AI11VP	42.47	34.913	.379	.388
AI12VP	42.85	33.020	.340	.374
AI13SP	43.37	34.404	.189	.411
AI14SP	42.52	35.082	.260	.401
AI15SP	44.64	41.701	-.272	.521
AI16SP	43.30	34.127	.233	.400
AI17SP	42.73	33.427	.284	.387
AI18SP	43.11	33.379	.314	.381

Área Amigos, confiabilidad inicial

Resumen del procesamiento

		N	%
Casos	Válidos	164	92.7
	Excluidos[a]	13	7.3
	Total	177	100.0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.719	18

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI20BA	47.05	43.360	.491	.690
AI21BA	47.27	43.793	.381	.699
AI22BA	47.61	47.209	.109	.724
AI23BA	47.47	46.091	.113	.730
AI24IA	47.65	44.044	.334	.703
AI25IA	47.52	43.638	.383	.698
AI26IA	47.57	45.939	.248	.711
AI27IA	47.64	45.091	.341	.704
AI28VA	47.28	43.344	.478	.691
AI29VA	47.15	43.909	.453	.694
AI30VA	47.45	44.175	.343	.703
AI31VA	47.27	44.789	.397	.700
AI32SA	48.30	46.729	.086	.732
AI33SA	47.52	45.343	.173	.722
AI34SA	46.93	44.333	.468	.695
AI35SA	47.72	46.179	.189	.717
AI36SA	47.09	44.545	.381	.700
AI37SA	47.96	43.710	.301	.707

Área Pareja, confiabilidad inicial

Resumen del procesamiento

		N	%
Casos	Válidos	163	92.1
	Excluidos[a]	14	7.9
	Total	177	100.0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.710	18

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI39B2	43.80	53.150	.525	.680
AI40B2	43.86	52.776	.531	.678
AI41B2	43.77	52.451	.550	.676
AI42B2	44.21	53.969	.386	.690
AI43I2	45.69	64.819	-.314	.758
AI44I2	44.68	54.021	.243	.705

AI45I2	44.10	54.040	.412	.688
AI46I2	44.29	52.481	.411	.686
AI47V2	43.99	52.086	.555	.675
AI48V2	44.97	57.413	.098	.719
AI49V2	44.28	55.423	.258	.702
AI50V2	44.43	53.407	.373	.690
AI51S2	44.87	56.459	.156	.713
AI52S2	44.66	54.324	.271	.701
AI53S2	43.95	51.886	.522	.676
AI54S2	44.84	58.752	.015	.728
AI55S2	43.93	53.952	.511	.683
AI56S2	44.89	54.778	.217	.708

Área Profesores y jefes, confiabilidad inicial

Resumen del procesamiento

		N	%
Casos	Válidos	168	94.9
	Excluidos[a]	9	5.1
	Total	177	100.0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.823	18

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI58BJ	44.45	73.590	.173	.829
AI59BJ	43.92	69.533	.417	.814
AI60BJ	44.45	72.297	.071	.860
AI61BJ	44.08	68.436	.485	.810
AI62IJ	44.23	69.868	.529	.809
AI63IJ	44.20	68.665	.564	.806
AI64IJ	44.56	70.823	.473	.812
AI65IJ	44.57	69.014	.482	.810
AI66VJ	44.36	73.956	.211	.825
AI67VJ	44.13	68.893	.548	.807
AI68VJ	44.13	70.421	.588	.808
AI69VJ	44.11	71.689	.520	.811
AI70SJ	44.07	70.402	.484	.811
AI71SJ	44.07	69.978	.565	.808
AI72SJ	44.10	71.062	.450	.813
AI73SJ	44.24	70.078	.603	.807
AI74SJ	44.33	71.457	.442	.813
AI75SJ	44.07	69.300	.630	.805

Área Extraños, confiabilidad inicial

Resumen del procesamiento

		N	%
Casos	Válidos	161	91.0
	Excluidos[a]	16	9.0
	Total	177	100.0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.726	18

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI77BE	44.47	63.313	.012	.755
AI78BE	43.94	59.741	.281	.717
AI79BE	43.62	56.724	.478	.698
AI80BE	44.08	60.525	.271	.718
AI81IE	44.26	63.482	.100	.732
AI82IE	44.19	57.394	.405	.705
AI83IE	44.00	60.512	.349	.712
AI84IE	43.75	60.628	.367	.711
AI85VE	43.97	56.893	.427	.702
AI86VE	44.32	64.408	-.004	.748
AI87VE	43.52	59.501	.378	.709
AI88VE	44.20	58.910	.300	.716
AI89SE	43.42	58.733	.489	.701
AI90SE	44.48	57.626	.337	.712
AI91SE	43.43	58.897	.444	.704
AI92SE	43.35	59.368	.486	.703
AI93SE	43.19	61.094	.409	.711
AI94SE	43.60	58.355	.379	.708

Anexo D

Resultados finales de la confiabilidad total para la escala de Autoimagen Social (prueba piloto)

Autoimagen social, confiabilidad final

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	151	85.3
	Excluidos[a]	26	14.7
	Total	177	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.929	80

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI1BP	215.29	940.421	.269	.929
AI5IP	215.64	953.046	.035	.930
AI6IP	215.30	923.960	.417	.928
AI7IP	215.19	932.290	.468	.928
AI8IP	214.95	931.085	.488	.928
AI9VP	215.81	934.432	.248	.929
AI11VP	214.95	933.458	.470	.928
AI12VP	215.31	925.242	.419	.928
AI13SP	215.82	933.574	.269	.929
AI14SP	214.98	936.833	.310	.929
AI15SP	215.46	946.290	.114	.930
AI16SP	215.73	939.106	.214	.929
AI17SP	215.19	923.272	.419	.928
AI18SP	215.58	926.579	.406	.928
AI20BA	215.02	932.793	.474	.928
AI21BA	215.25	934.720	.371	.928
AI23BA	215.49	935.825	.260	.929
AI24IA	215.66	935.318	.327	.928
AI25IA	215.50	933.612	.383	.928
AI26IA	215.58	946.618	.180	.929
AI27IA	215.66	939.521	.327	.928
AI28VA	215.30	928.413	.516	.928
AI29VA	215.19	928.943	.536	.928
AI30VA	215.48	930.731	.417	.928
AI31VA	215.28	935.325	.432	.928
AI32SA	216.28	947.072	.112	.930
AI33SA	215.50	933.785	.299	.929
AI34SA	214.94	935.310	.451	.928
AI35SA	215.71	941.581	.252	.929
AI36SA	215.11	934.122	.422	.928
AI37SA	215.99	930.727	.354	.928
AI39B2	215.07	936.055	.366	.928
AI40B2	215.15	934.232	.389	.928
AI41B2	215.04	929.945	.477	.928
AI42B2	215.50	937.732	.292	.929
AI44I2	215.95	929.151	.317	.929
AI45I2	215.38	930.877	.452	.928
AI46I2	215.56	933.888	.320	.929
AI47V2	215.28	927.565	.485	.928
AI48V2	216.23	955.722	-.012	.931
AI49V2	215.56	936.141	.303	.929
AI50V2	215.70	923.477	.486	.928

AI52S2	215.87	933.676	.298	.929
AI53S2	215.26	927.233	.452	.928
AI55S2	215.19	934.103	.473	.928
AI56S2	216.11	934.794	.260	.929
AI58BJ	215.89	933.322	.320	.929
AI59BJ	215.34	923.641	.497	.927
AI60BJ	215.99	941.960	.181	.929
AI61BJ	215.51	920.985	.531	.927
AI62IJ	215.65	932.696	.440	.928
AI63IJ	215.64	927.740	.496	.928
AI64 IJ	216.01	937.426	.345	.928
AI65IJ	216.01	932.720	.364	.928
AI66VJ	215.83	942.046	.223	.929
AI67VJ	215.58	921.191	.598	.927
AI68VJ	215.58	933.099	.498	.928
AI69VJ	215.59	933.177	.545	.928
AI70SJ	215.52	924.984	.572	.927
AI71SJ	215.48	924.091	.649	.927
AI72SJ	215.55	931.169	.463	.928
AI73SJ	215.71	931.021	.528	.928
AI74SJ	215.76	936.876	.358	.928
AI75SJ	215.53	927.424	.574	.927
AI78BE	215.75	934.216	.303	.929
AI79BE	215.47	922.677	.471	.928
AI80BE	215.93	937.756	.271	.929
AI81IE	216.05	946.077	.154	.929
AI82IE	216.03	930.479	.338	.928
AI83IE	215.81	939.059	.301	.929
AI84IE	215.57	930.073	.506	.928
AI85VE	215.79	922.008	.447	.928
AI87VE	215.36	931.098	.413	.928
AI88VE	216.02	931.873	.302	.929
AI89SE	215.26	930.780	.463	.928
AI90SE	216.32	936.085	.233	.929
AI91SE	215.26	932.129	.420	.928
AI92SE	215.19	932.699	.467	.928
AI93SE	215.02	935.806	.467	.928
AI94SE	215.41	922.337	.482	.928

Anexo E

Resultados finales de la confiabilidad por dimensiones para la escala de Autoimagen Social (prueba piloto)

Dimensión física, confiabilidad final

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	160	90.4
	Excluidos[a]	17	9.6
	Total	177	100.0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.762	15

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI1BP	39.58	50.119	.177	.764
AI20BA	39.33	48.185	.398	.748
AI21BA	39.57	47.366	.386	.748
AI23BA	39.77	47.688	.242	.763
AI39B2	39.38	46.777	.482	.741
AI40B2	39.43	47.126	.429	.744
AI41B2	39.33	46.711	.481	.741
AI42B2	39.78	47.681	.334	.752
AI58BJ	40.20	45.972	.389	.747
AI59BJ	39.66	44.365	.549	.731
AI60BJ	40.31	48.893	.184	.768
AI61BJ	39.80	45.042	.496	.737
AI78BE	40.06	47.915	.247	.762
AI79BE	39.76	45.469	.425	.743
AI80BE	40.21	46.819	.366	.749

Dimensión intelectiva, confiabilidad final

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	160	90.4
	Excluidos[a]	17	9.6
	Total	177	100.0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.780	19

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI5IP	47.40	67.525	.034	.792
AI6IP	47.04	63.395	.221	.781
AI7IP	46.92	62.817	.436	.766
AI8IP	46.68	61.841	.519	.761
AI24IA	47.42	61.352	.433	.764
AI25IA	47.29	61.527	.437	.764

AI26IA	47.31	65.044	.264	.775
AI27IA	47.41	63.488	.395	.768
AI44I2	47.71	62.873	.218	.783
AI45I2	47.11	61.618	.461	.763
AI46I2	47.31	64.468	.187	.783
AI62IJ	47.42	61.000	.536	.759
AI63IJ	47.39	61.070	.485	.761
AI64 IJ	47.76	61.490	.506	.761
AI65IJ	47.79	59.854	.513	.758
AI81IE	47.81	64.757	.222	.779
AI82IE	47.81	63.298	.236	.780
AI83IE	47.57	63.266	.361	.770
AI84IE	47.31	62.189	.474	.763

Dimensión volitiva, confiabilidad final

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	163	92.1
	Excluidos[a]	14	7.9
	Total	177	100.0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.804	18

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI9VP	47.36	62.257	.290	.805
AI11VP	46.48	64.498	.386	.795
AI12VP	46.85	62.229	.351	.798
AI47V2	46.79	64.268	.326	.799
AI49V2	47.06	63.411	.343	.798
AI50V2	47.24	62.307	.388	.795
AI85VE	47.32	60.675	.426	.793
AI87VE	46.87	61.648	.504	.788
AI88VE	47.56	62.248	.323	.801
AI66VJ	47.34	65.176	.254	.803
AI67VJ	47.11	61.247	.534	.786
AI68VJ	47.10	63.842	.469	.792
AI69VJ	47.08	64.062	.487	.792
AI27IA	47.18	66.629	.209	.804
AI28VA	46.82	61.287	.590	.784
AI29VA	46.71	61.567	.609	.784
AI30VA	47.00	64.383	.305	.800
AI31VA	46.82	64.666	.389	.796

Dimensión social, confiabilidad final

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	157	88.7
	Excluidos[a]	20	11.3
	Total	177	100.0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.838	28

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI13SP	74.14	138.647	.258	.838
AI14SP	73.29	140.065	.315	.834
AI15SP	73.75	143.265	.122	.843
AI16SP	74.05	139.869	.242	.838
AI17SP	73.49	134.431	.431	.830
AI18SP	73.87	137.245	.354	.833
AI32SA	74.61	143.611	.120	.842
AI33SA	73.85	138.177	.308	.835
AI34SA	73.24	139.826	.450	.831
AI35SA	74.04	141.312	.275	.836
AI36SA	73.40	139.191	.429	.831
AI37SA	74.30	137.455	.365	.833
AI52S2	74.18	139.793	.256	.837
AI53S2	73.54	137.725	.402	.832
AI55S2	73.50	140.931	.372	.833
AI56S2	74.41	139.230	.251	.838
AI70SJ	73.82	135.930	.568	.827
AI71SJ	73.79	136.026	.613	.826
AI72SJ	73.83	138.562	.445	.831
AI73SJ	74.01	139.686	.446	.831
AI74SJ	74.06	141.060	.324	.834
AI75SJ	73.82	137.404	.541	.828
AI89SE	73.57	135.965	.571	.827
AI90SE	74.61	138.060	.280	.837
AI91SE	73.59	137.052	.485	.829
AI92SE	73.50	137.572	.537	.828
AI93SE	73.32	138.759	.549	.829
AI94SE	73.71	134.693	.477	.829

Anexo F

Resultados finales de la confiabilidad por área para la escala de Autoimagen Social (prueba piloto)

Área Padres, confiabilidad final

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	167	94,4
	Excluidos[a]	10	5,6
	Total	177	100,0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,716	14

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI1BP	37,69	46,491	,172	,717
AI5IP	38,07	48,604	-,007	,736
AI6IP	37,69	39,960	,532	,673
AI7IP	37,59	44,556	,404	,696
AI8IP	37,35	44,493	,411	,695
AI9VP	38,22	42,451	,316	,703
AI11VP	37,34	44,851	,404	,696
AI12VP	37,71	40,989	,486	,680
AI13SP	38,23	42,469	,325	,702
AI14SP	37,38	43,575	,405	,693
AI15SP	37,86	43,252	,298	,705
AI16SP	38,16	45,233	,174	,721
AI17SP	37,59	40,918	,459	,683
AI18SP	37,98	43,277	,326	,701

Área amigos, confiabilidad final

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	164	92.7
	Excluidos[a]	13	7.3
	Total	177	100.0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.719	18

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI20BA	47.05	43.360	.491	.690
AI21BA	47.27	43.793	.381	.699
AI23BA	47.47	46.091	.113	.730
AI24IA	47.65	44.044	.334	.703
AI25IA	47.52	43.638	.383	.698

AI26IA	47.57	45.939	.248	.711
AI27IA	47.64	45.091	.341	.704
AI28VA	47.28	43.344	.478	.691
AI29VA	47.15	43.909	.453	.694
AI30VA	47.45	44.175	.343	.703
AI31VA	47.27	44.789	.397	.700
AI33SA	47.52	45.343	.173	.722
AI34SA	46.93	44.333	.468	.695
AI35SA	47.72	46.179	.189	.717
AI36SA	47.09	44.545	.381	.700
AI37SA	47.96	43.710	.301	.707
AI22BA	47.61	47.209	.109	.724
AI32SA	48.30	46.729	.086	.732

Área pareja, confiabilidad final

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	163	92.1
	Excluidos[a]	14	7.9
	Total	177	100.0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.802	14

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI39B2	36.12	49.676	.589	.780
AI40B2	36.18	48.978	.622	.777
AI41B2	36.09	48.812	.627	.776
AI42B2	36.53	50.584	.432	.790
AI44I2	37.01	51.302	.239	.810
AI45I2	36.42	50.159	.502	.785
AI46I2	36.62	49.645	.417	.791
AI47V2	36.31	48.093	.661	.773
AI49V2	36.60	52.105	.292	.800
AI50V2	36.75	50.902	.355	.796
AI52S2	36.99	51.765	.256	.806
AI53S2	36.28	48.436	.579	.778
AI55S2	36.26	50.291	.596	.781
AI56S2	37.21	53.565	.127	.819

Área profesores, confiabilidad final

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	168	94,9
	Excluidos[a]	9	5,1
	Total	177	100,0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,823	18

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI58BJ	44,45	73,590	,173	,829
AI59BJ	43,92	69,533	,417	,814
AI60BJ	44,45	72,297	,071	,860
AI61BJ	44,08	68,436	,485	,810
AI62IJ	44,23	69,868	,529	,809
AI63IJ	44,20	68,665	,564	,806
AI64 IJ	44,56	70,823	,473	,812
AI65IJ	44,57	69,014	,482	,810
AI66VJ	44,36	73,956	,211	,825
AI67VJ	44,13	68,893	,548	,807
AI68VJ	44,13	70,421	,588	,808
AI69VJ	44,11	71,689	,520	,811
AI70SJ	44,07	70,402	,484	,811
AI71SJ	44,07	69,978	,565	,808
AI72SJ	44,10	71,062	,450	,813
AI73SJ	44,24	70,078	,603	,807
AI74SJ	44,33	71,457	,442	,813
AI75SJ	44,07	69,300	,630	,805

Area extraños, confiabilidad final

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	161	91.0
	Excluidos[a]	16	9.0
	Total	177	100.0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.775	16

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento

AI78BE	39.82	54.424	.328	.768
AI79BE	39.50	52.102	.490	.753
AI80BE	39.96	56.167	.255	.773
AI81IE	40.14	59.219	.070	.786
AI82IE	40.07	53.652	.360	.765
AI83IE	39.88	56.359	.315	.768
AI84IE	39.62	56.149	.358	.765
AI85VE	39.84	51.932	.458	.756
AI87VE	39.40	55.178	.361	.765
AI88VE	40.07	54.607	.286	.772
AI89SE	39.30	53.948	.512	.754
AI90SE	40.36	52.882	.351	.767
AI91SE	39.31	53.778	.491	.755
AI92SE	39.23	54.191	.545	.754
AI93SE	39.07	55.989	.461	.761
AI94SE	39.47	52.926	.439	.758

Anexo G

Escala de Autoimagen Social versión inicial

Escala de Autoimagen Social

Elaborado por: Marcos Barrera

A continuación se presenta una serie de afirmaciones que tienen la finalidad de indagar la manera en que usted considera que las demás personas lo perciben, siendo estas personas sus padres, amigos, pareja, figuras de autoridad o extraños. Por favor marque la alternativa que más se ajuste. Sea lo más sincero posible y considere sólo lo que usted cree.

La información proporcionada en este cuestionario será confidencial y servirá sólo para propósitos investigativos.

		Total acuerdo	Acuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Total Desacuerdo
1	Mis padres piensan que soy fuerte					
2	A mis padres les disgusta mis malos hábitos					
3	A mis padres les desagrada mi contextura física					
4	Mis padres consideran que no me cuido lo suficiente					
5	Mis padres consideran que soy crítico(a)					
6	Mis padres creen que estoy confundido(a)					
7	A mis padres les gusta mi capacidad para analizar las cosas					
8	Mis padres se sienten orgullosos de mi inteligencia					
9	Mis padres piensan que soy holgazán					
10	A mis padres les disgusta mi desorden					
11	Mis padres consideran que tengo muchos valores					
12	A mis padres les preocupa mi inmadurez					
13	Mis padres se incomodan porque soy muy desapegado(a)					
14	Mis padres me ven como una persona respetuosa					
15	Para mis padres soy muy rebelde					
16	Mi familia piensa que soy extrovertido(a)					
17	Mis padres desconfían de mí					
18	A mis padres les disgusta que sea tímido(a)					
19	Me importa mucho lo que mis padres piensan de mí					
20	Mis amigos disfrutan de mi buen humor					
21	Mis amigos me ven como alguien saludable					
22	Mis amigos me perciben como alguien apacible					
23	A mis amigos les desagrada la manera como me visto					
24	Mis amigos me perciben como alguien intelectual					
25	A mis amigos les gusta mi capacidad para inventar cosas inesperadas					
		Total	Acuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Total

		acuerdo				Desacuerdo
26	Mis amigos consideran que soy perspicaz					
27	Mis amigos valoran mi habilidad para anticiparme a los hechos					
28	Mis amigos consideran que soy una persona trabajadora					
29	Mis amigos me ven como alguien perseverante					
30	Mis amigos consideran que soy competitivo(a)					
31	Mis amigos valoran mis iniciativas					
32	A mis amigos les disgusta mis opiniones ácidas					
33	Mis amigos piensan que soy una persona rencorosa					
34	Para mis amigos soy una persona leal					
35	Mis amigos rechazan mi forma de imponerme a los demás					
36	Para mis amigos soy buen consejero(a)					
37	Mis amigos me ven como alguien poco efusivo(a)					
38	Me importa mucho lo que mis amigos piensan de mí					
39	Mi pareja considera que soy atractivo(a)					
40	Mi pareja confía en mi buen gusto para arreglarme					
41	A mi pareja le gusta mi sonrisa					
42	MI pareja piensa que estoy en buena condición física					
43	Mi pareja piensa que soy muy racional					
44	Mi pareja subestima mi capacidad intelectual					
45	Mi pareja me admira por mis conocimientos					
46	MI pareja piensa que soy abierto(a) de pensamiento					
47	Mi pareja admira mis habilidades					
48	A mi pareja le disgusta el que sea una persona muy ocupada					
49	Mi pareja considera que soy independiente					
50	Mi pareja considera que soy inconstante					
51	A mi pareja le disgusta que sea celoso(a)					
52	A mi pareja le disgusta mi intolerancia					
53	Mi pareja considera que soy cariñoso(a)					
54	Mi pareja me percibe como alguien vulnerable					
55	Para mi pareja soy una persona comprensiva					
56	Mi pareja no tolera que peleo mucho					
57	Me importa mucho lo que mi pareja piensa de mí					
58	Mis profesores perciben que tengo una salud endeble					
59	A mis profesores les incomoda mi aspecto descuidado					
60	Mis profesores me perciben como ansioso(a))					
61	Mis profesores me ven como carente de energía					
62	Mis profesores me consideran alguien analítico(a)					

63	Mis profesores valoran mi creatividad					
64	Para mis profesores soy muy brillante					
65	Tengo fama entre mis profesores de ser buen(a) estudiante					
		Total acuerdo	Acuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Total Desacuerdo
66	Mis profesores me valoran por ser organizado(a)					
67	Mis profesores consideran que tengo pocas habilidades					
68	Mis profesores consideran que soy eficiente					
69	Mis profesores valoran mi capacidad para resolver problemas					
70	Mis profesores consideran que soy sociable					
71	Mis profesores piensan que soy bueno trabajando en equipo					
72	Mis profesores me ven como alguien comunicativo(a)					
73	Mis profesores aprecian mi capacidad para resolver conflictos					
74	Mis profesores valoran que siempre pueden contar conmigo					
75	Mis profesores me valoran porque soy honesto(a)					
76	Me importa mucho lo que mis profesores piensan de mí					
77	La gente me percibe con más edad de la que tengo					
78	A las personas les desagrada mi temperamento irritable					
79	La primera impresión que doy es de estar abrumado(a)					
80	Suelo recibir halagos por mi elegancia					
81	La primera impresión que doy es de ser reflexivo(a)					
82	La gente piensa que tengo menos conocimiento del que tengo					
83	Tiendo a generar admiración en las personas por mis ideas					
84	Las personas suelen valorar mi coherencia al hablar					
85	Las personas suelen verme como apático(a)					
86	La primera impresión que doy es de ser alocado(a)					
87	Las personas me ven como alguien responsable					
88	A las personas les molesta mi indecisión					
89	Genero simpatía en las personas					
90	Algunas personas creen que soy pedante					
91	Genero una impresión de agrado por ser alguien alegre					
92	Las personas suelen verme como una persona agradable					
93	La gente considera que soy una buena persona					
94	Doy la impresión de ser alguien aburrido(a)					
95	Me importa mucho lo que los extraños piensan de mí					

Anexo H

Confiabilidades por escalas de la batería de socialización (BAS-3) (prueba piloto)

Consideración por los demás

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	172	97,2
	Excluidos[a]	5	2,8
	Total	177	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,723	14

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Batería de socialización. Item 3	11,03	4,689	,312	,711
Batería de socialización. Item 5	11,06	4,505	,397	,702
Batería de socialización. Item 11	11,07	4,323	,537	,687
Batería de socialización. Item 12	11,04	4,683	,301	,712
Batería de socialización. Item 14	11,03	4,771	,233	,718
Batería de socialización. Item 16	11,21	4,506	,217	,725
Batería de socialización. Item 17	11,19	4,725	,104	,739
Batería de socialización. Item 27	11,22	4,275	,348	,707
Batería de socialización. Item 51	11,14	4,413	,334	,708
Batería de socialización. Item 59	11,06	4,500	,418	,700
Batería de socialización. Item 60	11,07	4,440	,438	,697
Batería de socialización. Item 61	11,08	4,421	,438	,697
Batería de socialización. Item 66	11,23	4,235	,364	,705
Batería de socialización. Item 68	11,20	4,160	,435	,694

Autocontrol

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	173	97,7
	Excluidos[a]	4	2,3

	Total	177	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,660	14

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Batería de socialización. Item 4	8,94	5,962	,432	,622
Batería de socialización. Item 13	9,37	6,537	,088	,674
Batería de socialización. Item 22	8,98	6,197	,283	,643
Batería de socialización. Item 34	8,83	6,481	,285	,645
Batería de socialización. Item 36	8,99	6,087	,325	,636
Batería de socialización. Item 40	8,95	6,068	,365	,631
Batería de socialización. Item 44	8,87	6,286	,334	,638
Batería de socialización. Item 46	8,99	5,831	,453	,617
Batería de socialización. Item 50	9,10	6,338	,170	,661
Batería de socialización. Item 53	9,16	5,970	,319	,637
Batería de socialización. Item 56	8,92	6,326	,255	,647
Batería de socialización. Item 64	9,18	5,974	,314	,638
Batería de socialización. Item 65	9,08	5,895	,375	,628
Batería de socialización. Item 73	9,17	6,598	,055	,680

Retraimiento

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	155	87,6
	Excluidos[a]	22	12,4
	Total	177	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,823	14

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Batería de socialización. Item 8	2,32	7,231	,580	,802
Batería de socialización. Item 9	2,28	7,345	,485	,810
Batería de socialización. Item 25	2,44	7,871	,450	,813
Batería de socialización. Item 28	2,34	7,536	,453	,812
Batería de socialización. Item 30	2,37	7,455	,540	,806
Batería de socialización. Item 31	2,28	7,581	,384	,818
Batería de socialización. Item 35	2,41	7,905	,360	,818
Batería de socialización. Item 37	2,41	7,697	,479	,811
Batería de socialización. Item 42	2,35	7,722	,377	,817
Batería de socialización. Item 47	2,37	7,625	,460	,812
Batería de socialización. Item 52	2,40	7,709	,459	,812
Batería de socialización. Item 63	2,37	7,586	,481	,810
Batería de socialización. Item 69	2,27	7,511	,406	,816
Batería de socialización. Item 72	2,28	7,423	,450	,813

Ansiedad Timidez

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	174	98,3
	Excluidos[a]	3	1,7
	Total	177	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,700	12

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento

Batería de socialización. Item 1	3,40	7,096	,264	,690
Batería de socialización. Item 18	3,37	6,592	,156	,731
Batería de socialización. Item 19	3,08	7,057	,178	,704
Batería de socialización. Item 33a	3,32	6,751	,372	,676
Batería de socialización. Item 38	3,30	6,606	,428	,668
Batería de socialización. Item 39	3,21	6,411	,467	,661
Batería de socialización. Item 43	3,27	6,603	,408	,670
Batería de socialización. Item 48	3,41	7,041	,304	,686
Batería de socialización. Item 54	3,20	6,655	,355	,678
Batería de socialización. Item 55	3,23	6,456	,454	,663
Batería de socialización. Item 57	3,43	7,033	,336	,683
Batería de socialización. Item 62	3,10	6,324	,480	,658

Liderazgo

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	175	98,9
	Excluidos[a]	2	1,1
	Total	177	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,706	12

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Batería de socialización. Item 2	6,82	7,618	,479	,672
Batería de socialización. Item 6	6,98	7,379	,497	,666
Batería de socialización. Item 10	7,20	8,011	,254	,699
Batería de socialización. Item 20	7,01	7,569	,414	,677
Batería de socialización. Item 21	7,18	7,813	,325	,690
Batería de socialización. Item 23	6,74	8,137	,321	,692
Batería de socialización. Item 26	6,82	7,599	,493	,670
Batería de socialización. Item 29	7,05	6,745	,270	,730
Batería de socialización. Item 33	6,83	7,752	,415	,679
Batería de socialización. Item 45	6,71	8,286	,273	,697
Batería de socialización. Item 70	6,98	7,845	,312	,692

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Batería de socialización. Item 2	6,82	7,618	,479	,672
Batería de socialización. Item 6	6,98	7,379	,497	,666
Batería de socialización. Item 10	7,20	8,011	,254	,699
Batería de socialización. Item 20	7,01	7,569	,414	,677
Batería de socialización. Item 21	7,18	7,813	,325	,690
Batería de socialización. Item 23	6,74	8,137	,321	,692
Batería de socialización. Item 26	6,82	7,599	,493	,670
Batería de socialización. Item 29	7,05	6,745	,270	,730
Batería de socialización. Item 33	6,83	7,752	,415	,679
Batería de socialización. Item 45	6,71	8,286	,273	,697
Batería de socialización. Item 70	6,98	7,845	,312	,692
Batería de socialización. Item 71	7,04	7,866	,296	,694

Anexo I

Confiabilidades por subescalas de la Escala de Autoconcepto (AF5) (prueba piloto)

Académico/Laboral

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	170	96.0
	Excluidos[a]	7	4.0
	Total	177	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.820	6

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Escala de autoconcepto. Item 1	342.49	7345.518	.523	.803
Escala de autoconcepto. Item 6	351.11	6928.254	.605	.786
Escala de autoconcepto. Item 11	355.60	6850.786	.494	.815
Escala de autoconcepto. Item 16	357.39	6925.696	.548	.799
Escala de autoconcepto. Item 21	343.21	7006.780	.680	.774
Escala de autoconcepto. Item 26	351.90	6682.659	.697	.767

Social

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	172	97.2
	Excluidos[a]	5	2.8
	Total	177	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.772	6

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Escala de autoconcepto. Item 2	359.8721	7590.802	.690	.696
Escala de autoconcepto. Item 7	357.3023	8417.382	.515	.740
Escala de autoconcepto Item 12	365.3256	7148.794	.585	.719
Escala de autoconcepto. Item 17	355.1860	8734.854	.481	.749
Escala de autoconcepto Item 22	381.4012	7557.095	.388	.789
Escala de autoconcepto. Item 27	364.4302	8200.913	.552	.731

Emocional

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	172	97.2
	Excluidos[a]	5	2.8
	Total	177	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.780	6

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Escala de autoconcepto. Item 3	186.91	11760.443	.484	.757
Escala de autoconcepto. Item 8	204.31	10668.696	.540	.744
Escala de autoconcepto. Item 13	207.40	11061.012	.575	.735
Escala de autoconcepto. Item 18	211.09	11763.296	.485	.757
Escala de autoconcepto. Item 23	191.03	10752.368	.545	.742
Escala de autoconcepto. Item 28	212.72	11245.875	.537	.744

Familiar

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	172	97.2
	Excluidos[a]	5	2.8
	Total	177	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.706	6

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Escala de autoconcepto Item 4	437.3895	4726.075	.334	.732
Escala de autoconcepto. Item 9	424.0756	5034.795	.516	.641
Escala de autoconcepto Item 14	419.2674	5514.758	.377	.684
Escala de autoconcepto. Item 19	416.1977	5658.943	.467	.663
Escala de autoconcepto. Item 24	422.1860	5365.100	.497	.651
Escala de autoconcepto. Item 29	416.4651	5323.092	.576	.633

Físico

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	172	97.2
	Excluidos[a]	5	2.8
	Total	177	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.742	6

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Escala de autoconcepto. Item 5	326.86	10657.934	.403	.725
Escala de autoconcepto. Item 10	341.97	8477.858	.578	.675
Escala de autoconcepto. Item 15	327.48	10933.187	.359	.736
Escala de autoconcepto. Item 20	316.71	10266.839	.544	.692
Escala de autoconcepto. Item 25	334.04	8681.887	.561	.681
Escala de autoconcepto. Item 30	317.36	10787.939	.463	.712

Anexo J

Confiabilidad total de la Escala de Autoconcepto (AF5) (prueba piloto)

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	170	96.0
	Excluidos[a]	7	4.0
	Total	177	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.862	30

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Escala de autoconcepto. Item 1	2038.3059	117159.882	.383	.858
Escala de autoconcepto. Item 2	2039.0059	115913.000	.424	.857
EA3Rec	2071.7647	116951.672	.281	.861
EA04Rec	2046.4824	116967.896	.238	.863
Escala de autoconcepto. Item 5	2050.4118	116040.326	.342	.859
Escala de autoconcepto. Item 6	2046.9235	117451.112	.337	.859
Escala de autoconcepto. Item 7	2036.6412	115778.823	.464	.856
EA8Rec	2054.1000	113048.706	.403	.858
Escala de autoconcepto. Item 9	2033.3000	116082.614	.427	.857
Escala de autoconcepto. Item 10	2065.1647	113812.825	.326	.861
Escala de autoconcepto. Item 11	2051.4118	116453.297	.335	.859
EA12Rec	2044.4118	113358.137	.453	.856
EA13Rec	2051.3941	114663.305	.380	.858
EA14Rec	2028.1471	118724.671	.268	.861
Escala de autoconcepto. Item 15	2050.7471	114438.249	.438	.856
Escala de autoconcepto. Item 16	2053.2059	116005.679	.402	.857
Escala de autoconcepto. Item 17	2034.5294	117204.239	.402	.858
EA18Rec	2047.7471	116602.379	.300	.860
Escala de autoconcepto. Item 19	2025.3294	118408.187	.368	.859
Escala de autoconcepto. Item 20	2040.1941	113383.956	.538	.854
Escala de autoconcepto. Item 21	2039.0176	116023.225	.492	.856
EA22Rec	2060.3824	113052.806	.399	.858
EA23Rec	2067.3706	113874.436	.376	.858
Escala de autoconcepto. Item 24	2031.3353	118048.319	.347	.859
Escala de autoconcepto. Item 25	2057.4941	112753.411	.380	.859
Escala de autoconcepto. Item 26	2047.7118	116122.928	.434	.857
Escala de autoconcepto. Item 27	2043.9647	114111.383	.561	.854
EA28Rec	2045.8882	114499.887	.392	.858
Escala de autoconcepto. Item 29	2025.4882	117365.636	.435	.857
Escala de autoconcepto. Item 30	2040.5647	112998.153	.592	.853

Anexo K

Validación por jueces de la escala de Autoimagen (prueba piloto)

item	j1	j2	j3	inv	acuerdo
1	0	1	1	1	1
2	0	0	0	0	1
3	0	1	0	0	1
4	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1
6	1	0	1	1	1
7	1	1	0	0	0
8	0	1	0	0	1
9	1	0	1	1	1
10	0	1	0	0	1
11	1	1	1	1	1
12	1	0	1	0	0
13	0	0	0	0	1
14	0	0	1	1	0
15	0	1	1	1	1
16	1	0	1	1	1
17	1	0	0	0	1
18	0	0	0	0	1
20	0	0	0	0	1
21	1	1	1	1	1
22	0	1	1	1	1
23	1	0	0	0	1
24	1	1	1	1	1
25	1	1	1	0	0
26	1	1	1	1	1
27	1	1	0	0	0
28	1	1	1	0	0
29	1	1	1	0	1
30	1	1	1	1	1
31	1	1	0	0	0
32	1	0	0	0	1
33	0	0	1	1	0
34	1	1	1	1	1
35	1	1	0	0	0
36	1	1	1	1	1
37	0	0	1	1	0
39	1	0	1	1	1

40	1	0		0	0
41	0	0	0	0	1
42	1	1	1	1	1
43	1	1	1	1	1
44	1	1	1	0	0
45	1	1	0	0	0
46	1	1	1	1	1
47	1	1	0	0	0
48	1	1	0	0	0
49	1	1	1	1	1
50	1	0	1	1	1
51	0	0	0	0	1
52	1	0	0	0	1
53	0	0	1	1	0
54	0	0	1	1	0
55	1	0	1	1	1
56	0	0	0	0	1
58	1	1	1	1	1
59	1	1	0	0	0
60	0	0	1	1	0
61	1	0	1	1	1
62	1	1	1	1	1
63	1	1	0	0	0
64	1	1	1	1	1
65	1	1	1	1	1
66	1	1	0	0	0
67	1	1	1	1	1
68	1	1	1	1	1
69	1	1	0	0	0
70	0	0	1	1	0
71	1	1	1	1	1
72	0	1	1	1	1
73	1	1	0	0	0
74	1	0	0	0	1
75	1	1	0	0	0
77	1	1	1	1	1
78	0	0	0	0	1
79	0	0	1	1	0
80	1	1	0	0	0

81	1	1	1	1	1
82	1	1	1	1	1
83	1	1	0	0	0
84	1	1	0	0	0
85	0	0	1	1	0
86	0	0	1	1	0
87	1	1	1	1	1
88	1	1	0	0	0
89	0	0	0	0	1
90	1	0	1	1	1
91	0	0	0	1	0
92	0	0	1	0	1
93	0	0	1	0	1
94	0	0	1	1	0
95					
					56
				validez	0.622222

Anexo L

Instrumento de Socialización, Bas-3 (Silva y Martorell, 2009)

Instrumento de Socialización, Bas-3 (Silva y Martorell, 2009)

A continuación encontraras 75 frases. Lee cada frase atentamente y pon una equis (X) en la casilla de la columna **SI** en el caso de que la frase se corresponda con tu manera de ser o actuar. Si por el contrario la frase no se corresponde con tu manera de ser o actuar marca una equis (X) en la columna **NO**. No hay respuestas buenas ni malas; todas sirven.

Trabaja rápidamente. No te entretengas demasiado en una contestación.

1. Me gusta hablar con los demás	SI	NO
2. Soy vergonzoso.	SI	NO
3. Soy popular entre los demás.	SI	NO

NOTA: Esta escala posee Derechos de Autor y Copyright ©, por lo que la misma no puede ser publicada en su totalidad debido a que pertenece a TEA Ediciones, S.A. Madrid, España.

Anexo M

Escala de Autoestima de Rosemberg (1965)

Escala de Autoestima de Rosemberg (1965)

A continuación se presentan una serie de afirmaciones. Por favor, marque con una (X) en función del grado de acuerdo que tengas con cada una de ellas.

		Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1	Siento que soy una persona digna, al menos tanto como las demás.				
2	Estoy convencido de que tengo buenas cualidades.				
3	Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de gente.				
4	Tengo una actitud positiva hacia mí mismo/a.				
5	En general, estoy satisfecho conmigo mismo/a.				
6	Siento que no tengo mucho de lo que estar orgulloso				
7	En general, me inclino a pensar que soy un fracasado/a.				
8	Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.				
9	Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.				
10	A menudo creo que no soy una buena persona.				

Anexo N

Escala de Autoconcepto AF5 (Garcia y Musitu, 2009)

Escala de Autoconcepto AF5 (Garcia y Musitu, 2009)

Instrucciones

A continuación encontrará una serie de frases. Lea cada una de ellas cuidadosamente y conteste con un valor entre 1 y 99 según su grado de acuerdo con cada frase. Por ejemplo si una frase dice “la música ayuda al bienestar humano” y ud. Está muy de acuerdo, contestará con un valor alto, como por ejemplo el 94. Vea como se anotaría en la hoja de respuesta.

“La música ayuda al bienestar humano”…… 9 | 4

Por el contrario, si ud. Esta muy poco de acuerdo, elegirá un valor bajo, por ejemplo el 9, y lo anotará en la Hoja de respuestas de la siguiente manera:

“La música ayuda al bienestar humano”…… 0 | 9

No olvide que dispone de muchas opciones de respuesta, en concreto puede elegir entre 99 valores. Escoja el que más se ajuste a su criterio.

RECUERDE CONTESTE CON LA MAXIMA SINCERIDAD

NOTA: se han redactado las frases en masculino, para facilitar su lectura. Cada persona deberá adaptarlas a su propio sexo.

Contesta de 1 a 99 en las casillas correspondientes a cada pregunta

1.	Es difícil para mí hacer amigos.		
2.	Hago bien los trabajos escolares.		
3.	Mis padres me dan confianza.		

NOTA: Esta escala posee Derechos de Autor y Copyright ©, por lo que la misma no puede ser publicada en su totalidad debido a que pertenece a TEA Ediciones, S.A. Madrid, España.

Anexo O

Escala final de autoimagen social

Escala de Autoimagen Social

A continuación se presenta una serie de afirmaciones que tienen la finalidad de indagar la manera en que usted considera que las demás personas lo perciben, siendo estas personas sus padres, amigos, pareja, figuras de autoridad o extraños. Por favor marque la alternativa que más se ajuste. Sea lo más sincero posible y considere sólo lo que usted cree.

La información proporcionada en este cuestionario será **confidencial** y servirá sólo para propósitos investigativos.

		Total acuerdo	Acuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Total Desacuerdo
1	Mis padres piensan que soy fuerte					
2	Mis padres consideran que soy crítico(a)					
3	Mis padres creen que estoy confundido(a)					
4	A mis padres les gusta mi capacidad para analizar las cosas					
5	Mis padres se sienten orgullosos de mi inteligencia					
6	Mis padres piensan que soy holgazán					
7	Mis padres consideran que tengo muchos valores					
8	A mis padres les preocupa mi inmadurez					
9	Mis padres se incomodan porque soy muy desapegado(a)					
10	Mis padres me ven como una persona respetuosa					
11	Para mis padres soy muy rebelde					
12	Mi familia piensa que soy extrovertido(a)					
13	Mis padres desconfían de mí					
14	A mis padres les disgusta que sea tímido(a)					
15	Me importa mucho lo que mis padres piensan de mí					
16	Mis amigos disfrutan de mi buen humor					
17	Mis amigos me ven como alguien saludable					
18	A mis amigos les desagrada la manera como me visto					
19	Mis amigos me perciben como alguien intelectual					
20	A mis amigos les gusta mi capacidad para inventar cosas inesperadas					
21	Mis amigos consideran que soy perspicaz					
22	Mis amigos valoran mi habilidad para anticiparme a los hechos					
23	Mis amigos consideran que soy una persona trabajadora					
24	Mis amigos me ven como alguien perseverante					
25	Mis amigos consideran que soy competitivo(a)					
26	Mis amigos valoran mis iniciativas					

		Total acuerdo	Acuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Total Desacuerdo
27	A mis amigos les disgusta mis opiniones ácidas					
28	Mis amigos piensan que soy una persona rencorosa					
29	Para mis amigos soy una persona leal					
30	Mis amigos rechazan mi forma de imponerme a los demás					
31	Para mis amigos soy buen consejero(a)					
32	Mis amigos me ven como alguien poco efusivo(a)					
33	Me importa mucho lo que mis amigos piensan de mí					
34	Mi pareja considera que soy atractivo(a)					
35	Mi pareja confía en mi buen gusto para arreglarme					
36	A mi pareja le gusta mi sonrisa					
37	MI pareja piensa que estoy en buena condición física					
38	Mi pareja subestima mi capacidad intelectual					
39	Mi pareja me admira por mis conocimientos					
40	MI pareja piensa que soy abierto(a) de pensamiento					
41	Mi pareja admira mis habilidades					
42	Mi pareja considera que soy independiente					
43	Mi pareja considera que soy inconstante					
44	A mi pareja le disgusta mi intolerancia					
45	Mi pareja considera que soy cariñoso(a)					
46	Para mi pareja soy una persona comprensiva					
47	Mi pareja no tolera que peleo mucho					
48	Me importa mucho lo que mi pareja piensa de mí					
49	Mis profesores perciben que tengo una salud endeble					
50	A mis profesores les incomoda mi aspecto descuidado					
51	Mis profesores me perciben como ansioso(a))					
52	Mis profesores me ven como carente de energía					
53	Mis profesores me consideran alguien analítico(a)					
54	Mis profesores valoran mi creatividad					
55	Para mis profesores soy muy brillante					
56	Tengo fama entre mis profesores de ser buen(a) estudiante					
57	Mis profesores me valoran por ser organizado(a)					
58	Mis profesores consideran que tengo pocas habilidades					
59	Mis profesores consideran que soy eficiente					
60	Mis profesores valoran mi capacidad para resolver problemas					
61	Mis profesores consideran que soy sociable					
62	Mis profesores piensan que soy bueno trabajando en equipo					

63	Mis profesores me ven como alguien comunicativo(a)					
64	Mis profesores aprecian mi capacidad para resolver conflictos					
		Total acuerdo	Acuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Total Desacuerdo
65	Mis profesores valoran que siempre pueden contar conmigo					
66	Mis profesores me valoran porque soy honesto(a)					
67	Me importa mucho lo que mis profesores piensan de mí					
68	A las personas les desagrada mi temperamento irritable					
69	La primera impresión que doy es de estar abrumado(a)					
70	Suelo recibir halagos por mi elegancia					
71	La primera impresión que doy es de ser reflexivo(a)					
72	La gente piensa que tengo menos conocimiento del que tengo					
73	Tiendo a generar admiración en las personas por mis ideas					
74	Las personas suelen valorar mi coherencia al hablar					
75	Las personas suelen verme como apático(a)					
76	Las personas me ven como alguien responsable					
77	A las personas les molesta mi indecisión					
78	Genero simpatía en las personas					
79	Algunas personas creen que soy pedante					
80	Genero una impresión de agrado por ser alguien alegre					
81	Las personas suelen verme como una persona agradable					
82	La gente considera que soy una buena persona					
83	Doy la impresión de ser alguien aburrido(a)					
84	Me importa mucho lo que los extraños piensan de mí					

Anexo P

Análisis factorial de la escaba Bas-3 (muestra final)

Matriz de componentes rotados[a]

	Componente					
	1	2	3	4	5	6
Batería de socialización. Item 63	.652	-.100		-.110	.117	
Batería de socialización. Item 37	.584	-.136	-.216			
Batería de socialización. Item 52	.568				.192	-.118
Batería de socialización. Item 72	.567				.124	
Batería de socialización. Item 70	-.536	.393				
Batería de socialización. Item 25	.521		-.247		.106	
Batería de socialización. Item 47	.451	-.127		-.101		
Batería de socialización. Item 28	.425	-.103			.273	.135
Batería de socialización. Item 5	-.399		.240	.127	.102	
Batería de socialización. Item 42	.394	-.152	-.145	-.119	.251	
Batería de socialización. Item 31	.391		-.127	.121	.142	.335
Batería de socialización. Item 9	.376		-.102			-.152
Batería de socialización. Item 35	.368	-.126	-.256		.275	
Batería de socialización. Item 30	.352		-.338		.294	.187
Batería de socialización. Item 69	.346				.330	
Batería de socialización. Item 60	-.336		.297	.268	.137	.260
Batería de socialización. Item 8	.335				.157	.181
Batería de socialización. Item 33	.211	-.716	.183			-.186
Batería de socialización. Item 33	-.211	.716	-.183			.186
Batería de socialización. Item 6	-.137	.604	.137			
Batería de socialización. Item 29	.114	.588			-.137	-.217
Batería de socialización. Item 43	.241	-.525	.221		.303	-.148
Batería de socialización. Item 26	-.114	.511	.189		-.117	
Batería de socialización. Item 71	-.262	.497		-.219		
Batería de socialización. Item 20	-.189	.493				-.254

Batería de socialización. Item 23	-.113	.493	.190		-.151	
Batería de socialización. Item 2	-.332	.447	.204			
Batería de socialización. Item 21		.432				-.228
Batería de socialización. Item 10		.359				
Batería de socialización. Item 45		.317	.236		-.298	
Batería de socialización. Item 12	-.163		.615			.127
Batería de socialización. Item 51		.173	.576			-.166
Batería de socialización. Item 17		.146	.550		.114	
Batería de socialización. Item 27			.485			-.265
Batería de socialización. Item 61	-.249		.478	.182	-.102	
Batería de socialización. Item 68	-.111	.123	.459	.104	.137	
Batería de socialización. Item 14	-.166		.453	.116	-.197	.182
Batería de socialización. Item 11	-.137		.389	.224		.219
Batería de socialización. Item 66	-.109	.103	.347	.113		-.313
Batería de socialización. Item 58	.137		-.265	-.188		
Batería de socialización. Item 64				.546		
Batería de socialización. Item 4			.247	.484		-.130
Batería de socialización. Item 44			.168	.473	-.118	
Batería de socialización. Item 34			.283	.471	-.206	.176
Batería de socialización. Item 46			.175	.471	.180	
Batería de socialización. Item 53				.460		-.184
Batería de socialización. Item 65	-.214		-.113	.460		
Batería de socialización. Item 36			.235	.439	-.111	
Batería de socialización. Item 40	.157			.428	-.331	
Batería de socialización. Item 56	-.126	-.105		.409		.110
Batería de socialización. Item 22			.192	.392		.138
Batería de socialización. Item 75	.129			-.392		.338
Batería de socialización. Item 59	-.272		.257	.339		.143

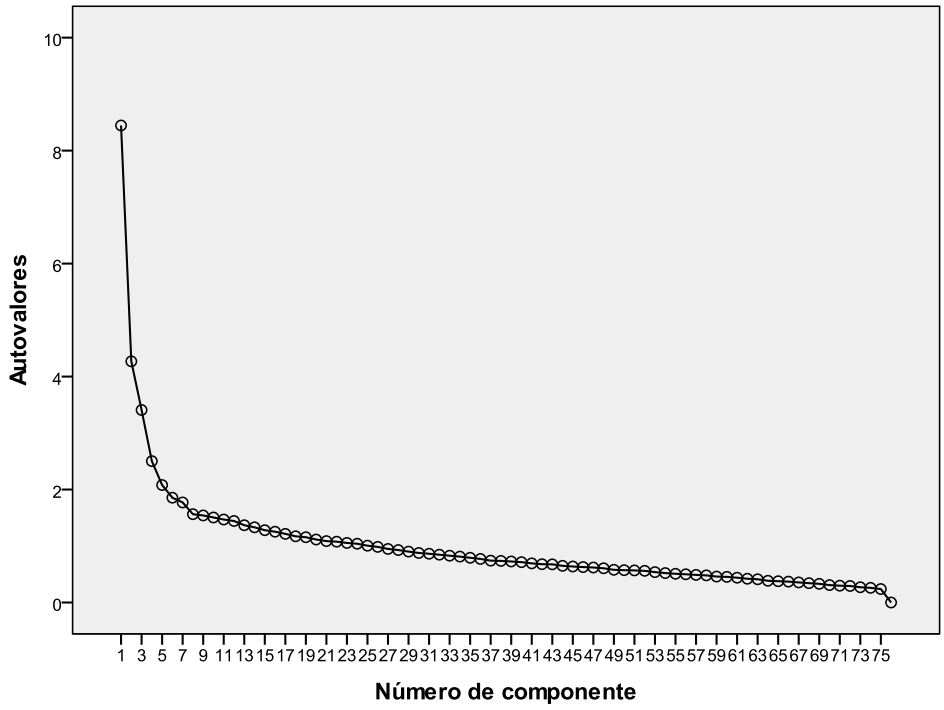
Batería de socialización. Item 13	-.152		-.115	.328		
Batería de socialización. Item 15				-.240		.126
Batería de socialización. Item 32		-.112	.114	-.117		
Batería de socialización. Item 39		-.277			.523	
Batería de socialización. Item 18	.314	-.148			.506	
Batería de socialización. Item 54		-.147		-.140	.504	-.104
Batería de socialización. Item 1	.228				.456	
Batería de socialización. Item 38	.260	-.223			.410	-.260
Batería de socialización. Item 48	.206		-.133		.398	
Batería de socialización. Item 62		-.367			.390	
Batería de socialización. Item 55	.146			-.230	.387	-.208
Batería de socialización. Item 57	.301		-.109	-.202	.364	-.265
Batería de socialización. Item 19		.113	.157		.358	
Batería de socialización. Item 50	.114		.197	.100	-.335	-.148
Batería de socialización. Item 41			.119	-.152	-.232	.472
Batería de socialización. Item 74		-.138	-.133			.433
Batería de socialización. Item 7						.386
Batería de socialización. Item 24			.116	-.109		.377
Batería de socialización. Item 3	-.135		.225	.269		.335
Batería de socialización. Item 67	-.222	-.184	-.205			.295
Batería de socialización. Item 16	-.190		.230	.142		-.282
Batería de socialización. Item 73	-.211				.199	-.217
Batería de socialización. Item 49		-.165		-.124	-.167	.210

Método de extracción: Análisis de componentes principales.
Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.
a. La rotación ha convergido en 14 iteraciones.

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	8.445	11.112	11.112	8.445	11.112	11.112	4.952	6.516	6.516
2	4.269	5.618	16.730	4.269	5.618	16.730	4.491	5.910	12.426
3	3.408	4.484	21.214	3.408	4.484	21.214	3.796	4.994	17.420
4	2.503	3.294	24.508	2.503	3.294	24.508	3.482	4.581	22.001
5	2.080	2.736	27.245	2.080	2.736	27.245	3.323	4.372	26.373
6	1.855	2.441	29.686	1.855	2.441	29.686	2.517	3.312	29.686
7	1.771	2.331	32.016						
8	1.564	2.057	34.074						
9	1.541	2.028	36.102						
10	1.505	1.981	38.082						
11	1.469	1.933	40.015						
12	1.443	1.899	41.914						
13	1.368	1.800	43.714						

Gráfico de sedimentación



Anexo Q

Análisis factorial de la escaba AF5 (muestra final)

Matriz de estructura

	Componente				
	Social	Emocional	Academico laboral	Familiar	Físico
Escala de autoconcepto. Item 2	.809				-.330
Escala de autoconcepto. Item 7	.728		-.282		-.280
Escala de autoconcepto. Item 17	.662		-.308	.318	-.303
Escala de autoconcepto. Item 27	.639				-.468
Escala de Autoconcepto Item 12 recod	.604	-.482		.336	
Escala de autoconcepto. Item 30	.504			.310	-.395
Escala de autoconcepto. Item 20	.454			.416	-.352
Escala de autoconcepto. Item 8		.693		-.252	
Escala de autoconcepto. Item 23		.686			
Escala de autoconcepto. Item 28		.660		-.324	
Escala de autoconcepto. Item 18		.658			
Escala de autoconcepto. Item 13		.630		-.302	
Escala de Autoconcepto Item 22 recod	.343	-.603			
Escala de autoconcepto. Item 3		.601			
Escala de autoconcepto. Item 21	.286		-.736		-.331
Escala de autoconcepto. Item 6			-.692		-.391
Escala de autoconcepto. Item 11			-.684		-.393
Escala de autoconcepto. Item 26	.256		-.679		-.488
Escala de autoconcepto. Item 1			-.642		
Escala de autoconcepto. Item 16			-.545		-.440
Escala de autoconcepto. Item 29	.364			.721	-.259
Escala de autoconcepto. Item 24	.284		-.252	.694	-.321
Escala de autoconcepto. Item 19	.321			.642	
Escala de Autoconcepto Item 14 recod		-.311	-.309	.637	
Escala de Autoconcepto Item 4 recod			-.261	.611	
Escala de autoconcepto. Item 9				.593	
Escala de autoconcepto. Item 25			.268		-.746
Escala de autoconcepto. Item 10			.287		-.730
Escala de autoconcepto. Item 5	.259				-.601
Escala de autoconcepto. Item 15	.370		-.327		-.497

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Metodo de rotación: Normalización Oblimin con Kaiser.

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación[a]
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total
1	6.650	22.167	22.167	6.650	22.167	22.167	4.078
2	3.430	11.432	33.599	3.430	11.432	33.599	3.390
3	2.111	7.036	40.635	2.111	7.036	40.635	3.638
4	1.746	5.819	46.454	1.746	5.819	46.454	3.635
5	1.472	4.908	51.362	1.472	4.908	51.362	3.731
6	1.227	4.089	55.450				
7	1.032	3.439	58.889				
8	.994	3.313	62.202				
9	.892	2.972	65.174				
10	.739	2.464	67.638				
11	.727	2.422	70.060				
12	.691	2.302	72.363				
13	.661	2.204	74.567				
14	.625	2.082	76.649				
15	.610	2.035	78.684				
16	.589	1.964	80.648				

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

a. Cuando los componentes están correlacionados, las sumas de los cuadrados de las saturaciones no se pueden añadir para obtener una varianza total.

KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		.855
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	5149.026
	gl	435
	Sig.	.000

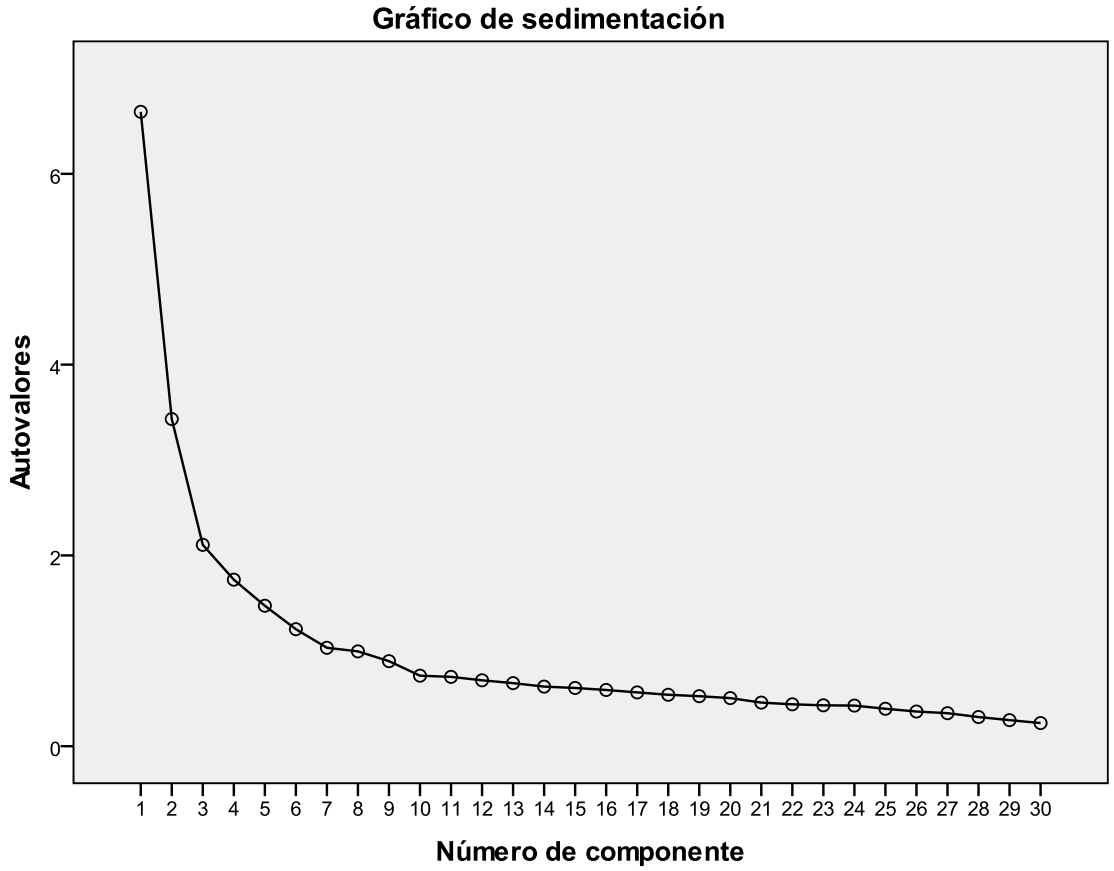


Gráfico de sedimentación
Autovalores
0
2
4
6
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
Número de componente

Anexo R

Confiabilidad escala de Autoestima (muestra final)

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	493	100.0
	Excluidos[a]	0	.0
	Total	493	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.844	10

Estadísticos de los elementos

	Media	Desviación típica	N
Escala de autoestima. item 1	2.60	.549	493
Escala de autoestima. item 2	2.57	.571	493
Escala de autoestima. item 3	2.53	.629	493
Escala de autoestima. item 4	2.43	.697	493
Escala de autoestima. item 5	2.32	.750	493
Escala de autoestima. item 6	2.11	.999	493
Escala de autoestima. item 7	2.55	.732	493
Escala de autoestima. item 8	2.22	.945	493
Escala de autoestima. item 9	2.26	.910	493
Escala de autoestima. item 10	2.24	.965	493

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Escala de autoestima. item 1	21.24	23.605	.394	.841
Escala de autoestima. item 2	21.27	22.419	.603	.827
Escala de autoestima. item 3	21.31	22.073	.599	.826
Escala de autoestima. item 4	21.41	21.246	.666	.819
Escala de autoestima. item 5	21.52	21.413	.581	.826
Escala de autoestima. item 6	21.73	20.684	.476	.839
Escala de autoestima. item 7	21.29	21.172	.638	.821
Escala de autoestima. item 8	21.62	20.192	.580	.826
Escala de autoestima. item 9	21.58	19.992	.638	.819
Escala de autoestima. item 10	21.60	21.533	.396	.847

Estadísticos de la escala

Media	Varianza	Desviación típica	N de elementos
23.84	26.009	5.100	10