

146  
2el.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO



FACULTAD DE PSICOLOGIA

ALGUNAS CONSIDERACIONES ACERCA DE LA  
INFLUENCIA QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACION  
MASIVA TIENEN EN LA IDENTIDAD,  
AUTOCONCEPTO Y AUTOESTIMA DEL  
ADOLESCENTE.

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADO EN PSICOLOGIA  
P R E S E N T A N  
RAQUEL JIMENEZ RAMIREZ  
ROSALIA RODRIGUEZ VALDES

DIRECTORA DE TESIS: PATRICIA G. MORENO WONCHEE



MEXICO, D.F.

1997

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**QUIERO AGRADECER SINCERAMENTE:**

**A DIOS:**

*Por darme la vida y la Gracia de llegar a este momento tan importante.*

**A MIS PADRES:**

*Porque con su amor, orientación y apoyo marcaron el camino correcto y me dieron la formación que me permite ser lo que soy.*

**A MI ESPOSO, ALEX E HIJA, RAQUEL:**

*Porque son el motor que me impulsa a seguir adelante y la llama siempre viva de la ilusión.*

**A MI HERMANA, MARI:**

*Por su compañía y el apoyo que me brinda cuidando y queriendo a mi hija.*

**A TODA MI FAMILIA Y MIS AMIGAS** que de alguna u otra manera me alentaron para alcanzar esta meta, con especial cariño a mi tía LUPITA.

**A ROSALÍA:**

*Porque juntas caminamos pacientemente hasta lograr nuestro objetivo.*

**RAQUEL.**

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A MI ESPOSO:**

*Porque su compañía, amor y apoyo incondicional me han permitido madurar como ser humano y como profesionalista.*

### **A MI HIJA, MARIANA:**

*Porque su existencia me ha dado la máxima alegría de mi vida y es una de las razones que me impulsa a seguir adelante.*

### **A MIS PADRES.**

*Por todo el esfuerzo que realizaron a lo largo de mi desarrollo personal y escolar.*

### **A MI PAPÁ.**

*Porque su recuerdo me ha acompañado siempre y me ha ayudado a tener la fortaleza necesaria en los momentos difíciles.*

### **A MI MAMÁ:**

*Porque su ejemplo de esfuerzo y dedicación me ayudó a conseguir esta gran meta.*

### **A MIS HERMANOS:**

*ALEJANDRA, CARMEN J., PATRICIA, JUANA Y ALEJANDRO L.*

*Por estar siempre cerca de mí incondicionalmente.*

*A Alejandra especialmente, por darle tanto cariño a mi pequeña Mariana.*

### **A MIS AMIGOS Y A TODOS LOS QUE DE ALGUNA MANERA ME**

**AYUDARON A LLEGAR A ESTE DIA.** (*Roberto E., Mirna, Raúl R. y Mariano M., principalmente*).

### **A RAQUEL:**

*Por estar a mi lado y acompañarme a conseguir esta gran meta.*

**Cariñosamente: ROSALÍA.**

*AGRADECEMOS EL TIEMPO DEDICADO  
A LA REVISIÓN DE ESTA TESIS A LOS PROFESORES:*

*ROSA ELENA NIEVES RODRÍGUEZ  
LUZ MARÍA ROCHA JIMÉNEZ.  
NOEMÍ DÍAZ MARROQUÍN*

*EN ESPECIAL AL PROFESOR:  
OMAR TORREBLANCA NAVARRO  
POR SUS VALIOSAS APORTACIONES*

*A PATRICIA MORENO WONCHEE,  
GRACIAS PATY POR HABERNOS GUIADO  
Y ALENTADO PARA CONCLUIR  
NUESTRA TESIS, Y PORQUE TUS ATENCIONES  
FUERON MÁS QUE DE MAESTRA,  
DE AMIGA.*

## **EL HOMBRE DEL ESPEJO.**

*Cuando obtienes lo que quieres en tu lucha por el bienestar  
y el mundo te hace rey por un día,  
sólo vé al espejo y mírate a ti mismo  
y observa qué es lo que el hombre tiene que decir.*

*Pero en esta ocasión no es tu padre o madre o cónyuge  
por cuyos juicios sueles pasar,  
el compañero que tiene el veredicto que más cuenta en tu vida  
es el que se mira en el espejo.*

*Algunas gentes pueden pensar que eres admirable  
y decirte que eres un ser maravilloso,  
pero el hombre del espejo dice que sólo eres un fanfarrón  
si no puedes verlo directo a los ojos.*

*Él es la persona a quien hay que agradar, no importan los demás,  
él estará contigo claramente hasta el final,  
y tú habrás aprobado los exámenes más difíciles y peligrosos  
si el hombre del espejo es tu amigo.*

*Tú podrías engañar a todo el mundo durante años  
y recibir palmadas en el hombro mientras pasas  
pero tu premio final serán lágrimas y un corazón dolido  
si tú le has hecho trampa al hombre del espejo.*

**ANÓNIMO.**

## INDICE

<b>INTRODUCCION</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO I</b>	
1. CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS DE LA ADOLESCENCIA	4
2. PERSONALIDAD DEL ADOLESCENTE	11
3. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PERSONALIDAD DEL ADOLESCENTE	21
4. AUTOCONCEPTO-AUTOESTIMA	25
<b>CAPITULO II</b>	
1. DESARROLLO DEL CONCEPTO DE SI MISMO	29
2. DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA	37
3. DESARROLLO DE LA IDENTIDAD EN LA ADOLESCENCIA	42
<b>CAPITULO III</b>	
1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA	50
2. INFLUENCIA QUE TIENEN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD	55
3. EFECTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA EN EL AUTOCONCEPTO DEL ADOLESCENTE	61
<b>CAPITULO IV</b>	
1. ASERTIVIDAD Y COMUNICACION	72
2. FALTA DE RESPETO POR TI MISMO	76
3. FALTA DE RESPETO HACIA LOS DEMAS	77
4. COMPORTAMIENTO ASERTIVO	79

## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA**

**TALLER VIVENCIAL " UN CAMBIO POSITIVO EN LA AUTOESTIMA"**

**INTRODUCCION**

**82**

**PRESENTACION**

**84**

**CARTA DESCRIPTIVA**

**85**

**CONCLUSIONES**

**96**

**ANEXO**

**BIBLIOGRAFIA**



## INTRODUCCION.

Debido a que la adolescencia es una etapa de transición en la que suceden ajustes en la personalidad encaminados a la maduración del individuo, y dado el impacto actual de los medios de comunicación en el criterio de todos nosotros, surge la inquietud de conocer mediante una investigación documental, si los medios realmente influyen o pueden influir de alguna manera en la personalidad del adolescente; personalidad en donde está inmerso el autoconcepto, la autoestima y la identidad, puntos importantes de nuestra investigación.

El objetivo principal de este trabajo es investigar la posible influencia de los medios de comunicación masiva en la identidad, autoconcepto y autoestima del adolescente, a partir de esto surge el interés de proponer un taller vivencial mediante el cual el adolescente adquiera patrones de comunicación que le permitan conducirse más asertivamente en sus relaciones interpersonales para con ello modificar positivamente su autoestima y estar mejor preparado para enfrentar su futuro. Así mismo, se intenta despertar en el adolescente cierto interés por el análisis de los mensajes que le envían los medios de comunicación masiva.

Para cumplir el objetivo se inicia con una revisión bibliográfica acerca de las características psicológicas y de personalidad de la adolescencia, considerándose ésta como una etapa de cambios físicos y emocionales que intervienen en el desarrollo del autoconcepto del individuo. Para tal efecto se consultan autores como: McKinney, Horrocks, Hurlock y Ferguson, entre otros.

Así mismo, se abordan cuestiones referentes al status en que la sociedad ha colocado al adolescente y cómo éste responde con conductas propias de esta etapa. Es por ello que se consultan autores como Gesell, Allport, Piaget, Freud y Erikson, quienes se han dedicado al estudio profundo de los aspectos de personalidad que se desarrollan en el adolescente.

Gesell proporciona un estudio en donde da características con base en la edad. Allport centra su estudio en el desarrollo del constructo del "propium" o "sí mismo" del individuo. Mientras que Piaget enfoca su atención en los factores cognoscitivos del desarrollo. Freud, por su parte, postula cinco etapas psicosexuales mediante las cuales trata de explicar la naturaleza de la personalidad. Por último, Erikson, con un enfoque más social, desarrolla una teoría compuesta por ocho estadios por los que pasa el individuo a lo largo de su vida.

Por otro lado, se consideran algunos factores como la posición social, el medio familiar, las relaciones heterosexuales, así como las relaciones con coetáneos, que influyen en la personalidad de los adolescentes.

El estudio de la personalidad adolescente lleva a profundizar en el capítulo II sobre cómo el individuo va desarrollando el concepto de sí mismo. Del concepto de "sí mismo" deriva otro aspecto importante que determina en gran parte la forma en que la persona se desenvuelve en la vida diaria: la autoestima.

Cabe mencionar que debido a lo amplio de las teorías presentadas por Allport, Rogers y Murphy, tan solo se retoman aquellos conceptos específicos que aluden al desarrollo del autoconcepto.

La literatura revela que es tan importante la autoestima en el desarrollo de la identidad, que esto enfoca nuestra atención a presentar como propuesta un taller vivencial que mediante diversas actividades pueda conducir al adolescente a modificar positivamente su autoestima.

Por lo que la dimensión del presente trabajo hace necesario un acercamiento más específico al estudio de la autoestima, ya que uno de los requisitos para una vida plena es tener un nivel adecuado de ésta. Los pensamientos de Branden, Satir y Rodríguez nos muestran, dentro del mismo capítulo, de manera clara e interesante en qué consiste y cuál es su importancia.

Así mismo, se exponen las principales características de la identidad tomando en cuenta que ésta es un fenómeno psicológico complejo, que entra en un periodo de crisis con el inicio y durante la adolescencia, debido a todos los cambios que ocurren en el organismo. El adolescente pasa por una serie de etapas a través de las cuales va definiendo su propia identidad, para así llegar a comprender la cuestión que se plantea en un principio de: ¿Quién soy yo?

En el último capítulo se abordan los conceptos de comunicación de masas y medios de comunicación masiva, así como algunas de las funciones que éstos tienen en la sociedad. Éstas dan pie al análisis de los efectos que dichos medios tienen sobre las audiencias, por lo que se consultó a especialistas en la sociología de la comunicación como Wright, McQuail, Merton y Lazarsfeld, así como De Fleur y Ball, quienes con base en sus estudios han señalado que los medios de comunicación masiva tienen la capacidad de manipular a los espectadores. Aunque es difícil precisar cuál es el papel que desempeñan los medios, solo se pueden hacer algunas especulaciones.

¿Por qué incluir a los medios de comunicación masiva? Porque de los factores medioambientales que de alguna manera influyen en el desarrollo de la personalidad, quizás el único que está presente durante toda la vida del individuo, y que lo acosa desmesuradamente, es el bombardeo de mensajes que los diversos medios de comunicación masiva transmiten a las audiencias. Es decir, la comunicación masiva está presente en todos los hogares y en todas las personas, y según varias investigaciones tienen efectos en la sociedad. Es por esto que el tema se revisa para determinar la influencia en aspectos tales como el proceso de la identidad adolescente, dado que dicho proceso es crucial en la formación de la personalidad del individuo.

Se ha detectado la necesidad de orientar al adolescente para que sea capaz de expresar por sí mismo lo que piensa y siente, haciendo que se respeten sus derechos, así como que él también respete los de otras personas.

Por lo que para finalizar se consulta a Aguilar Kubli con el tema de asertividad y comunicación, ya que como él señala, el ser asertivo, es decir, el saber decir las cosas que pensamos y saber escuchar los mensajes de los demás, permite que la persona mejore sus relaciones interpersonales y con esto su autoestima.

En la medida en que los adolescentes adquieran patrones de comunicación que les permitan entablar relaciones interpersonales adecuadas con las cuales logren una mejor calidad de vida en todas las áreas en que se desenvuelven, estarán más capacitados para enfrentar su futuro y las adversidades que en él encuentren. Así mismo tendrán una mayor capacidad de juicio que les permitirá desvincularse de influencias negativas que pueden afectar su desarrollo como individuos, entre las que pudiera encontrarse algunos de los mensajes que envían los medios de comunicación masiva.

A manera de propuesta se incluye un taller vivencial dirigido a adolescentes y cuyo propósito es facilitar la construcción de una autoestima adecuada, así como ayudarlos a reconocer algunos de los mensajes que envían los medios de comunicación masiva acerca de estereotipos y roles sexuales. Con dicho taller se pretende que mediante la participación activa de los adolescentes, estos se conozcan mejor a sí mismos y logren un cambio positivo en su propia valía.

El hecho de que no exista suficiente información con respecto a la influencia de los medios de comunicación masiva en el autoconcepto del adolescente, hace que durante la elaboración de este trabajo haya sido más importante la exposición de los fundamentos y planteamientos teóricos más representativos sobre el tema. Especialmente aquellos que intervienen en el desarrollo de la identidad del adolescente. Ya que como profesionales del estudio de la conducta es importante considerar el intervenir de alguna manera en condiciones que puedan beneficiar al adolescente, ayudándolo a conocerse a sí mismo, superarse y aceptar sus limitaciones.

Así, finalmente, se trata de presentar un panorama en el que los medios de comunicación masiva sean vistos como un agente que debido a su omnipresencia puede tener repercusiones en el pensamiento de los individuos. Tratando con esto de despertar en el lector un sentido crítico que le ayude a reflexionar acerca de su papel como miembro de las audiencias. Y se concluye con una propuesta que puede motivar al adolescente a ser parte activa en el logro de este fin.

## CAPITULO I

### 1. CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS DE LA ADOLESCENCIA.

Haec algunas décadas la Psicología comenzó a dar importancia al estudio de la adolescencia, etapa en la vida del ser humano en que ocurren cambios físicos y emocionales y cuyo principio y fin no ha sido claramente definido.

Es importante destacar como la sociedad actual ha contribuido a que los adolescentes sean considerados como un grupo con características particulares. Pucs son los adultos quienes les han estereotipado otorgándoles un estilo propio en su manera de vestir, hablar y comportarse, provocando así una menor integración entre los adolescentes y los adultos.

Ferguson (1979) opina que para abordar el estudio del adolescente es necesario examinar procesos de desarrollo físicos y emocionales, sin embargo, hace hincapié en considerar la madurez de desarrollo más que la edad cronológica, para entenderlo como individuo.

Los cambios y decisiones que ocurren en esta etapa no tienen porque ser críticos ni problemáticos para el niño normal, ya que generalmente el establecimiento de la autonomía de los padres y otros adultos, la búsqueda de identidad, así como las muchas transiciones que suceden, se llevan a cabo unas y otras tranquilamente (Bandura y Walters, Douvan y Adelson, en Ferguson, 1979).

Ferguson explica que la duración cada vez más prolongada y ambigua del periodo de la adolescencia, sin una clara transición al status adulto, conduce a considerar este periodo como problemático.

A este respecto, el estudio de Hess y Goldblatt (1957, citado en Ferguson, 1979) destaca como los adultos consideran la conducta de los adolescentes más negativa de lo que en realidad es, por lo que posiblemente el status marginal de ser adolescente pesa fuertemente sobre él.

A continuación presentaremos la definición de adolescencia y algunas características de esta etapa.

Biológicamente, la persona se convierte en adolescente cuando es capaz de reproducirse, lo cual se conoce como el inicio de la pubertad, aunque en realidad, ésta inicia cuando las hormonas sexuales comienzan a funcionar, produciendo la aparición de las características sexuales secundarias. Este proceso en la mayoría de los niños empieza a suceder entre los 10 y los 15 años, y en las niñas entre los 9 y los 14 años. Al término de la pubertad el individuo es capaz de reproducirse. (Horrocks, 1986).

A este respecto se puede mencionar que algunos autores introducen en el tema de adolescencia el término: pubescencia, el cual se refiere "al periodo o proceso de llegar a la pubertad", resaltando el hecho de que en el individuo comienza la aparición de vello.(Wolman, 1984 p.279).

Para Gesell (1987) los once años marcan el inicio de la adolescencia, son una época de transición y de iniciación debido a que el organismo sufre una gran cantidad de pequeñas transformaciones, tanto psicológicas como fisiológicas. En los cambios evidentes de conducta están presentes las alteraciones de la química corporal y del desarrollo de la estructura del sistema nervioso. Muchos de éstos cambios conductuales sobrevienen tan sutilmente que pasan inadvertidos, mientras que otros son tan explosivos que causan sorpresa a las personas que rodean al adolescente. La afluencia del crecimiento se manifiesta en síntomas tanto negativos como positivos y la individualidad se va definiendo cada vez más. (Gesell et al., 1987).

Generalmente, el término adolescencia se usa para referirse a los jóvenes que fluctúan entre los 13 y los 19 años de edad. Es el periodo entre la niñez y la adultez que comienza con los cambios fisiológicos de la pubertad y termina según Mackinney et al. (1982, p.3) "cuando se llega al pleno status sociológico del adulto".

Por otra parte, Horrocks (1986) considera que la adolescencia finaliza cuando el individuo tiene la experiencia, capacidad y voluntad necesarias para elegir entre un amplio repertorio de actividades y asumir el papel de adulto.

El periodo de la adolescencia es difícil de definir, es una fase de transición con sus propias características biológicas, sociales e intelectuales, pero que no son exactamente iguales en todos los individuos. (Mckinney, 1986).

Globalmente, se puede definir a la adolescencia como el periodo que abarca la segunda década de la vida e incluso una porción de la tercera. Las fluctuaciones de edad están determinadas por factores personales, históricos y culturales. (Horrocks, 1986).

Desde la antigüedad se ha destacado el interés por la adolescencia, culturas antiguas como la romana, por ejemplo, rendían culto y ceremonias a la llegada de ésta, incluso el término adolescente se remonta al latín *adolescere*, que significa "crecer hacia" o "crecer". A través de la historia diversos autores han aportado en sus escritos argumentos acerca de la adolescencia, entre los que se puede mencionar a Aristóteles, Platón, Froebel, Comenius, Rousseau, Pestalozzi, etc. (op. cit.).

La interpretación que se dé a la naturaleza y significado de la adolescencia variará según sea la finalidad y la percepción de la persona que la interpreta. Será distinta la definición que dé un hombre de la calle a la de un padre con hijos adolescentes o la de un profesional interesado en el estudio del adolescente con la de otra persona que no esté involucrada con ellos. El adolescente significa muchas cosas a la vez; es parte de una cultura y reflejo de ésta. Además forma parte de varias subculturas y es también producto de su época.(op. cit.).

Finalmente, podemos mencionar 6 puntos importantes a partir de los cuales Horrocks (1986) considera el crecimiento y desarrollo del adolescente:

1.-En esta etapa el adolescente se hace cada vez más consciente de sí mismo, compara con la realidad sus conceptos ramificados del yo, enfocándose a la autoestabilización que caracterizará su vida adulta. Aprende el rol personal y social que se ajustará a su concepto de sí mismo, así como a su concepto de los demás.

2.-En la adolescencia se busca un nuevo status como individuo, el adolescente se rebela contra aquellas relaciones en las que queda subordinado debido a su poca edad, experiencia y habilidades. Busca independencia económica y desarrolla intereses vocacionales.

3.-En esta etapa las relaciones de grupo adquieren mayor importancia dado que se busca el reconocimiento de los iguales. Las emociones y actividades se vuelven complejas ya que surgen los intereses heterosexuales.

4.-La adolescencia se caracteriza por un desarrollo físico y crecimiento corporal acelerados, lográndose la madurez física. Los cambios corporales provocan el análisis de la imagen del cuerpo.

5.-La adolescencia es una etapa de desarrollo intelectual y experiencia académica. La persona debe ajustarse a numerosos requisitos académicos e intelectuales, importantes para el futuro pero carentes de interés inmediato. Se adquieren conocimientos y experiencias en muchas áreas.

6.-La adolescencia es una etapa de desarrollo y evaluación de valores. Hay una búsqueda de valores en torno a los cuales la persona pueda integrar su vida. Es un período en que entran en conflicto el idealismo juvenil y la realidad.

Debemos considerar que, si bien el crecimiento y desarrollo de las personas sigue un patrón similar, existen diferencias y variaciones individuales que hay que tomar en cuenta. El adolescente se ve en la necesidad de ajustarse a situaciones nuevas en las que aún no tiene experiencia, así como a adoptar patrones de conducta adulta para los cuales no está preparado emocional o socialmente.

Aunado a lo anterior, la carencia de status, las demandas culturales y tabúes, suelen provocar frustración y con frecuencia los intentos de ajustarse a tales frustraciones lo incitan a alejarse de los demás y a presentar conductas agresivas.(Horrocks, 1986).

## CARACTERISTICAS GENERALES DEL DESARROLLO FISICO.

La etapa adolescente se caracteriza por un aumento en el ritmo de crecimiento; hay incremento notorio en la estatura y peso, el cual ocurre según Tanner (1963 citado en Ferguson 1979), entre los 10 y los 13 años en las niñas y en los varones entre los 12 y los 15 años. Las proporciones corporales cambian drásticamente y la fuerza física aumenta en los varones, denotándose ya diferencias en la capacidad física entre los dos sexos.

Adicionalmente, los cambios en la secreción hormonal conllevan al desarrollo de los órganos sexuales y reproductivos, apareciendo las características sexuales secundarias: vello púbico y axilar, y en los varones cambio de voz y vello facial. La primera menstruación en las niñas determina de alguna manera el inicio de su desarrollo sexual. Debido a estos cambios, el adolescente tiene que adaptarse a su nueva imagen corporal y a la percepción que tiene de sí mismo.

Por otra parte, aunque existe un patrón general en lo que se refiere a crecimiento físico y desarrollo sexual, suelen existir diferencias individuales muy marcadas en algunos adolescentes.

Dado que las niñas se desarrollan aproximadamente 2 años antes que los varones, la maduración temprana o tardía puede tener implicaciones sociales y psicológicas para cada sexo.

Diversos estudios de Berkeley sobre la adolescencia, han demostrado que la maduración temprana en niñas y varones trae consigo ventajas sociales y emocionales, en comparación con aquellos que maduran tardíamente.

Los varones que maduran tempranamente presentan mayor adaptación social y mejor apariencia general, son más independientes y tienen mayor confianza en sí mismos; por el contrario, los de maduración tardía son dependientes, inadecuados socialmente y rebeldes.

Las niñas que maduran primero son poco atractivas y menos extrovertidas, pero en la adolescencia última presentan conceptos más positivos de sí mismas y menos sentimientos de inadecuación (Ferguson, 1979).

## **CARACTERISTICAS GENERALES DEL AREA EMOCIONAL.**

Diversos investigadores de la adolescencia consideran que ésta es una etapa de "emotividad intensificada" es decir, que las emociones se experimentan con mayor fuerza y duración de lo que habitualmente lo hacían. Por ejemplo, un adolescente puede estar en un momento profundamente deprimido y en otro, al sobresalir en una tarea importante para él y para sus compañeros, puede experimentar una gran admiración hacia sí mismo.

Sin embargo, hay pruebas que demuestran que el aumento en la emotividad no es característica de todo el período de la adolescencia, sino únicamente de los 2 últimos años de la infancia y de los 2 primeros años de la adolescencia, momento en que los cambios evolutivos son mayores. Y mientras más repentinos y pronunciados sean éstos, más probabilidades habrá de que se intensifique la emotividad. (Hurlock, 1987).

Por lo anterior, al adolescente se le ha descrito como una persona emocional, sumamente voluble y egocéntrica, que tiene poco contacto con la realidad. También se le ha llamado conservador, estereotipado, inestable, perfeccionista y sensible.

Fountain (1961 citado en Horrocks 1986 p. 21) enlista 5 cualidades que diferencian a los adolescentes de los adultos:

- a) sentimientos especialmente intensos y volubles
- b) necesidad de recompensas frecuentes e inmediatas
- c) comparativamente, poca capacidad para examinar la realidad
- d) incapacidad para la auto crítica e
- e) inconsciencia o indiferencia hacia las cosas y sucesos que no están relacionadas con la propia personalidad".

Asimismo, Hurlock (1987) opina que las emociones pueden tener efectos en la adaptación personal y social del adolescente, ya sean efectos favorables como cuando las emociones proporcionan fuentes de gozo, motivación, vigor y energía corporales, o desfavorables, que son cuando éstas perturban la homeostásis corporal, la eficiencia y la personalidad.



## **CARACTERISTICAS GENERALES DEL AREA SOCIAL.**

Los principios de la socialización se forman durante la infancia; el adolescente debe estructurar sobre estos cimientos las pautas de comportamiento propios que le den un lugar en el mundo de los adultos. Según Hurlock (1987) el grupo social espera que el adolescente domine cuatro tareas evolutivas:

- 1.-establecer relaciones nuevas y más duraderas con adolescentes de ambos sexos.
- 2.-tener comportamiento socialmente responsable.
- 3.-desarrollar habilidades y conceptos intelectuales necesarios para desempeñarse como ciudadano.
- 4.-alcanzar una condición de mayor autonomía a través de la independencia emocional de sus padres y otros adultos.

La transición hacia la vida social adulta es difícil para los adolescentes, ya que las pautas sociales aprendidas en la infancia ya no se adaptan a las relaciones sociales maduras. Si ha de alcanzar las expectativas sociales y lograr la aceptación, debe modificar toda la estructura social de su vida. Esto incluye cambios en 5 áreas principales:

- 1.- en los grupos sociales con los cuales está identificado
- 2.-en las clases de amigos.
- 3.-en el trato con otros.
- 4.-en los tipos de líderes que elige.
- 5.-en sus actitudes y conducta sociales (op. cit.)

Asimismo, durante la adolescencia se desarrollan varios tipos de conducta social, los cuales ya habían aparecido en la infancia en forma rudimentaria. Las conductas sociales más comunes son "intereses en actividades heterosexuales; aprobación de los ideales, normas, principios y patrones de conducta del grupo de pares; un fuerte deseo de ayudar a otros; prejuicio y discriminación; competencia social o la facilidad de tratar con la gente y de actuar en situaciones sociales." (op.cit. p.150).

## CARACTERISTICAS GENERALES DEL AREA INTELLECTUAL.

El desarrollo intelectual del ser humano ha sido descrito por Piaget en una serie de etapas o estadios a través de los cuales se observa un proceso de cambio del pensamiento concreto al abstracto. En la adolescencia se puede pensar más en función de lo que podría ser verdad, no tanto en lo que se observa en una situación concreta; el adolescente puede imaginar una infinita variedad de posibilidades, siendo capaz de razonar hipotéticamente. Según Piaget, esta habilidad comienza a los 12 años, momento en el cual se determina el estado de las operaciones formales. Es entonces que la persona puede integrar lo aprendido en el pasado, con sus problemas del presente y sus planes para el futuro.

Piaget opina que hacia los 16 años está casi totalmente formada la manera de pensar de una persona. Las estructuras mentales están suficientemente desarrolladas para permitir al adolescente manejar gran variedad de problemas intelectuales. (Papalia, 1990).

Ginsburg y Oppen (1979, citado en op. cit. p. 395) reflexionan acerca de la actividad intelectual del adolescente:

"el adolescente tiene la tendencia a involucrarse en asuntos abstractos y teóricos construyendo elaboradas teorías políticas o complejas doctrinas filosóficas. Puede desarrollar planes para la completa reorganización de la sociedad o entregarse a especulaciones metafísicas. Después de descubrir las capacidades para el pensamiento abstracto, procede entonces a ejercitarlas sin restricción. En el proceso de exploración de estas nuevas capacidades, el adolescente pierde realmente algunas veces contacto con la realidad y siente que puede realizar todo con solo pensarlo".

Sin embargo, Elkind (1967 citado en Papalia 1990) aclara que el razonamiento del adolescente aún no es completamente adulto en cuanto a su naturaleza debido a su egocentrismo, el cual interfiere con su habilidad para pensar abstractamente y en forma hipotética. Asimismo, comenta que este egocentrismo disminuye entre los 15 y los 16 años, ya que se da cuenta que los que le rodean tienen sus propias preocupaciones, y que otros no están preocupados por ellos ni por sus pensamientos. Con esta toma de conciencia, superan el pensamiento egocéntrico.

Por otra parte, apartándose de lo concreto, razonando, "concentrándose", ensayando hipótesis, el adolescente se encuentra consigo mismo. ¿quién es él, esta persona que piensa, que expresa su opinión?. Es evidente que las transformaciones intelectuales lo inducen a plantearse cuestiones respecto de sí mismo, a interrogarse, a reconocerse, tanto como lo hacen los cambios físicos que ocurren aproximadamente al mismo tiempo; es entonces en sí mismo donde se centra su pensamiento. (Osterrieth, citado en Caplan y Lebovici, 1973).

## **2. PERSONALIDAD DEL ADOLESCENTE.**

Dentro de la psicología existen varias teorías bajo las cuales se puede analizar al individuo en sus diferentes etapas de desarrollo. Sin embargo, la mayoría de éstas interrumpen hacia el fin de la adolescencia, pero aunque sean muchos los matices, para este estudio se revisó principalmente la teoría psicoanalítica, la sociológica y la teoría de Piaget, además de otros autores. Presentaremos a continuación lo que algunos de ellos han escrito sobre la personalidad del adolescente.

### **G. STANLEY HALL.**

G. Stanley Hall fue el primer psicólogo que formula una teoría sobre la adolescencia. A principios de siglo escribió un notable tratado titulado "Adolescencia", donde consideró por primera vez a esta como un período de "tormenta y tensión" (sturm und drang). Con sus escritos, llenos de sugerencias, Hall hizo de esta etapa un campo definido de exploración e interpretación científicas (Papafia, 1978; Gesell, 1987).

Su teoría, cuyo enfoque es biogenético o desarrollista, se basa principalmente en la importancia que le otorga a los cambios físicos que ocurren durante esta etapa.

La tesis principal de Hall es que hay una analogía entre la evolución de las especies y el desarrollo del individuo desde su concepción, pasando por la adolescencia hasta la adultez. Es decir, el desarrollo del individuo repite en muchos aspectos el desarrollo de la especie (la ontogenia recapitula la filogenia). Por lo tanto, la adolescencia de un individuo es una evocación de etapas anteriores del desarrollo de la humanidad. Hall consideraba que los cambios psíquicos de la adolescencia eran consecuencia de los cambios físicos y fisiológicos. Al concebir la adolescencia como un fenómeno universal concluía que la tormenta y tensión que sufren los adolescentes era una experiencia universal. (Mckinney et al., 1982).

### **TEORÍA DE FREUD SOBRE EL DESARROLLO.**

Gran parte de la teoría de Freud busca en la niñez las bases para explicar la naturaleza de la personalidad. Para Freud la personalidad se desarrolla a través de varias etapas psicosexuales, considera que el desarrollo es una secuencia de cinco etapas: oral, anal, fálica, latente y genital. Las tres primeras representan la fase de la infancia, y son determinantes en la formación de la personalidad, dado que los tres primeros años establecen las bases que tendrán repercusiones a través de toda la vida.

Por otra parte, Horrocks (1986) considera que la dinámica del desarrollo de la teoría Freudiana depende de el entendimiento de un constructo básico acuñado por Freud: impulsos o instintos. La conducta del individuo entonces es motivada por dos instintos básicos: el de vida y el de muerte. El primero se manifiesta a través de amor, creatividad, sociabilidad y constructividad, conduciendo a la preservación del yo.

Se considera que la libido es un aspecto primordial del instinto de vida, ya que como energía psíquica, actúa para mantener interacciones psicológicas en los seres humanos. La

libido se manifiesta en las relaciones estrechas, tanto amistosas como sexuales, al contrario del instinto de muerte, que expresa el carácter agresivo y destructivo del hombre. El instinto de muerte puede dirigirse hacia uno mismo o hacia los demás. Estos dos instintos son excluyentes, pero pueden producir uno y otro ambivalencia y conflicto.

La primera fase, la oral, abarca del nacimiento al año de edad, en donde el infante experimenta placer a través de su boca y en el proceso de la alimentación. La satisfacción o insatisfacción de sus necesidades le causarán confianza y seguridad o ansiedad y temor. Así mismo, la reacción de los padres a estas necesidades serán determinantes en el desarrollo de la personalidad del niño.

En la fase anal de 1 a 3 años, predomina el sistema de eliminación anal. Durante el adiestramiento, la actitud estricta de los padres influirá negativamente en la confianza en sí mismo y en el desarrollo de su autonomía. (Horrocks, 1986; Craig, 1994).

La etapa fálica abarca de los 3 a los 5 años de edad y el centro del placer se desplaza hacia la zona genital. Si el niño se enfrenta a situaciones extremas de frustración o satisfacción en estas etapas, puede tener una fijación en las necesidades de esta. Es por esto que las reacciones de los padres pueden influir profundamente en el desarrollo de la personalidad del infante.

Las reacciones de los padres en la etapa fálica son importantes, dado que se desarrolla fuerte atracción sexual inconsciente hacia el progenitor del sexo opuesto, lo cual se ha llamado "complejo de Edipo" en los niños y "complejo de Electra" en las niñas. Tales deseos "incorrectos" producen ansiedad en el niño, llevándolo a reprimir sus deseos para atenuar la ansiedad y tratar de parecerse más al progenitor del mismo sexo, a esto se le llama "identificación", y sucede si el complejo se resuelve entre los cinco y siete años, iniciando un período de latencia. Si no logra resolverse, el niño puede llegar a identificarse con el progenitor del sexo opuesto, con desventajas posteriores en el desarrollo de la personalidad.

El período de latencia abarca de los seis a los doce años, siendo tiempo de relativa calma y momento para la maduración del yo. Esta maduración consiste en el desarrollo de procesos de pensamiento y actitudes sociales, así como el establecimiento de relaciones fuera de la familia inmediata. Este lapso suele caracterizarse por la "aparente falta de sexualidad" y por la orientación hacia la realidad. (op. cit.)

La etapa genital marca el inicio de la pubertad y la entrada a la adolescencia. Dado que durante el período de latencia se construye y estabiliza la personalidad del niño, la entrada a la adolescencia es vista como una amenaza de disolución de la estructura que se había formado. (op. cit.)

Aunado a lo anterior, los impulsos sexuales inhibidos surgen nuevamente. El adolescente se enfrenta otra vez con los deseos incestuosos y agresivos de la niñez que le causaron el "complejo de Edipo" o "complejo de Electra", pero esta vez no tan sólo debe reprimirlos sino que debe abandonarlos por completo si quiere mantener un apego saludable hacia sus padres. (Deutsch, 1944; Jacobson, 1964, citados en Horrocks, 1986).

Por lo tanto, la tarea más importante para el adolescente en la etapa genital es el establecimiento de una sexualidad adulta madura, así como la construcción de una relación igualmente madura entre él y sus padres y otros adultos. (Horrocks, 1986; Craig, 1994).

Finalmente, no es sino hasta 1922 que Ernest Jones manifiesta la primera aplicación realmente importante de la teoría freudiana a la adolescencia, sin embargo, las aportaciones más trascendentes las ha dado Anna Freud.

## **LA TEORIA DE LOS MECANISMOS DE DEFENSA DEL ADOLESCENTE.**

Anna Freud concedió más importancia que su padre a la pubertad como factor para la formación del carácter. En su estudio de la niñez y pubescencia, tomó muy en cuenta las relaciones entre el ello, el yo y el superyó. Para ella, el proceso fisiológico que se da durante la pubertad tiene gran influencia en el área psicológica, las fuerzas libidinales se desencadenan provocando un desequilibrio psicológico. Por lo tanto, durante la pubertad se debe recobrar ese equilibrio interno.

Durante la etapa de latencia, el niño desarrolla su superyó incorporando los valores y principios morales de las personas con quienes se identifica, como sus padres. Desarrolla también sentimientos de culpa cuando su conducta no coincide con su código moral, interiormente se produce la ansiedad del superyó o conciencia. Esta ansiedad indica que el niño se ha identificado con el sistema de valores de los padres. Por lo cual la inhibición de los impulsos del ello puede deberse al temor del yo al castigo. Además la conducta está controlada por la gratificación física y psicológica de los padres. (Muss, 1966).

Durante la pubescencia, cuando el yo cede a los impulsos del ello, entra en conflicto con las normas morales que ya ha internalizado. Un niño siente una frustración externa cuando una figura de autoridad no le permite alcanzar una meta. Sin embargo, el pubescente experimenta una frustración interna al ser su propia conciencia quien le impida el logro de un objetivo. (op. cit.).

En este período aumentan los impulsos del ello, incluyendo los apremios sexuales, y la lucha que se da entre el yo y el ello ocasiona casi todas las perturbaciones de la etapa pubescente. (Freud, A. 1948 citada en op. cit.)

Generalmente, durante la pubescencia los impulsos edípicos se realizan en el nivel de la fantasía, por lo que el superyó interviene, provocando ansiedad y poniendo en acción los mecanismos de defensa del yo, como la regresión, la negación y el desplazamiento.

Anna Freud se enfoca básicamente al desarrollo patológico y habla poco de la adaptación sexual normal. Sin embargo, menciona dos amenazas que pueden interferir en el desarrollo normal: a) el ello puede anular al yo -provocando que el individuo al entrar a la adultez, no inhiba en absoluto la satisfacción de sus instintos- y b) el yo vence al ello quien queda controlado por numerosos mecanismos de defensa.

De los distintos mecanismos de defensa que según Anna Freud el pubescente puede utilizar, los más frecuentes son: el ascetismo y la intelectualización. El primero se refiere a

De los distintos mecanismos de defensa que según Anna Freud el pubescente puede utilizar, los más frecuentes son: el ascetismo y la intelectualización. El primero se refiere a la desconfianza de un adolescente hacia todos los deseos instintivos y el segundo, a un aumento por los intereses intelectuales. (op. cit.). A continuación citamos a Muss (1966 p.42) quien menciona cuales son los factores que intervienen en los conflictos de los adolescentes según Anna Freud:

"1. La fuerza de los impulsos del ello, determinada por procesos fisiológicos y endocrinológicos durante la pubescencia. 2. La capacidad del yo para superar a las fuerzas instintivas o para ceder ante ellas cuando no es posible lo primero, cosa que depende a su vez de la ejercitación del carácter y del desarrollo del superyó del niño durante el período de latencia, y 3. La eficiencia y naturaleza de los mecanismos de defensa a disposición del yo".

#### **LAS 8 ETAPAS DEL DESARROLLO DE E. ERIKSON.**

Las etapas que se presentan a continuación describen brevemente los aspectos que Erikson considera determinantes para la formación de la autoestima. Esta autor ha determinado ocho etapas de desarrollo en el proceso de vida del individuo. A través de ellas podemos contestar la siguiente pregunta: ¿cómo y de quién se adquiere la autoestima desde el nacimiento hasta el momento actual?

Por otra parte, si bien a cada etapa le corresponde una edad, ésta no es rígida sino fluctuante. El paso de una etapa a la siguiente constituye para la persona una crisis, acompañada por depresión y ansiedad, ya que se deja algo conocido y seguro y se enfrenta a algo desconocido e incierto. Enseguida se presentan cada una de las etapas que refiere Erikson (citado en Rodríguez, 1988), destacando la importancia de superarlas para la adecuada conformación de la autoestima.

#### **Confianza básica vs. desconfianza. 0 a 12-18 meses.**

Es en esta etapa donde queda conformada la autoestima. El progreso en esta etapa es importante dado que influirá en el desarrollo de la persona en lo que se refiere a confianza, fe, aceptación de sí misma y de los demás, ya que el niño percibe si es importante y valioso para las personas que le son significativas.

Obtener logros le dará la confianza y seguridad necesarias para continuar. Es necesario entonces que el niño sepa que está seguro, que es atendido y amado. El infante en esta etapa está para recibir, su capacidad de dar está limitada por su propio desarrollo.

#### **Autonomía vs. vergüenza y duda. 18 meses a 3 años.**

El pequeño se da cuenta que tiene la capacidad de dar, empieza a tener autocontrol y fuerza de voluntad. Se atreve y no. Debe recordarse que hay que estimular lo positivo de cada etapa para que la autoestima se vaya enriqueciendo y afirmando. Es más fácil que el menor se desarrolle en un ambiente flexible y no de rigidez, que le ponga límites para que aprenda a respetar y ser respetado.

### **Iniciativa vs. culpabilidad. 3 a 6 años.**

Aquí ya se dirige la voluntad a un propósito, llamada también etapa lúdica o de juego. El niño hace y deshace, construye, compone y descompone, lo cual le va dando seguridad. La curiosidad sexual y fantasías deben ser encausadas y no coartadas. (Rodríguez, 1988)

### **Industriosidad vs. inferioridad. 6 a 12 años.**

En esta etapa la autoestima del infante lo hace ser más responsable, se despierta su interés en aprender y se le facilita la cooperación en grupo.(op. cit.)

### **Identidad vs. confusión de papeles. Adolescencia.**

A este período le corresponde el proceso de la adolescencia. Es una época de crisis en donde las etapas anteriores se cuestionan. La persona se torna egoísta, solitaria, de carácter cambiante. Aquí puede recuperar, aclarar y fortalecer su autoestima. Debe entonces proveerse al adolescente de confianza, comprensión, respeto y ayuda para facilitar la superación de este difícil momento.(op. cit.)

### **Intimidad vs. aislamiento. Edad adulta temprana.**

Aquí la persona se realiza compartiendo con los demás. Aprecia así mismo la intimidad, la amistad profunda e integra el sexo al amor. La persona ya es madura y busca trascender. Si no se le consolidaron las etapas anteriores se provocará aislamiento y estado de neurosis.(op. cit.)

### **Creatividad vs. estancamiento. Madurez.**

Las personas son productivas, creativas, consolidan y cuidan su familia, amigos y trabajo. Hay una tendencia a relacionarse y ser productivo. El caso contrario conducirá a no amar, no ser creativo, ni productivo. Se vive en el egoísmo, lo cual significa que la persona no se ha encontrado a sí misma y no ha superado los períodos anteriores. La autoestima es baja, con todas sus consecuencias.(op.cit.).

### **Integridad vs. desesperación. Vejez.**

En ésta se integran todas las etapas anteriores. La fe, seguridad, armonía, espiritualidad y orden dan la satisfacción y felicidad de una vida plenamente vivida. Así, el individuo vive más plenamente los valores supremos de amor, bondad, paciencia, sabiduría, etc. La sensación de haber perdido el tiempo en la vida y la no aceptación a la llegada de la vejez y la muerte, provocarán desesperación.(op. cit.).

## PSICOLOGIA SOCIAL Y ADOLESCENCIA.

Para la teoría psicoanalítica son factores internos los que desatan el fenómeno adolescente y se manifiesta en conflictos de integración social. En cambio para las teorías sociológicas la adolescencia es resultado de ciertas tensiones y presiones que vienen de la sociedad, es decir, pone mayor énfasis en los factores medioambientales. (Delval, 1994)

Según Allison Davis la socialización es el proceso mediante el cual "el individuo aprende y adopta modos, ideas, creencias, valores y normas de su cultura particular y los incorpora a su personalidad" (Muss, 1966 p. 137).

Cada sociedad establece lo que ha de ser una conducta aceptable e inaceptable y mediante la intimidación y el castigo se van transmitiendo estos patrones al individuo. Para Davis, la conducta se adquiere a través del aprendizaje social. Su teoría básicamente trata de explicar los efectos del aprendizaje social en el desarrollo del adolescente. (Muss, 1966).

La sociedad emplea las amenazas, el castigo y el retiro del afecto para promover la adquisición de conductas aceptables e inhibir la manifestación de conductas indeseables, lo que ocasiona que el educando sea capaz casi siempre de anticipar estas conductas cuando está ante una situación de aprendizaje que le es nueva. Al temor anticipado al castigo Davis le llamo "ansiedad socializada", factor que consideró muy importante para que se dé el proceso de socialización, ya que según él, "favorece la adaptación y es culturalmente útil" (op. cit. p. 138).

El niño trata de lograr conductas socialmente aceptadas y evitar aquellas que le acarreen castigos. Estas conductas varían según la edad, sexo, raza y clase social del individuo. Davis sostiene que la ansiedad socializada es un agente de motivación y presión que se convierte en un mecanismo de control de la conducta, que cuanto mayor sea, sin exceder un nivel conveniente, le permitirá una mejor socialización al adolescente ya que lo llevará a conductas que la sociedad a la que pertenece considere como maduras, responsables y normales.

Los fines de la socialización cambian de una cultura a otra e incluso entre diferentes clases sociales de la misma. Por ejemplo, se ha visto que entre los jóvenes de clase media tiende a presentarse un aumento de la ansiedad socializada debido a que tienen que enfrentarse a tareas evolutivas que le son desconocidas, como la preparación para el trabajo y la adaptación heterosexual.

Además, al darse cuenta de sus necesidades sociales (adquirir amigos, prestigio, aceptación, etc.) se hacen más susceptibles a las presiones sociales. El adolescente advierte cuales son los valores de su grupo social y trata de alcanzarlos, por lo que aquellos jóvenes que tengan ansiedad social fuerte luchan por alcanzar los objetivos socialmente aprobados y son los que obtienen mayor éxito.

La conducta de los adolescentes de las clases bajas es distinta ya que éstos han estado expuestos a distintos agentes socializadores y las gratificaciones así como los castigos se han presentado de otra manera. Así, los jóvenes rurales pasan de su niñez a ser adultos productivos. (op. cit.).



Robert Havighurst complementó las ideas de Davis con el concepto de "tareas evolutivas", las cuales responden tanto a las necesidades del individuo como a las exigencias de la sociedad. Estas tareas evolutivas son aptitudes, conocimientos, funciones y actitudes que el individuo tiene que adquirir en algún momento de su vida. Las que debe adquirir durante la adolescencia, la cual según Havighurst abarca de los doce a los dieciocho años, son las siguientes:

1. Aceptación de la propia estructura física y el papel masculino o femenino que corresponda.
2. Nuevas relaciones con coetáneos de ambos sexos.
3. Independencia emocional de padres y otros adultos.
4. Obtención de la seguridad de independencia económica.
5. Elección de una ocupación y entrenamiento para desempeñarla.
6. Desarrollo de aptitudes y conceptos intelectuales necesarios para la competencia cívica.
7. Deseo y logro de una conducta socialmente responsable.
8. Preparación para el matrimonio y la vida familiar.
9. Elaboración de valores conscientes acordes con una adecuada imagen científica del mundo." (Havighurst, 1951 citado en Muss, 1966 p.p.143-144).

La ejecución de estas tareas puede tomarse como indicio de que el individuo ha llegado a la madurez. (Muss, 1966).

#### LA TEORIA DE PIAGET.

Para Piaget, el desarrollo es un proceso inherente, inalterable y evolutivo el cual se divide en una serie de fases y subfases diferenciadas: sensoriomotora, preoperacional, operaciones concretas y operaciones formales. La última fase del desarrollo intelectual se da entre los once y los quince años.

En esta etapa el joven adquiere la capacidad de pensar y razonar fuera de los límites de su propio mundo realista y de sus propias creencias, es decir, los adolescentes pueden pensar más en función de lo que podría ser verdad, y no solo en lo que observan en una situación concreta. Debido a que pueden imaginar una variedad infinita de posibilidades, pueden ser capaces de razonamiento hipotético. La conducta cognoscitiva casual, que caracterizaba la fase anterior, es reemplazada por un enfoque sistemático de los problemas.

En este nivel el joven comienza a comprender las relaciones geométricas y los problemas relacionados con proporciones. Para Piaget la forma en que evoluciona la adquisición de operaciones mentales (cada vez más complicadas) va más allá del manejo de problemas geométricos y aritméticos, ya que éstas influyen en los problemas relativos a las relaciones sociales. (Maier, 1979).

El desarrollo de la personalidad comienza a consolidarse en esta fase, cuando el joven es capaz de utilizar el pensamiento deductivo, lo que le permite definir reglas y valores así como elaborar sus propias hipótesis. "Es el momento en que el adolescente elabora su plan de vida" (op. cit. p.161).

Según Piaget, alrededor de los 14 y 15 años el individuo halla su equilibrio, sugiere que una vez establecida la pauta fundamental de pensamiento y razonamiento, se alcanza la madurez intelectual. Sin embargo, el momento en que termina cada fase es variable entre uno y otro individuo. Es posible que una persona alcance el punto de madurez en una área mientras que exhibe un desarrollo incompleto en otras. Del mismo modo los fenómenos del desarrollo pueden alargarse a edades más allá de las usuales. (op. cit.).

#### LA TEORIA DEL DESARROLLO DE GESELL.

El desarrollo es un concepto clave dentro de la teoría de Gesell, el cual utiliza indistintamente con el término crecimiento, aplicándolos por igual a los atributos mentales y físicos del individuo. (Gesell et al. 1987).

Las pautas evolutivas de la conducta son consecuencia de la interacción entre el organismo y el medio por lo que el objetivo principal de Gesell consistía en describir "las secuencias formativas de las manifestaciones conductuales, pues ellas contienen las claves de los mecanismos subyacentes del crecimiento y las direcciones del desarrollo" (op. cit. p.859).

Subrayó que éste es un proceso de integración que unifica el dualismo "herencia y ambiente", lo que permite ver al adolescente en función de sus rasgos y potenciales evolutivos individuales. El medio ambiente transforma, estimula y propicia el desarrollo, sin embargo, por sí solo no genera la secuencia del crecimiento, pues éste es producto de la maduración, la cual se manifiesta a través de funciones, actitudes y destrezas sin la intervención de influencia exterior alguna, ya que para Gesell (1987, p.1141) "la maduración representa el producto líquido de la acción de los genes sobre el ciclo del crecimiento", es decir que la biología -a través de los genes- determina el orden en que aparecen los rasgos de comportamiento y las tendencias del desarrollo. (Muss,1966; Gesell et al. 1987).

Para Gesell, la adolescencia es un "período de rápido e intenso crecimiento físico acompañado de profundos cambios en la economía entera del organismo" (Gesell et al. p.1143). El orden en que se dan éstos cambios es constante tanto en hombres como en mujeres, sin embargo, en el ritmo y grado en que se presentan hay grandes variaciones individuales. Los once años marcan el comienzo del comportamiento característico del adolescente, ciclo que abarca de esta edad hasta los 20 años. Por lo que la etapa comprendida entre los 10 y los 16 años son para Gesell muy significativos en la transición que lleva a la adultez. En su libro "El Adolescente de diez a dieciséis años" Gesell y sus colaboradores describieron una serie de características para cada nivel de vida, desde los once hasta los dieciséis años.

Reseñaremos brevemente estos años según un cuadro sinóptico realizado por Muss, (1966).

#### **El niño de 10 años.**

Para Gesell el niño de diez años se encuentra en un estado de equilibrio evolutivo. Es capaz de aceptar la vida con facilidad. Tiene interés en su familia, es confiado y obedece a la autoridad. Siente cariño por sus amigos y se une a equipos y organizaciones. Le intrigan las cosas secretas. Su sociabilidad se da con personas de su propio sexo. Es desengadado con su ropa y aseo físico. Sin embargo, pedagógicamente es muy asimilativo. El sentido de la justicia se torna importante para él. A los diez años la niñez llega a su punto final y la adolescencia comienza a prepararse.

#### **El niño de 11 años.**

Es el inicio de la adolescencia. El organismo está cambiando y esto se manifiesta en forma de impulsividad y mal humor, irritación y entusiasmo, negativismo y espíritu de contradicción, rebeldía hacia los padres y pleitos con los hermanos.

#### **El niño de 12 años.**

La conducta turbulenta comienza a desaparecer. El niño de doce años es más responsable, mejor compañero y más sociable. Es un tanto independiente de su familia pues le interesa más su grupo de compañeros. Se manifiesta la integración de la personalidad a través de la razón, la tolerancia y el buen humor. Toma la iniciativa y realiza tareas que él mismo se impone. Se preocupa por su aspecto exterior y es influenciado por los demás en su manera de vestir. Hay un cambio en las relaciones entre chicos y muchachas pues comienza a despertarse un interés recíproco.

#### **El joven de 13 años.**

Principalmente se ve que el joven de trece años es reflexivo e introvertido. Tiende a ser auto crítico y es muy estricto. Es sensible a las críticas, se da cuenta del estado de ánimo de otras personas y le fascina todo aquello que tenga que ver con la psicología. Busca la autovaloración. Es más selectivo con sus amigos. Los cambios estructurales y químicos que se dan en su cuerpo alteran su conducta de varias maneras: la postura, la coordinación motriz, cambio de voz, expresión facial, etc. Todo esto le hace más consciente de que está creciendo.

#### **El joven de 14 años.**

El retraimiento que caracterizaba al joven de trece años se vuelve un período de extroversión causado por el raudal de energía con el que ahora cuenta. Alcanza cierto grado de seguridad en sí mismo por lo que se siente contento y tranquilo. Siente mucho interés por la gente y por comprender las diferencias que existen entre personas que le son importantes.

Le atrae el término "personalidad" y le gusta discutir sobre los rasgos. Busca amigos cuya personalidad sea compatible con la suya. Otra forma en que manifiesta ese interés es identificándose con héroes y personajes del cine y la literatura.

### **El joven de 15 años.**

A esta edad toman mayor importancia las diferencias individuales, aunque en general se distingue un aumento en el espíritu de independencia que se manifiesta con hostilidad, pleitos e incremento de tensión en las relaciones con los padres y en la escuela. El joven de quince años se muestra intransigente ante el control exterior pues quiere ser él quien tome sus propias decisiones ya que cada vez es más consciente de sí mismo. Esto se refleja en su inclinación a la auto crítica, al perfeccionismo y en un intento de autocontrol. Los quince años son una época delicada para la maduración.

### **El joven de 16 años.**

Gesell la caracterizó como adolescencia media y la consideró prototípica del preadulto. "La consciencia de sí mismo, la autonomía y la adaptación social personal han llegado a un notable grado de equilibrio y de integración". (op.cit.p.160). Generalmente el joven de esta edad puede controlar sus emociones. Es alegre, amistoso y bien adaptado. Hay un grado importante de autoconfianza, lo que le hace pensar en el futuro y hacer planes para éste. Se da mucha amistad entre hombres y mujeres, pero con bases no románticas.(op. cit.).

### **3. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PERSONALIDAD DEL ADOLESCENTE.**

Rappoport considera que el desarrollo de la personalidad del adolescente se ve influenciado por el ambiente que rodea al individuo: la escuela, los padres y la familia, por ejemplo.

La personalidad puede entenderse a partir de los componentes emocionales y sociales que integran el concepto que tiene de sí mismo el adolescente, sin dejar de tomar en cuenta el efecto que los cambios físicos tienen sobre él.

Una vez revisado el aspecto físico se presentarán más ampliamente algunos factores sociales y emocionales que son propios de la personalidad adolescente.

#### **LA POSICION SOCIAL.**

Actualmente, el adolescente carece de posición social si lo comparamos con las personas mayores y menores que él. No goza de los derechos y privilegios del niño ni tampoco de los del adulto. Lewin (1959, citado en Rappoport, 1978) señala que el adolescente se encuentra en un estado marginal, no es un niño, pero tampoco un adulto aceptado.

Las normas adultas tienden a censurar la conducta adolescente y no se le permite tener propiedades, casarse, firmar contratos, comprar cerveza o cigarrillos, etc. Debido a esto, varios autores han considerado al adolescente como miembro de un grupo minoritario oprimido.

Generalmente, se cree que la posición del adolescente lo lleva a una situación de alienación, entendida esta como la carencia de poder, de significación y de normas, aislamiento y autoapartamiento, sugiriendo que implica tanto la marginalidad (sensación de no pertenencia) como conformidad. (Gould, 1969 citado en Rappoport, 1978).

Asimismo, Gould ha señalado 6 características que manifiestan los individuos considerados como fuertemente alienados: desconfianza hacia los demás, rechazo a reglas sociales, manifestación de presión emocional, introversión, afecciones psicológicas y físicas y acentuación de conformidad con la mayoría. Se rechazan normas convencionales y se manifiesta conformidad; esta contradicción puede entenderse si se considera que el individuo marginal suele sentir que no tiene sentido hacer un esfuerzo por resistirse al grupo.

Otros estudios referentes a la conformidad sugieren que ésta es una característica general de la adolescencia. Aumenta a lo largo de la adolescencia y declina hacia el fin de éste período. (Constanzo y Shaw, 1966; Friedenberg, 1967 citados en Rappoport, 1978).

Por último, vale la pena considerar el hecho de que en la actualidad el adolescente madura físicamente más rápido que en generaciones anteriores, en contraste, su posición dentro de la sociedad no ha cambiado. Se puede ver entonces que es necesario un cambio en el entorno que rodea al individuo adolescente que lo provea de las habilidades que lo harán competente al asumir su papel de adulto en la sociedad. Es por esto que se considera importante el desarrollo de técnicas escolares que permitan al adolescente desenvolverse mejor dentro de su entorno.

Por otra parte, como ya se había mencionado, un aspecto de la adolescencia es la preocupación por la apariencia física. Suele llevarse a cabo una inspección y escrutinio de cada parte del cuerpo, conduciendo por momentos a desilusiones e inadecuación. A partir de entonces el adolescente se consagra a ejercicios, remedios y medicinas, así como a recursos artificiales y técnicos, como pelucas, rellenos, mascarillas, lentes de contacto, etc. A este respecto es importante tomar en cuenta que dichas actividades se hallan inspiradas y manipuladas por modelos del cine, T.V., música y familiares próximos que se asemejen a tales modelos. (Rappoport, 1978; Craig, 1994).

De esa manera la imagen corporal del adolescente se ve modificada, provocando así la necesaria reorganización del concepto de sí mismo (Rappoport, 1978). La satisfacción del propio cuerpo mejora al llegar a los 15-16 años, siendo menor entre los 13-14 años (Rauste- von Wright, 1989 citado en Craig, 1994; Rappoport, 1978).

Por último, Rappoport opina que el adolescente se va adaptando a los cambios que trae consigo la pubertad haciendo uso de mecanismos de defensa tales como la sublimación, racionalización y represión. A medida que el individuo madura realiza un examen más cuidadoso de los ídolos y modelos que consideraba perfectos.

## **RELACIONES FAMILIARES.**

A este respecto se puede mencionar que la actividad principal del adolescente en la relación con sus padres es el logro de su independencia. La emancipación perseguida debe lograrse en cierto grado para evitar al individuo problemas neuróticos serios (Rappoport, 1978; Craig, 1994).

Asimismo, Mussen, Conger y Kagan (1963, citados en Rappoport, 1978) opinan que lo que impulsa al adolescente a buscar su independencia es la cultura y los procesos de identificación que se llevan a cabo en esta etapa.

Diversos autores entre los que destaca Bandura (1964) se oponen al hecho de considerar la etapa adolescente como un período angustioso o turbulento, en donde la rebeldía es característica.

Estudios de Douvan y Adelson (1966 citados en McKinney 1982) sugieren que los adolescentes, lejos de ser rebeldes llevan una vida convencional y apegada a las normas familiares. Mackinney (1982) opina que la rebeldía y conformidad adolescentes pueden ser producto de la afirmación de la identidad.

Craig (1994) por su parte considera que la "brecha generacional" y el conflicto existente entre los adolescentes y los adultos son tópicos que han sido exagerados por los medios de comunicación y están poco fundamentados.

Los reportes de los últimos 20 años demuestran que en la relación del adolescente y su familia hay menos conflicto de lo que antes se creía; asimismo, hace hincapié en considerar las experiencias de la niñez temprana dado que determinan el tipo de interacción que mantendrá el adolescente con los diferentes miembros de su familia.

Por último, los estudios de Hill (1987 citado en Craig, 1994) revelaron que cuando los conflictos llegan a ocurrir se dan por preocupaciones tales como: apariencia personal, hábitos, quehaceres domésticos, etc. y son raros los conflictos entre padres y adolescentes en relación a valores económicos, religiosos, sociales o políticos.

### **RELACIONES CON LOS IGUALES.**

Dado que el adolescente se enfrenta a diversos cambios ya sea físicos o emocionales busca preferentemente estar acompañado de personas de su misma edad que sufran problemas parecidos. Es por esto que en la adolescencia aumenta la importancia del grupo de compañeros de la misma edad (pares o coetáneos).

La tendencia del adolescente a asociarse le brinda la oportunidad de reducir la dependencia de los padres, así como a contar con la audiencia necesaria para ensayar estilos en su forma de vestir y comportarse socialmente. Lo anterior conlleva a que los compañeros colaboren en el proceso de descubrimiento de la propia identidad.

Un estudio de Brittain (1965 citado en Papalia, 1990) señala con respecto a la influencia entre compañeros que la opinión de un adolescente está determinada por la situación específica en que éste se encuentre y es lo que determina su inclinación hacia la opinión ya sea de sus compañeros o sus progenitores, denotando así que la influencia de los compañeros no es todopoderosa.

Sin embargo, una vez que son miembros de un grupo, los adolescentes se influyen mutuamente en su forma de vestir, sus actividades sociales, aspiraciones vocacionales, comportamiento sexual, uso de drogas, y en general en las pautas básicas de su vida. (Craig, 1990; Papalia, 1990).

## RELACIONES HETEROSEXUALES EN LA ADOLESCENCIA.

El adolescente, al no tener grandes responsabilidades como el trabajo, tiene suficiente tiempo libre para explorar distintas amistades, esto le ayuda para desarrollar un sentido de autonomía personal y para efectuar una identidad de su rol consistente y estable.

Douvan y Adelson (1966) consideran que una amistad profunda permite la libre expresión de la emotividad, absorbe pequeños conflictos, permite que el adolescente amplíe y enriquezca el concepto de sí mismo y prepara al joven para el amor de adultos.

Las amistades entre los adolescentes dan también la oportunidad para un desarrollo y autoconocimiento que no se logra dentro de la familia, ya que ésta mantiene al adolescente cautivo y no le permite explorar y agrandar las percepciones que tiene de sí, mientras que las amistades se forman libremente sin los mecanismos de control característicos de las relaciones familiares. (Grinder, 1981).

En las amistades mutuas, la semejanza es un rasgo importante en la selección y en el proceso de mantenimiento de la amistad. Heider en 1958 desarrolló una "Teoría del balance" donde consideró que las amistades se forman sobre la base de actitudes similares, status similar y sentimientos mutuos. También la teoría de los roles sostiene que las personas que tienen expectativas reciprocas similares se sentirán atraídas como amigos. (op. cit.).

Otra característica de las amistades entre adolescentes es su inestabilidad y el hecho de que las elecciones que hacen, generalmente están influenciadas por el grupo al que pertenecen. Sin embargo, estas influencias tienen menos efectos en el adolescente a medida que crece y aprende a fiarse más de su propio juicio y experiencia.(op. cit.).



#### 4. AUTOCONCEPTO Y AUTOESTIMA

Gran número de psicólogos contemporáneos asigna al autoconcepto una función importante en la integración de la personalidad, la motivación del comportamiento y el desarrollo de la salud mental. Quizá de todas las razones existentes en el interés por el estudio del comportamiento humano, ninguna sea tan importante como el deseo de los individuos de saber más acerca de "sí mismos".

El "self" no es un constructo reciente; en la filosofía ha sido tratado desde diversas perspectivas. La elaboración, por la psicología, del constructo "autoconcepto" surge del análisis operacional de la antigua cuestión filosófica de ¿quién soy yo? (Oñate, 1989).

Se puede decir que Platón inicia el estudio del self entendido como alma. Aristóteles en el siglo III A.C. es el primero en hacer una descripción sistemática de la naturaleza del yo y posteriormente San Agustín habla de un self personal. Durante el siglo XVII el concepto de self se refleja en el pensamiento de Descartes, Hobbes y Locke. Allport consideró los conceptos de Hobbes como un legado muy importante para la psicología social y las doctrinas modernas de la autoestima. Para Locke el self era la suma de percepciones y sensaciones del hombre. Más adelante Kant hace la distinción del autoconcepto como sujeto y objeto. Pero es W. James, en el siglo XIX, quien pone las bases para el estudio del self. (op. cit.).

Para James (1890) el self del hombre "es la suma total de todo aquello que pueda llamar suyo y está formado por tres constituyentes:

- self social (opiniones que los demás tienen de él)
- self material (cuerpo)
- self espiritual (habilidades y rasgos dirigidos por el ego, el YO)" (op. cit p.17).

A continuación se revisará lo que algunos autores han escrito sobre el autoconcepto y su relación con la autoestima.

Una breve, pero clara definición que dio Rogers acerca del yo es "la conciencia de ser o de estar funcionando". Bischof (1973 p. 372) la amplía considerando al yo como "los esfuerzos, el sentimiento emocional y las ideas que el individuo reconoce, interpreta y valora como propios".

A través de su desarrollo, el niño adquiere cada vez mayor sentido de sí mismo e incluso se da cuenta de como su "yo" va cambiando con la edad. Durante ese proceso le va dando una interpretación, que el niño crea a partir de sus experiencias y que a su vez afectarán a las futuras.(op. cit.)

Un aspecto importante del concepto de sí mismo es la "autoestima", según Bischof (1973) el término se refiere al juicio personal que hace el individuo acerca de su propio valor.

Otros autores consideran que el núcleo de la personalidad consta del concepto de sí mismo que tiene el individuo y del papel que desempeña en la vida. El concepto de sí mismo es un sistema de significaciones básicas que el individuo posee acerca de sí mismo y de sus relaciones con el mundo circundante. Esto incluye un sistema de ideas, actitudes, valoraciones, y compromisos relativos a la propia persona. (Brown, 1952; Jersild, 1951 en Hurlock, 1980).

El yo contiene una autoimagen física y una psíquica. La autoimagen física consta de los conceptos que se tienen de sí mismo relativos a la valoración de su aspecto físico, ya sea "lindo" o feo, y de cada una de las partes de su organismo que tienen una función asociados con su conducta, como es el corazón. La autoimagen psíquica incluye rasgos que influyen sobre su conducta, tales como la honradez, la independencia, o la incapacidad (Anderson, 1952 en Hurlock, 1980).

Rodríguez (1988) considera que el autoconcepto es una serie de creencias que tiene el individuo sobre sí mismo y que se manifiesta en su conducta. En situaciones normales, el hombre es consciente de sus características tanto positivas como negativas y comienza a apreciarse o despreciarse a sí mismo. Este sentimiento que acompaña al autoconcepto se denomina autoestima, y está estrechamente relacionada con la familia y el medio ambiente, incluyendo antecedentes económicos y sociales.

Se ha introducido ya una noción que acompaña al autoconcepto: la autoestima. Científicos del desarrollo humano como Peretz Elkins, Rogers, Maslow, Bettelheim y otros, consideran que la autoestima es una parte fundamental para que el hombre logre autorrealizarse plenamente en la salud física y mental, en la productividad y creatividad, en resumen, en "la plena expresión de sí mismo" (Rodríguez, et al., 1988 p.4).

Pero ¿qué es la autoestima? Hay autores que pueden definirla simple y sencillamente, aunque aportando una idea muy vaga, como Martínez Mañiz quien la define como el sentido de ser bueno y valioso que se concreta en confianza y seguridad en sí mismo. (Oñate, 1989).

Una definición más profunda la aportó Stanley Coopersmith quien en su libro "The Antecedents of Self-Esteem" la describe como la valoración que hace y mantiene el individuo con respecto a sí mismo. Conlleva una actitud de aprobación o desaprobación e indica qué tanto una persona se cree capaz, importante, digna y con éxito. Es decir, la autoestima es un "juicio personal" que se manifiesta en las actitudes del individuo hacia sí mismo. (Branden, 1994).

Shibutani (1971 citado en Cortés, 1990) sugiere que el individuo a través de una serie de autoconcepciones y autoevaluaciones, forma una estimación de sí mismo como objeto de valor. El asignarse valor coloca a la persona dentro de un orden jerárquico, es decir, lo único que uno concibe ser.

Por otra parte, Lingren (1982, citado en op. cit. ) señala que el valor total que atribuimos a nuestro yo, conforma nuestra autoestima, y al igual que otros aspectos lo aprendemos de los demás, es decir, es un reflejo del valor que creemos que otros nos dan.

Cohen's (1969, citado en op. cit.) considera que la autoestima es el resultado de las experiencias individuales, de los éxitos y fracasos, donde las experiencias comienzan a ser comparadas con las aspiraciones individuales, de tal modo que la autoestima va a depender del grado de correspondencia entre el self ideal del individuo y su actual concepto de sí mismo.

Para Hirari (1975, citado en op. cit.) la autoestima es la autoevaluación del individuo, la cual depende en gran parte de aspectos sociales y culturales, de los conocimientos y experiencias personales, así como de su relación con otros.

El doctor Nathaniel Branden (1991, p.36) describe más profundamente la autoestima como la experiencia de ser aptos para la vida y para las necesidades de ésta y consiste en:

1. Confianza en nuestra capacidad de pensar y afrontar los desafíos de la vida.
2. Confianza en nuestro derecho a ser felices, el sentimiento de ser dignos, de merecer, de tener derecho a afirmar nuestras necesidades y a gozar de los frutos de nuestros esfuerzos".

La autoestima está ligada al autoconcepto y se refiere al valor que se confiere al yo percibido. Aunque estos dos términos están muy relacionados, existen algunas diferencias entre ellos.

Para Rosenberg (1973, citado en Solís, 1991) el autoconcepto es un aspecto de la psicología del individuo y desempeña un papel importante para la formación de sus ideas, sentimientos y conducta. Mientras que la autoestima es una actitud ya sea positiva o negativa hacia sí mismo, y tiene dos connotaciones diferentes. La autoestima alta refleja el sentimiento de que uno es "suficientemente bueno", mientras que la baja autoestima implica la insatisfacción, el rechazo y el desprecio a sí mismo. La autoestima adecuada implica reconocer que existen en nosotros tanto limitaciones como virtudes, con la capacidad de cambiarlas si fuera necesario.

En ocasiones la autoestima es usada como sinónimo de autoconcepto, sin embargo la primera tiene que ver con la expresión de actitudes de aprobación o desaprobación con respecto a la capacidad, prosperidad y valor del sí mismo, mientras que el autoconcepto alude al conjunto de actitudes y a la concepción que tenemos acerca de nosotros mismos, lo cual es sumamente importante para el sujeto en sus relaciones interpersonales.

Muchos de los estudios realizados en el área clínica y experimental con respecto a la importancia del autoconcepto y la autoestima comprueban la relevancia de ésta última en cuanto a la experiencia personal y conducta individual. La investigación en el área motivacional indica que la búsqueda de status social y de aprobación surge en gran parte del deseo de mantener una evaluación positiva. (Paz de Buen, 1980).

Los estudios de Janis (1954, citado en op. cit.) de tipo experimental reportan que una persona con autoestima alta, mantiene una imagen más o menos constante al respecto de sus capacidades individuales.

También se ha encontrado que las personas que obtienen puntajes altos en las escalas de autoestima son más capaces de adoptar un rol activo en grupos sociales y de expresar sus puntos de vista de manera frecuente y eficiente.

La forma en que un individuo se siente con respecto a sí mismo tiene mucho que ver con la forma en que se desenvuelve en las actividades que desempeña en la vida diaria, por lo que el desarrollo de una autoestima adecuada le permitirá una buena adaptación en su medio ambiente, así como sentimientos favorables de capacidad, logros y felicidad.

## CAPITULO II

### I. DESARROLLO DEL CONCEPTO DE SI MISMO.

Allport (1977) concibe el sí mismo como la zona central e íntima de cada individuo, como el núcleo de nuestro ser. Sin embargo, adquirir conciencia de sí mismo es algo que se hace paulatinamente durante los cinco o seis primeros años de la vida, esta adquisición avanza más rápidamente cuando inicia el lenguaje, alrededor del segundo año, y Allport la considera el desarrollo más importante en la vida de una persona. El lactante aunque es consciente, no tiene conciencia de sí mismo, no sabe que tiene hambre o que está húmedo. Tiene hambre y ya. Lloro hasta que la satisface.

La etapa comprendida entre el nacimiento y la edad de año y medio más o menos Piaget la denominó "fase sensoriomotora". El niño recibe impresiones y responde a estímulos sobre su cuerpo, a sonidos, pero estas impresiones sensoriomotoras se pierden en un todo que Piaget llamó "el absoluto indiferenciado del sí mismo y el ambiente" (Allport, 1977 p. 143).

Durante los meses quinto y sexto el infante suele examinar los dedos de sus manos y pies. Puede tomar objetos con sus manos, pero no puede soltarlos intencionalmente. Para él, sus dedos y los objetos que con ellos coge son un todo. A veces pasa que se lastima al meterse algo a la boca, llora, pero no sabe que se ha hecho daño a sí mismo.

A los ocho meses puede ver su imagen en el espejo, pero no reconoce que es su propia imagen. Sin embargo, la de sus padres sí puede reconocerla. A los diez meses juega con su reflejo, pero todavía no sabe que es la imagen de él mismo.

Durante este tiempo se va desarrollando en el niño una distinción entre el "allí fuera" y el "aquí dentro". Los objetos amados pueden causarle frustración como cuando la madre no satisface su hambre inmediatamente, o cuando al caminar se cae y se lastima. Comienza a distinguir un mundo del "no yo", que es el preludio al sentido del "yo".

A los ocho meses el niño llora ante la presencia de un extraño. Reconoce las figuras familiares, como la madre, padre, tíos, etc. El sentido de la identidad de los demás se desarrolla antes que el sentido de su propia identidad, por lo que se dice que "el tú precede al yo". La edad en que los infantes se dan cuenta del yo es alrededor de los quince meses. (Allport, 1977).

**De los dieciocho meses a los cuatro años.** Con la adquisición del lenguaje el niño comunica a los adultos las nociones de su propio yo, aquí, la adquisición de conceptos o etiquetas verbales cobra importancia para el concepto del yo. El niño se da cuenta que los objetos y aún él mismo tienen un nombre, lo cual provoca que se establezcan límites con el mundo exterior.

Según Thompson (1975 citado en Newman, 1987) a los tres años el niño empieza a utilizar las palabras niño-niña como etiquetas genericas, siendo capaz de aplicarlas a la conducta y está consciente de los estereotipos de las funciones que diferencian a los hombres de las mujeres. Por otra parte, el nombre del niño es importante para el desarrollo del concepto que tiene de sí mismo.

En esta segunda infancia, también se desarrolla el concepto de "mío" como un elemento más del concepto del yo. El niño amplía los límites de la posesión de su propio cuerpo a otros objetos materiales e incluso a miembros de la familia (Newman, 1987; Allport, 1977). Allport (1955 citado en Newman, 1987 p.164) opina que "mío y el descubrimiento de posesiones personales son clara evidencia de que el niño experimenta su propio yo".

Otro elemento que contribuye al concepto de sí mismo es la capacidad del niño de percibir y responder a estados de ánimo interiores, es capaz de identificarlos y cambiarlos, lo que también el producto de su actividad mental, por ejemplo fantasías y recuerdos, los cuales indican que el concepto que tiene de sí mismo ya incluye un mundo interior personal.

En la segunda infancia se empiezan a desarrollar los componentes sociales del concepto del yo. El niño oye que se le atribuyen características de bueno, inteligente o travieso, lo que provoca que dichas características se vayan incluyendo en el concepto que tiene de sí mismo (Allport, 1961; Rogers, 1959 citados en Newman, 1987).

Por otro lado, la imagen de sí mismo es rudimentaria pero se va construyendo la base de sus objetivos, intenciones, sentido de responsabilidad moral y conocimiento de sí mismo que influran en su personalidad. El pensamiento del niño es egocéntrico y se considera omnipotente, por lo que tiene que aprender a aceptar la diferencia que existe entre sus capacidades y las dificultades, a las que trata de enfrentarse. Aquí el apoyo del adulto es de vital importancia dado que la respuesta favorable que se da a la actividad del niño contribuirá al mejoramiento de la imagen que tiene de sí mismo. (Allport, 1977; Newman, 1987)

**El inicio de la edad escolar (de 5 a 7 años).** En los primeros años de escuela el niño y su propio yo evolucionan gracias a la maduración en su conocimiento, rol sexual y pensamiento moral. Para Piaget (1970 citado en Newman, 1987) los nuevos conocimientos intelectuales ayudan al niño a concebirse a sí mismo. El entendimiento que adquiere de sí mismo, de su propio grupo y de otros grupos, así como del orden jerárquico de éstos le permiten realizar una valoración de sí mismo que influye en el concepto que tiene de sí en esta etapa (Rubin y Maioni, 1975 citados en Newman, 1987).

Como ya se mencionó, entre los cuatro y cinco años los niños ya aprendieron los estereotipos de los roles sexuales, pero ahora, en esta etapa, comienzan a formarse opiniones sobre el papel de los sexos. Perciben las ventajas y desventajas de su sexo y las valoran para ver hasta que punto sus características coinciden con las expectativas sociales de su papel como hombres o mujeres (Lynn, 1966 citado en Newman, 1987).

Adicionalmente, Kohlberg (1964 citado en op. cit.) opina que la moralidad surge en esta etapa ayudando al niño a distinguir las implicaciones deseables de las no deseables por lo que está atento de lo que la sociedad en general espera del "niño ideal". A este respecto, Freud (1963) y Hartmann (1964, citados en op. cit.) opinan que es en este período en donde surge el "yo ideal" como parte del concepto del yo.

Erikson (1950, citado en op.cit.) considera que en los primeros años escolares se desarrolla el sentido de iniciativa. Hay quienes se consideran a sí mismos como iniciadores de actividad e interacción en una situación social dada y tener la conciencia de sí mismo como iniciador eficaz o ineficaz es crucial en esta etapa dado que influirá en el concepto que cada quien tiene de sí mismo, para toda la vida.

La segunda edad escolar (de 8 a 12 años). En esta etapa el niño a formado un concepto de sí mismo estable, pero los cambios fisiológicos que acompañan a la pubertad propician que se revise la imagen que se tenía del propio cuerpo para proceder a reestructurar el concepto de sí mismo.

Entre los ocho y los nueve años el niño está interesado en diversas actividades que exigen habilidad manual, autocontrol de sí mismo, cooperación, planeación y concentración prolongada. Al llegar a los diez u once años el niño evalúa que tanto esas habilidades adquiridas le serán útiles para su sentido de seguridad personal.

Por último, podemos mencionar que al verse el chico enfrentado a diversas circunstancias sociales, le es necesario responder a las expectativas de actuación que se esperan de él para cada una de ellas, por lo que el estar en contacto con el mundo de los adultos le ayudará a adquirir experiencia social.

Los cambios físicos señalan el inicio de la pubertad, la preocupación por desarrollar nuevas habilidades y valorarlas, así como la inclusión a diferentes grupos en los que tiene que desempeñar diferente papel, llevan al púber a la revisión del concepto del yo al final de esta segunda edad escolar (op. cit.).

**Adolescencia** Como se ha mencionado anteriormente, con la llegada de la adolescencia el joven se enfrenta a una nueva pregunta: ¿Que soy yo en realidad? ¿Soy un niño o soy un adulto?. La respuesta la encuentra tras un largo proceso en que tiene que llegar a la identidad de sí mismo.

Durante esta etapa, el esfuerzo orientado del adolescente lo lleva a establecer propósitos y nuevos objetivos. Este importante aspecto de sí mismo no existe en años anteriores. En el niño que quiere ser bombero o piloto, no se presenta un esfuerzo integrado, en el momento en que se forman planes, el muchacho adquiere un nuevo sentido de sí mismo más completo. (Allport, 1977).

Este proceso en el que el yo se va formando, se puede resumir en los siguientes puntos: Sentido de sí mismo corporal, sentido de una continua identidad de sí mismo, y estimación de sí mismo o amor propio, que se desarrollan en los primeros tres años; extensión del sí mismo e imagen del sí mismo, que se desarrollan de los cuatro a los seis años; el sí mismo

como solucionador racional, se desarrolla de los seis a los doce años y el esfuerzo orientado, que se desarrolla durante la adolescencia. (op. cit.)

Aunque el desarrollo del concepto del yo puede considerarse como una progresión por etapas y relacionarse con la madurez cognoscitiva, es posible que muchas de las actitudes que el individuo tiene para consigo se deban a aprendizaje social. De este modo puede suponerse que el buen concepto del yo se forma en torno a conductas o características que han sido recompensadas por padres y otras personas importantes durante la niñez, de igual forma los rasgos que se castiguen crearán un mal concepto. Los resultados de algunas investigaciones respaldan esta suposición. (McCandless, 1981)

## **CARL ROGERS:**

Carl Rogers nació el 8 de enero de 1902 en Illinois, EUA. Está identificado estrechamente con la psicología humanista. Su teoría de la personalidad se ha ido formando a partir de una técnica terapéutica denominada "no directiva" o "centrada en el cliente", la cual supone que la persona (paciente) tiene la capacidad y motivación para curarse a sí misma, por lo que la función del terapeuta es principalmente facilitar esta curación. (Geiwitz, 1977, Hall, Linde, 1984)

Según Rogers, la gente utiliza su experiencia para definirse a sí misma. En sus principales escritos define varios conceptos con los cuales esboza teorías de la personalidad y modelos de terapia, cambios de personalidad y relaciones interpersonales. Algunos de estos conceptos se presentan a continuación.

### **El campo de las experiencias.**

Cada individuo tiene un campo de experiencias (o campo fenomenológico) único, éste contiene todo lo que le ocurre al organismo en un momento dado. Incluye los sucesos, las percepciones, las sensaciones y los impactos que el sujeto desconoce, pero que podría conocer si se concentrara en ellos. Es un mundo íntimo y particular de cada uno que puede corresponder o no a la realidad objetiva y observada. (Ladiman, Frager, 1979)

### **El sí mismo (self).**

Tal vez en la teoría de Rogers el constructo más importante es el del sí mismo, el cual fue matizando a través de su experiencia clínica hasta considerarlo como una "gestalt coherente y organizada que se encuentra en un conjunto proceso de formación y reformation a medida que las situaciones cambian" (op. cit. p. 303). Es esta flexibilidad la que sirve de base a su teoría, según la cual el individuo es capaz de crecer, cambiar y desarrollarse en forma personal. El sí mismo es la visión que cada persona tiene de sí misma y está basada en experiencias pasadas acciones presentes y expectativas futuras.

### **El sí mismo ideal.**

El sí mismo ideal es la representación de cómo se querría ser. También es una estructura versátil y cambiante. El grado en que el sí mismo y el sí mismo ideal difieren entre sí es un indicador de incomodidad, desagrado y dificultades neuróticas. (op. cit.)



El sí mismo y el sí mismo ideal constituyen el núcleo de la personalidad y condicionan la conducta, en ocasiones un comportamiento determinado puede ser resultado de uno de los dos yos, por ejemplo, si una persona cree que es esencialmente antipática o inferior, esta idea de su yo limitará la conducta de un tipo afectivo. Deformará sus experiencias de tal modo que encajen en su imagen del yo como antipático e inferior. Así, podría pensar que el interés que le muestra otra persona no es auténtico sino que tiene por objeto engañarlo. (Dicaprio, 1989).

Para Rogers, la meta que persigue cada individuo es la de volverse él mismo, esto lleva implícito una necesidad de crear, por lo tanto, el mayor logro en la vida de un hombre es crearse a sí mismo. El yo es la síntesis de la creación. Del yo que formó en la infancia, surgen las demás cosas consideradas creadoras, como las invenciones, las obras de arte, los sistemas sociales. Sin embargo, el hombre debe crearse un yo antes de poder crear cualquier otra cosa. (Bischof, 1973)

#### **ALLPORT:**

Allport, psicólogo norteamericano nacido el 11 de noviembre de 1897, postula una teoría de la personalidad en donde considera al hombre en su totalidad. Para Allport, (1961 citado en Dicaprio, 1989 p. 283) "la psicología es la ciencia del caso individual", pensamiento que fue fuertemente criticado.

De su teoría se pueden deducir siete principios o temas principales, uno de los cuales es el constructo de ego o yo. Allport observa que este constructo significa diferentes cosas para diferentes autores, por lo que su trabajo a este respecto *culmina* con la proposición del *propium*. (Gierwitz, 1977; Bischof, 1973). Así mismo, Allport aconseja reconocer al yo como el núcleo de la personalidad pero sin considerarlo igual al todo de la personalidad. (Cuel et al., 1972)

"Cuando utiliza el término yo se refiere a las experiencias del yo (el yo como se conoce y percibe), no el yo como agente conocedor". El *propium* significa entonces las autoexperiencias del individuo, diferente del yo considerado tradicionalmente como agente activo en la personalidad. (Dicaprio, 1989)

Allport enumera 7 aspectos del yo que forman parte del constructo de *propium*: yo corporal, autoidentidad, autoestimación, autoextensión, autoimagen, autoconciencia racional y el esfuerzo orientado del mismo *propium*. (Allport, 1977)

Allport supone que los tres primeros aspectos del *propium* se empiezan a desarrollar desde el nacimiento hasta los tres años de vida y evolucionan hasta la muerte. Aproximadamente de los cuatro a los seis años se forman las autoextensión y la

**autoimagen.** Entre los seis y los doce años se forma la autoconciencia racional y por último, los esfuerzos del propium, que dependen del desarrollo en otros aspectos, aparece generalmente en la adolescencia (Geiwitz, 1977).

El desarrollo del propium se lleva a cabo a través de procesos tales como el condicionamiento, reforzamiento, hábitos, etc. Después, una vez establecido, es el que determina el aprendizaje posterior de una persona. Allport considera que dichos procesos por sí mismos no explican la relación que existe entre la tarea de aprender y la persona que aprende. Por lo anterior formula lo que llamo aprendizaje apropiado, proponiendo con esto que es difícil hacer que una persona aprenda algo que no considera válido para ella misma. (Bischof, 1973; Geiwitz, 1977).

Según Allport, hay dos componentes esenciales que ayudan al adulto a verse a sí mismo objetivamente y son: la inteligencia y el humor. Ambos le ayudan a determinar la verdadera posición que se tiene en la vida y a no considerarse más importante de lo que en realidad uno es, con respecto a los acontecimientos del mundo. (Cueli et. al., 1972; Bischof, 1973).

Por otra parte, enumera dos condiciones que dificultan el desarrollo eficaz del propium:

1. sentimientos de inferioridad y
2. fuertes sentimientos de conciencia hondamente arraigados.

Una vez afectado el concepto del yo, se afectará toda la estructura de la personalidad. (Bischof, 1973).

A juicio de Allport, la persona con un propium totalmente desarrollado mostrará una conciencia del "haber de" en oposición a la conciencia del "deber de" de la persona con un propium en desarrollo. Una conciencia del deber de está regida por valores, reglas y normas externas al individuo, impuestas por otros mediante castigos o premios. A medida que se da el desarrollo del propium, la persona aprende a establecer sus propias normas, un estilo preferido de vida, así como objetivos a largo plazo. Cabe mencionar que esto depende de muchas otras circunstancias y que no existe un cambio automático de la conciencia del "deber de" dominada por el miedo, a la de "haber de" dominada por las consecuencias anticipadas que determinan el comportamiento. (Cueli et. al., 1972).

Puede entenderse entonces que, una vez desarrollado, es el propium quien determina qué motivos se retienen y cuáles no, por ejemplo, se retendrán los motivos que aumentan la autoestima o los que enaltecen la propia autoimagen. (Geiwitz, 1977).

Para Allport, los siete aspectos del propium no evolucionan en etapas sucesivas de la vida, en la vida diaria pueden coexistir varios o aun todos los aspectos.

En la adolescencia, todos los aspectos del yo están envueltos en el proceso de la lucha por lograr metas. Conforme se logra la adultez, se hace más responsable a la persona de su elección vocacional, elección de pareja y en general por trazar un plan de vida. La persona considera entonces el futuro y trata de fijarse metas en base a potencialidades, intereses y facilidades que le brinde el medio en que se desenvuelve. (Cueli, et. al., 1972).

## MURPHY:

Gardner Murphy nació en Chillicothe, Ohio, el 8 de julio de 1895. Su mayor interés fue en teoría de la personalidad y psicología social. Heredó ideas de William James, Mc Dougall, Allport, Woodworth y otros. El tema principal en su teoría de la personalidad es el del hombre como fenómeno biológico y social y la necesidad de unir esos dos aspectos en un tercer fenómeno: el de la integración. (Bischof, 1973).

Murphy divide sus ideas en cuatro temas principales: la personalidad biológica, la personalidad emergente o integrante, la personalidad socializada y las potencialidades humanas o nuevas perspectivas. Siendo su obra tan basta nos limitaremos a resumir algunas de sus ideas en cuanto al desarrollo del yo.

Se puede dividir el material concerniente al concepto del self en tres categorías: la canalización de éste, el engrandecimiento y la defensa del mismo. El concepto del yo tiene un papel tan importante en la teoría de Murphy, que él considera que mucho de lo que conforma la personalidad en su conducta diaria, está orientado hacia el self o determinado por él.

La canalización del self inicia a temprana edad, cuando se centra en el cuerpo y en la boca. El self surge a partir de un complejo de sentimientos indefinidos existentes en el primer nivel perceptual, los sentimientos que tenemos respecto a nosotros mismos, de la infancia en adelante, gradualmente llegan a formarse como resultado de un proceso de diferenciación que se lleva a cabo dentro del campo perceptual. Es decir, que las actividades perceptuales y las motoras al principio carecen de self, y en la medida que el objeto perceptual (el cuerpo) se va definiendo, otros objetos se relacionan a él en contexto, de igual forma, los movimientos motores que al principio son independientes, se convierten en hechos orientados a servir al self. Las disposiciones inconscientes conservan la autorreferencia de nuestras actividades y esas disposiciones se han asociado al sentimiento del self mediante un nexo de procesos asociativos similares a aquellos que operan en otra parte. (op. cit.: Cueli, 1972).

La segunda consideración respecto al yo atañe a su mejoramiento. Puesto que el yo es un objeto percibido, sigue todas las leyes de la percepción. En su lucha por mejorarse, el yo depende activamente del proceso de identificación, el cual incluye fuertes sentimientos de autismo, así como las actividades de proyección e introyección. Para Murphy el yo es el centro de comparación para cimentar la realidad. Esto lleva a hacer que el yo tome su lugar como el valor supremo de cualquier personalidad, ya que va de una sensación de darse cuenta del propio cuerpo, a una de prestigio y poder, todo lo cual está diseñado para engrandecer al yo. Conforme el yo va mejorando va perdiendo sus características de un objeto puramente perceptual y se va convirtiendo cada vez más en un sistema conceptual de rasgos. Posteriormente, al ir engrandeciendo su sistema de valores, el self alcanza el nivel de estructura yoica. Sin embargo, el yo no depende tanto de quién sea la persona sino de qué sea aquella y qué valores tenga en la vida. Ya sea que el yo sea un objeto físico directo como el cuerpo, o un tipo de abstracción, o esté vagamente organizado o bien estructurado, el ego es el aspecto de importancia primaria.

Murphy da cuatro hipótesis que son elementos individuales en la determinación del sentimiento del yo. La primera es que la educación afecta el que uno se considere objeto físico o sistema abstracto. La segunda es que uno tiende a usar muchos símbolos verbales para tratar de integrar la propia imagen del self. La tercera sostiene que la valoración o autoestima depende del grado en que la cultura en que se vive promueva respeto para el yo. La cuarta hipótesis depende de la aprobación de los padres: entre más aprobación haya de su parte, mayor será el valor que se de al yo. (op. cit.)

Después de haber tenido el yo un inicio desorganizado y desintegrado, aparecen las tendencias de autodefensa que tratan de mejorarlo. Murphy considera que no es posible enaltecerse o defenderse a uno mismo sin adentrarse en la defensa del self y el mejoramiento del self de otros. La defensa en sí es un concepto primario para el estudio de la personalidad humana. De esta forma el hombre se considera el ser en que todas las cosas de valor comienzan y terminan. Es decir, que todas las cosas llevan al self. Este centrismo en el yo no solo mejora al hombre sino que le ayuda a defenderse. El hombre tiene la capacidad de canalizar sus sentimientos, y la canalización tiende a aumentar la rigidez con que se concibe a sí mismo. Así el egocentrismo y el sociocentrismo son desarrollados naturales y paralelos. (op. cit.)

Al intentar mejorar y defenderse el hombre tiene dificultad en precisar dónde comienza el yo y dónde termina. En consecuencia, cuando la personalidad humana trata de identificarse con dos individuos, las canalizaciones que se obtienen se inclinan a crear dos o más yoes incompletos y divergentes para una personalidad.

En resumen, Murphy señala que al ir aprendiendo a aceptar nuestro lugar en el mundo, así como la forma en que nuestro yo encaja en éste, podremos entender mejor la naturaleza de nuestro propio sistema del yo. (op. cit.)

## 2. DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA

Diversas teorías de la personalidad afirman que una característica del ser humano es el deseo de engrandecer su autoestima, de auto-exaltación, de poder. Los estudios realizados en esta área parecen confirmar ciertos dichos filosóficos como: "El más profundo principio de la naturaleza humana es el deseo de ser apreciado" (Allport, 1974 p. 188).

Cada persona es la medida del amor que tiene hacia sí misma, su autoestima es el marco de referencia desde el cual se proyecta. El ser humano es capaz de elegir que actitud tomará ante los retos y circunstancias de la vida y de este modo decidir su propio camino. Lo que el hombre llegue a ser lo será por sí mismo. Por eso se dice que la autoestima es la clave del éxito personal, ya que ese sí mismo a veces está oculto y sumergido, lo que impide la realización de la persona. (Rodríguez, 1988).

Se presenta a continuación lo que algunos autores sugieren para el desarrollo adecuado de la autoestima.

Rodríguez (1988) menciona seis pasos que llevan al conocimiento y desarrollo adecuado de la autoestima, estos son:

1.- **El autoconocimiento**, que es identificar las manifestaciones, necesidades y habilidades del yo, así como los roles que vive el individuo, saber cómo es, cómo actúa y qué siente. Al conocer todos los elementos del yo, el individuo logrará tener una personalidad fuerte y unificada, lo contrario le acarreará una personalidad débil, con sentimientos de deficiencia y devaluación de sí mismo. Conocer se refiere a la acción de entender, saber e identificar. Al hablar de conocer nos referimos a la capacidad del individuo para estimar sus propias cualidades y deficiencias.

2.- **Autoconcepto**, es el conjunto de creencias que se tienen sobre sí mismo y que se manifiestan en la conducta.

3.- **Autoevaluación**, ésta refleja la habilidad que tiene el individuo para evaluar las cosas y diferenciar si son buenas para él, si le permiten crecer y aprender, si son interesantes, etc. o por el contrario, si son malas y pudieran dañarlo.

4.- **Autoaceptación**, es admitir y reconocer todas las partes de sí mismo, como la forma de ser y sentir, y ver positivamente la posibilidad de que hay partes que pueden cambiar si fuera necesario.

5.- **Autorrespeto**, es cuidar y satisfacer las necesidades y valores de uno mismo. Manejar y manifestar convenientemente sentimientos y emociones sin dañarse o culparse. Es buscar las cosas que permitan al individuo sentirse orgulloso de sí mismo.

6.- Por último llegamos a la **Autoestima**, que es la síntesis de todos los pasos anteriores. Si una persona se conoce, se acepta y se respeta, crea una escala de valores y desarrolla sus capacidades, tendrá un nivel adecuado de ésta.

Dentro de cada individuo hay variaciones en el nivel de autoestima, así como las hay en todos los estados psicológicos. Sin embargo hay un nivel promedio de esta en la persona. Son varios los factores que determinan nuestro nivel de autoestima, desde el medio ambiente hasta nosotros mismos, como agentes causales, competidores activos y creadores de nuestra propia vida. No obstante, el medio familiar tiene mucha importancia en el desarrollo de nuestra autoestima y puede producir un impacto tanto positivo como negativo, ya que así como los padres pueden propiciar la confianza y el amor propio pueden también crear un ambiente en el que el niño se sienta inseguro y lleno de terror.

A veces los padres crean grandes obstáculos para el crecimiento de la autoestima de su hijo. Algunos ejemplos son: cuando transmiten al niño que no es "capaz" de hacer algunas cosas, o le castigan por expresar sus sentimientos, lo ridiculizan o humillan, no valoran sus sentimientos y pensamientos, tratan de controlarlo mediante la vergüenza o la culpa, le sobreprotegen o lo educan sin normas o éstas son confusas y contradictorias. Influnden temor en el niño mediante la violencia física y las amenazas, le tratan como objeto sexual, le enseñan que es malo e indigno por naturaleza.

Todos estos factores pueden ir creando un déficit en la autoestima que repercutirá en la vida del futuro hombre o mujer, ya sea que se refleje con un sentimiento de ser "insuficiente", o de vergüenza y culpa, o una desconfianza generalizada en sí mismos o cualquier otro sentimiento o actitud negativos aun cuando no se den cuenta con exactitud que se trata de su autoestima. (Branden, 1994).

A juicio de Branden (1994) la autoestima tiene dos componentes: un sentimiento de capacidad personal y un sentimiento de valor personal. Es decir, la autoestima denota la confianza y el respeto por uno mismo. También refleja el juicio que cada uno hace acerca de su habilidad para comprender y superar los problemas así como el derecho que se tiene a ser feliz, esto es, respetar y defender intereses y necesidades. Así, "la autoestima es una experiencia íntima. Es lo que yo pienso y siento sobre mí mismo, no lo que otros piensen o sienten sobre mí". (op. cit).

Podemos decir entonces que el requisito para una vida plena es una autoestima positiva. Si la persona se siente confiadamente apta para la vida, capaz y valiosa entonces presenta una autoestima alta. Sentirse inepto para la vida y desacertado como persona denota una baja en ésta. Tenerla término medio provoca en la persona sentimientos de aptitud e ineptitud así como incoherencias en la conducta lo cual crea inseguridad. Una autoestima adecuada es aquella en la que la persona es capaz de reconocer tanto sus virtudes y cualidades así como sus deficiencias, interesándose en la superación de éstas.

Desarrollar la autoestima implica desarrollar la convicción de que uno es competente para vivir y digno de ser feliz; consecuentemente, la vida se enfrenta con mayor confianza, benevolencia y optimismo, ayudando así a alcanzar las metas.

Cuanto más alta sea la estima hacia sí mismo, se estará mejor preparado para enfrentar las adversidades de la vida y se desarrollarán más probabilidades para entablar relaciones enriquecedoras en donde el respeto por los otros y por uno mismo sea la clave. También habrá más posibilidades de ser creativos y de lograr el éxito, tanto en el plano económico, emocional y espiritual. (op. cit.).

Branden (op. cit.) considera que es erróneo que una persona busque la autoconfianza y autorrespeto en todas partes menos dentro de sí misma, también es erróneo sustentar la propia autoestima en factores tales como la autoglorificación o a expensas de otros, el afán de ser superior a los otros o de rebajarlos para elevarse uno mismo. La arrogancia, la jactancia y la sobreestimación de las capacidades refleja más bien una autoestima equivocada y no adecuada.

Una autoestima saludable es característica de la persona que no está en guerra consigo misma ni con los demás. Es la base que nos permitirá disfrutar de la vida, brindándonos la capacidad para responder activa y positivamente a las oportunidades en el trabajo, el amor y la diversión.

Por su parte Virginia Satir (1991) opina que "la autoestima es un concepto, una actitud, un sentimiento, una imagen, y está representada por la conducta". Esta autora utiliza una metáfora comparando la autoestima de la persona con una "olla" interna -ya sea vacía o llena- que permite al individuo expresar más fácilmente sus sentimientos de valía o de culpa, de vergüenza o inutilidad. Al hablar de "olla" se refiere a la valía personal o autoestima que todo individuo tiene, ya sea positiva o negativa.

La autoestima es la capacidad de valorar el yo y tratarnos con dignidad, amor y realidad. Dicha autora afirma que el factor fundamental e implícito en lo que sucede dentro y entre los individuos es la autoestima, es decir, la olla personal. Aquellas personas con una autoestima elevada suelen presentar sinceridad, responsabilidad, integridad, compasión, amor y competencia, todo aquello que permite aceptarnos por completo como seres humanos. Desde luego experimentarán sensaciones de "olla vacía", pero saben que son crisis momentáneas. (op. cit.).

Cuando la gente siente que vale poco, espera siempre lo peor y permite que lo peor suceda, espera el engaño, el maltrato y el desprecio de los demás. Para defenderse se vuelven desconfiados, experimentando soledad y aislamiento, les es difícil ver, escuchar o pensar con claridad, por lo que tienden a sufrir el maltrato y desprecio de otros. Cuando estas personas con sensación de vacío experimentan sentimientos indeseables, tratan de conducirse como si dichas emociones no existieran, suelen calificarse como fracasados y si se dan con frecuencia estas respuestas el yo se vuelve vulnerable a las drogas, el alcohol, u otras formas de fuga de la realidad, acentuándose el estado de "olla vacía".

Virginia Satir (1991) pone de manifiesto como la familia es el primer factor que determina la conformación de la autoestima del individuo. Factores externos tienden a reforzar los sentimientos de valía o inutilidad que el niño aprendió en el hogar: el pequeño confiado podrá superar muchos fracasos; el niño de baja autoestima podrá experimentar muchos éxitos, pero siempre tendrá duda de su verdadero valor.

Los mensajes que envían los progenitores transmiten al niño un mensaje de autoestima, ya sea por medio de ademanes, palabras o expresiones faciales.

La clase de ambiente que se observa en una familia va a determinar los sentimientos de valía del individuo. Individuos amorosos, saludables y competentes que se sienten bien consigo mismos se desenvuelven en ambientes en donde se aprecian las diferencias individuales, el amor se manifiesta abiertamente, los errores sirven de aprendizaje, la comunicación es abierta, las normas flexibles, la responsabilidad modelada y practicada la sinceridad.

Por el contrario, los hijos de familias conflictivas a menudo experimentan sentimientos de inutilidad, creen con una comunicación errónea, reglas inflexibles, críticas, castigos y sin experiencia en el aprendizaje de la responsabilidad, con el riesgo de desarrollar conductas destructivas contra sí mismos y los demás.

Compartimos la opinión de Virginia Satir en cuanto a que la autoestima de un individuo se puede elevar, sin importar su edad o condición. El sentimiento de baja valía es aprendido, con la posibilidad de desaprenderlo e integrar un nuevo conocimiento en su lugar.

El mensaje más importante de esta autora es que todos tenemos la posibilidad de cambiar nuestra vida, debido a la capacidad que poseemos para aprender cosas nuevas, de nuestra voluntad y compromiso que establezcamos para enfrentarnos al cambio.

Dicha autora considera que el individuo debe aprender a amarse a sí mismo para tener la posibilidad de amar y valorar a quienes lo rodean. Una autoestima fuerte le permitirá ser más humano, saludable y feliz, así como eficaz y responsable, creando y conservando relaciones satisfactorias. Cuanto más nos valoremos, menos demandamos de los demás, adquiriendo mayor confianza en uno mismo y en los otros. Esta autora destaca la importancia de que el ser humano se reconozca como un ser único y exclusivo, con diferencias y similitudes con el resto de los seres humanos, eliminando así las comparaciones con los demás, el juzgarse y castigarse.

Aprender a aceptar y respetar todas las partes de nuestra personalidad proporciona la base para edificar la autoestima. Una vez que se reconocen sentimientos de devaluación y se está dispuesto a cambiar, se puede alcanzar una elevada autoestima. Aun y cuando el desarrollo de esta requiere de tiempo y paciencia, el logro de sentimientos de valía personal que se consiguen compensan el esfuerzo. (op. cit.).

Por otro lado, Fitts (1965) opina que algunas veces autoconcepto y autoestima tienen el mismo significado, ya que ambos parten de las evaluaciones que la persona tiene de sí misma, y juegan un papel importante en la determinación de su conducta. (en Bar-On 1985). Sin embargo, en el capítulo anterior ya se señalaron algunas diferencias entre estos conceptos.



Para el adolescente, muchas de las decisiones que debe tomar se basan en la evaluación que hace de sí mismo y en su identidad hipotetizada. La exploración de las fuentes de autoestima de un individuo permite comprender gran parte de la conducta del mismo. (Bar-On, 1985; Horrocks, 1984 y Rosenberg, 1972 en Magaña Compean, 1988).

Cameron (1963) señala que la autoestima cambia con el desarrollo de la personalidad y con los cambios del individuo (matrimonio, experiencias sexuales, edad senil, etc).

Saussure (1971) sugiere que en esencia, la autoestima se establece comparando su representación con la de un self ideal. Como juicio de valor y también como estado afectivo, la autoestima se encuentra fluctuando constantemente, por lo que su regulación constituye un proceso permanente y activo.

Horrocks (1984 y Rosenberg, 1972 citados en Magaña Compean, 1988) consideran que el origen y desarrollo subsecuente de la autoestima surge en gran medida de la interacción entre la personalidad del individuo y sus experiencias sociales. Los factores sociales determinan los autovalores del individuo, y estos influyen sobre la autoestima. La persona entonces se valora a sí misma, tomando como referencia ciertos criterios, derivados de las condiciones históricas particulares de la sociedad y el énfasis del grupo en el cual se desenvuelve.

En situaciones sociales el comportamiento de un individuo se correlaciona, hasta cierto punto, con su nivel de autoestima, por lo que Rosenberg (1982) sugiere que lo que hace la persona es imaginar la apariencia que de él perciben los otros, y siente orgullo o mortificación sobre la base de esos sentimientos asumidos. (en op. cit.).

### **3. DESARROLLO DE LA IDENTIDAD EN LA ADOLESCENCIA.**

La identidad es un fenómeno psicológico complejo. Según Erikson consta de varios elementos interrelacionados. Incluye un sentido de autodirección, fidelidad individual y algunos valores básicos internalizados. Desde niños aprendemos mucho sobre nosotros mismos, sobre nuestra familia, el trabajo, diversión, religión, política, etc y cada uno de estos aspectos distintos de la vida diaria van siendo una parte importante de lo que llegaremos a ser.

La identidad se puede ver como resultado del desarrollo de las experiencias de la infancia temprana, como un resumen de los logros adaptativos, y como una configuración estructural de la personalidad. Pero sobre todo, la identidad se considera que es un proceso dinámico de examen, selección, integración de imágenes del yo, autoimágenes y de ideologías personales. (Baumeister, 1986; Bourne, 1978 citados en Adams y Gullota, 1989).

#### **CARACTERISTICAS FUNDAMENTALES DE LA IDENTIDAD**

- a) La sociedad "reconoce" al individuo y le otorga un lugar a cambio de que él también "reconozca" a la sociedad.
- b) La identidad es un hecho constatable y verificable, sin embargo también tiene una percepción interna y subjetiva que es la forma en la cual el individuo vive su identidad.
- c) Implica una continuidad interna. Si algo preocupa a un individuo su continuidad se interrumpe, es decir se produce una crisis de identidad. Por lo tanto, la identidad no es solo un hecho objetivo y externo; es una realidad que define a la persona que vive en una sociedad, y puede ser alterada por causas internas y/o externas.
- d) La identidad es también algo que se asume y se construye. No se escoge la raza, el sexo o el nombre, debemos asumirlos, y a cada uno le toca organizar su presente para preparar su futuro, elegir su profesión y crearse un estado de vida.
- e) Por último, se puede decir que la identidad es una realidad psicológica, rica y compleja. Implica un reconocimiento mutuo del individuo y de la sociedad. (Lorimier, 1971).

Las transformaciones somáticas y las implicaciones psicoafectivas que suceden al comienzo de la adolescencia perturban la estructura psíquica y afectiva del niño y lo llevan a una verdadera crisis de identidad. Empiezan a cuestionarse sobre su propia individualidad, a descubrir su yo y a tomar conciencia del mundo exterior, como algo diferente al suyo interno. En este período el adolescente trata de descubrir sus valores personales, de interiorizar las reglas morales, de desarrollar su espiritualidad y se sentido estético, buscando compañeros y amigos que lo ayuden a definirse.

El adolescente siente una especie de rechazo de su propia identidad, establecida en el último período de la infancia. Esto se debe tanto a los cambios propios de la pubertad, como al surgimiento de nuevas capacidades que le permiten procesos cognitivos formales, y a las funciones impuestas, así como a las expectativas que exige la sociedad al adolescente.

En medio de esta confusión el adolescente busca la aceptación de sus atributos físicos, el desarrollo de sus capacidades intelectuales, la manifestación de sus cualidades afectivas y emocionales, el reconocimiento social y pertenecer a determinados grupos o comunidades. Este desarrollo del adolescente es un conjunto de diversos desarrollos que se entrecruzan e interaccionan y que tienen un comportamiento dinámico, lleno de tensiones, conflictos y contrastados que van formando los modelos de comportamiento individual y de integración en sí mismo, en los grupos y en la sociedad. (Fernández, 1991).

En la primera fase de la adolescencia el adolescente se siente como un extraño por lo que frecuentemente se centra en sí mismo para descubrir quién es, volviéndose al exterior para encontrar su sitio entre los demás y en el mundo. En esta etapa suele encontrarse melancólico y angustiado, es idealista, divaga, y en ocasiones cae en sublevaciones y descontento consigo mismo y con el mundo. Estas características demuestran que el estado psíquico de los adolescentes entre once y doce años es el de búsqueda de su propio Yo en interacción con otros Yos, ya sean adultos o adolescentes también.

Hacia los trece años se da un proceso de interiorización que conducirá al adolescente al descubrimiento de su propio proceso de construcción individual y a su maduración personal. Este proceso de interiorización provoca una manera nueva de ser y de estar, hace que el adolescente reflexione sobre sí mismo y sobre su entorno, y que manifieste una inusitada fuerza de voluntad, aunque continúan los momentos de tristeza, de cambios de humor y de actitudes contradictorias.

Entre los 13 y 16 años (adolescencia media), el joven comienza a apartarse de su familia, que era el centro de su vida, y comienza el proceso de su identidad. La ruptura con los padres y la falta de superprotección generan en el adolescente sentimientos de inseguridad e inquietud, ponen de manifiesto sus capacidades y limitaciones, lo cual es el preámbulo a la etapa de afirmación de la individualidad del adolescente, en la que serán necesarios cambios de actitud en las manifestaciones de autoridad familiar y modificaciones en la dinámica de su Superyo. (op. cit.).

Los 16 años son el inicio de la tercera fase del desarrollo evolutivo del adolescente. Se caracteriza por un aumento en la confianza en sí mismo que le permita asumir las responsabilidades que está contrayendo. Su estabilidad emocional está más equilibrada, tiene mayor poder de autocontrol, menos actitudes de mal humor e inicia el proceso de integración y de búsqueda de su lugar en el mundo de los adultos.

La tercera fase de la adolescencia comienza entre los 17 y 18 años y no se puede precisar cuando termina, ya que esto implica la adquisición del estado de madurez personal, lo que conlleva un desarrollo pleno, un estado psicoafectivo y emocional equilibrado y

estructuración de un Yo psíquicamente sano. Se caracteriza por la toma de decisiones, por la elección de valores y decisiones profesionales. Es una etapa lenta pero tranquila. (op. cit.).

El mecanismo que permite lograr la propia identidad individual manifiesta que es un proceso que se lleva a cabo mediante la constante interacción entre introyecciones y proyecciones psicofectivas, emocionales y sociales, que están implícitas en las dimensiones biológicas, individuales y sociales del individuo y contienen sus impulsos, necesidades, capacidades adquiridas a lo largo de sus identificaciones anteriores, como la imitación de uno de los padres, la búsqueda de modelos, la admiración de héroes, el desarrollo afectivo, la capacidad de amar, la sinceridad personal, la socialización de la conducta, las amistades profundas y la singularidad individual. La interacción de estas dimensiones contribuyen a que el individuo:

- tome conciencia de sí mismo
- relacione los actos del inconsciente con los del consciente.
- acople el pasado con las vivencias del presente
- refuerce la estructura del Yo y dinamice la acción de este (op. cit.).

#### **Identidad contra confusión de papeles.**

Erik H. Erikson, psicólogo nacido en Alemania y formado profesionalmente en E.U., destaca en su teoría del desarrollo la importancia de los determinantes sociales en la maduración de la personalidad; así mismo, puso énfasis en las fuerzas desarrolladoras del ego, razón por la cual se ha ganado el título de "psicólogo del ego" (Dicaprio, 1989; Cuelli y Reidl, 1977).

Dicho autor divide el ciclo vital en 8 etapas de desarrollo del ego, cinco de las cuales cubren los primeros 20 años de vida aproximadamente, y tres más para abarcar el resto de la vida. Cada una de las etapas es diferente y única, con problemas y necesidades propios. Cada etapa presenta a la persona una tarea principal para que la cumpla y conforme el ego aumenta en importancia en la personalidad, el individuo poco a poco va adquiriendo mayor control de sus circunstancias y de sí mismo. (op. cit.)

Para Erikson, si cada una de las etapas es vivida exitosamente agregará algo al ego. Estos logros del ego los denominó fuerzas del ego, lo que tradicionalmente se llama virtudes, como son: la esperanza, la voluntad, el valor, la determinación, la fidelidad.

Erikson opina que los problemas a los que se enfrenta un individuo se repiten a través de toda la vida. Dichos problemas que considera universales, presentan tres fases: la inmadura, la crítica y la fase de resolución. El problema de autoidentidad en el niño está en la fase inmadura, si lo enfrenta adecuadamente en la fase crítica, estará en fase de resolución para las etapas posteriores. En la adolescencia la búsqueda de identidad se encuentra en la fase crítica debido a diversas condiciones biológicas, psicológicas y sociales que hacen resaltar la necesidad de autodefinición, la llamada crisis de identidad. A este respecto, dicho autor explica el término crisis como una perspectiva de cambio en la vida del individuo, cuando un nuevo problema debe ser enfrentado y dominado, y no como una tensión abrumadora. (op. cit.)

La resolución de los problemas de cada etapa ayuda al desarrollo normal. El fracaso para alcanzar las fuerzas específicas del ego, cuando es crucial hacerlo, provoca que los problemas se acumulen e impidan el intento de solucionar los nuevos problemas de las etapas posteriores.

### **Ideales Heroicos.**

Con la irrupción de la adolescencia el joven se enfrenta a una serie de cambios tanto físicos como psicológicos. Dichos cambios involucran al propio yo, que se ve indefenso y débil ante las nuevas circunstancias que se presentan en esta etapa del desarrollo. Es entonces que el individuo recurre nuevamente a la utilización de los mecanismos de imitación, introyección e identificación para fortalecer su ego, pero en esta ocasión no utilizará como objeto a sus propios padres, sino los puntos de vista y hábitos de otros adultos ajenos a su familia.

Esta búsqueda de ideales del yo fuera de la familia forma parte del crecimiento y ocurre en el desarrollo de todo individuo como un fenómeno natural que no puede ser cambiado. Es por esto que el adolescente toma de otros adultos características, aptitudes y puntos de vista diferentes a los suyos. (Pearson, 1975)

El adolescente pasa mucho tiempo pensando en un adulto, quiere ser como él porque considera que esta persona-héroe hace todo bien, trata conscientemente de imitarla e inconscientemente se identifica con ella. En este periodo de culto a héroes, el adolescente incorpora a su personalidad algunos aspectos del héroe favorito, pero sólo aquellos que serán de provecho para su vida futura.

Pearson (1975) considera que las características que no se incorporan a la personalidad del joven son aquellas que están en oposición con el superego, las cuales son rechazadas de manera definitiva. Sin embargo, esta selectividad permite que la severidad y rigidez del superego se atenúen, dando como resultado la construcción de un ideal yoico, y una mayor flexibilidad de la estructura total de la personalidad. Así mismo, esta búsqueda de ideales egoicos permite al adolescente madurar su ego y fortalecerlo ante las demandas de su superego y la realidad. Si su búsqueda de ideales es satisfactoria, el joven desarrollará confianza en sí mismo, mayor capacidad de adaptación y la habilidad de aplicar lo aprendido en experiencias pasadas a situaciones nuevas. (op. cit)

### **La necesidad de establecer una identidad personal.**

Erikson (1968) es uno de los autores que ha estudiado ampliamente la búsqueda de identidad en la adolescencia, dado que la necesidad de lograrla permitirá al joven expresar su propia individualidad. (Allport, 1977; Pearson, 1975)

La tendencia del adolescente a la rebeldía tiene una relación importante con la búsqueda de la identidad. El joven lucha por la autonomía con respecto a sus padres y otros

adultos. Los muchachos en esta etapa adoptan diferentes maneras de hablar y de peinarse, caminan de un modo particular y andan en busca de un estilo de vestir que les vaya bien.

Como los adultos suelen burlarse de estos ensayos, los adolescentes generalmente practican frente a los compañeros de su edad, especialmente del sexo opuesto. Esto les ayuda a tener confianza en sí mismos y a fortalecer su ego. (op. cit.)

El adolescente suele reflexionar y preguntarse ¿Quién soy yo?, es decir, ¿Quién soy yo en relación con otras personas? Es en este momento que ocurre un relativo abandono de la incorporación de ideales egoicos y se esfuerza por asimilar los objetos incorporados y sintetizarlos dentro de una identidad personal.

Pearson (1975) considera que estas actividades mencionadas anteriormente no son solucionadas del todo por nadie; incluso reconoce que hay conductas adultas que denotan que la persona no ha resuelto nunca sus problemas del ego mediante la incorporación y sintetización de los ideales egoicos.

#### **Los 4 status de identidad.**

Diversos autores han aportado datos que contribuyen a la medición de la identidad del ego. Marcia ha sido uno de los que ha proporcionado una técnica de entrevista a través de la cual se puede evaluar el nivel de identidad de una persona en base a 4 categorías o status. Estas categorías son: difusión, apego a la autoridad, moratoria y logro de identidad. (Papalia, 1990; Adams y Gullotta, 1989). Dicho autor (1966 cit en op. cit.) considera que hay dos variables que contribuyen al logro de la formación de la identidad, y son: crisis y compromiso.

Crisis puede entenderse como el periodo en que la persona busca respuestas, y compromiso se refiere a la conducta de elegir entre alternativas significativas (ocupacionales, políticas, religiosas e ideológicas) que servirán de guía a dicha conducta. (op. cit.).

#### **Características psicológicas de los 4 status de identidad.**

##### **Difusión.**

Para Logan (1978 citado en op. cit.) el adolescente que se encuentra en este nivel intenta mediante diversas defensas psicológicas controlar la ansiedad que le causa una identidad indefinida. La persona evita comprometerse y su comportamiento está orientado a escapar temporalmente de la ansiedad; suele involucrarse en experiencias intensas e inmediatas, con la finalidad de sentirse bien en el momento. Se asocia con diferentes grupos de compañeros y se deja llevar sin rumbo y sin metas, además, busca placeres de manera caprichosa.

Donovan (1975 citado en op. cit.) considera que los adolescentes con identidad difusa presentan sentimientos de inferioridad, alienación y ambivalencia. Así mismo, estudios de Slugosky, Marcia y Koopman (1984 citados en op. cit.) sugieren que los adolescentes en este status son menos maduros que lo esperado en cuanto a desarrollo emocional, cognitivo y desarrollo en general.

#### **Apego a la autoridad.**

Los adolescentes en este nivel generalmente se afilian a valores autoritarios como la obediencia, liderazgo y respeto por la autoridad, persiguiendo un estilo de vida tranquilo, ordenado e industrioso (Marcia, 1966 citado en op. cit.). Las elecciones de estos muchachos han sido determinadas generalmente por sus padres, sin que se haya realizado una elección propia. Adoptan posiciones que no son fáciles de cambiar principalmente por no desagradar a otros. (Delval, 1994)

Matteson (1977), Orlofsky et. al. (1973 citados en Adams y Gullota, 1989) consideran que estos jóvenes suelen mantener relaciones dependientes con personas significativas y denotan fuerte necesidad de aprobación social.

En una investigación realizada por Donovan (1975 citado en op. cit.) se encontró que la vida hogareña de estos adolescentes es amable y afectuosa, sus padres los gratifican y les procuran un estilo de vida cuidadoso, lo que puede estar obstaculizando el crecimiento autónomo de los chicos, por lo que suelen mostrar conductas tales como cautela y dependencia, son conversadores, constructivos pero incapaces de dirigir u ofrecer liderazgo creativo.

#### **Moratoria.**

Un joven en este nivel tiene claro cuales son sus capacidades para conducirse en un ambiente interpersonal demandante, son introspectivos, exploradores y ponen énfasis en sus propios pensamientos, percepciones y metas. (Reid et. al. 1984; Adams et. al. 1985 citados en op. cit.).

A criterio de Donovan (1975) los jóvenes en la etapa de moratoria son altamente activos y sociales, capaces de expresar sus sentimientos de afecto hacia otros y de responder adecuadamente a diversas circunstancias. Papalia (1990) considera que estos jóvenes se encaminan hacia el compromiso y seguramente logran la identidad. Delval (1994) cree sin embargo, que los muchachos se enfrentan a problemas ideológicos y ocupacionales, que tienen la capacidad de cambiar pero no saben hacia dónde ni cómo. Marcia (1980) opina que los jóvenes en esta etapa presentan un sentido estable de autoestima, similar al de los jóvenes en logro de identidad.

### **Logro de identidad.**

El adolescente en este status ha pasado la etapa de toma de decisiones y resuelve con sus propios medios la crisis a que se enfrenta; por consiguiente es capaz de elegir por sí mismo una ocupación, presentando objetivos ideológicos propios. No considera necesario cambiar sus decisiones porque sus elecciones son adecuadas. (Delval, 1994).

Marcia (1986, citado en Adams y Gullota, 1989) opina que los jóvenes con logro de identidad son capaces de superar a otros jóvenes en actividades escolares, presentando niveles más altos de desarrollo del ego. Orlovsky y Frank (1980 citados en op. cit.) sugieren que los adolescentes presentan una armonía entre las necesidades sociales e individuales. A este respecto, el estudio de Adams et. al (1985 citado en op. cit.) demuestra que estos jóvenes no suelen mostrar conformismo ante las presiones de los compañeros, pero llegan a hacerlo cuando se necesita para tener éxito.

Un joven en esta etapa es capaz de establecer compromisos y relaciones positivas con otros, así como reconocer cosas por venir en su futuro. (Rappaport, et. al 1985 citado en op. cit.)

## **LA IDENTIFICACION SEXUAL Y LA FORMACION DE LA IDENTIDAD**

Se ha observado que el desarrollo del rol sexual tiene mucha importancia en el desarrollo de la identidad. El desarrollo del rol sexual se refiere a la internalización de la identificación con los modelos y conductas propios al sexo. La perspectiva tradicional es que los niños internalicen conductas masculinas y las niñas deben internalizar rasgos femeninos.

Parece ser que el desarrollo de un fuerte sentido de identidad está relacionado con la identificación con un padre que sirve como modelo adecuado para la conducta propia del sexo. Mientras que el fracaso en la identidad del rol del sexo puede interferir en la formación de la identidad ocupacional.

Es posible que la relación entre el desarrollo del rol sexual y la formación de la identidad sea más complicada para las muchachas que para los muchachos. Aunque en la infancia las mujeres tienen más libertad que los hombres en actividades características de su sexo, ya que se les permite llevar a cabo labores del otro sexo, en la adolescencia parecen tener menos flexibilidad al resolver su identidad. Por ejemplo, algunas muchachas que han sido excelentes estudiantes pueden volverse menos competitivas para mantener una imagen femenina a los ojos de los jóvenes adolescentes. Afortunadamente, desde hace algunas décadas, los roles tradicionalmente femeninos están en un estado de transición, las mujeres están demandando cada vez más oportunidades de empleo, se están incorporando fuertemente en el terreno político, administrativo, de la comunicación, etc.



En un estudio realizado por Grotevant y Thorbecke en 1980 (citado en Adams y Gullota, 1989) para explorar la motivación de logro y la formación de la identidad vocacional en muchachos y muchachas de secundaria, se encontró que en los varones la identidad vocacional está estrechamente relacionada con la aceptación de tareas desafiantes y la ausencia de miedo por evaluaciones negativas de otros. Para las muchachas estuvo asociada con la disposición a trabajar duro pero evitando la competencia.

Los resultados de diversos estudios reportan que existen diferencias entre hombres y mujeres en cuanto a la formación positiva de la identidad. A los varones que son capaces de dominio y logro se les facilita encontrar el desarrollo de la identidad vocacional.

Las mujeres que tienen una clara identificación del rol sexual con un adulto femenino y significativo y que son capaces de aprender como trabajar fuerte pero evitan la competencia directa, parecen establecer una identidad del ego más funcional. Además un sentido fuerte y estable de la identidad del Yo en la adolescencia puede depender de las relaciones previas padre-hijo, del tipo de identificación que tenga con los padres, así como de su contexto psicológico y ambiente familiar. (op. cit.).

#### **LAS FUNCIONES DE LA IDENTIDAD**

Adams y Gullota (1989) argumentan que existen 5 funciones básicas de la identidad, las cuales dan significado, dirección, metas y compromiso a la vida humana. Dichas funciones son las siguientes:

- 1.- ayuda a comprender quiénes somos
- 2.- proporciona significado y dirección para la construcción de la realidad
- 3.- brinda un sentido de control personal o libre voluntad
- 4.- facilita la integración entre valores, creencias o compromisos y finalmente
- 5.- ayuda a la persona a comprender su potencial, brindando un sentido personal de metas futuras.

## CAPITULO III

### 1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA.

#### ¿Qué es la comunicación?

Comunicación es el proceso mediante el cual se transmiten significados de una persona a otra. Para los seres humanos este proceso es fundamental y vital. Fundamental porque permite al hombre transmitir sus intenciones, deseos, sentimientos, saber y experiencia de una persona a otra y es vital porque la comunicación con los otros aumenta las oportunidades individuales para sobrevivir. (Wright, 1993).

Mediante la comunicación se organiza la interacción adecuada entre los hombres durante sus actividades cotidianas; se lleva a cabo la transmisión de experiencia, de hábitos laborales y la aparición y satisfacción de las necesidades espirituales. En el proceso de comunicación entre los hombres que pertenecen a una misma clase, se manifiestan la similitud de sus intereses e ideas, creándose una ideología. (Predvechni, et. Al. 1985)

El acelerado aumento en la cantidad y complejidad de información que la humanidad está elaborando -científica, política, estética, emocional- han llevado al análisis científico sociológico, psico-social y psicolingüístico de la comunicación, el cual es abarcado desde diversas perspectivas según la ciencia que lo estudia.

Para el presente trabajo se revisarán de manera general algunos aspectos que intervienen en el proceso de comunicación para poder comprender que ésta se da en diversos niveles, entre los que se encuentra la comunicación de masas, cuyo proceso consiste en la difusión sistemática y organizada de comunicaciones preparadas de forma especial para un auditorio disperso, empleando medios técnicos para emitir la información. (op. cit.). Así mismo se hará un pequeño análisis del proceso y las consecuencias de dicha comunicación masiva.

Vivimos e interactuamos continuamente mediante procesos de comunicación complejos y diversos que se implican e influyen unos a otros y que están determinados por distintos factores sociales.

Aunque la sofisticación y afluencia de los productos técnicos de nuestros días aumentan las posibilidades de comunicación, el proceso como tal existe desde los orígenes de la humanidad. Sin embargo, es hasta la década de los cuarenta que se empieza a analizar dicho fenómeno

El interés por el estudio de los medios, de sus características productivas y técnicas, de su influencia e impacto, llevaron al análisis de tres procesos que subyacen en ellos: información, persuasión y comunicación. (Croví, 1990)

El proceso informativo se da a nivel de transmisor, es de una sola vía y permite que un emisor envíe un mensaje a un receptor. Se trata de un proceso vertical y autoritario donde lo importante son los contenidos, es decir, dar a conocer un mensaje sin esperar ni buscar respuesta. (op. cit.)

La persuasión pone énfasis en los efectos. En este proceso el emisor manda un mensaje al receptor, quien puede retroalimentarlo enviando una respuesta al emisor, aunque no se trata de una comunicación participativa, también es un modelo autoritario y unidireccional ya que como el anterior, parten de metas y contenidos impuestos por el emisor, y ven al receptor solo como un almacenedor y repetidor del mensaje o estímulos enviados. (op. cit.)

Apelar a los sentimientos del interlocutor tiene influencia en los resultados de la persuasión. Los argumentos que contienen una referencia de este tipo tienen la finalidad de estimular las emociones y voluntad de los oyentes. Tal argumentación agudiza los sentimientos morales del deber, del orgullo, de la dignidad, los cuales favorecen la persuasión. Para lograr los mismos fines también se utiliza la ironía, el sarcasmo, recurrir a los sentimientos de lástima y compasión, a la modestia y al deseo del individuo de estar con la mayoría. (Predvečni, et. al. 1985)

Comunicación es "el proceso de interacción simbólica, o sea de producción y recepción de complejos efectos de sentido, que supone la utilización de un código común entre los interlocutores" (Crovi, 1990 p.11) donde la ideología y cultura de emisor y receptor determina la forma en que se comunican.

Quienes participan en dicho intercambio simbólico son un emisor, iniciador del proceso, y un receptor. Diferenciando la pasividad que conlleva el concepto de receptor, se le denomina "perceptor" que puede escoger entre los diversos estímulos que se le presentan cotidianamente. El perceptor selecciona mediante los órganos sensoriales y lo hace con base en sus experiencias pasadas, necesidades y deseos actuales. Por lo que su actitud perceptual responde a sí mismo y al grupo social al que pertenece, con quien comparte sus códigos y significaciones que le permiten codificar y decodificar los mensajes que recibe y emite. Por tal motivo "la comunicación es una práctica social condicionada por la sociedad en donde se lleva a cabo y su historia". (op. cit. p.11)

Información, persuasión y comunicación son procesos que se llevan a cabo en distintos niveles, que pueden ser: intrapersonal, interpersonal, intermedio, social y masivo. (op. cit.)

En el nivel intrapersonal el sujeto realiza un intercambio simbólico consigo mismo. Impulsa el proceso de codificación y decodificación de lo que se expresa a sí mismo y a los demás, o sea, es el pensamiento y la estructura de su discurso, donde intervienen los procesos perceptuales y cognoscitivos. (op. cit. y Predvečni, et. al., 1985)

Codificar significa "manipular los signos que componen un código de manera tal que pueda ser transmitido y decodificado, o sea, descifrado por el receptor y perceptor a quien va dirigido". (Crovi, 1990 p. 104)

El nivel interpersonal o grupal es cuando la interacción se da cara a cara en un grupo donde los interlocutores se conocen y realizan directamente su intercambio simbólico. Por ejemplo, el vínculo padres-hijos, maestros-alumnos, alumnos-alumnos, etc. (op. cit.)

En este intercambio simbólico la interacción se efectúa en forma privada, en condiciones restrictivas y con contenido especializado. Generalmente se da a nivel institucional u organizacional, como una institución escolar, social o deportiva, una empresa con sus clientes, etc. en donde existe un grupo de perceptores o receptores homogéneo, conocido e identificado, con el cual se interactúa según el propósito que se busca. (op. cit.)

Por último está el nivel colectivo, social o masivo, que generalmente pertenece al ámbito de la información o la persuasión. En esta interacción intervienen los medios masivos de comunicación (radio, T.V., prensa, etc.) los cuales emiten mensajes para un público heterogéneo, disperso y no identificado, donde prácticamente no hay posibilidad de respuesta debido al carácter unidireccional y vertical de los mensajes. (op. cit.) y de los cuales se hablará más adelante.

En el proceso de interacción el ser humano recurre a distintas formas de expresión para comunicar sus ideas, afectos, conocimientos, etc. Uno de los sistemas más importantes lo constituye el lingüístico, sin embargo, se ha estudiado el papel que desempeñan los códigos no verbales que acompañan o sustituyen al lenguaje hablado. (Salazar, et. al 1979)

Tanto a nivel intrapersonal, interpersonal y grupal existe la comunicación no verbal. Algunas funciones de ésta son las siguientes: comunicar actitudes y emociones, apoyar a la comunicación verbal y reemplazar al lenguaje en determinadas situaciones de interacción. (Argyle, 1973 en op. cit.)

Duncan (1969 en op. cit.) menciona además la proximica, es decir, el uso del espacio personal y social, el olfato y la sensibilidad de la piel al tacto y la temperatura, así como el uso de artefactos como vestidos y cosméticos.

#### **¿Qué es la comunicación de masas?**

La expresión "comunicación de masas" se relaciona con el concepto de televisión, radio, cinematógrafo, prensa (escrita y gráfica) etc., sin embargo no deben confundirse esos instrumentos técnicos con el proceso con el que están relacionados, ya que no son los elementos técnicos de los sistemas modernos de comunicación los que se distinguen como medios masivos, sino que la comunicación tenga ciertas características que la hagan ser una comunicación de masas. Estas características son:

#### **Naturaleza del auditorio.**

Los medios masivos de comunicación (mencionados anteriormente) dirigen su mensaje a un auditorio relativamente grande, heterogéneo y anónimo. De tal modo que los mensajes enviados a personas específicas no son considerados comunicación de masas, como los enviados por medio de cartas, telegramas, teléfono, etc. a pesar de tener un papel muy importante en la red de comunicaciones de toda sociedad.

## **Naturaleza de la experiencia de comunicación.**

Otra característica de la comunicación de masas es la de ser pública, rápida y transitoria. Es decir, el mensaje no va dirigido a nadie en especial, su contenido está abierto a la opinión pública. Es rápida porque los mensajes están dirigidos a grandes auditorios en un tiempo relativamente corto, y es transitoria ya que en general la producción de los medios masivos es vista como perecedera.

El hecho de que la comunicación masiva sea pública la hace susceptible de censura y de control a través de la legislación, la opinión pública y otros mecanismos sociales. La capacidad de llegar a grandes auditorios en pequeños espacios de tiempo le dan un gran poder de impacto social y la transitoriedad le da impacto al contenido del mensaje.

## **Naturaleza del comunicador.**

La comunicación de masas es comunicación organizada, ya que se lleva a cabo a través de una compleja organización y de una gran división del trabajo, lo que a su vez implica muchos gastos. (op. cit.).

## **OBJETIVOS Y FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS.**

Charles Wright (citado en Marafioti, 1993) quien tomó ideas del sociólogo Robert K. Merton y de Harold Lasswell, especialista en ciencias políticas, postuló que las principales funciones de la comunicación de masas en la sociedad son: supervisar el medio ambiente, la cohesión social, transmitir la herencia cultural de una generación a la siguiente y el entretenimiento.

La primera se refiere a la facultad de recopilar, mantener y distribuir información referente a los sucesos del ambiente en una sociedad a modo de protección ante peligros hipotéticos que pudieran darse. La cohesión social consigue las premisas necesarias para obtener consenso y velocidad en la respuesta ante elementos ajenos que pongan en peligro la estabilidad de la comunidad. La transmisión de la herencia cultural es fundamental para que se dé el pasaje de hábitos, usos y costumbres de una generación a otra.

Se puede ver que en los diferentes medios de comunicación la información entre uno y otro no es igual. Una noticia en la T.V. puede aportar diferente cantidad de información a la proporcionada en otros medios (radio, prensa).

Los medios transmiten la información ya procesada, sin la posibilidad de que el auditorio participe y haga un juicio crítico por sí mismo, ya que suele presentarse solo una imagen parcial del hecho real.

Por otra parte, R.K. Merton y Paul Lazarsfeld (citados en op. cit.) proponen otras tres funciones para los medios masivos: la función conferidora de status, la imposición de normas sociales y la disfunción narcotizante.

La primera función se refiere a que los medios otorgan status a acontecimientos públicos, personas, organizaciones y movimientos sociales (esta reputación social se eleva cuando se logra atención favorable en los medios masivos de comunicación). Es decir, un mensaje difundido a través de los medios adquiere, por ese hecho, credibilidad, prestigio, etc.

La segunda función señala que los medios están en condiciones de proponer una moralidad única, no dual, suscitando una reafirmación pública de algunas conductas y la aplicación de la norma.

Se considera en este sentido que los medios de comunicación masiva, desde hace algunas décadas incluyen en sus mensajes elementos cada vez más eróticos, que promueven el despertar en la sexualidad a edades muy tempranas, en la que no hay una preparación para afrontarla moral y psicológicamente. Por ejemplo, en muchos anuncios publicitarios los modelos salen en muy poca ropa y en posiciones muy sugestivas.

La disfunción narcotizante alude al hecho de que las crecientes dosis de comunicación masiva parecen estar convirtiendo las energías de los hombres "de participación activa en saber pasivo", ya que algunas personas confunden el hecho de estar bien informados con el de actuar en la sociedad.

Por tal motivo los medios son un freno para la acción y la participación real de los ciudadanos. Esta disfunción se da tanto por la amplitud o cantidad de información brindada como por los contenidos transmitidos por los medios en la sociedad moderna.

Cuando se dio el conflicto guerrillero en Chiapas, México, con el denominado Ejército Zapatista de Liberación Nacional los medios de comunicación nacionales se encargaron de difundir la noticia haciendo creer al auditorio que el gobierno tenía la situación bajo control y si bien hubo algunos enfrentamientos, éstos se habían dado en grupos minoritarios, cuyo propósito era "armar revuelta", mientras que en otros medios informativos (multivisión, cablevisión) se comunicaba que las luchas entre la guerrilla y el ejército nacional eran más serias.

McQuail et al. (1972, citados en MacQuail, 1993) proporcionan cuatro puntos principales a través de los cuales explican las funciones de los medios de comunicación.

**1. Información.** Los medios de comunicación permiten a la persona buscar acontecimientos en el entorno inmediato, en la sociedad y en el mundo, así mismo le brindan información que le permite aprender, autoeducarse, logrando con esto una sensación de seguridad a través del conocimiento, en donde la persona satisface su curiosidad y su interés general.

**2. Identidad Personal.** El individuo logra reforzar sus valores personales, busca también modelos de comportamiento para identificarse con otros individuos apreciados como modelos, por otra parte, obtiene intuiciones acerca de sí mismo. Se considera que los modelos que presentan los medios aportan una imagen muy fantasiosa e incluso los valores morales los minimizan o distorsionan. Por ejemplo, la infidelidad se ha manejado en las telenovelas como algo normal y cotidiano.

**3. Interacción social e integración.** A través de los medios de comunicación la persona obtiene intuiciones de las circunstancias de otras personas, desarrollando empatía social. Si logra identificarse con otros alcanzará un sentido de pertenencia. Así mismo, le permiten obtener un sustituto de la compañía real y le ayudan a representar roles sociales que le procuren una mejor relación con la familia, amigos y la sociedad.

**4. Entretenimiento.** Los medios de comunicación permiten al individuo la evasión y distracción de los problemas, descarga emocional, relajamiento, así como goce cultural o estético intrínseco, le ayudan a pasar el tiempo y a obtener cierta excitación sexual.

Si bien los medios cumplen con ésta función, la forma en que lo hacen es trivial y superflua cargada de elementos cada vez más sexuales y faltos de moral. Cabe aclarar que no es que asuste tanto éste hecho, lo grave es que el exceso en que se ha caído desvirtualiza al ser humano.

Los medios de comunicación masiva suministran en uno y otro momento los elementos antes mencionados, siendo difícil considerarlos como enunciados de motivación o de objetivo conscientes. En consecuencia, todos ellos contribuyen a la comprensión del papel que estos desempeñan en la relación de la gente con su sociedad.

Wright (1960; 1974 citado en McQuail, 1993) hace especulaciones referentes a la función latente o no reconocida de los medios de comunicación masiva.

Con esto quiere decir que a nivel de la sociedad se puede cambiar u ocultar la verdadera naturaleza del objetivo de los medios. Por ejemplo, el objetivo informativo puede conducir a un efecto "desinformador" intencional o no intencional por medio de una selección desviada o de una representación errónea de la información, así mismo, el apoyo a la continuidad cultural puede implicar la supresión de formas nuevas de cultura que se aparten de la norma.

## **2. INFLUENCIA QUE TIENEN LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LA SOCIEDAD.**

Lazarsfeld y Merton (citados en Moragas, 1979) detectaron cuatro fuentes de preocupación acerca de la influencia de los medios de comunicación masiva:

1. La alarma. Proviene de la capacidad que éstos medios tienen de ser omnipresentes.
2. Ciertos intereses económicos se utilizan para asegurarse y reducir la crítica individual y social, debilitando el pensamiento independiente.
3. El deterioro del gusto estético y la cultura popular que producen.
4. La anulación de las ventajas sociales logradas hasta el momento.

Mucha gente piensa que los medios de comunicación masiva son un poderoso instrumento que puede ser utilizado para bien o para mal y que de no haber controles adecuados es posible que se corrompan.

Otra causa de preocupación con respecto al papel social de los medios tiene que ver con los tipos variables de control social que ejercen diversos grupos de poder. Estos han adoptado técnicas para públicos amplios a través de la propaganda, en vez de utilizar medios de control más directos. El poder económico ha reducido la explotación directa y ha cambiado a un tipo más sutil de explotación psicológica, que en gran parte se ha logrado mediante la diseminación de propaganda a través de los medios de comunicación masiva (op. cit.).

Es difícil precisar cuál es el papel que desempeñan los medios de comunicación masiva y qué implicaciones tienen en nuestra sociedad. Solo se pueden hacer algunas especulaciones.

Los medios de comunicación masiva llegan a audiencias enormes. Millones de personas ven la T.V. a diario, van al cine, escuchan la radio o leen periódicos y revistas. Sin embargo, las cifras de suministro y consumo no registran los efectos de los medios masivos, sólo señalan lo que la gente hace, no el impacto social y psicológico de estos. Conocer cuántas horas tiene la gente la radio encendida no da indicación alguna del efecto que tiene sobre quienes la oyen. El conocimiento de los datos de consumo en relación a los medios de comunicación masiva no es demostración de su efecto neto sobre conducta, actitud y perspectiva.

Por otra parte, los efectos sociales de los medios de comunicación masiva variarán al cambiar el sistema de propiedad o pertenencia y de control.

Por ejemplo, en Inglaterra la radio está completamente controlada y operada por el gobierno, mientras que en Estados Unidos, los medios de comunicación, salvo las películas y los libros, están financiados por los anunciantes y en general, quien paga es también quien escoge lo que ha de producir.

Ya que los medios de comunicación masiva están sustentados por grandes empresas de negocios enclavados en el sistema social y económico actual, estos medios contribuyen al mantenimiento de este sistema. La influencia que tienen sobre sus audiencias se revela no tanto en lo que se dice, sino en lo que no se dice, ya que los medios fomentan el que no se hagan preguntas esenciales sobre la estructura de la sociedad. Por lo tanto llevan hacia el conformismo e impiden el desarrollo de una visión crítica. (op. cit.).

Los medios de comunicación masiva comerciales, es decir, las industrias de publicidad y de relaciones públicas, "adoctrinan y controlan la cultura y por medio de ésta las estructuras perceptuales de la población en general" (Bryan, 1992 p. 146).

Según Bryan (1992) hasta en el anuncio publicitario más sencillo hay propaganda política, cultural y económica, que es más poderosa por sus implicaciones que por sus afirmaciones.

De Fleur y Ball (1987) consideran que la mayor parte de las investigaciones hechas con respecto al efecto de los medios concluyen que éstos poseen escasa influencia directa sobre las personas, o sólo un poder limitado en circunstancias restringidas. Otros autores como



Cooley, Lerner o Innis (citados en op. cit.) sin embargo, admiten que con la llegada de nuevos medios de comunicación a una sociedad, suelen producirse diferencias en las vidas de las personas y en el proceso social.

Se puede decir entonces que la interdependencia de los medios de comunicación y los sistemas sociales, económicos y políticos de una gran ciudad se da de manera natural, ya que uno y otro, medios y sistemas, no funcionarían eficientemente si no pudieran utilizar los recursos del otro.

A este respecto, las relaciones interdependientes de los medios con los otros sistemas sociales van a determinar el tipo de interacción del individuo con respecto a los medios mismos, sin olvidar el efecto de las características individuales y sociales de la persona.

De Fleur y Ball (op. cit.) proponen entonces que la relación tripartita, público-medios-sociedad, determina muchos de los efectos que los medios ejercen sobre las personas y la sociedad misma. En este sentido, es notorio como el monopolio televisivo (Televisa) estrechamente ligado al poder político manipula la información para salvaguardar los intereses de éste.

El grado en que los integrantes del público dependen de la información de los medios es una variable que ayuda a comprender cuándo y por qué los mensajes de estos alteran sus creencias, sentimientos o sus conductas.

Toda persona necesita satisfacer sus objetivos de información mediante el sistema de los medios de comunicación, ya sea para conocer el mundo en que vive, conducirse eficientemente en ese mundo o para olvidarse de problemas cotidianos y tensiones, consecuentemente, entre mayor sea esa necesidad, mayor será la dependencia hacia dichos medios.

De Fleur y Ball (1987) sugieren 2 hipótesis con relación a la dependencia del individuo con respecto a los medios y son:

1. Cuanto mayor sea la cantidad y centralismo de los servicios específicos de información que aporte un medio, mayor será la dependencia que el auditorio tendrá de ese medio y
2. Periodos de conflicto y cambio social llevan a la búsqueda de rápidas adaptaciones sociales que reduzcan dicho conflicto y promuevan una estabilidad. Durante dichos periodos la gente desarrolla dependencia hacia los recursos de información de los medios. En sociedades con sistemas desarrollados de medios, la dependencia del público hacia la información aumentará a medida que aumenta la inestabilidad estructural.

Por otra parte, es a partir de los años 50's que se destaca el interés de los psicólogos por el estudio de lo que los filmes y los programas televisivos ofrecen al espectador. Al psicólogo se le presentaban dos problemas, a los cuales debía dar respuesta:

1. Problemas afectivos. El espectador tiene constatada participación en las vicisitudes filmicas, ya que el film o los programas televisivos desencadenan su participación afectiva y
2. Problemas perceptivos. Refiriéndose a la ilusión de realidad de la imagen filmica, así como a la comprensión del espacio y del tiempo cinematográfico, entre otros.

La tarea del psicólogo era entonces revelar de algún modo los efectos del film o los programas televisivos sobre los espectadores.

Resumiendo, los principales problemas objeto de la investigación psicológica fueron: percepción y comprensión del film, participación, identificación y proyección y los efectos del film.

Ya en la década de 1960, ocurre un cambio de perspectiva en los estudios que se referían no sólo al film, sino también a todos los fenómenos comunicativos.

Cabe destacar que la intervención del psicólogo en el estudio del cine y demás comunicaciones de masas implica a casi todas las corrientes actuales de la psicología.

Tarroni et al. (1978) consideran entonces, que el planteamiento de los problemas anteriores llevó a los investigadores a la verificación de los efectos hipotéticos de los medios de comunicación masiva, como son: evasión de la realidad, pasividad, arcaísmo y pensamiento prelógico, irracionalidad, y sobre todo agresividad, que desencadena el comportamiento delictivo.

Los investigadores mostraban interés particular por los efectos que los medios tiene sobre el público infantil y juvenil, ya que las estructuras todavía inestables de su personalidad en formación son susceptibles de modificaciones y deformaciones a consecuencia de la exposición a determinados mensajes. (op. cit.).

## **LOS EFECTOS DE LOS MEDIOS.**

### **Efectos cognitivos.**

Estos, van a entenderse a partir de sentimientos de ambigüedad en las personas, y a sus actitudes, creencias y valores. La ambigüedad puede producirse cuando una persona carece de la información suficiente para la comprensión de un suceso o porque carezca de la información adecuada para determinar cuál es la interpretación correcta de un hecho de entre varias interpretaciones posibles. Aquí el papel de los medios es determinante, dado que puede crear la ambigüedad, y éstos, al controlar qué información es o no transmitida y la forma como se presenta, limita las interpretaciones que pueda formular el público.

Los medios abusan del control que tienen para informar, sobre todo en las poblaciones con un nivel educativo bajo donde se hace más necesario que sean los mismos medios quienes resuelvan la ambigüedad. (De Fleur y Ball, 1987).

### **Formación de actitud.**

Otro efecto cognitivo particularmente común cuando el público se apoya en la información de los medios, es la formación de actitud. A lo largo de la historia diversas actitudes han sido iniciadas por los medios, por ejemplo: los límites de velocidad, problemas ambientales, corrupción política, cultos religiosos, etc.

Figuras políticas, personalidades deportivas, objetos físicos se convierten en foco de una formación de actitudes, dado que la gente elabora sentimientos hacia todo ello, a medida que se enfrenta a ese flujo de información. Sin embargo, los procesos psicológicos y sociales desempeñan el papel más importante para determinar el contenido y la intensidad de las actitudes formadas, resaltando que los medios no son los únicos que influyen en la formación de las actitudes.

### **Fijación de agenda cognitiva.**

Los medios transmiten información sobre una amplia gama de temas, para los cuales la gente no tiene tiempo ni interés para formarse actitudes y creencias sobre todas las cosas. El efecto de fijación de agenda se produce entonces debido a la necesidad de seleccionar información en los medios con base en problemas y necesidades propios, así como a características de personalidad. Sin embargo, en la sociedad existen estratos de personas con la suficiente uniformidad de circunstancias sociales que los hacen compartir muchos problemas e intereses en mayor o menor grado, independientemente de las diferencias individuales. (op. cit.)

### **Ampliación.**

Este término se refiere a que los medios proporcionan información suficiente para que la gente amplíe sus sistemas de creencias y su conocimiento, ya que aprende en los medios sobre otras personas, lugares y cosas. (Cooley, 1990, citado en op. cit.). Altman y Taylor (1973, citados en op. cit.) opinan que la dimensión de "anchura" puede aplicarse a la estructura de creencias de una persona, ya que las creencias son organizadas en categorías, por lo que el sistema de creencias se amplía ante la información de los medios.

### **Valores.**

Otro efecto cognitivo a considerar es el impacto de los medios sobre los valores. Los valores son creencias básicas de las personas acerca de estados deseables de la existencia (libertad, igualdad, etc.) o modos preferidos de conducta (capacidad, modestia, tolerancia, etc.). Los medios por sí solos no alteran los valores de una persona. Sin embargo, desempeñan un papel importante para una clarificación de valores mediante informaciones que precipitan un conflicto de estos entre los integrantes del público.

La información transmitida por los medios plantea y clarifica los conflictos sociales, ejerciendo indirectamente un impacto sobre el público, dado que los integrantes de este son quienes deben realizar sus propias posiciones en cuanto a los valores. (op. cit.).

Ya que la identidad del adolescente está en una etapa de formación, se considera que los jóvenes necesitan una orientación que les permita hacer un juicio crítico de los mensajes que les envían los medios y así puedan ser más selectivos, puesto que es preocupante que el

exceso de mensajes en donde los valores y la moral se encuentran minimizados pueda provocar en ellos consecuencias negativas.

#### **Efectos afectivos.**

Los procesos afectivos implican varias categorías de sentimientos y de emociones incluyendo amor, odio, temor, gusto, etc. Se ha investigado poco respecto al efecto que los mensajes de los medios causan en los sentimientos del público y sobre sus respuestas emocionales. Sin embargo, se han reunido algunas aportaciones:

#### **Desensibilización.**

Se tiene la hipótesis de que la exposición frecuente a escenas de contenido violento llega a producir un efecto de "atardimiento" o desensibilización. Dicho efecto puede provocar insensibilidad o desinterés por ayudar a otros cuando se presencien incidentes violentos en la vida real.

#### **Miedo y ansiedad.**

Algunas personas pueden llegar a experimentar miedo o ansiedad ante la idea de vivir en una gran ciudad, o incluso viajar hacia ella, debido a la exposición frecuente a noticias o dramas de ficción en donde se presenten escenas violentas, incluso pueden verse emocionalmente impulsadas a responder de manera violenta, ante las acciones ajenas.

#### **Efectos sobre la conducta.**

Los cambios en la actitud, en creencias o en estados afectivos interesan en tanto influyen sobre la acción manifiesta.

La activación o desactivación de la conducta son uno de los efectos que los mensajes de los medios pueden llegar a suscitar en el individuo.

#### **Activación.**

Este término alude a casos en que los integrantes del público hacen algo -a consecuencia de mensajes de los medios- que de otra forma no habrían hecho. Es importante resaltar que la activación es el resultado final de los efectos cognitivos o afectivos (op. cit.).

La investigación de Stein y Friedrich (1971, citados en op. cit.) mostró que tanto la cooperación como la agresión pueden ser activadas dependiendo la naturaleza del mensaje televisivo recibido.

#### **Desactivación.**

Este término hace referencia a lo que la gente haría normalmente pero no hace a consecuencia de los mensajes de los medios. De Fleur y Ball (1987) citan como ejemplo dos conductas que pueden ser excesivamente activas o desactivadas por los mensajes de los medios: el consumo y el voto, de acuerdo a la situación social que impera en un país. Como sucedió, por ejemplo, con las campañas publicitarias tanto para que la gente tramitara su credencial de elector como para que realizara sus pagos ante la secretaria de hacienda. O como en el caso de algunas caricaturas (Tortugas ninja, Caballeros del zodiaco, Looney Tones, etc.) que promueven la agresividad en los niños.

### 3. EFECTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA EN EL AUTOCONCEPTO DEL ADOLESCENTE.

La socialización del individuo inicia en el seno de la familia, quien le proporciona los instrumentos para conducirse eficazmente en situaciones sociales más complejas. Hasta hace algunas décadas la escuela primaria constituía la segunda situación socializadora, era el segundo ambiente social en donde el niño aprendía los elementos indispensables para seguir su camino hacia la edad adulta.

Sin embargo, desde hace casi 40 años a la fecha los medios de comunicación masiva, sobre todo la televisión han tomado el lugar principal para que el nuevo miembro de la sociedad contemple el mundo entero (el mundo concebido por la clase dominante, era el propio hogar. Después, la escuela cumple el papel formal de educar al niño y posteriormente al joven, para que formen parte de la sociedad de manera aceptable. (Hernández, 1974).

A pesar de que la influencia de los medios de comunicación masiva (prensa, cine, radio y televisión) depende idealmente del libre albedrío del individuo, la existencia de éste se encuentra influenciada debido a la omnipresencia de los medios. Su alcance masivo es sorprendente y gracias a ellos se puede decir que ya no hay fronteras. En pocos segundos podemos saber lo que pasa en cualquier parte del mundo.

A continuación se presentará una breve explicación de la influencia que ejercen los principales medios de comunicación.

#### PRESA.

La prensa tiene una influencia particular en sus lectores que no poseen los demás medios debido probablemente a que la información que publica tiene cierto sello de personalidad que contribuye, además de lograr más efecto en la opinión de la gente, a integrar determinados mercados de consumo acordes con la ideología sustentada en sus páginas. Es decir, que hay una influencia recíproca entre la forma de pensar de una comunidad y la tendencia de las ideas que publica determinado diario; por ejemplo, si la prensa de un país es izquierdista, la opinión pública, seguramente se inclinará en el mismo sentido.

Sin embargo, puede decirse que los medios escritos permiten el aprendizaje a través de un efecto más intelectual. Requieren de mayor reflexión que los medios audiovisuales y la habilidad para detenerse en el tiempo y dar marcha atrás. En los medios impresos las palabras son precisas y suscitan significados muy claros en el lector, pues se trata de una actividad básicamente racional (el lenguaje escrito, al igual que el oral, implica el ordenamiento del caos, de la realidad). (Afyre, 1963 en Torreblanca, 1986 p. 19).

Es decir, que el lenguaje escrito comprende un proceso de abstracción y puede tener sólo una interpretación, lo que significa un mayor esfuerzo para los receptores de los mensajes. Este hecho hace que los textos escritos sean superiores cuando se trata de lograr precisión en la transmisión de mensajes. (Torreblanca, 1996).

Un buen texto de divulgación escrita debe proporcionar, según Torreblanca (1996), la siguiente información: contextualización, elementos de valoración, veracidad, y adecuación y manejo del lenguaje. De los cuales, la contextualización es primordial, ya que debe existir un contexto comprensible o marco de referencia para cualquier mensaje específico que se quiera transmitir.

Por otra parte, hay que señalar que la lectura del material impreso no permite realizar otra actividad al mismo tiempo, pero el lector puede elegir la velocidad, la extensión y las ocasiones de exposición, repitiéndola cuantas veces quiera, y seleccionar también el ambiente o escenario en el que se lleva a cabo dicha lectura. (op. cit.)

Según algunas investigaciones se ha detectado que el público acostumbrado a leer es aquel que posee un nivel de escolaridad más alto que el promedio, y que dispone de un ingreso económico que le permite adquirir libros, revistas y periódicos.

En un estudio hecho por la psicóloga Georgina Ortiz, en el que aplicó una encuesta a estudiantes de secundaria (de escenas oficiales y particulares) acerca de la ciencia y los científicos, los resultados indicaron que los medios a través de los cuales los adolescentes reciben información sobre ciencia son la televisión principalmente, después los libros, las revistas, el cine y, por último, la radio. De los medios impresos, los estudiantes señalaron las colecciones de Time-Life, National Geographic, la revista Selecciones y también las historietas. Con lo cual se puede ver que prefieren leer los mensajes que vienen en las revistas que en el periódico. (op. cit.)

## CINE.

El cine es uno de los instrumentos más potentes que se haya inventado para la diseminación y la comprensión mutua entre los pueblos. No es solamente un medio de diversión, las imágenes que presenta reproducen la realidad tal cual es, por lo que pueden generar en el espectador diferentes interpretaciones. Por esta razón, el espectador realiza una comprensión esencialmente afectiva acerca de lo que ve, interviniendo la comprensión racional en segundo término. Así, el cine permite la posibilidad de aprender algo por medio de una cierta repercusión afectiva (aunque no es la única característica). (Afyre, 1963 en Torreblanca, 1986).

El cine puede ser utilizado para deformar la realidad con el fin de manipular a las personas, pero no hay que olvidar que usándolo adecuadamente el material también puede promover el aprendizaje. (op. cit.)

Sin embargo, la capacidad que tiene el cine comercial para manipular las ideas, opiniones y emociones de grandes públicos, ha hecho que la gente dependa cada vez más de este medio de comunicación para formar su opinión en forma pasiva.

De esta forma se puede ver como los mensajes subliminales que se transmiten durante una película pueden lograr que un espectador salga de la sala a comprar un producto que se le proyectó sin saber por qué lo hace. También existe la tendencia a imitar algún estilo de alguna película de éxito. Así tenemos ejemplos como "Rebelde sin causa" que cambió casi completamente a una generación. (Ascencio, 1972).

Los jóvenes son más impresionables, la idea del bien y del mal se inscribe en ellos con facilidad, la poesía y el romanticismo tienen un gran poder hipnótico. El cálido ambiente del cine aunado a las imágenes eróticas que aparecen en la pantalla inicia prematuramente al adolescente a una sexualidad de adulto cuando su organismo es incapaz de llevar una vida sexual equilibrada.

El cine en sus inicios respondía a una necesidad de adelanto técnico, ayudaba a la liberación de las emociones y era como una ventana al alma y al espíritu, pero desgraciadamente el comercio hizo cambiar al cine, que al lado de sus cualidades culturales tiene virtudes menos honorables y puede llegar a ser un medio de seducción colectivo, de embrutecimiento de propaganda. Por lo que es necesario enseñar a los jóvenes a separar los valores humanos de la pacotilla comercial. (Ascencio, 1972).

Zazzo (1951 en Torreblanca, 1986) opina que el cine, al igual que otros medios, modifican el mundo material del ser humano, así como su inteligencia, es decir, que no solo transforman los hábitos de vida, sino también los modos de operar del pensamiento, por ejemplo, las habilidades de espacio y de tiempo, son diferentes a las que prevalecían antes del cine, el teléfono y la radio.

Bandura y Walters (1963 en op. cit.) por su parte, reconocen el papel del cine dentro del aprendizaje de individuo, el cual se base en tres características: del ser humano, y son: su capacidad de aprender por observación, su capacidad cognoscitiva para representar simbólicamente influencias externas que después utiliza para guiar su acción, y su capacidad de crear influencias autorreguladoras.

### **Efectos Psicológicos que el cine y las películas generan en el espectador.**

La relación cine-espectador es muy compleja. Dentro del enfoque psicológico se pueden encontrar tres niveles de análisis: el emocional, el cognitivo y el conductual; además del ideológico, ligado al aspecto cognoscitivo.

En términos generales, el estudio de los efectos del cine, y de los otros medios, parten del ya clásico modelo de comunicación Emisor-Mensaje-Receptor. Con base en dicho modelo diversos investigadores han planteado que hay otros elementos adyacentes que dan forma a este proceso de comunicación ( Torreblanca, 1986).

#### **Efectos Emocionales.**

El impacto afectivo de una película es el primero en aparecer en el espectador. Aún antes de poder entender el mensaje el sujeto ya tiene una reacción de agrado o desagrado ante lo que está percibiendo.

El efecto emocional tiene que ver, de manera directa, con la personalidad del espectador, es decir, que entran en juego tanto el carácter como el temperamento. Esto se debe principalmente a las características propias de la imagen cinematográfica que "tiene un valor instantáneo, insistente y continuo que no permite poner en práctica la capacidad de síntesis y asimilación necesarias para entenderla con rapidez" (Meza, 1979 p. 44 en op. cit.)

### **Efectos Cognoscitivos.**

Dan por resultado la ampliación, formación o modificación de la realidad. Los estudios de los efectos cognoscitivos referentes al cine se centran en el polo pasividad-actividad del espectador. Se han investigado características de tipo psicosocial: nivel intelectual, grado de preparación educativa, hábitos, etc., que no responden realmente si un espectador, tiene o no una participación ante el mensaje cinematográfico.

Jean Vassal (1963 en op. cit.) afirma que no hay tal pasividad dentro del espectador, de una u otra manera hay una participación cognoscitiva. Por su parte, De Fleur (1976 en op. cit. p. 75) considera que el espectador recibe el mensaje de acuerdo con sus valores, necesidades, creencias y actitudes, además "selecciona determinados estímulos del mensaje y son éstos los que captan su atención".

### **Efectos Conductuales.**

Consisten en la imitación de patrones de comportamiento inducidos por modelos presentados en los medios de comunicación, e incluyen también la formación, modificación o eliminación de patrones de comportamiento. El establecimiento de la conducta se puede hacer de tres maneras diferentes: reforzando pautas ya existentes, creando nuevas convicciones compartidas, o cambiando normas preexistentes.

### **Efectos Ideológicos.**

Tienen por función que el espectador internalice las premisas del orden social dominante con el objeto de formar al sujeto necesario para el mantenimiento y reproducción del sistema socioeconómico-político de que se trate. (Guinsberg, 1984 en op. cit.)

Tal vez la principal manifestación ideológica del cine es la de funcionar como un factor enajenante para las masas. Esto sucede cuando los espectadores acuden a ver películas con la finalidad de evadirse de la realidad desagradable, que se prefiere ignorar antes de cambiar.

Tudor plantea que en la relación del espectador con el personaje de la película se da una combinación de los mecanismos de identificación y proyección. En la autoidentificación puede observarse un grado de identidad alto y específico, como cuando el espectador se pone en el lugar y la personalidad del personaje. Cuando hay afinidad emocional el grado de identidad puede ser bajo pero específico: es la reacción más común, el espectador siente una ligera vinculación con el protagonista, es una involucración estándar. En la proyección la identidad puede ser alta pero a la vez difusa: el protagonista es el receptáculo de los deseos, las frustraciones y los placeres que el espectador deposita en él.

Finalmente, en la imitación se da una identidad que puede ser baja y difusa: el personaje protagonista es el modelo a seguir para el público. Estos mecanismos ocurren en la situación inmediata a la contemplación del filme. (Tudor, 1975 en op. cit.)



## **RADIO Y TELEVISIÓN.**

En la información de las masas el primer lugar lo ocupan la radio y la televisión debido a una indiscutible injerencia en todos los ámbitos de la existencia cotidiana ya que acompañan al individuo desde su más tierna infancia. La radio y la televisión, de una u otra forma, condicionan la visión de la realidad y la actitud del hombre frente a la vida.

Debido a la importancia de estos medios en cuanto a que son medios formativos del hombre, el material que difunden debería ser acorde con el desarrollo socioeconómico, histórico y cultural del país.

Sin embargo, el objetivo de los medios no es éste, pues el real está constituido por un afán lucrativo. Si el estado no pone freno a la iniciativa privada ésta sólo perseguirá fines de lucro y se caerá en una extremada comercialización, como es la situación actual.

Por otra parte, se puede ver que en México un alto porcentaje de la programación es importada, lo que conduce a imitaciones extralógicas por parte del auditorio. Además, el personal que crea los guiones o argumentos de la programación cree que lo que realiza corresponde a "lo que el público pide" dando por resultado un porcentaje mayoritario de programación insulsa, mediocre y acultural (op. cit.).

Es también necesario mencionar la importancia que tiene la televisión sobre la conducta social: la presencia de ésta modifica las relaciones familiares y se ha visto que hace que los miembros de la familia permanezcan más tiempo juntos, pero a su vez reduce las interacciones entre ellos, puesto que aunque están juntos no se comunican ya que la atención está en el televisor y no entre ellos.

Pero quizá son más importantes los efectos que la televisión tiene sobre las opiniones de las personas debido a que es un medio muy poderoso para transmitir reglas y valores y puesto que transmite una determinada imagen de la realidad, generalmente cargada desde el punto de vista ideológico. Es decir, presenta una realidad seleccionada en la que los personajes actúan siguiendo ciertas reglas que se ofrecen como deseables o imitables. Todos los aspectos de las relaciones interpersonales que se dan en una sociedad, así como las opiniones acerca del sexo, la religión, el dinero, el poder, la guerra y la paz aparecen presentadas de cierta forma en los programas de televisión (Delval, 1992).

A continuación se mencionan algunos aspectos de la influencia social que tiene la televisión.

Primeramente están los estereotipos sobre los roles sexuales. La televisión transmite visiones muy conservadoras en cuanto a las relaciones entre los sexos. Las mujeres generalmente desempeñan papeles de madre, esposa o amante y pocas veces ocupan papeles principales. Algunos estudios muestran que los niños que ven más televisión tienen ideas más estereotipadas sobre el papel de los sexos que los que ven menos (op. cit.).

También se ha visto que la televisión puede reforzar la autoestima en niños de ciertos grupos minoritarios. Por ejemplo, la aparición de niños que pertenecen a grupos étnicos distintos o de niños minusválidos, presentados como individuos normales y que actúan positivamente, contribuye a que sean mejor comprendidos y aceptados por otros niños y más apreciados por sí mismos.

Otro aspecto es el de las imágenes y las actitudes hacia otros países, que también pueden verse mejoradas o empeoradas a través de la programación televisiva.

En resumen, la fuerza de la televisión para facilitar determinadas conductas y actitudes es enorme, sin embargo, cabe señalar que la televisión no crea de la nada las conductas, pero sí las puede orientar fuertemente en un sentido o en otro.

Al examinar la bibliografía de los estudios sobre los efectos de la televisión los resultados parecen contradictorios entre sí, aunque probablemente esto se debe a que se trata de un campo muy complejo y todavía no muy conocido.

Para concluir se puede decir que los efectos de la televisión no son únicos ya que éstos dependen en mucho de cómo se utilice y también de las características y las condiciones del sujeto que la está viendo. Muchos estudios demuestran que los efectos varían según la edad o la situación del televidente. (op. cit.).

Por otra parte hay que señalar la importancia que tienen dentro de los medios las agencias de publicidad. La publicidad se incluye en todos los medios de comunicación masiva pero principalmente en los electrónicos como la televisión, la radio y el cine, y en segundo término en los impresos como el periódico, las revistas y el cartel. (Guinsberg, 1988 en Espinosa, 1988).

En cuanto al contenido cultural del mensaje publicitario se considera que además de presentar al auditorio un objeto material que es el producto o servicio, es portador de un mensaje cultural. Es decir, la publicidad transmite un conjunto de normas, símbolos, mitos e imágenes que son asumidos por las personas y que determinan su concepción y estilo de vida, influyendo también en el lenguaje cotidiano de los consumidores. En general se observa que la publicidad ha contribuido a moldear la idiosincrasia de nuestros contemporáneos. (op. cit.).

En México la mayoría de las agencias publicitarias son firmas estadounidenses, las cuales controlan el 75 % de los mensajes comerciales, lo que nos convierte en seguidores de la ideología estadounidense. La estrategia de estas agencias es el análisis motivacional, que aplica a los anuncios que hace y transmite, logrando el impacto que busca en el público al que va dirigido. (op. cit.).

Durante los años setentas y gran parte de los ochentas, muchos investigadores han hablado del deterioro radical de la identidad cultural latinoamericana provocado por la programación televisiva, radiofónica y cinematográfica importada de Estados Unidos y Europa.

Para estos académicos, el excesivo predominio de los contenidos norteamericanos en los medios masivos latinoamericanos y su visible dependencia hacia estructuras, prácticas y valores profesionales estadounidenses, constituían una forma de dominación ideológica y cultural. (Lozano, 1992).

Muchos teóricos de la dependencia concluyeron que al observar la existencia de la transnacionalización en el proceso de producción y distribución se comprobaba que también había una transnacionalización de los procesos de recepción. Este supuesto, según señalan varios investigadores en la actualidad, presenta una gran deficiencia en la investigación crítica de la comunicación de masas (op. cit.).

Como respuesta a estas deficiencias, y de acuerdo con la evolución de las corrientes marxistas sobre comunicación y cultura, en la década de los ochenta surgió una nueva perspectiva crítica para el análisis de los procesos de recepción y consumo de los productos culturales.

Los nuevos enfoques sustentan una visión más activa y compleja de las audiencias, rechazando los conceptos en que los medios de comunicación son vistos como entidades todopoderosas capaces de manipular a su antojo la ideología del público. Ubican la comunicación en el contexto de lucha por la hegemonía y destacan los procesos de asimilación, rechazo, negociación y refuncionalización de los contenidos efectuados por los sectores subalternos de la sociedad. (Lozano, 1992).

A pesar de que esta nueva perspectiva es muy reciente y aún inconclusa ha demostrado ser útil en el análisis y la comprensión del impacto de la comunicación transnacional en sociedades industrializadas y en vías de desarrollo.(op. cit.).

Sus antecedentes se remontan a los escritos pioneros de Umberto Eco y a las teorías de Gramsci, Althusser y Poulantzas sobre ideología y cultura, pero es hasta Stuart Hall y el Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de Birmingham (CCCS) que el enfoque "culturalista" adquiere mayor fuerza y consistencia como perspectiva teórica.(op. cit.).

Uno de los investigadores del (CCCS), David Morley, ha encontrado que el sexo y la situación familiar en la recepción televisiva son muy importantes en el análisis de los procesos de recepción y consumo de los productos culturales. Así como para Stuart Hall lo es la clase social.

Otros teóricos que han tenido una gran influencia en el enfoque culturalista son Jhon Fiske y Jhon Hartley. En su obra, Fiske rechaza la creencia generalizada de que las industrias culturales producen una aparente variedad de productos, la cual es ilusoria porque en realidad todos ellos promueven la misma ideología capitalista. Para él la audiencia no es una masa pasiva e indefensa incapaz de discriminar los mensajes.

Una variante de los estudios sobre la "audiencia activa" que se aleja de los postulados neomarxistas de la Escuela de Birmingham es la que representa James Lull en los Estados Unidos. Para este investigador, los estudios culturalistas de la audiencia son especulaciones teóricas sin base en trabajos empíricos, por lo que propone estudiar las audiencias mediante un método etnográfico caracterizado por un "empiricismo cualitativo", es decir, que los estudios no deben estar programados por perspectivas teóricas fijas sino dejar que "los datos hablen por sí solos". Para Lull, los diversos enfoques bajo los cuales se analizan las audiencias -funcionalismo, marxismo, feminismo y posmodernismo- son útiles para relacionar resultados y obtener estructuras teóricas más formales.

Por otra parte, y a diferencia de los enfoques mencionados anteriormente, que parten de la clase social, el género o la familia, los latinoamericanos parten de la problemática de la cultura popular para replantear la comunicación.

Jesús Martín Barbero es uno de los teóricos clave en esta nueva perspectiva, según la cual la recepción de los mensajes de la comunicación masiva no es pasiva por parte de las audiencias, sino que atraviesa por una serie de "mediaciones", que articulan el contenido con la rutina diaria del uso de los medios en el contexto familiar, comunitario y nacional.(op. cit.).

Al igual que Martín Barbero, Guillermo Orozco (citado en Charles, 1996) plantea que en el proceso de recepción comunicativa hay que considerar cuatro tipos de variables o "mediaciones", las cuales son las siguientes:

- 1.- **La mediación individual.** Se refiere al sujeto visto en su dimensión individual y social. Incluye su desarrollo cognoscitivo y emotivo, género al que pertenece, edad, etnia, etc., así como los elementos significativos de su cultura.
- 2.- **La mediación situacional.** Es el contexto en el que se lleva a cabo el proceso de recepción. Se considera al hogar el escenario principal donde se producen las negociaciones y apropiaciones de significados. También es importante la habitación, si se está solo o acompañado, otras actividades que se estén realizando al ver la T.V., como: hacer la tarea, comer, etc. Los escenarios situacionales secundarios son la escuela, el barrio, los amigos, etc.
- 3.- **La mediación institucional.** Alude al hecho de que el receptor participa simultáneamente en distintas organizaciones e instituciones sociales. Es decir, además de ser receptor, es hijo de familia, amigo, miembro de una cultura, etc. Desde todas estas identidades las diversas instituciones tratan de mediar el significado de la recepción.
- 4.- **La mediación tecnológica.** Se produce debido a que cada medio de comunicación tiene lenguajes y características técnicas propias que influyen en los procesos de recepción.

Esta estructura teórica aún está inconclusa ya que las investigaciones no han podido revelar hasta qué grado afectan estas mediaciones y cuáles tienen más relevancia. Sin embargo, el autor de la teoría considera que analizar el proceso de recepción de este modo significa que es posible que desde la escuela se provea a cada estudiante de una estructura cognoscitiva más sólida, así como de herramientas para llevar a cabo procesos de recepción televisiva más selectivos, reflexivos y críticos.(op. cit.).

Otro de los comunicólogos latinoamericanos que apoya la capacidad crítica de las audiencias en la recepción de los mensajes es el Chileno Valerio Fuenzalida , quien afirma que la influencia grupal es muy importante en la construcción del sentido que las personas confieren a los mensajes.

La familia, en este sentido, ejerce una influencia decisiva en los hábitos y preferencias televisivas del joven, junto con los grupos de amigos. Fuenzalida destaca la importancia del contexto sociocultural en la mediación televisiva.(Lozano, 1992).

Otro investigador latinoamericano es Néstor García Canclini, quien parte de una crítica a las teorías del imperialismo cultural y la dependencia, y propone que en vez de tomar la hipótesis de la dominación, se examine el servicio que presta la comunicación de masas a los sectores populares.(op. cit.).

Para concluir diremos que tanto los culturalistas como los teóricos latinoamericanos mencionados anteriormente, plantean el problema del concepto de la "hegemonía", es decir, consideran que los medios de comunicación masiva no transmiten sólo valores supremos que defienden nada más los intereses de las clases dominantes.

Sin embargo, en los teóricos de ambas perspectivas existen ciertas diferencias importantes, como el hecho de que los culturalistas realizan sus estudios en el mundo industrializado (Inglaterra, E.U., Canadá) mientras que los investigadores latinoamericanos trabajan en sociedades en desarrollo caracterizadas por una confluencia desigual y compleja de lo tradicional, lo moderno y lo posmoderno donde se mezclan influencias indígenas rurales y mestizas, dentro de la cultura popular.

Por otro lado hay que señalar que estas tendencias aun tienen mucho que investigar, dentro de lo que destaca el ir más allá de los estudios sobre la recepción televisiva e incluir otros medios de comunicación en sus análisis.(op. cit).

No obstante lo anterior, la investigación sobre el proceso comunicacional se ha dividido en diferentes campos de estudio, unos de ellos para considerar algunos aspectos del proceso sobre otros así como sus implicaciones y repercusiones sobre el auditorio.

Dentro de estas tendencias se encuentra el análisis de contenidos de los mensajes y los estudios relativos a los efectos de medios y mensajes sobre diferentes grupos sociales. Cabe señalar que diversas teorías otorgan menos importancia al estudio de los efectos para centrarse en los contenidos de los medios. Otras se refieren a la dirección que puede tener el efecto de los mismos: ¿Cambian algo, impiden algo o refuerzan y ratifican algo? (Soto et. al. 1992).

Stafford y Simmons, (1986 citados en op. cit.) afirman, sin embargo, que algunas otras investigaciones centran su atención en el estudio de los medios como industrias e instituciones sociales, en donde la llamada "industria de la información" constituye un sistema de intercambio de significados, valores y sentimientos que está convirtiéndose en un sistema dominante.

Paul Merrison, (1986 citado en op. cit.) plantea entonces que es en la escuela donde el estudiante debe aprender a leer y a escribir en el lenguaje de los medios, implicando la comprensión del cómo se producen los significados.

Así mismo, sugiere que los medios no deben ser considerados únicamente como instrumentos técnicos o concebidos como instancias monolíticas de dominio hegemónico, ya que como institución socializadora o industria informativa, los mensajes emitidos por los medios parecen ser resistidos y negociados por las audiencias en situaciones de consumo específicas.

Bajo la investigación educativa y de los medios de comunicación, Buckingham (1986 citado en op. cit.) admite que tanto la escuela como los medios de comunicación tratan de representaciones de aquello que constituye la relación entre los estudiantes y el mundo, debido a que ambos organizan su información con la finalidad de que el individuo construya conocimientos -independientemente de los valores y supuestos inconscientes que muchas veces no son concebidos por los productores de los mensajes-, así como la escuela transmite un "currículum oculto" a través de los valores implícitos en el propio currículum o en la interacción maestro-alumno.

A este respecto, Simpson (1985 citado en op. cit.) sugiere que las formas en que se representa la relación entre los estudiantes y el mundo -ya sea a través de los medios de comunicación o mediante la educación formal- influyen de manera considerable sobre las actitudes de los estudiantes hacia el mundo mismo.

Se reconoce entonces que a través de los medios de comunicación se provee al individuo de una serie de significados dados mediante mensajes tanto audiovisuales como escritos, dando origen a determinadas concepciones ideológicas de la realidad. No obstante, los significados que presentan los textos de los medios son resistidos y negociados por las audiencias con base a diferencias culturales, roles sociales y sexuales, etc.

Para Masterman (1985 citado en op. cit.p.45) la idea básica es que " el significado de un texto no se encuentra únicamente dentro del mismo ni en sus audiencias, sino en la interacción entre ambos".

Con lo expuesto anteriormente, se sustenta el hecho de que en algunos proyectos se incorpore a los medios de comunicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje, poniendo énfasis en la cualidad estructurante de todos los lenguajes empleados por los medios, y en particular en la estrecha relación existente entre la forma y contenido de los textos-mensajes.

Es igualmente importante reconocer que hay factores ideológicos, valores y creencias en todo proyecto de educación para los medios al momento de utilizar programas educativos existentes, así como al tratar de diseñarlos y/o producirlos.

Para concluir con la fundamentación para la elaboración de un proyecto de educación para los medios, es esencial considerar las implicaciones y consecuencias de las prácticas de comunicación en el aula misma, en las relaciones pedagógicas maestro-alumno, y por ende, sobre el aprendizaje. (op. cit).

## **CAPITULO IV**

### **ASERTIVIDAD Y COMUNICACIÓN.**

Para el presente tema se consultó la obra de Aguilar Kubli, debido a que es muy vasta y completa y a que se ha dedicado exclusivamente a desarrollar estos conceptos, y se considera el principal exponente de los mismos.

La comunicación interpersonal eficaz y satisfactoria provee al individuo de una mejor calidad de vida y resultados positivos en todas las áreas en que se desenvuelve. Los conflictos en la comunicación en el trabajo, la escuela, con los padres o compañeros, etc., pueden ser detonadores de más problemas.

La forma como nos comunicamos muestra nuestra actitud ante la vida, nuestros estados mentales y físicos, valores, sentimientos, barreras o capacidad de escuchar, expectativas y sueños y aún nuestras necesidades de sed o hambre (Aguilar, 1995 a).

Siendo un proceso tan importante para el ser humano, es de gran importancia conocer los elementos clave de la buena comunicación

Para Aguilar Kubli (1995 b) la buena comunicación es saber decir las cosas que pensamos y saber escuchar los mensajes de los demás, con lo cual se logran relaciones humanas eficaces. Según este autor, "la comunicación es un milagro que se da entre los seres humanos" (1995 b, p.6) y que nos permite:

-Unirnos, como cuando nos reunimos en un teatro o estadio para presenciar un evento.

-Estar cerca, pues gracias a la comunicación podemos convivir con otras personas y expresar lo que necesitamos, lo que nos duele y muchas otras cosas.

-Aprender, para que la comunicación se dé, es necesario que haya dos interesados en lograrlo: una es la persona que manda el mensaje y otra es quien lo recibe, aunque es necesario que estén juntas físicamente; se pueden recibir mensajes a través de la T.V., la radio, un libro, etc.

-Defendemos, ya que a través de nuestras palabras y acciones podemos expresarnos, pedir ayuda o decir lo que no nos gusta, la comunicación nos permite evitar malestares e incluso peligros.

-Crear, al expresar lo que pensamos podemos ayudarnos a encontrar soluciones a nuestros problemas.(op. cit)..



El ser humano recibe los estímulos del ambiente y de su propio cuerpo y a través de los sentidos sabe si tiene frío, si es de noche, si está preocupado. Está pensando en distintas cosas, además, puede estar comunicándose con alguien, captando lo que ésta persona le dice y lo que le quiere decir. Como suceden muchas cosas tan rápidamente y no es perfecto, es importante que ponga atención a dos puntos: primero, cómo dice lo que dice (mensaje que envía) y segundo, cómo escucha lo que le dicen (mensaje recibido), ya que cualquier pequeño error en lo que uno escucha o en la forma en que se dijo el mensaje puede ocasionar un problema de comunicación.

A veces sucede que se dice una cosa y otra es la que se entiende, la comunicación puede variar debido a distintas causas: en ocasiones ponemos en el mensaje lo que para nosotros es importante (escuchamos algo y lo componemos) o el ruido externo nos hace entender otra cosa, etc.

Es por esto que Aguilar Kubli propone una fórmula para comunicarse bien con los demás. Dicha fórmula es:

**"Analiza + Decide + Actúa + Revisa = Mejora Continua"** (op. cit. p.26-27).

Analizar es definir el problema de comunicación, después hay que tomar una de varias alternativas: decidir, posteriormente se lleva a cabo la acción de la comunicación y por último se observan y analizan los resultados obtenidos para tratar de mejorar en la siguiente ocasión.

Hay muchas situaciones en las que debemos de actuar, tratando de comunicarnos bien para obtener buenos resultados y sentirnos satisfechos. Sin embargo, como es imposible saber cómo comunicarnos en cada situación nueva que se nos presenta podemos aprender reglas que nos faciliten el manejo de los diversos casos.

Por ejemplo, una estudiante está trabajando en su salón cuando su maestra se ausenta. Un compañero la invita a salir del salón. Ella quiere terminar su trabajo y no desea ser sorprendida fuera del aula, sin embargo, accede a salir. El resultado es que se siente mal, la descubrieron y la castigaron. Según la fórmula citada lo que le faltó a ésta estudiante, fue lo siguiente:

Analiza.- No analizó bien el problema ya que la necesidad de su amigo fue más importante que la de ella.

Decide.- Las alternativas que tenía eran:

- decirle a su amigo que en otra ocasión
- decirle que no y por qué
- pedirle que no la interrumpiera y que entendiera lo que ella quería hacer
- ignorarlo

**Actúa.-** Ella sólo eligió decir que sí y actuó en contra de su meta.

**Revisa.-** Al analizar los resultados se da cuenta de que fueron malos. Ahora sabe que necesita mejorar en la siguiente ocasión y aprender a actuar sobre otras alternativas.

A continuación describiremos las 8 reglas que propone Aguilar Kubli en su libro "Descubre la Comunicación" (1995), que permiten al individuo aprender a comunicarse y mejorar continuamente, lo cual le ayudará a tener buenas relaciones con su familia, amigos, en la escuela, etc.

**Regla No. 1 "No conviene ser ratón ni dragón, lo mejor es ser tú mismo"** (op. cit. p.36).

Hay situaciones en las que quisiéramos decir algo pero no lo hacemos debido a que nos da miedo o no queremos caer mal, el resultado es negativo pues no logramos la meta deseada o la consecuencia es perjudicial para nosotros. En este caso actuamos como ratón. Otras veces deseamos decir algo, pero lo hacemos ofendiendo y agrediendo a la otra persona, lo cual también nos lleva a tener resultados negativos.

Los dragones son rechazados y terminan solos porque infunden miedo en los demás, además nuestra agresividad provoca que también otros nos insulten o intenten agredirnos físicamente, lo que genera problemas más graves.

Es importante ser uno mismo, no ser ratón ni dragón, sino expresarse tal como se es y sin ofender a los demás. Cuando se desea decir algo y se expresa sin ofender, se logran buenos resultados y satisfacción.

**Regla No. 2 "Dí lo que quieras sin ofender y en el momento adecuado"** (op. cit. p.51).

Para que se de una buena comunicación es necesario aprender a decir las cosas sin ofender y sin atropellar el proceso de ésta o la situación en la que se da. Existen casos donde la comunicación se afecta y se bloquea como son: interrumpir, no dejar hablar a otros, decir cosas que no vienen al caso, mirar para otra parte cuando te hablan, insistir demasiado en algo cuando ya se te escuchó, criticar destructivamente enfrente de otros, burlarse, etc., por lo que hay que aprender a cuidar que nuestra expresión sea considerada, respetuosa, tome en cuenta y observe las necesidades y opiniones de los demás.

**Regla No. 3 "Tú expresión no solo son palabras"** (op. cit. p.57).

Los elementos que acompañan a las palabras y que se dan dentro de la buena comunicación son:

- contacto visual; ver confortablemente a los ojos
- postura; erguida, pero relajada
- los movimientos de manos y pies deben ser acordes con lo que se dice
- la expresión facial; debe ser sonriente o seria según el caso, y cambia dependiendo del mensaje o sentimiento que se desea transmitir

**Regla No.4 “La comunicación requiere respiración” (op. cit. p.66).**

Esta regla se refiere a lo importante que es saber manejar los sentimientos para que ayuden a la comunicación y no la entorpezcan.

Por ejemplo, si queremos expresar algo y sentimos muchas ganas de llorar hay que saber controlar esta emoción para que no empecemos a tartamudear, se nos corte la respiración y terminemos descontrolados sin poder decir nada.

**Regla No.5 “Las palabras amables cuestan poco y logran mucho” (op. cit. p.85).**

Para tener una buena comunicación hay que saber decir lo que se desea sin ofender, es importante usar palabras corteses y amables y tratar a los demás como tú quisieras ser tratado. Un ejemplo podría ser: “se que estás muy ocupado, pero me gustaría que ...”.

**Regla No. 6 “Saber escuchar, la mitad del éxito” (op. cit. p.96).**

Saber escuchar no es oír calladamente al que habla; es poner toda tu atención en lo que se dice, es entender, pensar y aprender sobre ello, sin permitir que otros factores te distraigan para poder relacionar lo que se escucha con lo que ya se sabe.

**Regla No. 7 “La comunicación incluye lo positivo” (op. cit. p.112).**

La comunicación requiere expresar lo que no nos gusta, con respeto y oportunidad, pero también es importante decir lo que nos gusta de los demás. Cuando alguien hace algo bueno o positivo hay que decirselo pues haremos que se sienta bien y ayudaremos a que sea mejor.

La crítica destructiva y la burla empequeñecen, sin embargo, el reconocimiento positivo nos engrandece, esto es aprender a solucionar mejor los problemas, tener más alternativas y buscar más caminos positivos.

**Regla No.8 “La práctica hace al maestro” (op. cit. p.125).**

Para dominar el arte de la buena comunicación es necesario practicar muchísimas veces, reflexionando y aprendiendo con cada nueva experiencia.

Asimismo, Aguilar Kubli (1995 a) menciona que existen innumerables técnicas de comunicación: cómo transmitir y escuchar mensajes, cómo confrontar, cómo decir no, cómo expresar enojo, etc., pero más que aprender “fórmulas” necesitamos reconocer la existencia del respeto mutuo en la comunicación. Quien no respeta a los demás suele deteriorar una comunicación saludable, pero cabe aclarar que de igual importancia es el respeto por uno mismo frente a los demás.

Por lo anterior, lograr una óptima comunicación implica considerar tanto las propias necesidades como los derechos de los demás y en caso de que otros violen los nuestros, procurar un cambio de actitud hacia ellos.

El ejercicio del respeto produce siempre buenos resultados en la comunicación, y cuando esto no sucede se producen consecuencias negativas. La falta de respeto por ti mismo y la falta de respeto hacia los demás son dos temas en los que la ausencia de respeto se observa claramente, provocando problemas en la comunicación.

#### **FALTA DE RESPETO POR TÍ MISMO. (Conducta no afirmativa).**

Alude a una situación en donde la persona permite la satisfacción de las necesidades de otros aún a costa de sus propios derechos. En otras palabras, "es una expresión débil, indirecta o nula, de las propias ideas, necesidades o sentimientos que, al no responder a los requerimientos de la situación interpersonal que enfrenta, permite que se violen los derechos de la propia persona" (op. cit. p.5).

La meta de la conducta no afirmativa no es la comunicación sino evitar riesgos y conflictos sin importar las consecuencias que en lo personal se paguen por ello: malestar, sentimientos de impotencia, pérdida de prioridades y desorganización, etc.

#### **El comportamiento no afirmativo implica:**

- ◆ apenarse ante situaciones comunes
- ◆ sentir miedo al hablar en público
- ◆ no expresar libremente ideas, emociones y creencias
- ◆ dejar que otros abusen de uno
- ◆ no poder decir no o tener dificultad para resistir presiones
- ◆ experimentar excesiva tensión en el intercambio social
- ◆ dar demasiada importancia a la aprobación de otros y
- ◆ devaluarse y caer en el servilismo, con la noción de estar atrapado por las situaciones.

Existen diferentes causas que provocan que el individuo no se respete a si mismo, y por tanto manifieste conducta no afirmativa. A través del ambiente aprende mensajes que le impiden sentir respeto por si mismo.

Algunos mensajes son:

- ◆ los hombres no lloran
- ◆ el lugar de la mujer es el hogar
- ◆ el hombre tiene más derecho a ser infiel que la mujer
- ◆ las mujeres deben ser complacientes
- ◆ el hombre debe ocultar sus debilidades
- ◆ la infidelidad masculina es sólo una "cana al aire"

Algunas otras aseveraciones son irracionales y nos hacen olvidarnos de nosotros mismos, como por ejemplo:

- ◆ debes pensar siempre en los demás, si no, eres egoísta
- ◆ debes ser siempre amable y cortés
- ◆ no deberías pensar o reaccionar así
- ◆ debes evitar lastimar a los demás, aunque te lastimen a ti, etc.

Esta falta de consideración hacia nosotros mismos (conducta no afirmativa) provoca diversos efectos, como son:

- ◆ frustración interior manifestada con irritación y tensión
- ◆ callar lo que pensamos o sentimos provoca explotar agresivamente o deprimirnos y culparnos- afectando aún más a la autoestima.-
- ◆ se experimentan sentimientos de víctima
- ◆ el problema que no se enfrenta se hace mayor y más complicado de manejar

#### **FALTA DE RESPETO HACIA LOS DEMÁS. (Comportamiento agresivo).**

Aguilar Kubli (1995 a p.22) define la conducta agresiva como: "la forma de expresión de pensamientos, emociones y opiniones, que con el fin de defender las propias necesidades o derechos, atacan, violan el respeto, la autoestima, la dignidad o la sensibilidad de la otra persona".

##### **Aquí por lo general la persona manifiesta:**

- ◆ tonos, ademanes y palabras hirientes
- ◆ quiere tener siempre la razón
- ◆ no escucha sino que impone
- ◆ juzga, condena y etiqueta fácilmente
- ◆ muestra hacia los demás trato inhumano e injusto
- ◆ teme aceptar sus propios errores

A este respecto podemos señalar que la expresión del enojo se aprende del medio a través de la socialización, por lo que formas no adecuadas de expresión pueden encauzarse hacia la buena comunicación.

El agredir es siempre una alternativa, y es la propia persona quien decide actuar o no de esa manera. Con la actitud y la habilidad interpersonal adecuadas se pueden moderar saludablemente los sentimientos y expresarlos con respeto.

Diversas causas pueden llevarnos a cometer faltas de respeto hacia los demás, por lo general, son los mensajes sociales los que nos conducen a violar los derechos de los otros, dichos mensajes pueden ser por ejemplo:

- ◆ "no te rajes"
- ◆ "si te pegan, pega"
- ◆ "no te dejes"
- ◆ "el que la hace la paga"
- ◆ "es su culpa"
- ◆ "yo soy muy hombre"

Asimismo se pueden mencionar algunos mensajes que llegan a ser irracionales y que igualmente conducen a faltarle al respeto a los demás, por ejemplo:

- ◆ "por su culpa ..."
- ◆ "lo hizo a propósito"
- ◆ "mi expectativa debe cumplirse a la perfección"
- ◆ "no debo mostrar mis debilidades"
- ◆ "si me quieres, tienes que hacer lo que te pido" etc.

Factores como la fatiga, sobrecargas de trabajo, etc., aunados a los mensajes sociales que se nos han grabado en forma automática y los pensamientos irracionales que nos invaden en el momento son elementos decisivos que actúan como mecanismos disparadores de la agresión.

La meta del comportamiento agresivo no es la comunicación, sino ganar, forzar a la otra persona a perder, defenderse de ataques que pueden ser imaginarios. (op. cit.).

La conducta agresiva puede cambiarse al crear una nueva congruencia entre varios factores:

- ◆ el respeto por mí mismo
- ◆ el respeto por los demás
- ◆ los valores saludables
- ◆ la autoestima
- ◆ el control emocional y
- ◆ la expresión armónica de todo lo que somos

La meta es lograr una comunicación eficaz y satisfactoria con la que se pueda obtener una mejor calidad de vida. Como es de esperarse, el comportamiento agresivo provoca consecuencias en nosotros mismos, así como efectos interpersonales. Si con frecuencia actuamos a la defensiva y nos enojamos se establecen en el cuerpo mecanismos de tensión y estado de alerta, con el consecuente desgaste físico y afectación emocional.

Las personas hiper-agresiva que buscan el dominio y la hostilidad generalmente padecen dolores de cabeza, problemas estomacales, insomnio y ansiedad aunado a insatisfacción personal, culpabilidad por actuar así, autocondena y pérdida de autoestima.

## ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA

Una vez que manifestamos conducta agresiva, la otra persona tienden a responder e inicia una contra-agresión, cuando lo ideal sería moderar el malestar, hacerlo racional y expresarnos con respeto. Las defensas que la persona agredida desarrolla contra su agresor son de evasión, rigidez, crítica, pasividad, sabotaje. Aquel que agrede experimenta entonces sentimientos de soledad y rechazo; se siente insatisfecho, enfermo, desamparado, sin darse cuenta que el mismo es quien induce esas consecuencias. Quien agrede acaba por no ser respetado ni escuchado, obtiene a cambio el máximo de resistencia o la reacción contraria a sus deseos, así como soledad y falta de motivación en su vida. (Aguilar, 1995 a).

### COMPORTAMIENTO ASERTIVO.

La alternativa para lograr una comunicación mas efectiva y satisfactoria que haga innecesaria la conducta no-asertiva y la agresiva, es el comportamiento asertivo. Actuar asertivamente es tener la habilidad para transmitir y recibir los mensajes de sentimientos, creencias u opiniones de uno mismo o de los demás de forma honesta, oportuna y respetuosa. (Aguilar, 1987).

Los componentes básicos de la opción asertiva son:

- ◆ respeto a uno mismo y hacia los demás
- ◆ ser directo, honesto y apropiado
- ◆ control emocional
- ◆ saber decir y escuchar
- ◆ ser positivo y
- ◆ la expresión no verbal de los mensajes

El manejo armonioso de estos elementos nos ayuda a lograr una comunicación satisfactoria permanente. (op cit.).

A continuación explicaremos brevemente cada uno.

#### ○ Respetarte a ti mismo.

Para lograr la consideración de los demás, debemos partir de un enorme respeto por nosotros mismos, esto significa considerarnos como seres humanos, con capacidades, necesidades y limitaciones que debemos cuidar y atender. Quien se respeta a si mismo no se juzga con demasiada severidad, se perdona humanamente, con sentido reflexivo, responsable y constructivo. Tampoco se compara con los demás y respeta a los seres que ama.

#### ○ Respetar a los demás.

Es necesario también, concebir a los otros como seres humanos que merecen ser tratados con dignidad y respeto pues tienen los mismos derechos que nosotros. Esto implica aceptar lo que otros piensan y dicen, siempre y cuando exista un respeto hacia nosotros, entender que las demás personas también tienen límites, propósitos, motivaciones, expectativas, etc., que pueden ser diferentes a las nuestras. Respetar a los demás es hacer un esfuerzo por comunicarnos de forma amable y cortés.

◊ **Ser directo.**

Actuar con asertividad requiere que transmitamos mensajes de manera clara y directa, evitando así los malos entendidos o el pretender que los demás adivinen lo que deseamos decir. Generalmente cuesta trabajo ser directos en la expresión de afecto o en la manifestación de cosas que nos molestan. Sin embargo, si lo logramos y expresamos de buena forma lo que queremos, tanto nosotros como quien recibe el mensaje, saldremos beneficiados.

◊ **Ser honesto.**

Para facilitar la comunicación es necesario reflejar nuestros pensamientos, sentimientos o creencias de manera adecuada, ya que la transmisión de mensajes puede afectarse de diversas formas. Como cuando queremos ser sinceros y convertimos nuestra franqueza en agresividad o cuando minimizamos o negamos un deseo o sentimiento.

◊ **Ser apropiado.**

Para lograr una buena comunicación debemos tener en cuenta lo que decimos o escuchamos, pero también el contexto donde ésta se da. Considerar el contexto implica buscar el mejor lugar y el momento adecuado para decir las cosas; el grado de firmeza al transmitir el mensaje significa variar la intensidad de nuestra expresión a fin de comunicar con precisión nuestros deseos; la relación que mantenemos con la otra persona también debe considerarse y la frecuencia de insistencia en los puntos de vista, pues es importante saber hasta que grado es pertinente repetir un mensaje o idea.

◊ **Control emocional.**

A veces las emociones sobrepasan los niveles adecuados haciendo difícil sostener una buena comunicación. Si un temor, enojo o depresión nos dominan, los mensajes se vuelven muy suaves o exagerados y solemos dejar de expresar información importante.

Mantener un control emocional adecuado no significa olvidar o negar los sentimientos, sino encauzarlos para que no lleguen a niveles tan intensos que interfieran en nuestra relación con los demás.

◊ **Saber decir.**

Podemos expresar las cosas de diferente manera, todo depende del objetivo que perseguimos en cualquier interacción, sin embargo, la forma de expresión recomendable es "la misma que nos gustaría que tuvieran los demás hacia nosotros" (op. cit. p.102).

De manera general estas son algunas cosas que preferimos cuando alguien nos manifiesta su aprecio, desacuerdo o enojo: nos gusta que nos digan las cosas con respeto, sin sarcasmos, humillaciones o burlas, que nos pidan las cosas en buen tono y con cortesía, que no se nos acuse o culpe de todo, que se nos hable directamente y con claridad sobre lo que otros quieren o sienten, pero objetivamente y sin explosiones agresivas, también nos gusta que se nos comunique cuando hacemos algo bien, que se busque un acuerdo en vez de tratar de hacernos sentir mal y que los demás entiendan también nuestra situación.

◊ **Saber escuchar.**

Es un proceso activo que requiere un gran esfuerzo para comprender lo que los demás quieren transmitirnos. De esto depende la solución real de muchos conflictos, pues quien sabe escuchar puede dar la respuesta adecuada a la necesidad demandada.



◊ **Ser positivo.**

Es necesario reconocer explícitamente las conductas de los demás que son acertadas, agradables, que intentan beneficiar o ayudar. Expresar mensajes positivos frecuentemente y en forma adecuada a las personas que nos rodean, nos ayudará a mejorar nuestras relaciones interpersonales.

◊ **Lenguaje no verbal.**

Los elementos no verbales de la conducta son el contacto visual, los movimientos de manos y pies, la expresión facial, la postura, el tono e inflexión de la voz, así como la fluidez y velocidad con la que se habla. Es importante que haya un equilibrio entre la comunicación verbal y no verbal, es decir, que los componentes que acompañan a las palabras sean congruentes con el mensaje (op. cit.).

A continuación se presenta un cuadro sinóptico que resume sencillamente los elementos que hacen referencia a la conducta no asertiva y conducta asertiva en las relaciones humanas.

**RELACIONES HUMANAS. CÓMO SON Y CÓMO PODRÍAN SER.**

<b>CONDUCTA AGRESIVA</b>	<b>CONDUCTA NO-ASERTIVA.</b>	<b>CONDUCTA ASERTIVA</b>
<b>CAUSAS</b>		<b>COMPONENTES</b>
1.Falta de control emocional.	1.Falta de control emocional, predominio de la inseguridad e irritación	1.Respeto a uno mismo
2.Mensajes sociales. (No seas egoísta)	2.No reconocer los derechos de los demás o los propios.	2.Respeto a los demás.
3.No vales lo suficiente.	3.Previa conducta no-asertiva.	3.Ser directo.
4.Falta de habilidad.	4.Éxito previo al haber actuado agresivamente.	4.Ser honesto.
5.Ignorar tus derechos como persona.	5.Errores en la forma de expresión.	5.Ser apropiado.
	6.Intolerancia a la frustración.	6.Control emocional.
		7.Saber decir.
		8.Saber escuchar.
		9.Ser positivo.
		10.Lenguaje no-verbal.

## **PROPUESTA**

### **TALLER VIVENCIAL: "UN CAMBIO POSITIVO EN LA AUTOESTIMA"**

#### **INTRODUCCION**

Para los medios de comunicación masiva el joven es lo más explotable ya que constituye un gran mercado consumista, así como material receptivo de valores, ideologías y pautas de conducta. Por otra parte, el ser joven se utiliza como mercancía, como sello que garantiza en los productos alegría, belleza, buen humor, euforia, placer. La juventud es considerada como una especie de moda, pero entendida como la expresión de los mecanismos de dominación que inventan satisfactores falsos.

La juventud educada por los medios se enfrenta al consumo económico, social y político de patrones pertenecientes a culturas principalmente extranjeras, y vemos que puede ser fácilmente manipulable al darnos cuenta que los jóvenes bailan, juegan, comen, visten y calzan lo que los medios, sobre todo la T.V., les dice.

En muchas ocasiones al joven se le trata como a un retrasado mental, o se le cree con exclusivos deseos de divertirse, bailar, escuchar música o saber pormenores de sus ídolos musicales o artísticos. Y no es así, el joven desea ser comprendido, no solo por los adultos, sino por sus coetáneos, desea mayor comunicación, facilidades de acceso a la cultura así como a un empleo en donde no se le discrimine por su edad o inexperiencia, necesita comprensión familiar, orientación y educación sexual, participación en la organización escolar, así como espacios en los medios de comunicación, para que no se le siga alejando de la realidad y de sus valores.

Muchas de las inquietudes naturales de los jóvenes han sido reubicadas en un contexto comercial por la industria cultural. La mayoría de los jóvenes reporta preferencias por la programación de series extranjeras o copias fieles de programas norteamericanos, en los cuales la mayoría de las veces se presentan héroes que siempre tienen éxito, son inmensamente ricos y felices, rodeados de mujeres hermosas y de placeres, lo que influye en gran medida en el comportamiento y en las actitudes de los jóvenes, quienes pretenden imitarlos, lo que origina desubicación y grandes frustraciones al encontrarse con que la realidad es otra muy distinta, por lo que debe asumir un papel de receptor analítico y activo y no quedarse de receptor pasivo o manipulado. La T.V. debe despertar en él la necesidad de reflexión y crítica.

Por lo anterior, se sabe del impacto que los medios de comunicación masiva pueden provocar en las personas, sobre todo en los niños y jóvenes que son el futuro de nuestro país y en quienes está depositada la responsabilidad de promover un cambio positivo en las estructuras político-económicas, sociales y educativas de la actualidad.

De aquí la importancia de diseñar y proponer un taller cuyo objetivo principal es favorecer el desarrollo adecuado en la autoestima de los adolescentes, así mismo se trata de darles elementos para que tengan una visión más crítica sobre los mensajes que reciben de los medios de comunicación masiva, ya que se considera que el ilimitado alcance de los recursos tecnológicos y la amplia difusión del pensamiento a través de la prensa, radio, T.V., etc. afectan la estructura social, influyen en la conformación de los valores morales, es decir, modelan una forma de ser común, un concepto generalizado, y es preocupante ver como los medios de comunicación actuales envían mensajes en donde la violencia, el sexo y el consumismo se presentan sin ningún control ético y moral.

Como objetivo general, el taller vivencial que se ha diseñado pretende ayudar a los adolescentes a la construcción de una autoestima adecuada, así mismo a reconocer algunos de los mensajes que envían los medios de comunicación masiva acerca de estereotipos y roles sexuales.

El taller está organizado en 10 sesiones de aproximadamente 60 minutos de duración, las cuales pueden llevarse a cabo de 2 a 3 veces por semana. En la primera sesión se sugiere comenzar con una presentación de los facilitadores hacia el grupo (Juego de la telaraña) y posteriormente continuar con las actividades señaladas en las cartas descriptivas.

**TALLER VIVENCIAL**

**"UN CAMBIO POSITIVO EN LA AUTOESTIMA"**

**DIRIGIDO A:** ADOLESCENTES DE 13 A 18 AÑOS

**DURACION:** 10 SESIONES DE 60 MINUTOS CADA UNA.

**ELABORADO POR:** RAQUEL JIMÉNEZ RAMÍREZ  
ROSALÍA RODRÍGUEZ VALDÉS.

**OBJETIVO:** FACILITAR EN LOS ADOLESCENTES LA CONSTRUCCION DE UNA AUTOESTIMA ADECUADA, ASI COMO AYUDARLOS A RECONOCER ALGUNOS DE LOS MENSAJES QUE ENVÍAN LOS MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA ACERCA DE ESTEREOTIPOS Y ROLES SEXUALES.

TEMARIO	OBJETIVO	ACTIVIDADES	TECNICA ENSEÑANZA APRENDIZAJE	MATERIAL DIDACTICO	TIEMPO
SESION 1					
1 PRESENTACION DE LOS FACILITADORES	QUE LOS ALUMNOS CO-NOZCAN A LOS COORDINADORES DEL taller	PAR LA PRESENTACION A LOS ALUMNOS Y PRESENTACION DEL TALLER AL ALUMBROS. PRESENTACION DEL CURSO DE COORDINADOR	EXPOSITIVA		5 MIN
2 JUEGO DE LA TELARAÑA	QUE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO CO-NOZCAN ENTRE SI PARA CREAR UN AMBIENTE DE CONFIANZA	PEDIR A LOS PARTICIPANTES QUE SE PRESENTEN MENCIONANDO SU NOMBRE - 2 ACTIVIDADES DE SU AGRADO O NOMBRE DE UNA CAJACION O PROGRAMA TELEVISIVO DE SU PREFERENCIA ESTA PRESENTACION SE HARA MEDIANTE LA DISCAMIA DE LA TELARAÑA (ANEXO 1)	DINAMICA "JUEGO DE LA TELARAÑA"	MADEJA DE LAMBIERE	25 MIN
3 ARITMETICA EXTRANUMERIAL	ATRAER Y CONSENTIR LA ATENCION DEL GRUPO EN LOS ALTE-TORES Y EN LA EXPOSICION	SOLICITAR UN VOLUNTARIO Y PEDIRLE QUE REALICE LA OPERACION MATEMATICA DE AGRIETA EN LA ACTIVIDAD (ANEXO 2)	EXPOSITIVA PARTICIPATIVA	PIZARRON ROTAFOLIO UNA TABLITA GIG Y PLUMON	5 MIN
4 LA COMUNICACION	QUE EL ALUMNO CONCIENDE EL LENGUE QUE LE SIRVE COMO MEDIOS DE COMUNICACION EN LA VIDA AL TORGOR DE LAS	MOSTRAR A LOS ALUMNOS UN EJEMPLO DE UN MENSAJE EN LA ACTIVIDAD 2 (ANEXO 2) Y PEDIRLES QUE ESCRIBAN 3 EJEMPLOS QUE DEMUESTREN QUE ESO ES UN MENSAJE  COMENTAR EN GRUPO LAS RESPUESTAS	TRABAJO EN EQUIPO	CARTULINA MARCADORES BOJAS LAPICIN	10 MIN
5 EL TELLECO-HUMANO	QUE EL ALUMNO CONCIENDE LA CONOCZA CON LOS ERRORES EN LO QUE LE OCUERRE EN LAS OCA-SIONES PRE-SENTES DE LA COMUNICACION	INTRODUZCA LA ACTIVIDAD HACIENDOLE SABER LA IMPORTANCIA DE MANDAR Y RECIBIR ADECUADAMENTE LOS MENSAJES  SOLICITE 6 VOLUNTARIOS PARA QUE SE RETIENEN DE UNALOS Y SE REALICE EL JUEGO DEL TELLECO-HUMANO (DESCOMPLICADO) SEGUN SE EXPLICA EN LA ACTIVIDAD 3 (ANEXO 2)  COMENTAR LOS SIGUIENTES PUNTO: CUAL FUE EL MENSAJE ORIGINAL Y PORQUE SE TRANSFORMO QUE PASO CON LA COMUNICACION? ¿QUE LE ENSEÑA ESTE EJEMPLO?	DINAMICA "EL TELLECO-HUMANO"  TRABAJO EN EQUIPO		15 MIN

TEMARIO	OBJETIVO	ACTIVIDADES	TÉCNICA ENSEÑANZA APRENDIZAJE	MATERIAL DIDACTICO	TIEMPO
SESION 2  1 IMPRESIÓN Y FUTURO	AYUDAR A LOS ADOLESCENTES A SER CONSCIENTES DE SUS MIEDOS, CUALIDADES Y METAS	PIDA A LOS PARTICIPANTES QUE DIBUJEN UNA HOJA A LA MITAD Y ESCRIBAN: "¿EL SOY YO? DE UN LADO DE LA HOJA Y EN EL OTRO "¿EN EL FUTURO?"  MEDIANTE FOTOGRAFÍAS, PALABRAS Y DIBUJOS DE BARRAS FORMAR UN COLLAGE QUE SIMBOLICE LAS ASPIRACIONES  COMENTARLO SIGUIENTE:  "¿HIZO ALGÚN SIMBOLO POSITIVO Y NEGATIVO PARA EL "YO"?", "¿POR QUÉ?"  "¿EN DÓNDE O HACÉ IMAGINAR COMO SERÁ EL FUTURO?"  "¿COMO LE GANARÁ EL FUTURO?", "¿SERÁ POSIBLE O NO?"  "¿CUALES SERÁN LOS OBSTACULOS?"  "¿PASA ALGUIEN EL MISMO SIMBOLO EN AMBOS LADOS?"  "¿QUÉ PAPEL JUGARÁ LA REALIDAD SOCIAL EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS METAS?"	TRABAJO INDIVIDUAL Y EN GRUPO  EXPOSITIVA	HOJAS DE PAPEL  MARC APORIN LIBRAN GOMA REVISTAS MICHAN, PERIODICOS, CATALOGOS, ETC.	10 MIN
2 ¿QUIEN SOY?	QUE LOS ADOLESCENTES COMIENCEN A HACER CONSCIENTES DE SUS MIEDOS	DE ACORDA PARTICIPANTE, COPIA DE LA HOJA DE TRABAJO Y PIDA QUE TRABAJEN EN GRUPOS ENCOMIENDO LAS QUE MENCIONAN EN LA ACTIVIDAD (SI ANO 2)  COMENTARLOS EN GRUPOS POR COMENTARIOS QUE QUIERAN AMPLIAR SUS RESPUESTAS	TRABAJO EN EQUIPO  TRABAJO INDIVIDUAL	HOJA DE TRABAJO TITULADA  "¿QUIEN SOY?"  LAPICIN	20 MIN

TEMARIO	OBJETIVO	ACTIVIDADES	TÉCNICA ENSEÑANZA APRENDIZAJE	MATERIAL DIDACTICO	TIEMPO
SESION 1  1. EL JUEGO DE LA AUTOESTIMA	ENSEÑAR QUE EN LA AUTOESTIMA Y QUE LAS COSAS LA AFECTAN	EXPLICAR A LOS PARTICIPANTES QUE LA AUTOESTIMA ES LA FORMA EN QUE UNA PERSONA SE SIENTE CON RESPECTO A SI MISMA	EXPOSITIVA PARTICIPATIVA	HOJAS DE PAPEL  HOJA DE TRABAJO  "QUEJER LA AUTOESTIMA"  "RECUPERAR LA AUTOESTIMA"	30 MIN
2. EL ARBOL	RECONOCER LAS PROPIAS CAPACIDADES Y LIMITES	DESBAR EN UNA HOJA UN ARBOL EN EL TRONCO ESCRIBIR EL NOMBRE, EN CADA RAZ LAS HABILIDADES O CAPACIDADES QUE SE CREA POSIBLE Y EN CADA RAMA LOS LOGROS O HITOS CONSERVAR EL ARBOL DURANTE TODO EL TALLER PARA IR ACUMULANDOLO	TRABAJO INDIVIDUAL	HOJAS DE PAPEL	20 MIN

TEMARIO	OBJETIVO	ACTIVIDADES	TÉCNICA ENSEÑANZA APRENDIZAJE	MATERIAL DIDACTICO	TIEMPO
SESION 4 1. MI BANDERA PERSONAL	AVATAR AL ADOLESCENTE A CONSIDERAR SU HABILIDADES Y DEBILIDADES	EXPLICAR QUE UNA BANDERA REPRESENTA UN PAIS. PEDIR A CADA INTEGRANTE QUE RESPONDA A CADA PREGUNTA DE LA HOJA DE TRABAJO DE LA ACTIVIDAD 2 (ANEXO 2) PARA FORMAR SU PROPIA BANDERA. FORMAR GRUPOS PARA CONSTAR LAS PREGUNTAS Y COMENTAR LOS PUNTO DE DISCUSION (ANEXO 2)	TRABAJO INDIVIDUAL TRABAJO EN EQUIPO	HOJA DE TRABAJO " MI BANDERA PERSONAL" PIZZARON PAPEL PERFORADO MARCADORES	10 MIN
2. COMBINANDO FALLAS Y LIMITACIONES	PROMOVER LA ACEPTACION DE SÍ MISMO RECONOCIENDO FALLAS Y LIMITACIONES Y EN LA APERTURA DEL GRUPO (3) SENTIR DE CONSIDERAR SU SUSTANCIOSO GRUPAL	PEDIR A CADA PARTICIPANTE QUE ESCRIBA EN UNA TARJETA 3 DE SUS FALLAS Y LIMITACIONES. RECORRER Y REVISAR TODAS LAS TARJETAS Y DISTRIBUIRNAS SUSTANCIAMENTE. CADA INTEGRANTE ELIGE LA TARJETA Y ACTUARA LAS FALLAS COMO SI FUERAN SUYAS. TRATANDO DE EXPLICAR LOS PROBLEMAS QUE PUEDEN CAUSARLAS. DISCUTIR EN GRUPOS QUE LAS FALLAS NO SON TAN TERRORES Y QUE SON COMPARTIDAS POR OTROS EN EL GRUPO.  DAR HOJA "UNA ENTREVISTA ACERCA DE "MI PERSONA" DE LA ACTIVIDAD (ANEXO 2)  DEJAR COMO TAREA ENTREVISTAR A CUATRO PERSONAS Y LEERAR LOS ESPACIOS DE LA HOJA DE TRABAJO	TRABAJO INDIVIDUAL TRABAJO EN EQUIPO	UNA TARJETA LAPIZ O PLUMA DEL MISMO COLOR	10 MIN



TEMARIO	OBJETIVO	ACTIVIDADES	TÉCNICA ENSEÑANZA APRENDIZAJE	MATERIAL DIDACTICO	TIEMPO
SESION 8 1. UNA ENTREVISTA ACERCA DE MI PERSONA	QUE EL ADOLESCENTE APRENDIA QUE CUALIDADES POSITIVAS VEN LOS DEMAS EN EL	INTRODUCIR LA ACTIVIDAD DICHIENDO AL GRUPO QUE ALGUNAS VECES OTRAS PERSONAS RECONOCEN SUSTRAS CUALIDADES MEJOR QUE NOSOTROS MISMOS. DISTRIBUIR LA HOJA DE TRABAJO DE LA ACTIVIDAD (ANEXO 2) Y ENTREGAR A CADA ESTUDIANTE QUE ESCRIBA SU NOMBRE EN EL CENTRO Y COMPLETE EL ESPACIO QUE DICE "YO MISMO". COMENTAR LO SIGUIENTE: " ¿ QUE ADIERTEN AL SABER LO QUE LA GENTE LE GUSTA DE TI? " " ¿ CONOCEN ALGUNAS CUALIDADES QUE NO SABIAS QUE TIENAS? " " ¿ ALGUIEN NO RECONOCIO ALGUNA CUALIDAD TUYA? " " ¿ TE MOLESTAN POR ESTO? "	EXPOSITIVA  TRABAJO EN EQUIPO  TRABAJO INDIVIDUAL	HOJA DE TRABAJO "UNA ENTREVISTA ACERCA DE MI PERSONA"	15 MIN
2. OTROS AFECTAN NUESTRO AUTOCONCEPTO	QUE LOS PARTICIPANTES SE DEN CUENTA COMO EL AUTOCONCEPTO ES INFLUIDO POR LA IDEA QUE DE ELLOS TIENEN LOS DEMAS.	COLOCAR SOBRE LA PARED DE CADA PARTICIPANTE UN FOLIO QUE SE ESCRIBIRAN EN LA ACTIVIDAD (ANEXO 2) SIN QUE ENTELO VEA. FORMAR PAREJAS Y DURANTE TRES MINUTOS HABLAR ACERCA DE ALGUNOS DE LOS SIGUIENTES TEMAS CASINO 21 HASTA DECIDIR CUAL ES EL TITULO POR PAREJAS INICIAR UN DEBATE Y COMENTAR LOS PUNTOS DE DISCUSION (ANEXO 2)	TRABAJO EN EQUIPO	CINTA ADHESIVA  LITRERON	25 MIN
3. LISTA DE AUTOCONCEPTOS	QUE LOS PARTICIPANTES SE DEN CUENTA QUE LOS AUTOCONCEPTOS SON RELATIVOS A ESTADOS DE ANIMO, A TRATO CON CIERTAS PERSONAS Y A TEMAS Y CIRCUNSTANCIAS ESPECIFICAS.	REPARTIR A LOS PARTICIPANTES HOJAS DE PAPEL, CADA UNO LA DIVIDIRAN EN DOS Y ESCRIBIRAN DEL LADO IZQUIERDO LOS AUTOCONCEPTOS QUE CREA TENER Y DEL LADO DERECHO LOS QUE NO CREA TENER.  EL INSTRUCTOR LEA LEYENDO LA LISTA DE AUTOCONCEPTOS DE LA ACTIVIDAD (ANEXO 2) DANDO TIEMPO SUFICIENTE PARA QUE LOS PARTICIPANTES ESCRIBAN.  COMENTAR EN GRUPOS DE TRES ¿ TE COSTO TRABAJO RECONOCER LOS AUTOCONCEPTOS POSITIVOS? " " ¿ TE COSTO TRABAJO RECONOCER LOS AUTOCONCEPTOS NEGATIVOS? "  REALIZAR UNA PUESTA EN COMUN DE LOS COMENTARIOS.	TRABAJO INDIVIDUAL  TRABAJO EN EQUIPO	HOJAS DE PAPEL  LAPICES	20 MIN

TEMARIO	OBJETIVO	ACTIVIDADES	TECNICA ENSEÑANZA APRENDIZAJE	MATERIAL DIDACTICO	TIEMPO
<p>SESION 6</p> <p>1 FRASES PARA LA AUTOESTIMA</p>	<p>DESPERTAR EN LOS ADOLESCENTES SENTIMIENTOS DE AUTOESTIMA Y HACERLOS SENTIR BIEN.</p>	<p>REPARTIR A CADA MIEMBRO DEL GRUPO LA HOJA "FRASES PARA LA AUTOESTIMA" ACTIVIDAD 13 (ANEXO 20) Y PEDIR QUE LEAN CON CUIDADO.</p> <p>SOBRE EL QUE EN UNA HOJA CONTIENE INDIVIDUALMENTE LOS SIGUIENTES PUNTOS:</p> <p>"QUE SENSACION DESPERTA EN TI LA FRASE?"</p> <p>"¿TE RESISTISTE A PENSAR EN TU VALOR?"</p> <p>"¿LEER LAS FRASES TE GENERO SENTIMIENTOS AGRADABLES HACIA TI MISMO?"</p> <p>"¿VIVIS CON UNA IDEA GENERAL DE AGRADECER POR TI MISMO?"</p> <p>FORMAR GRUPOS PEQUEÑOS PARA COMENTAR LAS RESPUESTAS.</p>	<p>TRABAJO INDIVIDUAL</p> <p>TRABAJO EN EQUIPO</p>	<p>HOJA "FRASES PARA LA AUTOESTIMA"</p> <p>LAPICES</p> <p>HOJAS DE PAPEL</p>	20 MIN
<p>2 ESTOY CONTENTO(A) DE SER LO QUE SOY.</p>	<p>AYUDAR A LOS ADOLESCENTES A ESTAR MAS CONSCIENTES DE SUS SENTIMIENTOS CON RESPECTO A SU GENERO.</p>	<p>DIVIDIR AL GRUPO EN SUBGRUPOS PEQUEÑOS DEL MISMO SEXO</p> <p>PEDIR A LOS GRUPOS QUE PIENSEN EN TODOS LOS POSIBLES FINALES DE LAS SIGUIENTES FRASES:</p> <p>MUJERES</p> <p>"ESTOY CONTENTO DE SER MUJER PORQUE..."</p> <p>HOMBRES</p> <p>"ESTOY CONTENTO DE SER HOMBRE PORQUE..."</p> <p>PEDIR A CADA GRUPO QUE COMPLETE LA ORACION EN UNA HOJA DE PAPEL</p> <p>PIDA A LOS GRUPOS QUE HAGAN LO ANTERIOR CON LAS SIGUIENTES FRASES:</p> <p>MUJERES</p> <p>"SI FUERA HOMBRE YO..."</p> <p>HOMBRES</p> <p>"SI FUERA MUJER YO..."</p> <p>COMENTAR LO SIGUIENTE:</p> <p>"¿ALGUNAS RESPUESTAS FUERON LAS MISMAS PARA AMBOS GENEROS?"</p> <p>"¿FUE DIFICIL PENSAR EN LAS VENTAJAS DE PERTENECER AL OTRO GENERO?"</p> <p>"¿ES POSIBLE SER HOMBRE Y AUN ASI TENER O HACER ALGUNA DE LAS COSAS ENLISTADAS EN MUJER O VICEVERSA?"</p>	<p>TRABAJO EN EQUIPO</p>	<p>PIZARRON</p> <p>GISE</p> <p>HOJAS DE PAPEL</p> <p>LAPICES</p>	40 MIN

TEMARIO	OBJETIVO	ACTIVIDADES	TÉCNICA ENSEÑANZA APRENDIZAJE	MATERIAL DIDACTICO	TIEMPO
SESION 7 1 ORDENAMIENTO DE VALORES	AYUDAR AL ADOLESCENTE A LOGRAR UN GRADO MAS ALTO DE AUTOESTIMA A TRAVES DEL CONOCIMIENTO DE SUS PROPIOS VALORES.	HAR A CADA PARTICIPANTE UN SOBRE CON FRASES DE VALORES DE LA ACTIVIDAD 16 (ANEXO 2). ENTREGAR QUE SEA MANERA DE AVISARLO LO QUE SE VALORA EN ESTE OBLIGADO A Hacerlo mejor que las otras y a elegir el que es la mas importante. Hacer que cada adolescente ocupe una mesa o se siente en el piso para colocar las frases sobre valores. Diga a los participantes que revisen cuidadosamente las frases y organicen una lista de las mas importantes a los menos importantes. Pida a los adolescentes que reflexionen sobre cada frase cuando hayan terminado de ordenar las frases de de las mejores en una hoja de papel y combinar los puntos de discusion de la actividad 15 (ANEXO 2).	EXPOSITIVA TRABAJO INDIVIDUAL TRABAJO EN GRUPO TRABAJO INDIVIDUAL	HOJA DE TRABAJO "ORDENAMIENTO DE VALORES" (ANEXO 2) FOLIOS CINTA ADHESIVA HOJAS DE PAPEL DE COLORES SOBRES	40 MIN
2 ELECCION DE VALORES	MOTIVAR A LOS ADOLESCENTES A EMPLEAR SUS VALORES PERSONALES.	EXPLICAR AL GRUPO QUE EN ESTA ACTIVIDAD ELLOS PODRAN EXPRESAR SU OPINION ACERCA DE VALORES EN PARTICULAR. DESIGNAR TRES AREAS DEL VALON A USA EL LLAMARA "LISTOY DE ACUERDO", OTRA "ESTOY DUDOSO" Y LA OTRA "NO ESTOY DE ACUERDO". SEÑALAR LAS TRES AREAS. EMPLEAR QUE UD. VA A LEER VARIAS FRASES DE VALORES DE LA ACTIVIDAD 16 (ANEXO 2). A MEDIDA QUE LEA CADA UNO QUIERA QUE PUEDAN CAMBIAR SU OPINION EN SU PUNTO A CADA FRASE Y LUEGO ADOPTEN UNA OPINION EN EL SALON DE PENSAR EN LOS TRES AREAS SEÑALAS. ENTRACE QUE NO HAY RESPUESTAS BUENAS O MALAS, SOLO OPINIONES Y QUE PUEDE CAMBIAR SU VOTO EN CUALQUIER MOMENTO.	EXPOSITIVA TRABAJO EN GRUPO	HOJA DE TRABAJO "ELECCION DE VALORES" PARCELAS MARCADORES	20 MIN

TEMARIO	OBJETIVO	ACTIVIDADES	TÉCNICA ENSEÑANZA APRENDIZAJE	MATERIAL DIDÁCTICO	TIEMPO
		<p>DIGA QUE SOLICITARA VOLUNTARIOS PARA DESCRIBIR SUS SENTIMIENTOS ACTUALES DE LAS FRASES, PUESTO QUE UNA CARACTERÍSTICA DE UN VALOR ES QUE LA PERSONA PUEDA EXPRESARLO A OTROS.</p> <p>EL LA PRIMERA FRASE DE LA HOJA SELECCION DE VALORES Y UNA VEZ QUE SE HAYA REFLEXIONADO SOBRE EL LA Y SE HAYA OCUPADO EN LEGAR EN EL SALON PIDA VOLUNTARIOS PARA EXPLICAR POR QUE VOTARON DE LA MANERA.</p> <p>CONTINUE CON EL RESTO DE LAS FRASES.</p> <p>CONTIENE LOS PUNTOS DE DISCUSION (ANEXO 2)</p>			

TEMARIO	OBJETIVO	ACTIVIDADES	TÉCNICA ENSEÑANZA APRENDIZAJE	MATERIAL DIDACTICO	TIEMPO
1 INVENTARIO DE COMPORTAMIENTO AFIRMATIVO	QUE EL ADOLESCENTE SEPA QUE LAS AFIRMATIVAS SON BASE EN EJEMPLOS DE SITUACIONES COTIDIANAS	DE EL INVENTARIO A CADA PARTICIPANTE (ANEXO 2) Y CONCRETAS DE 15 A 20 MINUTOS PARA TERMINARLO  PIDALES QUE SE AUTOEVALUEN Y COMIENEN EN LOS PUNTOS DE DISCUSION SI GUSTAN (ANEXO 2)  AYUDE EN LA AUTOEVALUACION SI NECE ALGUNA DUDA	EXPOSITIVA  TRABAJO INDIVIDUAL  TRABAJO EN GRUPO	FOLIA DE TRABAJO "INVENTARIO DE COMPORTAMIENTO AFIRMATIVO"  LAPICILS	30 MIN
2 IMAGEN DEL CUERPO	INCREMENTAR LA CONSCIENCIA DE LOS ADOLESCENTES DE SU SER FISICO Y AYUDARLOS A DARSE CUENTA DEL PAPEL QUE JUEGAN LOS MIEMBROS DE COMUNICACION MASIVA EN INFLUENCIAR LA IMAGEN DE SINGULOS MIEMBROS Y CONSECUENCIA AFECTIVA EN NUESTRA CONDUCTA	DIVIDIA AL GRUPO EN DOS SUBGRUPOS DEL MISMO SEXO DE A CADA GRUPO UN PEDAZO DE PAPEL Y UN MARCADOR Y MIEMBROS DEL GRUPO QUE A LOS MIEMBROS DE SU SEXO NO LES GUSTAN, SIENDO SI LES GUSTAN, TRIBLANDO "COMAN QUE A LAS MUCHACHAS NO LES GUSTAN DE SUS CUERPOS" Y "COMAN QUE A LOS MUCHACHOS NO LES GUSTAN DE SUS CUERPOS". CONSECUENCIA CONSEU MISITOS PARA COMPLETAR LAS LISTAS. PIDA A LOS GRUPOS QUE BUSQUEN EN LAS REVISTAS LE MITOS DE PERSONAS DEL SEXO OPUESTO QUE LENCUEN EN ATRACTIVOS PIDA QUE ELABOREN UN COLLAJE DE "HOMBRE ATRACTIVO" "MUJER ATRACTIVA" COMIENEN EN LOS PUNTOS DE DISCUSION DE LA ACTIVIDAD 1R (ANEXO 2)	TRABAJO EN EQUIPO  TRABAJO EN GRUPO	REVISTAS POPULARES Y PERIODICOS PARA RECORTAR  TIFERAS  CINTA  PAPEL O FIZARRON  MARCADORES	30 MIN

TEMARIO	OBJETIVO	ACTIVIDADES	TÉCNICA ENSEÑANZA APRENDIZAJE	MATERIAL DIDACTICO	TIEMPO
SESION 9 1. MINI-PRUEBA	QUE EL ADOLESCENTE REFLECTA EL APRENDIZAJE DEL CONCEPTO DE CONDUCTA AFIRMATIVA	INTRODUZCA LA ACTIVIDAD DICIENDO A LOS ADOLESCENTES QUE LA CONDUCTA AFIRMATIVA ES LA FAMILIAR PARA TRASMISITR LOS SENTIMIENTOS, CREENCIAS Y OPINIONES PROPIOS CON IDENTIDAD, RESPETO Y OPORTUNIDAD, RESPECTANDO LOS DERECHOS DE LOS DEMAS. SU META FUNDAMENTAL ES LOGRAR UNA COMUNICACION SATISFACTORIA.  DE A CADA PARTICIPANTE UNA COPIA DE LA MINI-PRUEBA ACTIVIDAD 19 (ANEXO 2) Y PIDALES QUE CONTESTEN SI LA RESPUESTA A LAS SITUACIONES PRESENTADAS SON O NO UN EJEMPLO DE LA CONDUCTA AFIRMATIVA.  REVISE CON ELLOS LOS RESULTADOS LOS CUALES SERAN: T NO 2 SI 3 NO 4 SI 5 NO 6 SI 7 NO 8 NO 9 NO 10 SI  COMENTEN EN EL GRUPO ¿HUBO DISCREPANCIAS EN LAS RESPUESTAS? ¿RESULTO DIFICIL DIFERENCIAR LA CONDUCTA AFIRMATIVA DE LA NO AFIRMATIVA?	EXPOSITIVA PARTICIPATIVA  TRABAJO INDIVIDUAL	COPIAS DE LA MINI-PRUEBA (ANEXO 2)  LAPICIS	10 MIN
2 CLASE SOBRE ESTEREOTIPOS	CONSCIENTIZAR A LOS ADOLESCENTES DE LOS ESTEREOTIPOS PRESENTES EN NUESTRA SOCIEDAD	SOLICITE A LOS PARTICIPANTES QUE DEFINAN LOS SIGUIENTES TERMINOS CON BASE EN SU EXPERIENCIA SEXO, ROL SEXUAL O DE GENERO, ESTEREOTIPO Y DISCRIMINACION. AYUDELES CON LAS DEFINICIONES DADAS EN LA ACTIVIDAD 20 (ANEXO 2). PIDA QUE PIENSEN EN EJEMPLOS DE ESTEREOTIPOS O DISCRIMINACION. MENCIONE QUE LOS ESTEREOTIPOS INFLUYEN EN LA FORMA EN QUE LA GENTE SE TRATA ENTRE SI O SE DISCRIMINA. EXPLIQUE QUE ASI MISMO, INFLUYEN EN LA FORMA EN QUE NOS SENTIMOS, NOS COMPORTAMOS, EN LO QUE CREEMOS QUE PODEMOS HACER Y EN LAS METAS QUE NOS FIJAMOS. PREGUNTE DONDE SE ADQUIEREN LOS ESTEREOTIPOS. PIDA AL GRUPO QUE BUSQUE EJEMPLOS DE ROLES SEXUALES EN LAS REVISTAS Y PERIODICOS. DAR HOJA DE MENSAJES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA.	EXPOSITIVA PARTICIPATIVA  TRABAJO EN GRUPO	PIZARRON  GIS  REVISTAS PERIODICOS	25 MIN

TEMARIO	OBJETIVO	ACTIVIDADES	TÉCNICA ENSEÑANZA APRENDIZAJE	MATERIAL DIDACTICO	TIEMPO
1 MENSAJES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA	AYUDAR A LOS ADOLESCENTES A RECONOCER ALGUNOS DE LOS MENSAJES QUE ENVIA LA TV Y OTROS MEDIOS ACERCA DE LOS ROLES SEXUALES Y LAS RELACIONES ENTRE LAS PERSONAS	SE ANUNCIAN PREVIAMENTE DOS HORAS DE TELEVISION AL GRUPO  DIGA QUE LAS DOS HORAS DEBEN INCLUIR CINCO ANUNCIOS COMO CAMELS, UN PROGRAMA ACERCA DE LA AMILIA Y UN PROGRAMA VESPERTINO O NOCTURNO SOBRE EL ROL FEMENINO ACERCA DE LAS RELACIONES ENTRE PAREJAS.  DIDA A LOS PARTICIPANTES QUE LLENEN LA HOJA DE TRABAJO DE LA ACTIVIDAD 21 (ANEXO 2) CUANDO TERMINEN DE VER LOS PROGRAMAS.  DIGA QUE DEBEN TRAER LA HOJA PARA TRABAJAR EN EL AULA.  TRABAJEN LOS PUNTOS DE DISCUSION (ANEXO 2)	TRABAJO INDIVIDUAL  TRABAJO EN GRUPO	HOJA DE TRABAJO DE LA ACTIVIDAD "MENSAJES DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION"	30 MIN
2 AMISTAD	CONSENTIR EL VALOR DE LA AMISTAD Y LAS CUALIDADES QUE NECESITAN DESARROLLARSE PARA ESTA	ENTREGAR LA ENCUESTA DE LA ACTIVIDAD 22 (ANEXO 2) A LOS PARTICIPANTES Y PEDIR QUE LA COMPLETEN.  CONCLUIDA DE 5 A 10 MINUTOS.  RECOGER LAS ENCUESTAS Y ELER ALGUNAS DE ELLAS AL AZAR SIN DECIR EL NOMBRE DEL AUTOR.  ABRIR UN DEBATE SOBRE LAS IDEAS EXPUESTAS.  ♦ SE DARA HOJA DE LPO MA "MI DECLARACION DE AUTENTICIDAD" (ANEXO 3)  ♦ AGRADECIMIENTO Y DESPEDIDA	TRABAJO INDIVIDUAL  TRABAJO EN GRUPO  EXPOSITIVA	ENCUESTA PARA CADA PARTICIPANTE  LAPICEN	30 MIN

## CONCLUSIONES.

Los cambios que suceden en la adolescencia han provocado el interés por el estudio de la misma, sobre todo en culturas como la nuestra, donde la sociedad ha estereotipado a los adolescentes, considerándolos como un grupo con características particulares con un estilo propio en su forma de vestir, hablar y comportarse, siendo los medios de comunicación masiva, en especial la T.V. los que más contribuyen a la formación de dichos estereotipos, provocando así una menor integración entre los adolescentes y los adultos.

Dado que la personalidad del adolescente esta en proceso de formación y puesto que anda en busca de un equilibrio que le permita resolver sus dudas acerca de quién es él, es que se considera más susceptible de ser influenciado por los mensajes que envían los medios.

Ya que el joven busca una nueva identidad y explora modelos con los cuales identificarse, puede pensarse entonces que ésta es una razón más por la que los medios de comunicación masiva pueden de alguna manera incidir sobre su comportamiento. Todos estamos expuestos a la influencia de dichos medios, pero en la adolescencia es más fácil ser influenciado positiva o negativamente debido probablemente al poder omnipresente que los medios tienen, aunado a ciertas características propias de esta etapa, como la rebeldía, el idealismo, la inseguridad, el deseo de ser independientes, etc.

Estas características reflejan la necesidad del adolescente de ser aceptado, de desarrollar sus capacidades intelectuales y manifestar sus cualidades afectivas y emocionales, las cuales de alguna manera van permitiendo que el joven tome conciencia de sí mismo, adquiera una mayor capacidad de adaptación y tenga habilidades para aplicar lo aprendido en experiencias pasadas a situaciones nuevas.

Cuando el adolescente logra resolver la crisis de identidad, es capaz de tomar decisiones acertadamente. Sin embargo, a pesar de que cada individuo sigue su propio ritmo de desarrollo, nuestra sociedad confiere a la persona a partir de los 18 años, nuevas responsabilidades como el derecho de votar, a tener licencia de conducir, a elegir carrera, etc., a las cuales debe enfrentarse haya o no logrado un estado adecuado de madurez.

Si cuenta con orientación e información que le permitan el esclarecimiento de dudas, así como herramientas que le ayuden a conducirse asertivamente en el nuevo mundo en el que está incursionando, entonces tendrá mayor probabilidad de tomar decisiones adecuadas y por consiguiente de sentirse bien, satisfecho consigo mismo; de lo contrario se verá inmerso en una serie de problemas personales que pueden afectar el resto de su vida.



Es en este sentido que se considera importante el ayudar al desarrollo de una autoestima adecuada en la persona, ya que como se ha visto, la forma en que uno se siente con respecto a sí mismo determina en gran parte la manera en que las personas se desempeñan en la vida diaria.(Aguilar, 1995).

Lo mencionado anteriormente hace que sea necesaria la intervención de gente profesional que pueda ayudar al adolescente a superar los contratiempos que inciden sobre su autoestima. Por esta razón surgió la idea de proporcionarles herramientas que les ayuden a buscar confianza y autorrespeto dentro de sí mismos para que lleguen a ser adultos bien adaptados y estén mejor preparados para enfrentar las adversidades de la vida, estableciendo relaciones enriquecedoras en donde prevalezca el respeto por los demás y por sí mismos.

La propuesta del taller vivencial "Un cambio positivo en la autoestima" trata de cumplir principalmente, con la idea antes expuesta, y de manea adicional ayudar a los jóvenes a reconocer algunos de los mensajes que envían los medios de comunicación masiva acerca de estereotipos y roles sexuales.

Aunque el taller sólo es una propuesta, que puede o no tener los resultados que se esperan, pues el aprovechamiento puede variar debido a diversos factores que, como se vió en el primer capítulo, intervienen en el desarrollo de la personalidad adolescente: entre los que se encuentran la posición social, las relaciones familiares, las relaciones heterosexuales, etc.

Se espera que tanto las actividades que se relacionan con la autoestima y el autoconcepto, así como las que tienen que ver con los mensajes de los medios, proporcionen un clima en donde los chicos logren una participación que les permita ser ellos mismos, en beneficio de su formación individual.

La posible influencia negativa que los medios de comunicación pueden ejercer en la audiencia de los adolescentes, se infiere al notar que los programas dirigidos a jóvenes muestran un modo de vida totalmente diferente a la realidad con la que se enfrentan.

Generalmente se observan situaciones en donde los chicos se desenvuelven en ambientes de consumismo y diversión, rodeados de estereotipos ideales y placeres; sin embargo, esto podría ocasionar que al darse cuenta que la realidad es otra muy distinta, el joven sufra frustraciones y desubicación, con la consecuente baja en su autoestima y modificación de su autoconcepto.

Con esto se quiere resaltar que existen aspectos de preocupación con respecto a la influencia que los medios pueden tener, aunque no se conoce el impacto social y psicológico real sobre la conducta, actitud y perspectiva del público usuario.

Mientras algunos investigadores señalan que la influencia de los medios es real, otros consideran que no se puede ser tan determinante ya que los efectos causados por los medios, sobre todo la T.V., depende en gran parte de las características individuales y las condiciones del sujeto en el momento en que está expuesto a cierto medio de comunicación.

Por otra parte, es a partir de los años ochentas que surge una nueva corriente cuya idea principal es sustentar que los medios de comunicación masiva no son entidades capaces de manipular a su antojo la ideología del público, dando a este un papel más complejo y activo.

A pesar de que ésta nueva perspectiva aún inconclusa, no está de acuerdo con el poder de manipulación de los medios, no niega el impacto que éstos causan en las audiencias, pero pone mayor atención a ciertos elementos para el análisis de la comunicación, como la clase social, el género o la familia y el contexto sociocultural.

Por último, se concluye que es fundamental el apoyo que pueda brindarse al adolescente, haciendo a un lado los prejuicios y estereotipos, muchas veces equivocados acerca de ellos y poniendo mayor interés en su desarrollo como individuos.

## ANEXO 1

### JUEGO DE LA TELARAÑA

El Juego de "la telaraña" se lleva a cabo para que los alumnos se presenten. Consiste en reunir en círculo a los participantes incluyendo a los facilitadores; quien inicia la dinámica sostiene en sus manos una bola de estambre al momento de hacer su presentación. El adolescente en turno debe decir su nombre y dos actividades que le guste realizar, o si los facilitadores lo prefieren, el título de una canción o programa televisivo de su agrado. Después, sin soltar la punta del estambre, debe aventar la bola a cualquier otro compañero, quien a su vez tendrá que presentarse y aventar la bola a otro, sin soltar el estambre para ir formando una telaraña. Y así sucesivamente.

Cuando todos los integrantes del grupo se hayan presentado se jugará a la inversa; el último participante deberá decir el nombre y actividades preferidas que haya dicho su compañero anterior, aventando nuevamente la bola de estambre para deshacer la telaraña.

## ANEXO 2

### SESION NO. 1

#### ARITMETICA EXTRASENSORIAL

#### ACTIVIDAD 1

#### PROCEDIMIENTO:

Solicite un voluntario para que le ayude. Explique que va a predecir el resultado de una operación aritmética debido a su percepción extrasensorial. Póngase en un lugar en donde su ayudante no pueda ver lo que va a escribir. Pídale que escriba en un rotafolios, pizarrón, etc. Cualquier número de 3 cifras diferentes. (Nota: el número no debe ser capicúa, por ejemplo 323). Pida a la persona que escriba el número al revés y reste el menor del mayor, por ejemplo:

$$\begin{array}{r} 821 \\ -128 \\ \hline 693 \end{array}$$

Ahora invierta este número: 396

Y súmelo al anterior para obtener

$$\begin{array}{r} 693 \\ + 396 \\ \hline 1089 \end{array}$$

Mientras el voluntario acaba sus cálculos, muestre una tarjeta que ya tenga lista, en la cual escribió el número 1089. (Nota: el resultado de este ejercicio siempre será 1089). A veces, la primera resta dará un número de dos cifras, por ejemplo:

$$\begin{array}{r} 786 \\ - 687 \\ \hline 99 \end{array}$$

En tal caso, diga al voluntario que ponga un cero antes del número obtenido (el 99 se convierte en 099). Continúe como se mencionó.

## LA COMUNICACION

## ACTIVIDAD 2

### FRASE:

¡LA FORMA EN LA QUE TE LLEVAS CON LOS DEMAS ES MUY IMPORTANTE. LA FORMA EN LA QUE TE PRESENTAS A LOS DEMAS FISICAMENTE, TU TONO DE VOZ Y LAS COSAS QUE TU DICES PUEDEN JUGAR UN GRAN PAPEL EN SI LOGRAS O NO TUS METAS!.

Friedberg.

## EL TELEFONO HUMANO

## ACTIVIDAD 3

### INTRODUCCION:

Introduzca la actividad diciendo a los adolescentes que somos seres humanos con un hermoso sistema de comportamiento que capta las distintas señales del ambiente y de nuestro propio cuerpo, que a través de los sentidos podemos saber si hace frío, se es de noche, si estamos cansados, preocupados, todo al mismo tiempo, y si además nos estamos comunicando con alguien debemos captar lo que nos dice y lo que queremos decir. Como suceden muchas cosas basta con que exista un leve error en lo que se escucha o en la forma en que se dijo el mensaje para que pueda surgir un problema de comunicación.

### PROCEDIMIENTO:

Indique a los seis voluntarios que se retiren momentáneamente del salón.

Al resto del grupo leales una frase larga, que puede ser la siguiente:

En el huerto de María sembraron calabazas, unas verduras verdes muy buenas para la salud que le gustan mucho a sus hijos Luis y Pedro, pero que su esposo Federico nunca se quiere comer.

Posteriormente haga pasar a uno de los voluntarios y dígame la frase anterior pidiéndole que trate de memorizarla.

Luego pase a otro de los adolescentes que están fuera del salón y pida al primero que le transmita el mensaje. Continúe así hasta que cada uno de ellos haya entrado, recibido el mensaje y a su vez lo haya transmitido a otro compañero.

El último participante deberá anotar la frase que escuchó en el pizarrón.

**SESION NO. 2**

**¿QUIEN SOY?**

**ACTIVIDAD 5**

**HIOJA DE TRABAJO**

Mi personaje favorito es

---

---

Si pudiera tener un desco, sería

---

---

Me siento feliz cuando

---

---

Me siento muy importante cuando

---

---

Me siento muy triste cuando

---

---

Una pregunta que tengo sobre la vida es

---

---

Me enojo cuando

---

---

La fantasía que más me gusta tener es

---

---

Un pensamiento que habitualmente tengo es

---

---

Cuando me enojo, yo

---

---

Cuando me siento triste, yo

---

---

Cuando tengo miedo, yo

---

---

Me da miedo cuando

---

---

Algo que quiero, pero que me da miedo pedir, es

---

---

Me siento valiente cuando

---

---

Me senti valiente cuando

---

---

Amo a

---

---

Me veo a mí mismo (a)

---

---

Algo que hago bien es

---

---

Estoy preocupado (a)

---

---

Más que nada me gustaría

---

---

**Si fuera anciano (a)**

---

---

**Si fuera niño (a)**

---

---

**Lo mejor de ser yo es**

---

---

**Detesto**

---

---

**Necesito**

---

---

**Deseo**

---

---



### SESION NO. 3

#### EL JUEGO DE LA AUTOESTIMA

#### ACTIVIDAD 6

**FRASES PARA DISMINUIR LA AUTOESTIMA** imagina que en la última semana te ha pasado lo siguiente:

1. Una pelea con tu novio o novia que no ha terminado.
2. Tu maestro/a te criticó sobre tu trabajo.
3. Un grupo de amigos cercanos no te incluyó en un paseo.
4. Uno de tus padres te criticó y te llamó "maleriado/a".
5. Un amigo/a reveló un secreto que tú le dijiste en confianza.
6. Tu novia/a te dejó por otro/a muchacho/a.
7. Un grupo de amigos se burló de ti por la forma como te arreglas.
8. Sacaste malas notas en un examen.
9. Tu equipo favorito de fútbol perdió un juego importante.
10. Un muchacho/a que te cae bien rechazó tu invitación para salir contigo.

#### FRASES PARA RECUPERAR LA AUTOESTIMA

1. Algún compañero de escuela te pidió tus consejos sobre un asunto delicado.
2. Un muchacho/a que te gusta te invitó a salir.
3. Tu padre o madre te dijo de repente que te quiere mucho.
4. Recibiste una carta o una llamada de un antiguo/a amigo/a.
5. Sacaste buenas notas en un examen.
6. Un muchacho/a aceptó tu invitación a salir contigo.
7. Tu equipo favorito de fútbol ganó un juego importante.
8. Ganaste una beca para estudiar algo que te gusta mucho.
9. Tu novia/a te mandó una carta de amor.
10. Todos tus amigos /as dijeron que les encantan tu ropa o tu peinado.

#### PUNTOS DE DISCUSION:

1. ¿Todos recuperaron su autoestima?
2. ¿Cuál fue el suceso que más quitó de tu autoestima?
3. ¿Cuál fue el suceso que menos dañó tu autoestima?
4. ¿Cuál fue el suceso más importante para recuperar la autoestima?
5. ¿Qué podemos hacer para defender nuestra autoestima cuando nos sentimos atacados?
6. ¿Qué podemos hacer para ayudar a nuestros amigos y familiares cuando su autoestima está baja?

## **SESION NO. 4**

### **MI BANDERA PERSONAL**

### **ACTIVIDAD 8**

#### **PREGUNTAS PARA LA BANDERA:**

1. ¿Cuál piensas que ha sido tu máximo logro de tu vida hasta ahora?
2. Menciona tres cosas o actividades en las que eres bueno
3. ¿Qué te gustaría mejorar en ti mismo?
4. Si mueres hoy, ¿por qué te gustaría ser recordado?
5. ¿Quién es la persona que más admiras?
6. ¿Cuál es tu sueño o aspiración más alta?

#### **PUNTOS DE DISCUSION:**

1. ¿Cómo te sentiste al contar a otros tus habilidades y sueños? ¿Te fue difícil contar tu historia personal a otros?
  2. ¿Habías pensado en esas cosas antes?
  3. ¿Qué aprendiste de ti mismo?
- (Incluya algunos puntos de discusión de las preguntas incluidas en la bandera).

**SESION NO. 5****UNA ENTREVISTA ACERCA DE MI PERSONA****ACTIVIDAD 10****HOJA DE TRABAJO**

En el espacio que dice "Yo mismo" menciona tres cosas que te gustan de ti mismo. Luego, entrevista a cuatro de las personas restantes y pideles que te digan tres cosas que les gusten de ti como persona. Escribe sus respuestas en los espacios apropiados.

**YO MISMO**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**UNO DE TUS PADRES O TUTORES**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**UN HERMANO O HERMANA**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**UN ADULTO O UNA ADULTA**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**UN MAESTRO O MAESTRA**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

(NOMBRE)

**UNA VECINA O UN VECINO**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**UN AMIGO**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**UNA AMIGA**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

LISTA DE LETREROS O ETIQUETAS

Sermonéame	Enjuiciame	Cállame
Aconsejame	Ignórame	Ridiculízame
Escúchame	Admírame	Apóyame
Compréndeme	Acéptame	Elógiame
Respétame	Dime que estoy equivocado	Dime que tengo Razón

TEMAS:

- \*El uso de la marihuana debería ser legalizado.
- \*La libertad sexual debería ser ejercida por hombres y mujeres.
- \*La asistencia a las escuelas debería ser libre.
- \*toda mujer tiene derecho de decidir sobre su cuerpo (Ej: embarazo, suspensión del mismo)
- \*Las muchachas de 16 años son más maduras que los muchachos de la misma edad.

PUNTOS DE DISCUSION:

- ¿Pudiste adivinar que letrero tenías? ¿Qué es lo que te llevó a saberlo?
- ¿Te gustó jugar tu papel? ¿Por qué sí o por qué no?
- ¿Cómo y cuanto crees que las personas que te rodean pueden influir en tu autoconcepto?
- ¿Por qué crees que lo sucede esto a la mayoría de la gente?
- ¿Por qué no les pasa a todos?

LISTA DE AUTOCONCEPTOS

ACTIVIDAD 12

Soy una persona...

Servicial	Egoísta	Inteligente	Tonta	Prudente
Positiva	Pesimista	Sumisa	Rebelde	Triunfante
Sincera	Hipócrita	Flexible	Rígida	Imprudente
Relajada	Tensa	Cariñosa	Fría	Fracasada
Agradable	Desagradable	Alegre	Aburrida	Creativa
Autoritaria	Liberal	Indulgente	Recriminante	Rutinaria
Consciente	Distraída	Aceptante	Rechazante	Constante
Comprometida	Indiferente	Intelectual	Emotiva	Inconstante
Respetuosa	Cínica	Compartida	Retraída	Humilde
Responsable	Irresponsable	Comprensiva	Enjuiciante	Orgullosa
Profunda	Superficial	Segura	Insegura	
Valiente	Miedosa	Decidida	Indecisa	
Tolerante	Intolerante	Importante	Conforme	
Insignificante	Activa	Pasiva	Inconforme	

**SESION NO. 6**

**FRASES PARA LA AUTOESTIMA**

**ACTIVIDAD 13**

Soy una persona con valor, existo y ocupo  
un lugar insustituible en la vida.

Trato de salir adelante como lo hace  
Cualquier ser humano.

Hago lo mejor que puedo en las  
Circunstancias que encaro.

Tengo derechos por ser humano, así  
Como legítimas necesidades.

Soy una persona que merece vivir con dignidad.

Soy imperfecto como todos los demás,  
Me acepto tal como soy, sin juicio alguno,  
Puedo elegir mis actitudes, mi valor es único e inmutable,  
Actúo en busca de mis propias Soluciones.

Merezco ser respetado como yo necesito  
Respetar a los demás.

Merezco vivir con paz y seguridad, soy  
Una persona con vida, que básicamente  
Busca la bondad.

Puedo dar mi sello personal y único a  
Todo lo que hago.

Tengo conciencia de mi existir, soy un  
Ser humano valioso.

**PUNTOS DE DISCUSION:**

1. ¿Fue más fácil elegir el valor más importante o el menos importante? ¿Por qué?
2. ¿Hay valores en la lista en los que nunca antes habías pensado?
3. ¿Aprendiste algo nuevo acerca de tus sentimientos hacia un valor en especial? ¿Cuál?
4. ¿Estarías dispuesto a compartir tu lista de valores ya terminada con un amigo íntimo? ¿Un novio o novia? ¿Por qué sí, o por qué no?

**ORDENAMIENTO DE VALORES**

**FRASES:**

- ◆ Ser más independiente de mis padres (tanto económica como emocionalmente)
- ◆ Obtener buenas notas (o calificaciones)
- ◆ Ser virgen cuando me case
- ◆ No abusar de drogas o alcohol
- ◆ Llevarme bien con mis padres
- ◆ Tener buena salud toda mi vida
- ◆ Casarme
- ◆ Comer todos los días
- ◆ Ser artístico/a o creativo/a
- ◆ Hacer dinero/fortuna
- ◆ Tener mi casa propia
- ◆ Ser popular con mis amigos
- ◆ Ser buena en los deportes
- ◆ Tener una buena relación sexual con alguien que realmente amo
- ◆ Tener hijos

## ELECCION DE VALORES

## ACTIVIDAD 16

1. Se puede obtener un buen trabajo sin terminar la educación secundaria.
2. Las mujeres deberían (en ocasiones) pagar la entrada al cine o los gastos de una cita.
3. Lo que cuenta para poder obtener un trabajo no es lo que se sabe sino a quién conoces.
4. En una familia, el hombre debe ser responsable del apoyo financiero.
5. No hay manera de planear tu vida, puesto que esto es un juego del destino o juego de azar.
6. Es muy importante continuar tus estudios después de la secundaria.
7. Los hombres que tienen hijos deben compartir la responsabilidad de cuidar de ellos, por ejemplo cambiar los pañales al bebé y darle el alimento.
8. No es propio para un hombre tener relaciones sexuales si no está casado.
9. No es propio para una mujer tener relaciones sexuales si no está casada.
10. Los adolescentes no deben tener hijos.
11. Tener un trabajo que te guste es más importante que tener mucho dinero.
12. Un muchacho que no ha tenido relaciones sexuales a los 17 años es anormal.
13. Las mujeres no deberían desempeñar trabajos que los hombres han realizado.
14. Una adolescente embarazada debería tener el derecho de decidir si se provoca o no un aborto.
15. Usar métodos anticonceptivos significa que una mujer planea tener relaciones sexuales con muchos hombres.
16. Embarazarse prueba que una mujer está enamorada de un hombre.
17. Es anormal que una pareja casada no tenga hijos.
18. Un hombre que nunca ha sido padre no es un verdadero hombre.
19. La mujer debe llegar virgen al matrimonio.
20. El hombre debe llegar casto al matrimonio.

### PUNTOS DE DISCUSION:

1. ¿Sabías de inmediato qué pensabas acerca de cada frase o tuviste que meditar sobre cada una?
2. ¿Cambiaste alguna vez tu punto de vista?
3. ¿Alguien en el grupo influyó en tu "voto"? (Hable acerca de la forma en que la presión de los compañeros puede interferir en la libertad de expresar su punto de vista).
4. ¿Tu conducta respalda tus valores? ¿Prácticas lo que predicas?
5. ¿Cómo te sentiste acerca de la diversidad de valores en tu grupo?
6. ¿Es más difícil para los adolescentes expresar sus valores en presencia de los compañeros o en presencia de los padres? ¿Por qué?
7. ¿Hubo un valor que fue más fácil responder o evaluar que los demás? ¿Cuál? ¿Por qué?

**SESION NO. 8**

**INVENTARIO DE COMPORTAMIENTO AFIRMATIVO      ACTIVIDAD 17**

**INSTRUCCIONES.**

Por cada situación que se describe a continuación, escribe SI si es que tiendes a actuar de esa manera o NO si probablemente tú no reaccionarías así.

- \_\_\_\_\_ 1. Tiendo a ser callado y tímido para expresarme.
- \_\_\_\_\_ 2. En ocasiones pierdo oportunidades por no decir lo que pienso.
- \_\_\_\_\_ 3. Si algo no me gusta lo digo en el primer momento oportuno.
- \_\_\_\_\_ 4. Me cuesta trabajo molestar a los demás con cosas mías, aun cuando lo necesite.
- \_\_\_\_\_ 5. Cuando me piden algo y me rehúso, me siento culpable.
- \_\_\_\_\_ 6. Si algo no me convence, insisto en preguntar hasta que encuentre la explicación satisfactoria.
- \_\_\_\_\_ 7. Cuando hay discusiones yo participo activamente y expreso todo lo que deseo, buscando respetar a los demás.
- \_\_\_\_\_ 8. Pienso y actúo como si lo mío fuese tan valioso como lo de cualquier otra persona
- \_\_\_\_\_ 9. Me siento y actúo como víctima, culpando a los demás o a las circunstancias.
- \_\_\_\_\_ 10. Me da vergüenza expresarme en ciertas situaciones (por ejemplo, tratar con nuevos conocidos, pedir informes por teléfono, aclarar dudas o reclamar).
- \_\_\_\_\_ 11. Si una persona me gusta, dejo de ser yo mismo(a) ante ella(él).
- \_\_\_\_\_ 12. Acumulo sentimientos hasta explotar.
- \_\_\_\_\_ 13. En discusiones importantes me bloqueo, no puedo decir nada
- \_\_\_\_\_ 14. Cuando me expreso uso adecuadamente los tonos de voz y los ademanes.
- \_\_\_\_\_ 15. Cuando estimo bastante a alguien me resulta difícil decirle que me está molestando.
- \_\_\_\_\_ 16. Me cuesta trabajo seguir una conversación, no se me ocurre ningún tema interesante.
- \_\_\_\_\_ 17. Si alguien me elogia, me da gusto y lo acepto con alegría.
- \_\_\_\_\_ 18. A veces pierdo oportunidades por detenerme y no opinar.
- \_\_\_\_\_ 19. Si alguien abusa de mis derechos le digo con firmeza que no lo haga.
- \_\_\_\_\_ 20. Cuando tengo un conflicto con alguien normalmente yo cedo.
- \_\_\_\_\_ 21. Siempre trato de agradar a los demás, en exceso.
- \_\_\_\_\_ 22. Si alguien quiere presionarme a hacer algo que yo no deseo, con tranquilidad le digo que no.
- \_\_\_\_\_ 23. Me es muy difícil expresar alguno de mis sentimientos.
- \_\_\_\_\_ 24. Si veo algo bueno en los demás, se los digo con gusto.
- \_\_\_\_\_ 25. Cuando tengo un problema con alguien, suelo dejarlo para después sin resolverlo.
- \_\_\_\_\_ 26. Puedo hablar con tranquilidad ante cualquier público.
- \_\_\_\_\_ 27. Si alguien me desaprueba, me olvido de mí por intentar que me acepte.
- \_\_\_\_\_ 28. Pienso en las necesidades y los derechos de los demás tanto como en los míos.
- \_\_\_\_\_ 29. Si alguien me debe dinero, sufro para cobrarle, aunque me interese hacerlo.
- \_\_\_\_\_ 30. Conozco mis necesidades y busco satisfacerlas sin atropellar.



## **AUTOEVALUACION:**

Cada pregunta señalada con asterisco obtiene la calificación de la respuesta contraria (si contestó Sí, cambia a No. Si contestó No, cambia a Sí).

Ayúdeles si existe alguna duda.

Cuanto mayor sea el número de casos en que respondiste Sí, más probabilidad habrá de acción afirmativa.

Cuanto más hayas respondido No, mayor será la probabilidad de acción no afirmativa.

30-25 Puntos: buen nivel de conducta afirmativa

24-20 Puntos: nivel afirmativo medio menos de 20: nivel afirmativo bajo

**NOTA:** Las preguntas marcadas con asterisco, es decir que deben ser cambiadas para calificar son: 1, 2, 4, 5, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 18, 20, 21, 23, 25, 27 y 29.

## **PUNTOS DE DISCUSION:**

1. ¿Te costó trabajo reconocer cómo actúas según cada situación?
2. ¿Qué piensas del resultado que obtuviste?
3. ¿Se puede hacer algo al respecto?

## **IMAGEN DEL CUERPO**

## **ACTIVIDAD 18**

### **PUNTOS DE DISCUSION:**

1. ¿ Están satisfechos los hombres y las mujeres con sus formas corporales? ¿ Quiénes están mas satisfechos?
2. ¿ Cómo se forma en nosotros la idea de " cuerpo atractivo " ?
3. ¿ Son realistas las imágenes de belleza que recibimos de los medios masivos o son estereotipos?
4. ¿ La forma en que nos sentimos con respecto a nuestros cuerpos está influenciada por lo que los miembros del otro sexo encuentran interesante o atractivo?
5. ¿ Existen partes de nuestro cuerpo que podamos cambiar? ( Encierre en un círculo las de ambas listas).
6. ¿ Y las partes que no podemos cambiar? ¿ Afectan nuestro cuerpo, nuestro humor, nuestra inteligencia, nuestra amabilidad o nuestra capacidad de amar y de ser amados?
7. ¿ Existen cosas en nuestras vidas que están afectadas por nuestros cuerpos? Den ejemplos.

## SESION NO. 9

### MINI-PRUEBA

### ACTIVIDAD 19

Para reforzar el aprendizaje del concepto afirmativo, contesta si la respuesta a las situaciones es o no un ejemplo de la conducta afirmativa.

**Situación.** En una junta de trabajo en donde se percibe el entusiasmo por un nuevo proyecto, tú ya has indicado por cuarta vez que no es tan viable como parece. Sin escuchar los puntos de vista de los demás, dices:

Les repito que no va a funcionar, creo que los números están inflados, no tiene caso, no vale la pena, ¡aterrien!

Es un ejemplo de conducta afirmativa                      Sí ( ) No ( )

Tenías cita con tu equipo a las ocho de la mañana. Todos se presentan a las nueve; tú dices: Hemos quedado en que la reunión era a las ocho y son las nueve, ¿qué les pasó?

Es un ejemplo de conducta afirmativa                      Sí ( ) No ( )

Después de que uno de tus compañeros hace una exposición buena en clase, tú le dices: En esta ocasión sí te salió bien:

Es un ejemplo de conducta afirmativa                      Sí ( ) No ( )

Al pagar te das cuenta de que te están cobrando de más. Dices: Mire, tal vez usted no se dio cuenta pero mi nota tiene un cargo de más. Si es un error, por favor corríjalo, si es un cargo extra no estoy dispuesto a llevarme la mercancía.

Es un ejemplo de conducta afirmativa                      Sí ( ) No ( )

Alguien te pide tu coche prestado, tu no quieres hacerlo. Contestas: Bueno...no sé...anda mal de los frenos...además, no está asegurado...

Es un ejemplo de conducta afirmativa                      Sí ( ) No ( )

Una secretaria encuentra que su jefe escribe los reportes con una letra ilegible para ella. Le dice: Posiblemente usted no se ha dado cuenta, pero me cuesta trabajo entender su letra. Me encantaría que la hiciese de molde o un poco más grande. ¿Está de acuerdo?

Es un ejemplo de conducta afirmativa                      Sí ( ) No ( )

En un semáforo, mientras esperas, se acerca alguien a limpiarte el parabrisas y lo hace a pesar de que le dijiste que no. Tú le dices: Ustedes son una bola de mafiosos, a mí no me tocas mi carro, ¡respetá tonto!.

Es un ejemplo de conducta afirmativa      Sí ( ) No ( )

Alguien te felicita por el buen trabajo desempeñado; tú respondes: ¿De verdad?, ¿en serio?, ¿te parece?.

Es un ejemplo de conducta afirmativa      Sí ( ) No ( )

El esposo consiente demasiado a los hijos y no apoya a su mujer cuando los quiere mandar a dormir. Ella le dice: Comprendo que quieres jugar con los niños, pero siempre llegas muy tarde. El problema es tuyo, ahora tú te encargas de acostarlos, yo ya me voy a dormir.

Es un ejemplo de conducta afirmativa      Sí ( ) No ( )

Tu pareja piensa que te has comportado en forma extraña y te pregunta cómo te has sentido. Tú le dices: Muy bien porque creo que ahora ya resolvemos mejor nuestros conflictos. Pero me siento triste cuando tú me dices que te sientes lejos de mí.

Es un ejemplo de conducta afirmativa      Sí ( ) No ( )

## **CLASE SOBRE ESTEREOTIPOS**

## **ACTIVIDAD 20**

### **DEFINICIONES**

A. SEXO: con frecuencia se usa para referirse al género de una persona que puede ser masculino o femenino.

B. ROL SEXUAL O ROL GENERICO: Todo lo que una persona dice o hace, consciente o inconscientemente, para expresar su masculinidad o femineidad.

C. ESTEREOTIPO: La creencia de que todas las personas que pertenecen a cierto grupo, por ejemplo género, edad, raza, deben de actuar de la misma forma; no existe lugar para el individualismo.

D. DISCRIMINACION: Mostrar perjuicio parcial o total en contra de un grupo de personas).

### **SESION NO. 10**

## **MENSAJES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION      ACTIVIDAD 21**

### **PUNTOS DE DISCUSION:**

#### **Parte I:**

- 1.-¿ En qué tipo de actividades estuvieron involucrados los hombres y las mujeres?
- 2.-¿ Qué clase de productos vendían las mujeres? ¿ Qué vendían los hombres?
- 3.-¿ Crees que los anuncios comerciales son realistas?

#### **Parte II:**

- 4.-¿ Qué papeles desempeñaron los hombres y las mujeres acerca de la familia?
- 5.-¿ Quién era la persona dominante en la familia? ¿ Desempeño alguien un papel no tradicional?
- 6.-¿ Crees que la familia que viste parecía real?



## AMISTAD

## ACTIVIDAD 22

### ENCUESTA:

- Describe las características de un buen amigo.
- Indica cómo demuestras que eres amigo de alguien.
- ¿Crees que es importante tener amigos? ¿Por qué?
- ¿Crees que tienes cualidades para ser un buen amigo?, Si las tienes ¿cuáles son y qué otras cualidades quisieras tener?
- Reflexionar sobre lo que yo puedo hacer hoy para comenzar a darme la alegría de ser amigo, y empezar a sembrar esta alegría en mi escuela, familia y amistades.

## ANEXO 3

### MI DECLARACION DE AUTOESTIMA

(Virginia Satir)

#### **Yo soy yo**

En todo el mundo no existe nadie igual, exactamente igual a mí. Hay personas que tienen aspectos míos, pero de ninguna forma el mismo conjunto mío. Por consiguiente, todo lo que sale de mí es auténticamente mío, porque yo sola(o) lo elegí.

Todo lo mío me pertenece, mi cuerpo y todo lo que hace; mi mente con todos sus pensamientos e ideas; mis ojos, incluyendo todas las imágenes que perciben; mis sentimientos, cualesquiera que sean, ira, alegría, frustración, amor, decepción, emoción; mi boca y todas las palabras que de ella salen, refinadas, dulces o cortantes, correctas o incorrectas; mi voz, fuerte o suave, y todas mis acciones, sean para otros o para mí.

Soy dueña(o) de mis fantasías, mis sueños, mis esperanzas, mis temores.

Son mis triunfos y mis éxitos, todos mis fracasos y errores.

Puesto que todo lo mío me pertenece, puedo llegar a conocerme íntimamente. Al hacerlo, puedo llegar a quererme y sentir amistad hacia todas mis partes. Puedo hacer factible que todo lo que me concierne funcione para mis mejores intereses.

Sé que tengo aspectos que me desconciertan y otros que desconozco. Pero mientras yo me estime y me quiera, puedo buscar con valor y optimismo soluciones para las incógnitas e ir descubriéndome cada vez más.

Como quiera que parezca y suene, diga y haga lo que sea, piense y sienta en un momento dado, todo es parte de mí ser. Esto es real y representa el lugar que ocupó en este momento en el tiempo.

A la hora de un examen de conciencia, respecto de lo que he dicho y hecho, de lo que he pensado y sentido, algunas cosas resultarán inadecuadas. Pero puedo descartar lo inapropiado, conservar lo bueno e inventar algo nuevo que supla de descartado.

Puedo oír, ver, sentir, pensar, decir u hacer. Tengo los medios para sobrevivir, para acercarme a los demás, para ser productiva(o), y para lograr darle sentido y orden al mundo de personas y cosas que me rodean. Me pertenezco y así puedo estructurarme.

**Yo soy yo y estoy bien.**

## BIBLIOGRAFIA

- Adams y Gullota, 1989 Una perspectiva teórica sobre el desarrollo de la identidad. Traducido por Lic. Lucía C. Peña Canseco.
- Aguilar, K. E., 1987 Asertividad, Cómo ser tu mismo sin culpas. Ed. Pax-México, México, D.F.
- Aguilar, K. E., 1995a Domina la comunicación. Serie Desarrollo Humano Integral. Arbol Editorial, S.A. de C.V. México.
- Aguilar, K.E., 1995b Descubre la comunicación. Serie Desarrollo Humano Integral. Arbol Editorial, S.A. de C.V. México.
- Aguilar, K.E., 1995 Descubre la Autoestima. Serie Desarrollo Humano Integral. Arbol Editorial, S.A. de C.V. México.
- Aguilar, K. E. 1995 Domina la Autoestima. Serie Desarrollo Humano Integral. Arbol Editorial, S.A. de C.V. México.
- Aguilar, K. F. y Jáuregui, C. 1996 Trabajar con Autoestima. Serie Calidad Humana en el trabajo. Arbol Editorial, S.A. de C.V. México.
- Allport, W. G. 1977 La Personalidad. 6a edición. Editorial Herder, Barcelona, España.
- Ascencio, L.A. 1972 Cómo emplea el tiempo la juventud en el D.F. Medios de difusión Tesis Lic. en Administración, U.N.A.M., México.
- Barker, G. y Carbajal, A.J. 1990 "Cómo planear mi vida" (compiladores y editores).
- Bischof, L. S. 1973 Interpretación de las teorías de la personalidad. Editorial Trillas, México.
- Branden, N. 1994 El poder de la autoestima. Editorial Paidós, Buenos Aires, Argentina.
- Branden, N. 1994 Cómo mejorar la autoestima. Editorial Paidós, México.
- Bryan, W.K. 1992 La era de la manipulación. Editorial Diana, México.
- Burgelin, O. 1974 La comunicación de masas. Ediciones Planeta y A.T.E. España.
- Caplan, G. y Lebovici, S. 1973 Psicología Social de la Adolescencia. Desarrollo, familia, escuela, enfermedad y salud mental. Editorial Paidós, Buenos Aires, Argentina.
- Charles, C.M. Del Estudio de los medios a la incorporación de las audiencias. Tecnología y comunicación educativas. No.26 enero-junio 1996



Cortés, A. Ma. Gpc., 1990 Estudio comparativo de autoestima en función al status. Tesis Fac. de Psicología, UNAM. México.

Craig, G. J., 1994 Desarrollo Psicológico. (6ª edición) Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. México.

Cueli, J.; Aguilar, R. de.; Martí, C.; Lartigue, T.; Michaca, P. 1972 Teorías de la Personalidad, Editorial Trillas, México.

De Fleur, M. L. y Ball, R. S. 1987 Teorías de la comunicación de masas, (2ª reimpresión) Editorial Paidós, México.

Delval, J., 1994 El desarrollo humano, Editorial Siglo XXI, S.A. Madrid, España.

Delval, J El aprendizaje en el niño y los nuevos medios de comunicación. Tecnología y comunicación educativas. No.20 pp.91-100 1992

Dicaprio, S. N., 1989 Teorías de la Personalidad. Editorial Mc. Graw-Hill. Interamericana de México, S.A. de C.V.

Espinoza, L. F., 1988 Revisión teórica de la utilización de la estimulación subliminal en los medios masivos de comunicación. Tesina Fac. de psicología U.N.A.M. México.

Fadiman, J. y Frager, R., 1979 Teorías de la Personalidad. Editorial Harla, México.

Ferguson, L. R., 1979 Desarrollo de la Personalidad. Editorial El Manual Moderno, S.A. México.

Fernández, E., 1991 Psicopedagogía de la adolescencia, Narcea. S.A. de ediciones, Madrid, España.

Geiwitz, P. J., 1977 Teorías no Freudianas de la personalidad. Ediciones Marova, Madrid, España.

Gesell, A.; Ilg, F. L.; Bates, L. B., 1987 El adolescente de diez a dieciséis años. Editorial Paidós, España.

Grinder, E. R. 1976 Adolescencia. Editorial Limusa S. A. de C. V. (5ta. Reimpresión 1988) México.

Hall, C. S.; Lindzey, G., 1984 La teoría del sí mismo y la personalidad, Editorial Paidós México.

- Hernández, G. J., 1974 Una aproximación al estudio de los medios masivos de comunicación y su papel en el control de la conducta social, Tesis Fac. de psicología U.N.A.M., México.
- Horrocks, J. E., 1986 Psicología de la Adolescencia, (1ra reimpresión) Editorial Trillas México.
- Hurlock, E. B., 1980 Psicología de la adolescencia, Editorial Paidós, edición revisada y ampliada. México.
- Lorimier, J., 1971 El adolescente: proyecto vital, Identidad psicossocial y vocación, Ediciones Marova, S. L. Madrid, España.
- Lozano, J.C. Del imperialismo cultural a la audiencia activa: aportes teóricos recientes, Revista Tecnología y Comunicación Educativas. Año 7, No.20 Oct, 1992.
- Magaña, C. M., 1988 Autoconcepto, Adolescencia y Familia, Tesina, Fac. de Psicología UNAM, México.
- Mairer, H. W., 1971 Tres teores sobre el desarrollo del niño: Erikson, Piaget y Sears, (4ta. reimpresión 1979), Amorrortu editores, Buenos Aires, Argentina
- Marafioti, R., 1993 Los significantes del consumo. Semiología, medios masivos y publicidad, Editorial Biblos, Buenos Aires, Argentina.
- Mc Candless, B. R., 1981 Conducta y desarrollo del niño, Nueva Editorial Interamericana, México.
- Mc Kinney, J. P.; Fitzgerald, H. E.; Strommen, E. A., 1982 Psicología del Desarrollo: edad adolescente, Editorial El Manual Moderno, S.A. de C.V México.
- Mc Quail, D., 1993 Introducción a la Teoría de la comunicación de masas, Editorial Paidós, (2da edición revisada y ampliada), México.
- Moragas, 1977 Sociología de la Comunicación de Masas, Editorial Gustavo Gil, S.A. Barcelona, España.
- Muuss: Rolf, E., 1969 Teorías de la adolescencia, Editorial Paidós, (segunda edición) Buenos Aires, Argentina.
- Newman, B., 1987 Manual de Psicología Infantil, Vol.I Editorial Limusa S.A. de C. V. México.
- Oñate, Ma P. de., 1989 El autoconcepto: Formación, medida e implicaciones en la personalidad, Editorial Narcea, Madrid, España.

Papalia, E. D., 1978 Psicología del Desarrollo: de la infancia a la adolescencia, Edirorial Mc Graw-Hill, Bogotá, Colombia.

Papalia, E. D. y Olds, W. S. 1990 Desarrollo Humano, Edit. Mc Graw-Hill (1ra. edición en español.)

Paz de Buen, R. P., 1980 Lectura de revistas y su efecto sobre el concepto que de sí misma tiene la mujer, Tesis, Fac. de Psicología, UNAM, México.

Pearson, H. J., 1975 La adolescencia y el conflicto de las generaciones, Ediciones Siglo Veinte, Buenos Aires, Argentina.

Rappoport, L., 1978 La personalidad desde los 13 a los 25 años. El adolescente y el joven, Editorial Paidós, Buenos Aires, Argentina.

Rodríguez, E. M., 1988 Autoestima, Clave del éxito personal, Serie Capacitación Integral, 2da edición, Editorial El Manuel Moderno, S. A. de C.V, México.

Rosenberg, M., 1973 La Autoimagen del adolescente y la sociedad, Ed. Paidós, Buenos Aires, Argentina.

Satir, V. 1991 Nuevas relaciones humanas en el núcleo familiar, Editorial Pax-Mex. (6ta. reimpresión corregida y aumentada), México.

Solis, A. J. 1991  Género, comportamiento de las mujeres en las relaciones sexuales y autoconcepto, Tesis facultad de Psicología, U.N.A.M. México.

Soto, A.R., Siliar, R.L., Rosales, S.J., Medina, A.V. y Bizznet, O.J.

Diagnóstico de medios y mensajes en la educación básica, Tecnología y comunicación educativas No.20 pp.41-48 1992 (publicado originalmente en No.8 pp.37-45 Agosto 1987.

Tarroni, E; Barbalato, B; Calzavara, E; Celli, E; Pecori, F., 1978 Comunicación de masas: perspectivas y métodos, Colección Punto y Línea. Editor Gusarvo Gili S. A. Barcelona, España.

Torreblanca, N.O. 1986 El cine como experiencia didáctica, Tesis Fac. Psicología UNAM, México.

Torreblanca, N.O. La divulgación escrita ante la fascinación por la imagen, VI Congreso Nacional de Divulgación Científica, 1996 (Cuernavaca; Morelos). (Sociedad Mexicana de Divulgación de la Ciencia y la Técnica, ( SOMEDICYT).

Wolfman, B.B. 1984 Diccionario de ciencias de la conducta, Ed. Trillas, México.

Wright, Ch. R., 1993 Comunicación de masas, Ed. Paidós, México.

ESTA TESIS  
FUE IMPRESA POR EL  
**SR. VICTOR ZARATE T.**  
ATENCION PERSONAL

REP. DE CUBA 99 DESP. 9  
COL. CENTRO C.P. 06010

PRESUPUESTOS  
AL TEL. PART. 649-02-51  
HORARIO 7:00 A 9:00 HRS.  
Y 21:00 A 23:00 HRS.

DE LUNES A SABADO  
DE 11:00 A 19:00 HRS.  
FAVOR DE PEDIR LE COMUNIQUEN  
CON EL SR. VICTOR ZARATE T.  
AL TEL. 521-20-73