

318525

5
20



UNIVERSIDAD INTERCONTINENTAL

ESCUELA DE PSICOLOGIA

Con estudios incorporados a
la Universidad Nacional
Autónoma de México
1982 - 1986

**“ESTUDIO COMPARATIVO DE
AUTOCONCEPTO Y MOTIVACION DE
LOGRO EN ESTUDIANTES DE
UNIVERSIDAD PUBLICA Y PRIVADA”.**

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN PSICOLOGIA
P R E S E N T A :
MARIA ISABEL MARTINEZ ARIAS

ASESOR DE TESIS:
MTO. MARTHA PATRICIA BONILLA MUÑOZ

MEXICO, D. F.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1990



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 está 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.

INDICE

RESUMEN	2
INTRODUCCION	3
CAPITULO 1 MARCO TEORICO	6
1.1 Adolescencia	16
1.2 Autoconcepto	20
1.3 Motivación de Logro	30
1.4 Estudios anteriormente realizados	40
CAPITULO 2 METODOLOGIA	53
2.1 Objetivos	54
2.2 Problemas	54
2.3 Hipótesis	55
2.4 Variables	56
2.5 Sujetos	58
2.6 Muestra	59
2.7 Tipo de Estudio	59
2.8 Diseño	59
2.9 Instrumento	60
2.10 Procedimiento	64
2.11 Análisis Estadístico	65
CAPITULO 3 RESULTADOS	67
3.1 Resultados	68
3.2 Interpretaciones y Discusión de los Resultados	80
CAPITULO 4 CONCLUSIONES	88
CAPITULO 5 LIMITACIONES Y SUGERENCIAS	94
ANEXOS	97
BIBLIOGRAFIA	109

RESUMEN

En el presente estudio se investigó la relación entre Autoconcepto y Motivación de Logro en jóvenes universitarios de ambos sexos, así como la comparación entre una Universidad Pública y una Universidad Privada y también las diferencias existentes entre ambos sexos. Siendo las variables dependientes el Autoconcepto y la Motivación de Logro que se midieron por medio de un cuestionario respectivamente. El diseño de la investigación fue factorial. Se utilizó un muestreo no probabilístico accidental por cuota, que se analizó estadísticamente con el coeficiente de correlación de Pearson y el análisis de varianza. En la hipótesis 1 se rechazó la nula, para el único caso que se aceptó es para la población femenina, ya que se encontró que no existe correlación entre Autoconcepto y Motivación de Logro porque se obtuvo una r de Pearson igual a .2875. Las demás hipótesis nulas se aceptaron a excepción de la población femenina de universidad privada que difiere en la forma de expresión y comunicación (Factor III, social 2 de Autoconcepto) con respecto a los otros grupos.

INTRODUCCION

La presente investigación surge de mi interés central por el aspecto humano, y específicamente se encausa a la parte humana del Autoconcepto y la Motivación de Logro.

Para dicho fin aplique un cuestionario de Motivación de Logro y uno de Autoconcepto. La validez y la confiabilidad de ambos instrumentos fue obtenida con anterioridad. Aplique las escalas a 100 jóvenes entre los 21 y los 25 años de edad en universidades de la Ciudad de México. El trabajo analizó la relación entre las 2 variables y la importancia que dicho vínculo posee para la educación y la sociedad. Ya que a pesar de las prolíficas investigaciones que se han desarrollado en torno de estos 2 conceptos es muy poco lo que se ha trabajado en el estudio de esta relación. Además los tests son casi nuevos en México y espero que mi trabajo sirva como incentivo a futuras generaciones que deseen investigar sobre el tema.

Por otro lado la relevancia científica que tiene este estudio en cuanto a la revisión bibliográfica, debiéndose, como explique anteriormente, a que existe poco escrito sobre el tema de Autoconcepto y Motivación de Logro en el idioma español y lo que realmente existe en nuestro país se encuentra en el idioma inglés.

También es relevante mencionar la importancia que cultural y socialmente se da al éxito personal y del lugar primordial que ocupa éste en la escala de valores del individuo, por lo que se considera importante estudiar la

Motivación de Logro relacionada con el Autoconcepto; ya que el estudio se cimienta en el conocimiento previo de que el Autoconcepto que una persona tiene de si mismo conforma su propia personalidad y la Motivación de Logro como parte importante, entonces se retoma la personalidad que posee el sujeto para adscribirle una determinada necesidad de logro.

Se escogió la etapa de la Adolescencia porque como lo menciona Mauricio Knobel (1973) es la etapa de la vida durante la cual el individuo busca establecer su identidad adulta, apoyándose en sus primeras relaciones objetales parentales internalizadas (Aberastury, 1977). Añadiendo que debe integrar todo lo pasado, lo experimentado, lo internalizado para establecer una continuidad y mismidad para que surja un individuo integrado e independiente, parado sobre sus propios pies. Así, en la presente investigación estudie la Adolescencia Tardía (Peter Blos, 1981) porque es primordialmente una fase de consolidación y en la fase final de ésta, el individuo gana en acción positiva, una integración social, constancia en sus emociones y estabilidad de la autoestima.

La importancia de esta investigación radica en concientizar a los padres y educadores la responsabilidad que deben tener en la formación y desarrollo de un autoconcepto positivo. Ya que los resultados arrojan una estrecha relación entre Autoconcepto y Motivación de Logro, y éste último es muy necesario para que los jóvenes logren éxitos y por lo tanto nuestro país progrese.

CAPITULO 1

CAPITULO 1

MARCO TEORICO

La investigación se conforma desde un punto de vista social. Ya que la Psicología Social examina las áreas de la conducta que entrañan interacción y relaciones entre el individuo y las demás personas. Se centra en los individuos en general; y los principios generales se aplican a la conducta, entonces de esta forma pueden emplearse como base para predecir la conducta.

Al tener un enfoque social y efectuar un estudio de campo, esto permitió que la investigación se hiciera en gran escala, dándose posibilidad de explorar una gran variedad de interpretaciones en forma simultanea.

Es importante observar al individuo en grupo, ya que éste forma su identidad, su autoconcepto y ésto a su vez influirá en su desempeño y su motivación al logro. Por lo tanto, se explicara brevemente como es la conformación de conductas y actitudes a partir de la influencia grupal.

Los grupos nos permiten identificarnos mediante el descubrimiento o la formación de semejanzas, sirven también como base para descubrir diferencias. Las personas afiliadas a un grupo tienen ciertas semejanzas que les proporcionan una identidad y las convierten en miembros que funcionan en su seno, pero cada uno tiene ciertas características que no comparte con los demás.

La utilización del grupo como fuente de significancia es tan general y profunda que se debe reconocer como un factor recurrente en las relaciones entre el individuo y el grupo.

La tendencia general de las personas a buscar la compañía, este impulso, se puede explicar por el aprendizaje que tiene lugar durante la infancia, cuando la dependencia de los demás se refuerza y recompensa; la necesidad de la ayuda ajena para realizar faenas y enfrentarse al medio, los impulsos instintivos y la necesidad de estimulación.

El impulso de interactuar con otros individuos puede explicarse asimismo por la necesidad de atención o amor, necesidades de seguridad y demandas de estima, tal asociación, a su vez, esta relacionada con la necesidad de percatarse de la propia realidad. La asociación con otras personas también nos proporciona un sentido de significación.

Al asociarse con otros seres aprendemos a impartir cierto grado de estructura o significación a nuestras experiencias y esto, a su vez, nos permite saber a quienes nos parecemos (identidad) y a quienes no nos parecemos (definición).

Existe una tendencia general del hombre a asociarse con otros individuos para asegurar su propia supervivencia y buscar estimulación significación, identidad y definición.

La asociación con otras personas es una meta y que el hecho de alcanzarla sirve para reforzar la conducta que se orienta a estar con otros.

A su vez la atención y aprobación de otros tiene un valor reforzante y los cambios de la conducta pueden obtenerse en función del aumento de la atención y aprobación prestadas.

El aprendizaje social es la base de la identidad: aprendemos a ser quienes somos. Este aprendizaje empieza muy temprano.

Algunas de las modificaciones de la conducta humana pueden explicarse mediante las diferencias de la constitución biológica de los niños, algunos son vigorosos, otros son pasivos, otros más son hipersensibles, etc. Sin embargo, las familias empiezan a modificar esta conducta desde el principio. Tienen ciertas expectativas respecto a los niños que derivan de la cultura.

Kluckhohn observa "la cultura encauza los procesos biológicos".

Gran parte de lo que suele llamarse "el carácter nacional" consiste en pautas de conducta que se aprenden durante los años formativos de la infancia, cuando las expectativas de los padres tienen el máximo efecto en la conducta de sus hijos; primero, mediante el reforzamiento directo de la conducta que los padres consideran apropiado y luego mediante la imitación, cuando los niños adoptan las expectativas paternas como propias.

Ya en la adolescencia los grupos de referencia constituyen un modelo para los adolescentes. Se trata de grupos con los que un individuo se relaciona o aspira a relacionarse psicológicamente (Sherif, 1963). Los grupos de

referencia pueden servir como fuente de actitudes y valores que son imitados y constituyen una base para el aprendizaje ulterior.

Los grupos de referencia que sirven como modelos nos ayudan a establecer nuestra identidad.

Por ejemplo los padres sirven como grupos de referencia para los niños en circunstancias ordinarias, particularmente durante los años en que los pequeños empiezan a imitar. A medida que el niño se aproxima a la edad escolar, empieza a identificarse con otros grupos de referencia y a imitarlos.

En una sociedad compleja, urbanizada e industrializada el número de grupos de referencia aumenta. Cuando mayor sea el número de grupos de referencia en la vida de un individuo más compleja será su conducta y esta complejidad brindará una nueva base para las diferencias en el modo de conducirse. Seleccionando ciertas características o aspectos entre la gran diversidad de grupos.

El aprendizaje social comienza en la infancia; incluso los estilos culturales y las pautas de conducta se hacen sentir a esa edad.

Los valores y las actitudes que los jóvenes aprenden determinan sus estilos perceptivos; su modo de percibir el medio así como su propia conducta.

La capacidad reforzante de los modelos es un factor determinante en la atracción que despierta en nosotros. Entre distintos modelos solemos escoger aquellos que tienen mayor potencial reforzante.

Por lo tanto, se puede concluir que la interacción con otros individuos tiene para nosotros un valor positivo, nos permite identificarnos y definirnos, y tiene el efecto de reforzar ciertos aspectos de nuestra conducta, produciendo así el aprendizaje social.

Como se podrá observar el fenómeno social influye en la personalidad, la cual incluye los conceptos de carácter (el tipo de conducta característico de un individuo en las situaciones fundamentales) y temperamento (las tendencias básicas de las emociones y los sentimientos que son características de un individuo).

Como ya mencioné la mayoría de las características que nos identifican y definen como individuos son el producto de la interacción social. En tanto que el individuo interactúa con otros a lo largo de toda su vida y que dos interacciones no son idénticas, su personalidad sigue un proceso continuo de modificación. Esta modificación parece ser ligera en ambientes muy estables o aislados; y la modificación parece ser más rápida cuando las personas deben aprender a desempeñar una variedad de roles complejos. La serie de conductas que acompañan a un rol se aprenden, lo que quiere decir que han sido reforzadas. Y una vez aprendidas, reaparecen fácilmente cada vez que surgen situaciones que tienen un potencial de reforzamiento.

En la medida en que nos movemos de una situación a otra y de un rol a otro, revelamos varios aspectos de nosotros

mismos -nuestra personalidad- a otros y también a nosotros mismos.

Aprendemos un repertorio de roles que en gran medida nos identifican y definen "quienes somos"; es decir, los roles que aprendemos constituyen un aspecto importante de nuestra personalidad.

Al hablar de la personalidad y de los roles es imprescindible mencionar el concepto del yo y autoimagen. El término "concepto del yo" es una forma abreviada de decir "actitud hacia si y concepto de uno mismo".

George Herbert Mead (1934) indicó que el yo es el producto de la interacción que entablamos con otros y que el individuo solo puede percibirse a sí mismo como un reflejo en los ojos de otro.

La imagen de sí mismo se refiere más a los aspectos relacionados con la impresión del yo mientras que el concepto de sí mismo incluye, además, otros aspectos tales como actitudes, valores, motivos, objetivos, expectativas, etc.

En cuanto a las relaciones de los roles y el yo, el primer par de roles en el que nos vemos involucrados es la relación madre-hijo. Después con la familia inmediata. Toma en cuenta los puntos de vista de los demás y la parte importante de la relación entre los roles es la mutua evaluación. Después el niño emerge del hogar hacia los grupos de juego del vecindario y de la escuela.

Harry Stack Sullivan insiste en que la personalidad existe únicamente en función de nuestra interacción con los demás.

Después de ver como se conforma la personalidad y la identidad es importante observar el proceso de los motivos que dan lugar a la conducta y la actitud es una acción. Se puede argüir que si los motivos existen se revelarán en la conducta del individuo, de manera directa o indirecta.

Ahora pasemos a hablar de los motivos sociales que son considerados como necesidades psicológicas. Empezaremos por el concepto de necesidad que es la carencia de algo que es vital e importante para el organismo: un déficit. Todos tenemos necesidad de agua, alimento, etc. El término necesidad designa metas o conductas, implica también que una meta o una conducta determinada es vital, y que sin tal objetivo la vida se extinguiría o el desarrollo normal se impediría.

Las necesidades psicológicas son una extensión de la idea básica. Son categorías de metas y conductas que varían considerablemente según el individuo, pero que en mayor o menor grado funcionan en todos nosotros.

Las necesidades psicológicas presentan una variación marcada y responde a la modificación del aprendizaje social; así como la necesidad de logro es consecuencia principal del aprendizaje social.

La necesidad de logro se relaciona con la realización: el dominio, la manipulación y organización del medio físico y

social; la superación de obstáculos y el mantenimiento de elevados niveles de trabajo: competencia mediante el esfuerzo por superar la propia labor, así como la rivalidad y la superación de los demás, y otros aspectos parecidos.

Para lograr una necesidad de logro es necesario haber superado las anteriores necesidades en la escala de Maslow, las cuales veremos en el capítulo de motivación de logro.

Por lo tanto cabe concluir la importancia que tiene el aprendizaje social, ya que éste influye en nuestro autoconcepto y motivación de logro. Como se podrá observar el tema de esta investigación (autoconcepto y motivación de logro) tiene mucha relación entre sí, ya que dependiendo de nuestra anterior interrelación con las personas tendremos un concepto específico de nosotros mismos y de ahí surgirán nuestras necesidades de logro.

Considero importante hacer breve mención al estatus social y sus efectos en los motivos sociales y en la conducta. Ya que en la presente investigación la muestra pertenece a dos diferentes estatus socioeconómicos.

Los sistemas sociales consisten en unidades sociales organizadas o no. Estas pueden dividirse en posiciones que tienen sus derechos y sus obligaciones. Por lo general, en el estatus del individuo influyen su posición y el modo en que los demás miembros de su unidad social lo consideran y aprecian. El estatus refleja el poder y el prestigio que goza el individuo y en él influye también el grado de exclusividad de la posición que tiene. De las personas que

ocupan ciertas posiciones se espera que desempeñen los roles apropiados y, por tanto, deben estar debidamente calificadas. Los roles influyen en los valores que tienden a ser sostenido por las personas que ocupan la posición, los valores influyen en las actitudes, éstas en los preceptos o formas en que el individuo se ve a sí mismo y a su medio y finalmente, los preceptos del individuo influyen en sus roles y en la forma en que los desempeña.

Las clases sociales suelen dividirse en la clases alta, media , trabajadora y baja. Las diferencias entre las clases sociales están determinadas por una serie de variables, como la necesidad de logro, la necesidad de afiliación, rasgos de personalidad y patrón de crianza de los hijos; aunque la más importante de las cuales es el nivel ocupacional en el cual influye el número de años de educación que el individuo haya podido cursar y el que la persona logre abandonar o cambiar una serie de actitudes y formas de conducta características de su cultura. (13)

Los miembros de la clase media (CM) tienen en gran aprecio la educación, el esfuerzo, el propio mejoramiento, la limpieza, la vida familiar, la casa propia, la responsabilidad y la respetabilidad. Hacen gran hincapié en lo futuro, el control de los impulsos y el encauzamiento de la hostilidad en formas de conducta que sean socialmente aceptables.

La clase alta (CA) solo constituye una pequeña parte de la población; son menos competitivos que los de la CM. Las

mujeres tienden a ejercer más influencia en la CA que en otros niveles de la sociedad. Las mujeres de la CM gozan una posición familiar más elevada que las de la CT y la de éstas es, a su vez, superior a la que tienen las mujeres de la CB.

Los individuos de la CT están mejor educados y adiestrados que los de la CB. En cambio los miembros de la CB presentan apatía, apartamiento y resignación, aunque la violencia es más común en esta clase que en otras.

Los estudios de los patrones de crianza de los hijos muestran que los padres de la CM tienden a ser más sociales con sus hijos, son más permisivos y autocontrolan el stress y la responsabilidad individual de la conducta. Los padres de CB tienden a ser más punitivos y a la imposición. Los análisis de los roles de los padres muestran que padres de la CT tienden a verse menos implicados en la crianza de los hijos que los padres de la CM. (13)

A continuación se desarrollaron los temas de adolescencia, autoconcpeto y motivación de logro para profundizar ya que son de especial interés para la presente investigación.

Se estudia adolescencia porque es una de las características de la muestra. Siendo de nuestro especial interés el periodo de adolescencia tardía (Blos, 1981).

1.1 ADOLESCENCIA

A partir de principios de siglo, el tema sobre adolescencia cobró mucha importancia dentro del campo de la investigación, motivo por el cual se realizaron continuos estudios que progresaron tomando en cuenta los problemas surgidos del despertar de la genitalidad hasta el estudio de las estructuras del pensamiento que ubican al adolescente en el mundo de los valores del adulto.

Pasando la primera mitad del siglo XV aparece dentro de la literatura el término de adolescencia, aunque fue poco usado hasta que a mitad del siglo XVIII a través de la Revolución Industrial se extiende con la creación de las leyes de trabajo para la niñez.

Literalmente la palabra adolescencia deriva de la lengua latina: ad - a, hacia más; olescere -forma incoativa de olere, crecer. Significa la condición o el proceso de crecer (Aberastury, A., 1977).

Peter Blos (1981) define a la adolescencia como "la suma total de los intentos para ajustarse a la etapa de la pubertad, al nuevo grupo de condiciones internas y externas que confronta el individuo".

La Adolescencia vista por Peter Blos:

El hecho de analizar el periodo de la adolescencia dentro del campo de la investigación, es considerado su estudio en forma desordenada, ya que no puede llevarse a cabo en línea recta debido a que el adolescente atraviesa cada una de las fases con gran rapidez o puede elaborar una de ellas en

variaciones interminables, pero lo que es definitivo que de ninguna manera se puede desviar de las diferentes etapas.

Blos presenta las fases por las cuales el adolescente atraviesa generalmente, siendo estas:

Adolescencia Temprana

Adolescencia Propiamente tal

Adolescencia Tardía

Postadolescencia

La muestra estudiada en esta investigación está situada en el intervalo de edad de 21 a 25 años, que corresponde al periodo denominado por Blos como adolescencia tardía. Por lo que a continuación se describirá únicamente esta etapa.

ADOLESCENCIA TARDIA.- La fase final de la adolescencia se ha considerado como una declinación natural del crecimiento. Con esta declinación el individuo gana en acción positiva, una integración social, constancia en sus emociones y estabilidad de la autoestima.

El desarrollo de la adolescencia tardía reside en la elaboración de un yo unificado que funda en su ejercicio los retardos parciales, con expresiones estables a través del trabajo, el amor y la ideología produciendo articulaciones sociales así como reconocimiento. "Todo lo que una persona posee o realiza, todo vestigio de los sentimientos primitivos de omnipotencia que su experiencia ha confirmado, ayuda a incrementar su autoestimación", Freud (1914).

La adolescencia tardía es un punto de cambio decisivo y en consecuencia es un tiempo de crisis que frecuentemente

somete a esfuerzos decisivos la capacidad integrativa del individuo diriviéndose fracasos de adaptación, deformaciones yicas, maniobras defensivas y psicopatología severa. Erikson(1956) ha denominado a esto una "crisis de identidad"; a lo largo del camino ha llegado selectivamente a buen término con su identidad, sus objetos y sus metas.

El principio operable que gobierna el proceso de consolidación de la adolescencia tardía es el siguiente:

1. El aparato psíquico que sintetiza los diversos procesos adolescentes específicos de la fase los convierte en estables, irreversibles y les da un potencial adaptativo.

2. La fuente de los residuos específicos de periodo anteriores de desarrollo que han sobrevivido a las transformaciones adolescentes y que continúa existiendo en forma derivada, contribuyen con su parte a la formación del carácter.

3. Finalmente, la fuente de la energía que implica ciertas soluciones hacia un primer plano y dejó otras en estado latente, provee al proceso de consolidación de una calidad de decisión e individualidad.

La consolidación de la personalidad al final de la adolescencia trae mayor estabilidad de los sentimientos y de la vida activa del joven adulto, efectuándose una solidificación de carácter.

En términos de desarrollo del yo y de organización de impulsos, la estructura psíquica ha adquirido al final de la adolescencia tardía, una fijación que permite al

postadolescente volver al problema de armonizar las partes componentes de la personalidad. Esta integración surge gradualmente y por lo general ocurre como preparación para la selección ocupacional, siempre que las circunstancias permitan al sujeto hacer la selección, la integración va de la mano con la actividad del rol social, con el enamoramiento, el matrimonio, la paternidad y la maternidad.

En conclusión la adolescencia tardía es primordialmente una fase de consolidación, en la que existe: 1. Un arreglo estable y altamente idiosincrático de funciones e intereses del yo; 2. Una extensión de la esfera libre de conflictos del yo; 3. Una posición sexual irreversible (constancia de identidad) resumida como primicia genital; 4. Una catexia de representación del yo y del objeto, relativamente constante; y 5. La estabilización de aparatos mentales que automáticamente salvaguardan la identidad del mecanismo psíquico.

La adolescencia tardía es un punto de cambio decisivo, es un tiempo de crisis. Sus metas principales son: lograr una identidad del yo e incrementar la capacidad para la intimidad.

1.2 AUTOCONCEPTO

Una característica que distingue al ser humano de los demás seres es la capacidad que tiene de verse a sí mismo como si estuviera desde afuera. Al parecer lo que más le interesa al individuo es el sí mismo (self), su imagen corporal, sus sentimientos de aceptarse a sí mismo, y al mismo tiempo lo que piensan los demás acerca de él. Esto sucede especialmente durante la adolescencia donde el joven se enfrenta a la vida con una conciencia acentuada tratando de definir su autoconcepto.

El término de autoconcepto se comienza a perfilar primeramente a través de las investigaciones que se han realizado acerca del yo dentro de la personalidad y posteriormente con la importancia del estudio de la identidad encontrándose muy asociado con este término el autoconcepto.

El autoconcepto se puede decir tiene sus bases en lo que a través de la historia de la psicología diversos autores conocen como: self "el sí mismo", estilos de vida, individualización, introspección, autoimagen e identidad.

Se considera útil retomar algunas ideas de autores que antecedieron para que surgiera el estudio del autoconcepto, comenzando con las aportaciones del sí mismo (self), pasando después al estudio de la identidad y por último al autoconcepto.

A) EL SI MISMO O SELF

Allport (1965) propone que el sentido de identidad corporal, el sentido de identidad en sí y la estima de sí mismo son la base del sí mismo. Cuando el sí mismo o self es el objeto del conocimiento y sentimiento lo llama propium (dentro del propium de Allport se encuentra el autoconcepto).

Propone que el desarrollo de sí mismo se da en siete aspectos que en su conjunto, componen el propium para definirlo. Tales aspectos son:

1. Sentido de sí mismo corporal (del nacimiento a los tres años.
2. Sentido de una continua identidad de sí mismo.
3. Estimación de sí mismo, amor propio.
4. Extensión de sí mismo, amor propio (de los 4 a los 6 años).
5. Imagen de sí mismo.
6. El sí mismo como solucionador racional (de los seis a los doce años).
7. Esfuerzo orientado (adolescencia).

La conciencia de sí mismo es sólo en parte conciencia del cuerpo, y la conciencia del cuerpo es sólo en parte conciencia del punto alcanzado en el desarrollo, también tiene importancia que se tenga un cuerpo masculino o femenino, enfermo o sano, débil o fuerte, etc. y el modo en que el joven se juzga a sí mismo al respecto, mezcla lo objetivo con lo subjetivo. Se encuentra también la conciencia de sí mismo en cuanto a persona, con diversos niveles de

competencia, virtud, autonomía y autocontrol, importancia y orientación en el tiempo. (25)

Lo que el yo refleja cuando se contempla el cuerpo, la personalidad y los roles a los que está vinculado para toda la vida -sin saber donde estaba antes o dónde estará después- son los diversos sí mismos que integran nuestro sí mismo compuesto. (51)

B) LA IDENTIDAD

La identidad es la realización entre tres elementos básicos de la personalidad" su continuidad, la cohesión interna relacionada con la adaptación al medio ambiente y el logro de sus metas.

La identidad es el logro de una integración entre el ideal de vida para el yo y el de la sociedad en la que el hombre vive.

Erikson dice que la identidad se empieza a formar cuando el niño tiene contacto con la madre y ambos se reconocen como dos personas una separada de otra. Donde el niño precisa por una parte la información del medio externo y de su cuerpo e interioridad por la otra, estableciendo las diferencias entre el yo y el o yo. Tiene que reconocerse primero como una persona separada, luego de que sexo es, como miembro de una familia, de un grupo y de un estrato social determinado. (24)

Por lo tanto E. Erikson, 1976; la identidad es un proceso que se manifiesta a través de la asimilación mutua y exitosa de todas las identificaciones sucesivas de aquellos años tempranos del niño, incluyendo un contexto exitoso en las

introyecciones realizadas en esta época. En tanto este éxito depende de las relaciones satisfactorias primeramente con la madre y más tarde con el respeto de la familia y después en el núcleo de su cultura comunal. El proceso de identidad cambia y se desarrolla constantemente.

La formación de la identidad posee también un aspecto negativo que puede permanecer como el aspecto rebelde de la identidad total. La identidad negativa es la suma de todas aquellas identificaciones y fragmentos de identidad, que el individuo tuvo que sumergir en su interior como indeseables o irreconciliables, con su ambiente social. (26)

La identidad es psicosocial y está localizada en los tres órdenes en los cuales el hombre vive en todo tiempo: 1. el orden somático "por el cual un organismo busca mantener su identidad en una renovación constante de la mutua adaptación del mundo interior y el medio ambiente"; 2. el orden yóico que es "la integración de la experiencia y conducta personal"; 3. el orden social "mantenido unido por organismo yóico que comparten una ubicación histórica geográfica". Dentro de estos tres órdenes el ser humano alcanzará lo que Erikson llama la identidad personal. Y hace una distinción entre la identidad personal y la identidad del yo, mencionando que la primera se basa en dos observaciones: a) Percepción de mismidad y continuidad de la propia existencia en el tiempo y en el espacio; b) Percepción de hechos en que otros reconozcan esa mismidad y continuidad. Sin embargo

Erikson denomina identidad del Yo a la "cualidad yóica de esa experiencia. (26)

Durante la búsqueda constante del individuo de su identidad se apoya en algunos elementos como son, los roles psicosexuales, el autoconcepto, la autoimagen o autoestima.

La búsqueda de una identidad nueva y no obstante confiable puede apreciarse mejor en el constante esfuerzo de los adolescentes por definirse, redefinirse a sí mismos basándose en las experiencias que ha tenido anteriormente. En esta búsqueda de identidad el adolescente recurre a situaciones que le brinden seguridad y estima personal, que por lo regular son proporcionados por su grupo. En realidad todas las identidades requieren de un otro: un otro cuya relación y a través de la cual, se realiza la identidad de cada yo.

C) AUTOCONCEPTO

Para Carl Rogers el autoconcepto es "una configuración organizada de percepciones acerca de sí mismo, que son parcialmente conscientes". Está compuesta de percepciones de las propias características y habilidades, los preceptos y conceptos de sí mismo en relación a los otros y el ambiente; los valores que son percibidos y asociados con experiencias, objetos y las metas e ideales que perseguimos ya sean positivos o negativos.

A través de la adolescencia, el joven se enfrenta a la vida, por primera vez, con una autoconciencia aumentada,

luchando por definir su propia identidad, siendo la forma consciente de esta identidad el autoconcepto.

El autoconcepto incluye varios componentes como son: el perceptual, el conceptual y las propias actitudes. El componente perceptual es la forma en la que una persona se percibe a sí misma, que se ha hecho de las impresiones de los otros. El componente conceptual se refiere a los conceptos que tiene de sus características, habilidades, recursos, aciertos, fallas y limitaciones, así como la concepción de su pasado y su futuro. Y las propias actitudes, que incluyen los sentimientos acerca de sí mismo y su desenvolvimiento ante el estatus social y frente a su futuro.

El autoconcepto no sólo incluye el conocimiento de lo que se es, sino de lo que se quiere ser y de lo que debe ser el individuo. Esto permite a la personalidad una concepción coherente y unificada de sí mismo, dándole la posibilidad de manejarse más adecuadamente en su ambiente.

Se ha dicho que las auto-percepciones son consideradas dentro de dos categorías; el autoconcepto y la autoestima. El autoconcepto es definido como las percepciones que tiene de uno mismo en términos de atributos personales y de varios roles los cuales son desempeñados o realizados por el individuo. La autoestima es definida como la valuación estimada así como la satisfacción personal con los roles y la cualidad del rol ejecutado. (Beane, J.; Lipka, R. 1980).

En conclusión, el concepto de sí mismo se refiere a las percepciones descriptivas del sí mismo, mientras que la

autoestima se refiere a las evaluaciones de estimación de estas descripciones.

La autoestima es un aspecto del autoconcepto, y se forma principalmente cuando el bebé intenta eliminar el displacer, se siente bien cuando están satisfechas sus necesidades y cuando no es así se siente abandonado. El niño utiliza la introyección de la madre para restaurar la autoestima (34). Más adelante el niño pierde autoestima cuando pierde amor y la recupera cuando gana amor.

Los juicios de los padres equivalen a la verbalización afectiva sobre la conducta infantil. Si el padre pronuncia un juicio positivo permite al niño quererse a sí mismo, en cambio si emite un juicio negativo acompañado de rechazo el niño pierde amor y consiguientemente pierde autoestima.

Por lo tanto, si los padres valoran positivamente al niño se espera que éste se valore a sí mismo, de lo contrario su autoestima se verá disminuída con la consiguiente pérdida de seguridad.

En general, las personas con elevada autoestima, se enfrentan a la vida conscientes de sus capacidades y limitaciones, reconocen que tanto los éxitos como los fracasos pueden ocurrir (36), son activos en su grupo social, y se perciben como dignos de respeto (10). Al apreciar debidamente su propio valor son capaces de aquilatar y respetar el valor de los demás (56).

Por otro lado, las personas con baja autoestima tienden a enfrentarse a la vida con menos confianza (36), mostrando

sentimientos de inadecuación, inferioridad, inseguridad y temor a expresar ideas creativas (47).

Un aspecto determinante en el autoconcepto y el desarrollo de la conducta es la interacción social. Ya que toda función humana siempre es dada en un contexto social. Debido a esta continua interacción el autoconcepto incluye un área social. Dentro de esta área existen dos procesos por medio de los cuales la persona crece socialmente y aprende a vivir en grupo: estos son la identificación y la socialización.

La socialización es la transición gradual de un infante egocéntrico a un miembro cooperativo de la sociedad. Este proceso se lleva a cabo a través de la interacción social. Es gradual, pero no como mera maduración en el sentido de crecimiento natural sino gracias al aprendizaje y a la experiencia. (34)

El adolescente busca identificarse con sus compañeros a través de estereotipos de sí mismo, de sus ideales y de sus adversarios. Y es así como los grupos a los que pertenece una persona, sirven como determinantes primarios en su autoconcepto (Muuss, 1975).

Rogers (1951) sugirió que la persona que mantiene un autoconcepto positivo evaluará positivamente a otras personas. Mientras que una persona con autoevaluación negativa evaluará indiscriminadamente en lugar de hacerlo sobre una base de atributos realista. (52)

En conclusión, al tener formado un concepto de sí mismo, el individuo adquiere una concepción de su autenticidad e integridad personal. Cuanto más positivo sea ésta, la personalidad alcanzará mayor estabilidad (49). Un concepto adecuado de sí mismo es esencial para la felicidad personal y el funcionamiento eficaz del individuo (10, 47), quien ante esta situación, irradia confianza y esperanza (56).

Un concepto negativo de sí mismo parece fomentar una actitud defensiva en las relaciones con los otros (47); de esta manera, el individuo evita la cercanía personal, y como consecuencia, se siente aislado (10). Tiende a rechazar a los pocos semejantes a él, siendo menos tolerante a los errores de los que demuestran ser más competentes (36). Se vuelve apático e indiferente hacia sí mismo y con las personas que le rodean; presenta depresión y falta de persistencia ante el fracaso o rechazo (56).

Como se ha podido observar el término autoconcepto posee un sinnúmero de definiciones y teorías que le subyacen. A pesar de ello, la mayoría de los autores coinciden en la idea de que el autoconcepto es un juicio personal de valor que se expresa en las actitudes del individuo respecto a sí mismo, de acuerdo a los valores que adquiere en sus interacciones con las demás personas para participar eficazmente en la sociedad, y que incluye atributos físicos, necesidades biológicas, rasgos y actitudes de la personalidad, y roles familiares y sociales, lo que da como resultado la interacción de abstracciones del entorno físico y social.

Después de lo expuesto en este capítulo, a continuación se desarrolla el tema de Motivación de Logro.

1.3 MOTIVACION DE LOGRO

El fenómeno de la motivación de logro ha sido estudiado en diversos ámbitos, tales como la educación y la industria, sustentado por diversas escuelas y bajo diversos enfoques teóricos. Sin embargo, son realmente pocas las investigaciones que se han orientado al logro alcanzado por los estudiantes universitarios.

Se abordarán algunas teorías motivacionales básicas, para que posteriormente se haga una breve revisión del estudio de la Motivación de Logro, para que nos permita tener un panorama general.

A continuación se mencionarán algunas definiciones de motivación:

Atkinson (1953) afirma que "el término motivación se refiere a la activación de una tendencia a actuar para producir uno o más efectos. El término motivación subraya la fuerza final de la tendencia de la acción que la persona experimenta como un yo quiero. El propósito particular del estado de motivación momentáneo se define por su situación". (Cofer y Appley, 1981).

Para McClelland (1953) motivación "es aquella fuerte asociación afectiva caracterizada por una reacción a una meta anticipatoria basada en una cierta asociación pasada con ciertas claves de placer o dolor".

El constructo motivación de logro surge en el contexto de la teoría de las necesidades, de Murray (1938) el cual define:

El deseo o tendencia para hacer cosas tan rápidamente y/o tan bien como sea posible. Incluye, también, el deseo de realizar alguna tarea difícil, así como la tendencia de dominar, manipular y organizar objetos físicos, seres humanos o ideas, tan rápidamente e independientemente cuanto posible. Superar obstáculos y a sí mismo y alcanzar un alto patrón, así como competir y superar a otros. Incrementar positivamente el autoconcepto a través del ejercicio exitoso del talento".

McClelland y sus colaboradores (1947) iniciaron una serie de estudios planeados para establecer: a) un procedimiento satisfactorio para medir el motivo humano (probablemente un motivo aprendido) y, de lograrse éxito en ella, b) estudiar correlatos del motivo en la conducta, y c) estudiar los factores implicados en su distinto desarrollo en la gente. Contribuyeron con una serie de investigaciones en la psicología de la motivación y sus estudios consisten en la medición proyectiva de motivos producidos experimentalmente: hambre, motivo sexual, afiliación y un estudio más extenso sobre el motivo de logro o de realización, que es uno de los objetivos de esta investigación, el cual define de la siguiente manera:

"Una orientación general hacia alcanzar cierto estándar de excelencia; es decir, la organización, la manipulación y el dominio del medio físico y social, la superación de obstáculos y el mantenimiento de elevados niveles de trabajo;

la competencia mediante el esfuerzo por superar la propia labor, así como la rivalidad y la superación de los demás" (McClelland, 1951).

El experimento que llevaron acabo McClellando y Col. (1953) siguió un plan similar al del hambre, aunque más complejo. Se establecieron varias condiciones para crear diferentes grados de necesidad de logro (nLog); los sujetos escribieron historias sobre cuatro preguntas, en respuestas a láminas ideadas para relacionarse con el logro. Se desarrolló un sistema de puntuación basado en los cambios ocurridos entre las condiciones de alertamiento para medir nLog en las características de la historia.

La orientación de logro se estableció mediante la serie de siete pruebas.

Crearon un modelo en el que se concibe que se inicia una secuencia conductual cuando la persona experimenta un motivo o necesidad, y puede anticipar el logro de meta o el fracaso. Se dedicará a actividades que la llevarán al logro de meta; puede tener éxito o fracaso. Los obstáculos presentados por el mundo o los personales, es decir, internos pueden bloquear su conducta orientada a una meta. Puede experimentarse afecto positivo al llegarse a la meta o afecto negativo de haber fracaso o frustrado.

Es obvio que las condiciones de relajamiento y de neutralidad manifiestan puntuaciones nLog más bajas, al menos en los hombres, que las varias condiciones que implícitamente

invocan logro, fracaso, éxito, éxito-fracaso y orientación al logro.

Las muchachas preparatorias no manifestaron puntuaciones nLog mayores en condiciones de orientación de logro que en condiciones neutrales, y se obtuvieron hallazgos similares en universitarias.

Las condiciones de aceptación social no afectaron las puntuaciones nLog de los hombres, pero tanto la condición de éxito como la de fracaso hicieron elevar las puntuaciones femeninas nLog gracias a la aceptación social.

McClelland, afirma que la historia de alguien con un alto nLog debe ser una historia de competencias con los estándares de ejecución o una historia en que el individuo espera de sí mismo hacer las cosas bien.

Para McClelland existen dos tipos de motivos: el positivo o de aproximación, que es una expectativa de placer, y el negativo o de evitación que es una expectativa de displacer o dolor.

Los motivos positivos y negativos son diferentes porque producen diferentes efectos en la conducta, la recompensa o la aprobación conducen a un tipo de asociaciones motivacionales, y el castigo a otras.

Los motivos se determinan por asociaciones interferentes, entonces el motivo de logro puede verse interrumpido no por el logro actual, sino por otros distractores como pueden ser otras asociaciones motivacionales o tal vez por la frustración.

La persistencia de un motivo a través de la vida de un individuo, estará en función de distintas variables como:

a) La frecuencia de ocurrencia de asociaciones.

b) La generalidad de la asociación y la facilidad con que puede ser extinguida.

c) La edad en la cual se forma la asociación afectiva.

McClelland sugiere que hay motivos comunes, tanto biológicos como culturales, tal es el caso del motivo de logro; aunque éste tiene raíces más profundas, pues se desarrolla a partir de un complejo de antecedentes tanto personales como culturales.

Plantea que la necesidad de logro juega un papel importante en la vida de las personas y que en todas se da, aunque algunas se encuentran mejor orientadas hacia ello que otras. Es una característica estable y que se presenta en todas las situaciones, pero para acercarse al éxito depende de tres factores:

a) La expectativa de lograr el éxito.

b) El valor del incentivo por el tipo particular de éxito.

c) La percepción de la responsabilidad personal en el éxito.

Es probable que la persona motivada por el motivo de logro aventaje a otros en su ahínco para mejorar su ejecución en el trabajo. Además estas personas se demandan más a sí mismas, consecuentemente realizan más.

Las personas con alta necesidad de logro prefieren un "feed-back" inmediato y preciso.

La motivación de logro tiende a hacer a las personas más realistas en cuanto a sí mismas y en relación a los logros que buscan, si se encuentran con un obstáculo intentan superarlo.

Resumiendo los sujetos con necesidad de logro alta son más persistentes, realistas, de mente activa, prácticos, emprendedores y determinados.

Es importante mencionar que las personas se mantienen firmes en sus patrones de motivación durante toda la vida, ya que las necesidades que un adulto busca satisfacer están determinadas por su historia anterior o por su experiencia. Por lo tanto el motivo de logro puede tener su origen tanto en situaciones favorables para alcanzar una meta, como en circunstancias adversas. Estos en ocasiones pueden ser el ingrediente indispensable para la motivación de logro, que se traduce en el deseo y el esfuerzo por alcanzar algo de importancia, una meta propuesta; ya sea porque le resulte satisfactoria o porque le confiera cierto prestigio o status tanto social como organizacionalmente (McClelland, 1961).

En algunos estudios se ha encontrado que personas con puntuaciones altas en necesidad de logro, buscan probar su capacidad y ejercerla, por lo que las tareas que conllevan un elevado grado de dificultad o algún riesgo son las que les atraen. Estas personas más bien son motivadas por la

posibilidad de éxito debido a sus experiencias anteriores (McClelland, 1961; Atkinson, 1964).

En cambio, los individuos con puntuaciones bajas en necesidad de logro, exhiben poca confianza en sí mismos y evitan enfrentarse a situaciones con baja probabilidad de éxito, pues éstas les producen ansiedad, por un posible fracaso. (McClelland, 1961).

Por lo tanto una ejecución exitosa lleva a un incremento en el nivel de aspiración, y una ejecución de fracaso lleva al decremento en el nivel de aspiración. El alcanzar determinado nivel de ejecución, permitirá al individuo llegar a un equilibrio entre la posibilidad de éxito y la posibilidad de fracaso. Por consiguiente, cualquier logro que sea en algún grado mayor al esperado, estará acompañado de sentimientos de éxito, e incremento en el nivel de aspiración; inversamente, cualquier fracaso repercutirá en el descenso en el nivel de aspiración.

Otro exponente importante en la psicología de la motivación es Maslow, del cual haremos referencia haciendo énfasis en la autorrealización y la jerarquización de las necesidades.

Maslow parte de las siguientes ideas: a) Cada acto que realiza el hombre tiene varios motivos. b) Todas las actividades humanas provienen de una motivación. c) Las necesidades humanas deben jerarquizarse aunque estén íntimamente ligadas. d) La teoría de la motivación debe estar centrada, considerando al hombre como un ser psicossomático.

Maslow supone que para que funcionen las necesidades superiores deben haberse satisfecho previamente las necesidades inferiores. Y jerarquiza las necesidades humanas de la siguiente forma:

1. Necesidades fisiológicas o de supervivencia.
2. Necesidades de seguridad física y psicológica.
3. Necesidades de afiliación.
4. Necesidades de estima.
5. Necesidades de autorrealización.

Las necesidades fisiológicas son las más prepotentes y, si son insatisfechas, pueden dominar al individuo. Cuando esta necesidad es satisfecha, otra emerge y así sucesivamente, siguiendo la jerarquía presentada.

Las necesidades de seguridad también pueden dominar la conducta. Corresponde a una autoconservación. En el adulto se observan en varias medidas, como son el ahorro y posiciones firmes.

Las necesidades de pertenecer y de amor buscan la satisfacción social, necesidad de tener un lugar en un grupo.

Las necesidades de estima es un deseo estable, y firmemente fundamentado de alta evaluación de sí mismo, de autoestima, de autorrespeto y de la estima de otros. En realidad hay dos subseries de necesidades en esta categoría:

- a) El deseo de logro, de autonomía y de respeto y confianza en sí mismo.
- b) El alcance de cierta reputación, prestigio, ceptación por parte de otras personas.

Y por último la necesidad de autorrealización que consiste en la necesidad de ir progresando constantemente, en ella interviene la competencia y el logro.

En la persona autorrealizada se gratifican esencialmente las necesidades de la jerarquía, y la necesidad de autorrealización gobierna la dirección de su conducta; es decir, la tendencia "de realizarse en aquello que potencialmente se es. Puede expresarse esta tendencia como el deseo de volverse cada vez más lo que uno es, de convertirse en todo lo que se sea capaz de convertirse.

Resumiendo para Maslow en la persona motivada por crecimiento y autorrealización, se desean y se da la bienvenida a los impulsos, en vez de rechazarlos y temerlos; la gratificación de los impulsos aumenta la motivación y no la disminuye; es decir, el crecimiento es recompensante y la gratificación aumenta el deseo de crecer. Gratificar los motivos de crecimiento produce salud, mientras que satisfacer las necesidades de deficiencia tan sólo evita la enfermedad; gratificar los motivos de crecimiento causa el placer de producir y crear.

Considero importante mencionar a la Psicóloga Matina Horner ya que descubrió que las mujeres norteamericanas mostraban constantemente mayor angustia en situaciones de prueba que los hombres. La psicóloga Eleanor Maccoby había sugerido que "la muchacha que conserva cualidades de independencia y anhelo de superación personal (orientación hacia el éxito), cualidades necesarias para el buen trabajo

intelectual, debe desafiar la conducta tradicional de la función sexual y tiene que pagar un precio, precio que se traduce en angustia". Horner razonó que al buscar el éxito las mujeres acaso se sienten angustiadas por dos razones: el temor a las consecuencias negativas del fracaso, tal como sucede a los varones, y el temor al éxito mismo, pues la sociedad norteamericana considera que el éxito no es atribución femenina.

Realizó un estudio experimental, en el cual jóvenes universitarios hacían narraciones, y Horner clasificó las imágenes de las narraciones en tres categorías:

1a. Categoría.- El éxito acarrea un gran temor al rechazo social.

2a. Categoría.- El éxito causa sentimiento de culpa, tristeza y dudas en cuanto a ser normal.

3a. Categoría.- El éxito se niega cambiando o distorsionando las señales para que la persona se sienta absuelta o eximida de la responsabilidad por el éxito. (20)

Una vez expuesto el capítulo de Motivación de Logro, se desarrolla a continuación el tema de los estudios anteriormente realizados en relación al Autoconcepto y la Motivación de Logro.

1.4 ESTUDIOS ANTERIORMENTE REALIZADOS

McClelland, Atkinson, Clark y Lowell (1953) realizaron varios estudios. Uno fue en base al impulso del hambre en un grupo de varones, se les privó de alimentos por diferentes lapsos de tiempo, provocando experimentalmente la situación en la que los sujetos al relatar historias con las láminas de T.A.T., de Murray, como estímulo, dieron respuesta relacionadas con el contenido ideacional de comida.

Posteriormente, los autores diseñaron en base a una teoría bien estructurada que ellos formularon, experimentos que estaban dirigidos a investigar la motivación de logro. En estas investigaciones se colocaron a los sujetos en varias situaciones problema al respecto de tareas de importancia para su futura carrera, se utilizaron grupos control. Se midieron los motivos, con una versión estandarizada del T.A.T. presentándoles cuatro láminas. El sistema de calificación demostró poseer un alto grado de confiabilidad (mayor de 0.90).

McClelland (1956), mostró que una persona que está altamente motivada al logro, también está dispuesta a tomar un riesgo moderado o calculado, preferentemente que tomar un riesgo sin mucha seguridad o muy teórico.

También se llevó a cabo una investigación en donde se midió la necesidad de logro entre ejecutivos de varios países, y se encontró que mientras mayor sea el nivel de necesidad de logro, más posibilidades hay de que el ejecutivo

se eleve a posiciones de poder y responsabilidad. En los resultados se encontró que la motivación de logro, se relaciona con la actitud que un individuo asume hacia los riesgos (McClelland, 1962).

R. W. White (1963) postuló la existencia de una energía dedicada a desarrollar la competencia, ese término es utilizado para explicar el hecho de que las personas se sienten satisfechas cuando saben que son capaces de manejar su medio ambiente. Si alguien falla en un área particular, dirigirá sus energías a otras áreas donde pueda sentirse competente y lograr satisfacción. Por lo anterior el estudiante que ha sido evaluado de forma negativa creará que es imposible encontrar el éxito en la escuela y dirigirá su energía a otros aspectos. Ya que la evaluación es parte esencial del ambiente escolar, las evaluaciones que los alumnos reciben en el salón pueden tener efectos considerables en su autoconcepto.

Easter (1964) hizo un estudio obteniendo medidas temáticas de 3 grupos de 30 sujetos, a 2 de estos grupos se le introdujo una variable de recompensa de tipo económico, de diferente valor y a uno se le dió esta variable, el premio era para el que logrará hacer sus historias más creativas (en el T.A.T.). Encontró que si había una diferencia significativa en el grupo control al que se le pidió que fuera más creativo, al respecto de los otros dos.

Johnson y Smith (1965), investigaron motivación de logro y de afiliación en adolescentes y los hallazgos mostraron que

la fuerza de la motivación se incrementa en esta edad de transición. Y que las mujeres son más tendientes a la afiliación, que los varones. (56)

Morris Rosenberg (1965), sociólogo e investigador de los estados Unidos, su principal preocupación es la dinámica del desarrollo de una autoimagen positiva durante la adolescencia, para el cual el medio social influye significativamente, especialmente la familia. Desarrolló una escala para medir autoestima, constituida por diez reactivos, los cuales se contestan en una escala de cuatro puntos. Su estudio constó de 5000 adolescentes y reportó un coeficiente de .92, encontrando relaciones significativas entre la estructura social y la psíquica. Para Rosenberg la autoimagen es un aspecto de la psicología del individuo y que éste desempeña un papel importante para la formación de sus ideas, sentimientos y conducta; también refiere que una autoestima positiva se relaciona con consecuencias sociales e interpersonales, tales como menos timidez y depresión, más actividades extra curriculares y más asertividad.

En 1965 el Dr. Williams Fitts inició uno de los programas más completos de investigación sobre autoconcepto. Una de sus primeras contribuciones ha sido el desarrollo y estandarización de la Escala Tennessee de Autoconcepto. El programa de Fitts a los diez años de duración abarca no sólo el desarrollo de forma de medición sino busca dar respuestas a las muchas interrogantes que nos presenta todavía el autoconcepto y como puede predecir la conducta partiendo de

él. Uno de los incisos de su programa plantea las causas que motivan cambios en el autoconcepto, experiencias vitales como matrimonio, divorcio, paternidad y experiencias creadas para aumentar la autoconciencia. Fitts señala que la gente con autoconcepto distorsionado tiene más dificultades en la vida.

Su escala está constituida por 90 reactivos, balanceados positiva y negativamente; los reactivos son clasificados en cinco categorías generales: autoconcepto físico, autoconcepto ético, autoconcepto personal, autoconcepto familiar y autoconcepto social. Se califica en un intervalo de 5 puntos y la confiabilidad medida a través del test-retest para el puntaje total positivo .92, mientras que para los puntajes más específicos se situaba entre .70 y .90. (Fitts, 1965).

Weiner (1966) usando la teoría de la motivación de logro de McClelland y Atkinson, empleó condiciones experimentales, entre el nivel de logro y la competencia por terminar una tarea inconclusa, entre varones y mujeres. Los resultados tendieron a validar el test y la teoría.

Coopersmith (1967) afirma que los individuos con elevada autoestima se acercan a personas y tareas con expectativas de éxito; aceptan sus opiniones, dan crédito y confianza a sus reacciones y conclusiones mostrando mayor independencia social y creatividad, situación que lo conduce a conductas más asertivas. La escala está constituida por 50 reactivos en la forma larga y de 25 en la forma reducida, se reportó una correlación de .95 entre las dos formas.

Otro estudio interesante es el realizado por Metha en la India (1967) con estudiantes de secundaria. Encontró que los sujetos que trabajan intensamente en clase, muestran un alto nivel de logro, más que el de los sujetos con baja actividad escolar.

Los diferentes resultados de varios estudios vienen a conformar una concepción importante de una motivación de logro.

Las personas que han tenido altas marcas en las medidas de la necesidad de logro, desempeñan o cumplen mejor en términos de mucha amplitud en las metas de tipo ocupacional o de tipo académico, también lo hacen mejor en tareas inmediatas y cortas, cuando lo importante es la satisfacción de un estándar de superación y de excelencia y no tan solo cumplir con una rutina o por una gratificación (Brown, 1967). De este tipo de investigaciones se pueden enumerar las siguientes: Sujetos con alta motivación de logro, también han tenido mejor memoria para las tareas que han dejado incompletas y se supone que están más motivados a terminar algo que han empezado (Atkinson, 1955). (9)

En otro estudio también realizado en la India por Chopra (1967), señala que comparó estudiantes de alto nivel intelectual, pero unos con alto logro y otros con bajo logro. Encontró que los estudiantes de alto logro tenían padres con más alto nivel educacional, con status ocupacional más alto, ingresos familiares mejores. También encontró que los sujetos de más alto logro esperaban seguir sus estudios, teniendo

planes para el futuro en el terreno ocupacional de altas expectativas al trabajo exitoso.

También anteriormente, Rosen y de Andrade (1959) y Kagan y Moss (1959) estudiaron niños y sus padres con respecto al logro, respectivamente; y encontraron que los niños de alto logro tenían padres con alto logro e interactuaban con sus hijos. (4)

Lincoln y Chazan (1979) investigaron la competencia y la motivación intrínseca percibida por estudiantes y maestros. Su muestra constó de 60 niños con problemas de aprendizaje y niños regulares de cuarto, quinto y sexto. Los resultados indicaron que los estudiantes regulares se perciben, significativamente con mayores habilidades cognoscitivas y con más alta autoestima que los niños con problemas de aprendizaje. Las maestras de niños regulares calificaron la autoestima de sus alumnos significativamente más alto que las maestras de los niños con problemas de aprendizaje.

Se llevo a cabo una investigación en donde se midió la influencia que la variable autoestima (AE), ejerce sobre la formación de expectativas y a la relación entre AE, expectativas y comportamiento, dentro de un contexto definido por la ejecución de una tarea (solución de problemas en discusión de grupo). Se implementaron dos condiciones experimentales (Y = cambio en el contexto externo al S; X = cambio en el S mismo), para conocer, cual produciría mayor cambio en el comportamiento de S con Baja AE. Se confirmaron las siguientes hipótesis: La condición Y produjo mayor cambio

en el comportamiento que la condición X. Los S con bajo AE anticipan fracaso ante la tarea por realizar, mientras que los S con alta AE anticipan éxito. Proyectaban en los otros miembros del grupo sus propias expectativas de éxito o de fracaso. Es decir, que existe una relación significativa entre un puntaje alto o bajo en autoestima de un sujeto y su respectivo puntaje de expectativas de éxito o de fracaso. (Gómez Pérez-Mitre, 1981).

Hansford and Hattie (1982) examinaron la relación entre las medidas Self y las medidas de logro y ejecución. El propósito era explorar en como las personas perciben su autoconcepto y su habilidad para apreciar sus diferentes medidas de ejecución y logro. La principal correlación entre las medidas del Self y las medidas de ejecución y logro fue de .21, contra un alcance de asociación variando de -.77 a .96.

Díaz-Guerrero (1982) en estudio que hizo con respecto a la forma afiliativa de vivir del mexicano, la potencia, el valor y el dinamismo del amigo, el papel de la simpatía y la importancia de las relaciones personales, justifica el patrón encontrado en las relaciones de competencia con las diversas áreas del autoconcepto. La competencia no solo no influye en la formación de un autoconcepto positivo en las áreas social, emocional y ética, al contrario, se asocia negativamente con dichas dimensiones. La dimensión ocupacional del autoconcepto con la del trabajo (motivación de logro) posee validez convergente. La subescala ocupacional se correlaciona también

significativamente con la de maestría. Otra relación significativa es la dimensión ética del autoconcepto y la del trabajo y de maestría. (citado por La Rosa, 1986)

En otra investigación se aplicó el T.A.T. y se demostró que no existen diferencias en las necesidades de logro, poder y afiliación entre hombres y mujeres, no encontrándose diferencias significativas (Crew James, 1982).

Emmite y Diaz-Guerrero (1983) con una muestra de 1,132 sujetos de séptimo grado, encontraron una correlación positiva entre una alta autoestima y la media de las calificaciones. También observaron que la autodevaluación estaba relacionada significativamente y negativamente con dicha media de calificaciones entre los angloamericanos blancos y negros pero no entre los mexicanos-americanos.

Bárbara Byrne (1984) investigó la faceta académica y el autoconcepto con respecto a los logros académicos. El autoconcepto se consideró una construcción multidimensional teniendo una faceta general y una faceta académica específica, se reconoce la importancia del aspecto social y físico. La principal conclusión a la que se llegó a una alta correlación entre el autoconcepto y los logros académicos. Los resultados puntualizaron una relación bipolar entre las facetas del autoconcepto, sugiriendo que está compuesto por componentes que se compensan, es decir, un individuo tiende a balancear una ejecución pobre en una dimensión con una buena ejecución en otra.

En un estudio sobre la conceptualización de Orientación de Logro se utilizó la escala de Spence y Helmreich conservando el constructo teórico de las dimensiones (maestría, trabajo y competencia) y se elaboraron reactivos adecuados a la población mexicana; el cuestionario fue creado por Andrade Palos y Díaz-Loving. Se realizaron tres estudios y la escala se aplicó a 1,295 sujetos, realizándose un análisis factorial en cada una de las aplicaciones del instrumento. Algunos reactivos eran retirados y otros agregados, después de cada aplicación del cuestionario, hasta que se alcanzó una estructura factorial conceptualmente, según las dimensiones de trabajo, maestría y competencia.

En el último estudio que fue realizado con una muestra de 401 sujetos, de ambos sexos, cuyo nivel de escolaridad iba desde secundaria terminada hasta posgrado terminado y la edad variaba entre los 16 y 40 años, de diferentes niveles socio-económicos; la muestra fue del tipo no probabilístico. Los resultados mostraron que las dimensiones de maestría, competencia y trabajo son válidas para la población mexicana. Se seleccionaron los reactivos con cargas factoriales superiores a .35 y conceptualmente congruentes. Las tres subescalas, maestría, competencia y trabajo quedaron constituidas por 7, 6 y 8 reactivos, respectivamente. Las confiabilidades de las subdimensiones fueron alpha de Cronbach): maestría, = .78, competencia, = .79 y trabajo, = .81.

En el presente estudio se utilizará este cuestionario de Orientación de Logro.

Díaz-Loving y col. encontraron relaciones positivas entre instrumentalidad positiva, con maestría y con trabajo y también de expresividad con la dimensión de trabajo y maestría. En donde instrumentalidad positiva es orientada hacia metas y contiene características tales como activo, independiente, seguro de sí mismo y que tendría alguna correspondencia con la dimensión ocupacional del autoconcepto. Expresividad es orientada hacia las relaciones personales y presenta características tales como emocional, gentil, servicial, amable, afectuoso, comprensivo y que correspondería parcialmente a las dimensiones social emocional del autoconcepto. Díaz-Loving y otros también reportan que expresividad se correlacionó negativamente con competencia, lo que tiene la correspondiente relación entre salud emocional y competencia, sentimientos interindividuales y competencia.

La escala de Autoconcepto que se utilizó en este estudio fue la creada por Jorge La Rosa (1986). Que en forma definitiva es el resultado de cinco estudios piloto y un aplicación final, involucrando un total de 2,626 sujetos de ambos sexos. Los factores fueron social, emocional, ocupacional, ético iniciativa. La dimensión social es constituida por los factores 1 (social 1: sociabilidad afiliativa), 3 (social 2: sociabilidad expresiva) y 9 (social: accesibilidad). Asimismo, la dimensión emocional está configurada por los factores 2 (emocional 1: estados de ánimo), 4 (emocional 2: afectividad o

sentimientos interindividuales) y 6 (emocional 3: salud emocional).

Los nueve primeros factores explican el 48.9 % de la varianza total de la prueba y mide un constructo global dado que en el factor 1 de la matriz de los factores principales cargaron prácticamente todos los reactivos y la confiabilidad (alpha de Cronbach) de la escala total fue .94.

Jorge La Rosa encontró que las escalas de trabajo y maestría se correlacionan positiva y significativamente ($r = .14$, $p = .001$) con todas las dimensiones del autoconcepto con una excepción: la escala de maestría y la escala de salud emocional ($r = .046$, $p = .066$). El otro patrón corresponde a la dimensión competencia que no se interrelaciona significativamente con cinco escalas de autoconcepto que son sentimientos interindividuales ($r = 1.076$, $p = .006$), ética = 1.083 , $p = .003$), salud emocional ($r = -.12$, $p = .001$) e iniciativa ($r = .067$, $p = .01$).

Otro aspecto relacionado con el motivo de logro es el sentimiento de impostor, se ha encontrado que este es un sentimiento temporal para la mayoría de la gente, aunque en algunas personas permanece. Cuando se logran nuevos éxitos, estas personas continuamente dudan de ellos mismas y atribuyen su logro al destino, al azar, a la suerte o a otros aspectos irrelevantes.

Se han realizado investigaciones entre personas que han obtenido grandes logros, y se ha encontrado que cerca del 70% de los sujetos en todas sus carreras experimentan un

sentimiento de fraude al percibirse como impostores en un punto de sus vidas.

El origen de estos sentimientos es examinado y ligado a experiencias de la niñez (Goleman D., 1985).

En otra investigación se intentó detectar la relación que guarda la autoestima y la motivación de logro; cimentándose en que la autoestima que una persona tiene de sí mismo conforma su propia personalidad y la motivación al logro. Se utilizó una muestra de estudiantes de la Facultad de Ingeniería de la UNAM, los cuales contestaron el Inventario de Conducta Social para medir la autoestima, así como también respondieron a una escala de tipo Lickert que mide Motivación de Logro (Andrade y Díaz-Loving, 1985). Resultando una correlación entre la autoestima la motivación de logro. (Casarín Limón, 1986).

A continuación se redactarán algunos breves estudios relacionados con autoconcepto y motivación pero enmarcando las diferencias por sexo.

Johnson y Smith (1965) encontraron que las mujeres son más tendientes a la afiliación que los varones, en lugar de estar motivadas hacia sus logros. (57)

Achenbach (1970) observó que el desempeño escolar de las niñas es consistentemente superior a los de los niños, pero que no hay diferencia entre ambos respecto a las medidas de motivación de logro. También Rosemberg (1975) constató que el rendimiento escolar femenino es superior al masculino según tres indicadores: 1 hay menor tasa de reprobación; 2 mayor

tasa de conclusión del nivel correspondiente y 3 mayor adecuación entre el año cursado y la edad del sujeto (citado por La Rosa, 1986).

Jorge La Rosa reporta en las escalas de motivación de logro que las mujeres tienen puntajes significativamente más altos que los hombres en la variable de maestría. Con respecto a competencia se observó que los hombres son significativamente más competitivos que las mujeres.

En las escalas de Autoconcepto, La Rosa, reporta que las mujeres tienen puntajes significativamente más altos en sociabilidad afiliativa que los varones, igualmente sucede en la escala de sentimientos interindividuales. También se observó que las mujeres tienen puntajes significativamente superiores a los hombres en el autoconcepto ético. En cambio en lo que se refiere a salud emocional, se constató que los hombres tienen puntajes significativamente más altos que las mujeres.

Otro aspecto que posiblemente sea importante mencionar es que los individuos cuyos padres tienen la más alta escolaridad obtienen puntajes significativamente más altos en las dimensiones de trabajo (escala de motivación de logro), estado de ánimo (escala de autoconcepto y sociabilidad expresiva (escala de autoconcepto) que los sujetos de padrescon baja escolaridad. (La Rosa, 1986).

Tras presentar y exponer los resultados obtenidos por otras investigaciones relacionados con el tema de tesis se planteó la siguiente metodología.

CAPITULO 2

METODOLOGIA

2.1 OBJETIVOS

Objetivo General:

Conocer la diferencia en los puntajes registrados en un grupo de jóvenes de Universidad Pública en comparación de otro de igual tamaño de jóvenes de Universidad Privada en la escala de Autoconcepto y Motivación de Logro, así como las diferencias entre hombres y mujeres.

Objetivos Especificos:

- Investigar la relación existente entre Autoconcepto y Motivación de Logro en jóvenes universitarios de ambos sexos.
- Identificar si existen discrepancias entre Autoconcepto y Motivación de Logro en los jóvenes de Universidad Pública y Universidad Privada.
- Comparar las diferencias entre hombres y mujeres en relación al Autoconcepto y la Motivación de Logro.

2.2 PROBLEMAS

Tras haber presentado los resultados obtenidos por otras investigaciones relacionadas con el tema de esta tesis y por la relevancia científica por la poca información existente, se plantearon los siguientes problemas de investigación.

- 1) ¿Existe relación entre Autoconcepto y Motivación de Logro en jóvenes universitarios de ambos sexos?
- 2) ¿Existen diferencias en el Autoconcepto entre jóvenes de una Universidad Pública y una Universidad Privada?

- 3) ¿Existe diferencia en la Motivación de Logro entre jóvenes de una Universidad Pública y una Universidad Privada?
- 4) ¿Existen diferencias en la Motivación de Logro entre hombres y mujeres de Universidad Pública y Universidad Privada?
- 5) ¿Existe diferencia en el Autoconcepto entre hombres y mujeres de una Universidad Pública y una Universidad Privada?

2.3 HIPOTESIS

Con el fin de responder los problemas de investigación se plantearon las siguientes hipótesis.

Hipótesis Conceptual:

1) La mujer difiere del hombre en las necesidades relacionadas con la conducta de logro. (Hoffman, 1975).

Hipótesis Estadísticamente Significativas:

H1 Existe relación entre autoconcepto y motivación de logro en jóvenes universitarios de ambos sexos.

H0 No existe relación entre autoconcepto y motivación de logro en jóvenes universitarios de ambos sexos.

H2 Existe diferencia en el autoconcepto entre jóvenes de Universidad Pública y Universidad Privada.

H0 No existe diferencia en el autoconcepto entre jóvenes de Universidad Pública y Universidad Privada.

H3 Existe diferencia en la motivación de logro entre jóvenes de Universidad Pública y Universidad Privada.

H0 No existe diferencia en la motivación de logro entre jóvenes de Universidad Pública y Universidad Privada.

H4 Existe diferencia en la motivación de logro entre hombres y mujeres de Universidad Pública y Universidad Privada.

H0 No existe diferencia en la motivación de logro entre hombres y mujeres de Universidad Pública y Universidad Privada.

H5 Existe diferencia en el autoconcepto entre hombres y mujeres de Universidad Pública y Universidad Privada.

H0 No existe diferencia en el autoconcepto entre hombres y mujeres de Universidad Pública y Universidad Privada.

2.4 VARIABLES

Independientes:

- 1) Sexo.
- 2) Universidad Pública y Universidad Privada.

Dependientes:

- 1) Autoconcepto.
- 2) Motivación de Logro.

Definición Conceptual:

Variables Independientes:

Sexo.- condición orgánica que distingue al hombre de la mujer. (Diccionario Aristos, 1974).

Universidad Pública.- Enseñanza de la educación superior a nivel masivo con reconocimiento oficial, se pagan bajas cuotas de inscripción. Plena capacidad jurídica y patrimonio propio; es decir, que puede por conducto de sus órganos ejercer todos los derechos necesarios para cumplir sus fines. Institución pública ajena a la organización del estado, ya que posee su propia organización política. Tiene la facultad de expedir certificados de estudio grados y títulos; otorgar validez a estudios que se hagan en otros establecimientos educativos; establecer sus propios planes y programas de investigación y sistema becario. Posee subsidio de ANUIES, CONACYT y el Estado. Educación laica.

Universidad Privada.- Pide requisitos para no tener una selección masiva; funciona por patronato en el aspecto económico y con cuotas altas de los alumnos. Puede ser religiosa. Tiene intercambio con otras universidades, su población estudiantil es de clase media alta.

Variables Dependientes:

Autoconcepto.- Es la percepción que uno tiene de sí mismo; específicamente, son las actitudes, sentimientos y conocimientos respecto de las propias capacidades, habilidades, apariencia y aceptabilidad social. (La Rosa, 1986).

Motivación de Logro.- Se relaciona con la realización, el dominio, la manipulación y organización del medio físico y

social; la superación de obstáculos y el mantenimiento de elevados niveles de trabajo; el esfuerzo para superar la propia labor, la rivalidad y la superación de los demás. (La Rosa, 1986).

Definición Operacional:

Variables Independientes:

Sexo: 50 hombres

50 mujeres

Universidad Pública.- Instituto Politécnico Nacional.

Universidad Privada.- Universidad Intercontinental.

Autoconcepto.- Fue definido por las puntuaciones obtenidas por cada uno de los sujetos, en la escala de Autoconcepto de Jorge La Rosa (1986).

Motivación de Logro.- Fue definido por las puntuaciones obtenidas por cada uno de los sujetos, en la escala de Motivación de Logro, de P. Andrade Palos y R. Díaz Loving (1985).

2.5 SUJETOS

Participaron 100 sujetos de los cuales 50 son hombres y 50 son mujeres, a su vez 23 hombres son de Universidad Privada y 27 son de Universidad Pública; y en cuanto a las mujeres fueron 25 en Universidad Pública y 25 en Universidad Privada.

Reunieron las siguientes características:

a) Estudiantes de Universidad Pública y Universidad Privada.

- b) Edad de 21 a 25 años.
- c) Solteros.

2.6 MUESTRA

La técnica para reunir al grupo de sujetos que formaron la muestra de la presente investigación fue la de muestreo no probabilístico accidental por cuota ya que cada miembro de la población no tuvo la misma probabilidad de ser seleccionado para la muestra, porque se eligieron a los grupos que fueron más fáciles de acceso para su estudio y se clasificaron por estratos según la carrera.

2.7 TIPO DE ESTUDIO

Exploratorio porque previamente no se han realizado estudios sobre la relación entre Autoconcepto y Motivación de Logro en jóvenes universitarios, y la diferencia de las dos variables dependientes (Autoconcepto y Motivación de Logro) entre los jóvenes de Universidad Pública y Universidad Privada, así como las diferencias entre hombres y mujeres.

Estudio de campo porque el grupo de personas que se estudió, se realizaron en la Universidad Pública y en la Universidad Privada.

Transversal ya que el estudio se realizará en un momento determinado de los estudiantes. (Pick y López, 1986)

2.8 DISEÑO

Se utilizó un diseño factorial de 2×2 , ya que se tuvieron 2 variables independientes, una asumió dos

categorías (Universidad Pública y Universidad Privada) y la otra asumió dos valores (Hombre y Mujer). (McGuigan, 1980)

De esta manera se formaron en total 4 grupos y quedaron de la siguiente forma:

		SEXO	
		H	M
UNIVERSIDAD	PUBLICA	1	2
	PRIVADA	3	4

Grupo 1 Hombres de Universidad Pública

Grupo 2 Mujeres de Universidad Pública

Grupo 3 Hombres de Universidad Privada

Grupo 4 Mujeres de Universidad Privada

Se utilizó este diseño de investigación, porque permitió estudiar además de los diversos valores de las variables la interrelación que puede existir entre ellas. (Pick y López, 1986)

2.9 INSTRUMENTO

Cuestionario de Autoconcepto:

La escala de Autoconcepto, realizada por Jorge La Rosa, en su forma definitiva es el resultado de cinco estudios piloto y una aplicación final, involucrando un total de 2,626 sujetos de ambos sexos. La estructura factorial de la escala encontró apoyo en 2 investigaciones: el último estudio piloto

(599 sujetos) y la aplicación final del instrumento (1,083 individuos).

Se constituyo de 72 pares de adjetivos en los cuales uno era el antónimo del otro y se referían a las diversas dimensiones propuestas: social, emocional, ocupacional, ética y un nuevo factor encontrado en el estudio final: iniciativa. Las escalas están mezcladas en forma aleatoria tanto en lo que se refiere a las dimensiones del autoconcepto como en lo concerniente a la direccionalidad de los adjetivos. El concepto evaluado fue el "yo" y las escalas bipolares eran precedidas por la expresión "yo soy".

La dimensión social se refiere al comportamiento del individuo en la interacción con sus semejantes y abarca tanto las relaciones con sus familiares y amigos como la manera en que una persona realiza sus interacciones con sus jefes o subalternos, conocidos o no. La dimensión social es representada por los factores 1, 3 y 9. La social 1 (factor 1) podría ser llamada sociabilidad afiliativa porque especifica en el polo positivo el estilo afiliativo de relacionarse con los demás. La subdimensión social 2 (factor 3) podría ser denominada sociabilidad expresiva porque se refiere a la comunicación o expresión del individuo en el medio social. La social 3 (factor 9) define, en el aspecto positivo, la persona accesible a la cual se aproximan los demás con confianza porque podrán contar con su comprensión, se llama de accesibilidad.

La dimensión emocional abarca los sentimientos y emociones de uno, considerados de un punto de vista intraindividual, interindividual y por el punto de vista de su sanidad o no. La subdimensión emocional 1 (factor 2) caracteriza la vida emocional intraindividual, o sea, los estados de ánimo experimentados en la subjetividad. La emocional 2 (factor 4) considera los sentimientos interindividuales, es decir, el "otro" es el objeto de los sentimientos personales. Y la emocional 3 (factor 6) enfoca los aspectos intraindividuales e interindividuales desde el punto de vista de su sanidad o no, si son o no productores de salud mental. La dimensión emocional 1 se la denominó "estados de ánimo" o "emociones intraindividuales"; la emocional 2 fue llamada "sentimientos interindividuales" y, finalmente, la emocional 3 se le nombró "salud emocional".

La dimensión ocupacional se refiere al funcionamiento y habilidades del individuo en su trabajo, ocupación o profesión y se extiende tanto a la situación del estudiante como del trabajador, funcionario o profesionista, etc.

La dimensión ética concierne al aspecto de congruencia o no con los valores personales y que son, en general, un reflejo de los valores culturales más amplios o de grupos particulares en una cultura dada.

Para encontrar la validez del instrumento los resultados fueron sometidos a análisis factorial con rotación varimax y oblicua; y los 9 factores explican 48.9 % de la varianza total de la prueba.

Se hace notar, también, que la prueba está midiendo un constructo global dado que en el factor 1 de la matriz de los factores principales cargaron prácticamente todos los reactivos y la confiabilidad (alfa de Cronbach) de la escala total fue .94. Se obtiene así un puntaje para el individuo en cada una de las dimensiones y también un puntaje global en el autoconcepto. (Anexo 1)

Questionario de Motivación de Logro:

Partiendo del instrumento desarrollado por Spence y Helmreich, Andrade Palos y Diaz-Loving (1985) construyeron una escala para medir motivación de logro adecuada a la cultura mexicana. En el instrumento se conservaron las 3 dimensiones de la escala de Spence y Helmreich así como algunos reactivos, agregando otros que se verificaron apropiados a la cultura y semántica mexicanas. siendo las 3 dimensiones maestría, trabajo y competencia, las cuales fueron definidas por Diaz-Loving y Andrade Palos de la siguiente manera:

"Maestría está constituida por reactivos que describen una disposición en hacer las cosas lo mejor posible y una preferencia por tareas difíciles y que representan un reto; trabajo, incluye reactivos que miden una actitud positiva hacia el trabajo en sí; competencia es la dimensión que describe el deseo de ser el mejor en situaciones interpersonales".

El factor 1 corresponde a dimensión de trabajo, el 2 a la dimensión maestría y, por último; el factor 3 corresponde a la competencia.

El instrumento consta de 22 reactivos y para su validez los resultados fueron sometidos a análisis factorial con rotación varimax y oblicua. Siendo que en el factor 1 de la matriz de los factores principales, 20 de los reactivos presentaron cargas iguales o superiores a 0.30, uno con carga igual a 0.21 y otro con peso factorial inferior, lo que significa que la escala está midiendo una dimensión general, la motivación de logro; explicando el 36.71 % de la varianza total de la escala.

Para la confiabilidad se calcularon los índices de consistencia interna (alpha de Cronbach) de las subescalas de maestría, competencia y trabajo, siendo respectivamente 0.78, 0.79 y 0.81.

El instrumento se califica con una escala de tipo Lickert del 1 al 5. (Anexo 2).

2.10 PROCEDIMIENTO

Se acudió a la Universidades donde se aplicaron los instrumentos de Autoconcepto y Motivación de Logro a los sujetos en sus actividades escolares, en algún salón disponible y fue en forma colectiva.

Además de las instrucciones específicas contenidas en los instrumentos, se dieron instrucciones generales a los sujetos:

- Mi nombre es Isabel Martínez, soy Psicóloga y les pido su importante colaboración ya que la finalidad del estudio es conocer la opinión pública sobre algunos aspectos sociales y me interesa conocer las distintas opiniones que ustedes tienen sobre las afirmaciones descritas en este folleto.

- Lean con atención las instrucciones de como contestar cada cuestionario, cuiden de no dejar alguna sin contestar y si tienen dudas pregunten.

- El valor de este estudio depende de su franqueza y sinceridad al contestar estas afirmaciones procurando contestar cada uno como es y no como le gustaría ser. El cuestionario es anónimo, individual y confidencial.

- Muchas gracias por su colaboración.

2.11 ANALISIS ESTADISTICO

El análisis psicométrico de los instrumentos no fue necesario realizarlo ya que anteriormente se obtuvo su validez como se menciona en el apartado de instrumentos.

Entonces para o rechazar las hipótesis se utilizaron las pruebas de Coeficiente de Correlación de Pearson y el Análisis de Varianza (McGuigan, 1980). El primero para conocer la relación entre autoconcepto y motivación de logro, el segundo porque nos permitió contrastar las diferencias en los diversos grupos y obtener las interacciones, en un diseño factorial y resolvió los problemas 2, 3, 4 y 5.

Posteriormente se hizo un análisis descriptivo a través de gráficas, medias, desviaciones y porcentajes para describir las características de la muestra.

CAPITULO 3

CAPITULO 3

RESULTADOS

Como se explicó anteriormente para el análisis estadístico de los datos de esta investigación se aplicaron la correlación de Pearson para comprobar la correlación entre Autoconcepto y Motivación de Logro y el Análisis de Varianza para contrastar las diferencias en los grupos y obtener las interacciones.

Para comprobar la hipótesis nula se selecciono un nivel de confianza de .05, el cual fue la regla de decisión: $P < .05 = H_0$ se rechaza. Esto quiere decir que un resultado significativo a este nivel, podría ocurrir por azar solo cinco veces en 100 intentos o experimentos (Kerlinger, 1982).

Comprobación de la primera hipótesis, se calculó la correlación producto momento de Pearson entre cada uno de los factores que conforman dichas escalas y la escala total.

A continuación se reportan las correlaciones encontradas:

Correlaciones de las escalas tomadas en forma global:

Correlación entre Autoconcepto y Motivación de Logro en estudiantes universitarios de ambos sexos se obtuvo .3127, siendo que en la tabla (F) a un nivel de confianza de .05 se tiene que para 90 grados de libertad, el valor de (r) es: .2050. Dado que el valor calculado de (r) es mayor que el obtenido de la tabla (F), podemos asegurar que: "El Autoconcepto y la Motivación de Logro están relacionados significativamente en estudiantes universitarios de ambos sexos".

Correlación entre Autoconcepto y Motivación de Logro en ambas universidades con estudiantes del sexo femenino se obtuvo .2523, siendo que en la tabla (F) a un nivel de confianza de .05 se tiene que para 45 grados de libertad, el valor de (r) es: .2875. Por lo tanto como el valor calculado de (r) es menor que el obtenido de la tabla (F), podemos decir que: "El Autoconcepto y la Motivación de Logro no están significativamente relacionadas en estudiantes del sexo femenino de ambas universidades".

Correlación entre Autoconcepto y Motivación de Logro en estudiantes del sexo masculino de ambas universidades se obtuvo .38969, dado que en la tabla de (F) a un nivel de confianza de .05 se tiene que para 45 grados de libertad, el valor de (r) es: .2875. Y como el valor calculado de (r) es mayor que el obtenido de la tabla (F), se puede asegurar que: "El Autoconcepto y la Motivación de Logro están estadísticamente relacionadas en estudiantes de sexo masculino de ambas universidades".

Enseguida se enumeran en la Tabla 1 las correlaciones de Autoconcepto y Motivación de Logro a un nivel de confianza de .05, encontradas en los 4 grupos. Los cuales quedaron de la siguiente forma: 1 Hombres-Pública; 2 Mujeres-Pública; 3 Hombres-Privada, y grupo 4 Mujeres-Privada (ver metodología, 2.8 diseño).

	r calculada	r Tabla
1) Sexo masculino	.59524	.3809
2) Sexo femenino	.21583	.2875
3) Sexo masculino	.4018	.3809
4) Sexo femenino	.2588	.2875

	F. I: SOCIAL 1	F. II: EMOCIONAL 1	F. III: SOCIAL 2	F. IV: EMOCIONAL 2	F. V: OCUPACIONAL	F. VI EMOCIONAL 3	F. VII ETICO	F. VIII: INICIATIVA	F. IX : SOCIAL 3
F. I: TRABAJO	.3316 *	.1116	.0069	.1903	.5390 *	.2276 *	.2172*	.0981	.3067 *
F. II: MAESTRIA	.3671 *	.2477*	.1975	.0591	.4679 *	.0910	.1666	.2315*	.3271 *
F. III: COMPETENCIA	.0791	.0198	.0560	.0545	.2235 *	-.039	.1133	.0297	.0080

CORRELACION ENTRE LOS FACTORES DE AUTOCONCEPTO Y MOTIVACION DE LOGRO

TABLA 2

* CORRELACIONES SIGNIFICATIVAS A UN NIVEL DE CONFIANZA DE .05 POR LA-REGLA DE DECISION: $P \leq .05 = H_0$ SE RECHAZA.

Por los resultados anteriores se observa que en los incisos 1 y 3 el valor calculado de r es mayor que el obtenido de la tabla (F) y entonces se asegura que si existe correlación significativa entre Autoconcepto y Motivación de Logro en jóvenes del sexo masculino en una universidad pública y en una universidad privada.

Sin embargo, en los grupos 2 y 4 el valor calculado de (r) es menor que el obtenido en la tabla (F), por lo tanto se concluye que no existe correlación significativa entre Autoconcepto y Motivación de Logro en la población femenina en ambas universidades independientemente.

En la Tabla 1 se encuentran las correlaciones entre los factores de Autoconcepto y Motivación de Logro. También para comprobar la significancia de estos coeficientes de correlación se utilizó un nivel de confianza de .05, por lo que la regla de decisión fue: $P < .05$ = es correlación significativa. Como se puede observar en la tabla 1, en 11 factores existen correlaciones estadísticamente significativas, ya que sus probabilidades son menores a .05. Y en 16 combinaciones entre los factores mostraron una probabilidad mayor a .05 lo que indica que no existe correlación estadísticamente significativa entre estos factores.

En el factor trabajo de Motivación de Logro muestra una correlación moderada y positiva con los factores Social 1 (.3316), Ocupacional (.5390) y Social 3 (.3067) de Autoconcepto. Lo cual quiere decir que si la persona se

relaciona afiliativamente con los demás, desarrolla sus habilidades y es accesible y comprensiva mostrará una actitud positiva hacia el trabajo.

Y este mismo factor, trabajo, mostró una correlación baja y positiva con los factores Emocional 3 (.2276) y Etica (.2172) de Autoconcepto, lo que indica que mientras la persona sea congruente con sus valores personales poseerá una actitud positiva hacia el trabajo.

La correlación del factor Maestría de Motivación de Logro con los factores de Social 1 (.3671), Ocupacional (.4679) y Social 3 (.3271) de Autoconcepto dicen que en la medida que la persona se relaciona en un polo positivo de afiliación con los demás, desarrolle sus habilidades y sea accesible mostrará una disposición para hacer mejor las cosas y preferirá tareas que impliquen un reto.

También este factor Maestría muestra una correlación baja y positiva con los factores Emocional 1 (.2477) e Iniciativa (.2315) de Autoconcepto, lo cual indica que si la persona experimenta sus estados de ánimo y posea iniciativa mostrará disposición para hacer mejor las cosas y buscará tareas difíciles que representen un reto.

El factor Competencia de Motivación de Logro solo mostró correlación baja y positiva con el factor Ocupacional (.2235) de Autoconcepto, y esto significa que una persona que desarrolle sus habilidades tiene el deseo de ser el mejor en situaciones interpersonales.

A CONTINUACION SE DESCRIBEN LOS RESULTADOS OBTENIDOS
EN EL ANALISIS DE VARIANZA

TABLA 3 Autoconcepto

	Fuente de Varianza	Grados de Libertad	Medida del Cuadrado	F
Entre-grupos	3355.84	3	1118.523	.9457
Intra-grupos	113574.99	96	1182.656	

TABLA 4 Motivación de Logro

	Fuente de Varianza	Grados de Libertad	Medida del Cuadrado	F
Entre-grupos	67.93	3	22.643	.2745
Intra-grupos	7918.07	96	82.479	

TABLA 5 Social 1 (F. I de Autoconcepto)

	Fuente de Varianza	Grados de Libertad	Medida del Cuadrado	F
Entre-grupos	70.23	3	23.41	.5979
Intra-grupos	3758.77	96	39.15	

TABLA 6 Emocional 1 (F. II de Autoconcepto)

	Fuente de Varianza	Grados de Libertad	Medida del Cuadrado	F
Entre-grupos	342.33	3	114.11	2.43
Intra-grupos	4416.99	96	46.31	

TABLA 7 Social 2* (F. III de Autoconcepto)

	Fuente de Varianza	Grados de Libertad	Medida del Cuadrado	F
Entre-grupos	193.99	3	64.66	2.79*
Intra-grupos	2222.76	96	23.15	

TABLA 8 Emocional 2 (F. IV de Autoconcepto)

	Fuente de Varianza	Grados de Libertad	Medida del Cuadrado	F
Entre-grupos	60.4	3	20.13	.2994
Intra-grupos	2417.56	96	25.15	

TABLA 9 Emocional 2 (F. V de Autoconcepto)

	Fuente de Varianza	Grados de Libertad	Media del Cuadrado	F
Entre-grupos	43.86	3	14.62	.4733
Intra-grupos	2384.14	96	31.08	

TABLA 10 Emocional 3 (F. VI de Autoconcepto)

	Fuente de Varianza	Grados de Libertad	Media del Cuadrado	F
Entre-grupos	375.92	3	125.30	1.84
Intra-grupos	6536.67	96	68.09	

TABLA 11 Etico (F. VII de Autoconcepto)

	Fuente de Varianza	Grados de Libertad	Media del Cuadrado	F
Entre-grupos	34.05	3	11.35	.5607
Intra-grupos	1943.99	96	20.24	

TABLA 12 Iniciativa (F. VIII de Autoconcepto)

	Fuente de Varianza	Grados de Libertad	Media del Cuadrado	F
Entre-grupos	28.60	3	9.53	.7492
Intra-grupos	1221.76	96	12.72	

TABLA 13 Social 3 (F. IX de Autoconcepto)

	Fuente de Varianza	Grados de Libertad	Media del Cuadrado	F
Entre-grupos	45.64	3	15.21	1.65
Intra-grupos	554.36	96	9.21	

TABLA 14 Trabajo (F. I de Motivación de Logro)

	Fuente de Varianza	Grados de Libertad	Media del Cuadrado	F
Entre-grupos	32.39	3	10.76	.6637
Intragrupos	1573.27	96	16.39	

TABLA 15 Maestría (F. II de Motivación de Logro)

	Fuente de Varianza	Grados de Libertad	Media del Cuadrado	F
Entre-grupos	21.02	3	7.00	.6880
Intra-grupos	757.62	96	7.89	

TABLA 16 Competencia (F. III de Motivación de Logro)

	Fuente de Varianza	Grados de Libertad	Media del Cuadrado	F
Entre-grupos	127.38	3	42.46	1.57
Intra-grupos	2581.78	96	26.89	

- ANÁLISIS DE VARIANZA SIGNIFICATIVO A UN NIVEL DE CONFIANZA DE .05 POR LA REGLA DE DECISION: $P < .05 = H_0$ SE RECHAZA.

Con el objeto de contrastar las diferencias existentes entre los 4 grupos de la muestra, se realizó el análisis de varianza en forma general con cada escala y posteriormente con cada factor.

A continuación se reportan los resultados obtenidos:

Como se podrá observar en la tabla 3 la escala de Autoconcepto se obtuvo una F de .9457, siendo que en la tabla (F) a un nivel de confianza de .05 el valor es de 2.61 por lo tanto, dado que el valor calculado de F es menor que el obtenido en la tabla (F), podemos asegurar que: "No existe diferencia significativa en el Autoconcepto entre jóvenes de Universidad Pública y Universidad Privada".

En la escala de Motivación de Logro (tabla 4) se obtuvo una F de .2745, ya que en la tabla (F) a un nivel de confianza de .05 el valor es de 2.61, entonces dado que el valor calculado de F es menor que el obtenido en la tabla (F), podemos decir que: "No existe diferencia significativa en la Motivación de Logro entre jóvenes de ambas universidades".

En las tablas 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12 y 13 se obtuvieron las F calculadas menores a la (F) de tabla a un nivel de confianza de .05, por lo tanto, se concluye que: "No existen diferencias entre los factores de Autoconcepto entre jóvenes de ambas universidades".

La tabla 7 del factor Social 2 se obtuvo una F de 2.79, siendo que es mayor que el obtenido en la tabla (F), se puede decir que: "Si existe diferencia significativa en el factor

Social 2 entre jóvenes de ambas universidades". Y para conocer entre que grupos se encontraba la diferencia se aplicó una T de Student, obteniéndose los siguientes resultados:

Entre los grupos 1 y 2 : $T_c = 1.642$

Entre los grupos 1 y 3 : $T_c = 1.586$

Entre los grupos 1 y 4 : $T_c = .651$

Entre los grupos 2 y 3 : $T_c = .049$

Entre los grupos 2 y 4 : $T_c = 2.409$

Entre los grupos 3 y 4 : $T_c = 2.308$

Asumiendo que el nivel de significancia es de .05, siendo que la T de tablas tiene un valor de 2.021, se encontró que la T entre los grupos 2 y 4 y entre los grupos 3 y 4 es significativo, es decir, las mujeres de universidad privada difieren en su forma de expresión y comunicación en su medio social, con respecto a las mujeres de universidad pública y con los hombres de universidad privada.

Los factores de Trabajo, Maestría y Competencia de la escala de Motivación de Logro, de las tablas 14, 15 y 16 respectivamente, obtuvieron una F menor al obtenido en la tabla (F) a un nivel de confianza de .05, entonces se puede concluir que: "No existe diferencia significativa en los factores Trabajo, Maestría y Competencia entre jóvenes de ambas universidades".

Por lo tanto, en la hipótesis 1 nula se rechaza, y entonces:

"Si existe relación significativa entre Autoconcepto y Motivación de Logro en jóvenes universitarios".

Se considera que es importante mencionar que lo anterior no se cumple para la población femenina. En la que se comprueba la hipótesis conceptual que dice: "La mujer difiere del hombre en las necesidades relacionadas con la conducta de logro". (Hoffman, 1975)

En las hipótesis 2, 3, 4 y 5 se acepta la nula. Se concluye que:

H02: "No existe diferencia en el Autoconcepto entre jóvenes de Universidad Pública y Universidad Privada".

H03: "No existe diferencia en la Motivación de Logro entre jóvenes de Universidad Pública y Universidad Privada".

H04: "No existe diferencia en la Motivación de Logro entre hombres y mujeres de Universidad Pública y Universidad Privada".

H05: "No existe diferencia en el Autoconcepto entre hombres y mujeres de Universidad Pública y Universidad Privada".

Sin embargo en el factor Social 2 del cuestionario de autoconcepto se encontró que si existe diferencia en la forma de expresión y comunicación entre mujeres de universidad privada con respecto a la población femenina de universidad pública y a la población masculina de universidad privada.

A continuación se enlistan las Medias; de acuerdo a los 4 grupos (1 Hombres-Pública, 2 Mujeres-Pública, 3 Hombres-Privada y 4 Mujeres-Privada).

	Autoconcepto	Motivación de Logro
Media	252.0	55.0
1)	381.22	84.9629
2)	380.36	85.68
3)	392.0	83.4347
4)	375.76	84.2

Ahora se enlistan las Medias de cada factor con respecto a cada grupo:

	A I	A II	A III	A IV	A V
Md	35.0	28.0	28.0	21.0	28.0
1)	57.15	43.81	36.96	35.81	44.63
2)	56.32	45.0	39.12	34.0	45.36
3)	58.22	47.35	39.17	34.39	45.22
4)	58.4	42.16	35.92	35.6	46.44

	A VI	A VII	A VIII	A IX
Md	31.5	21.0	17.5	14.0
1)	41.96	33.67	24.41	22.67
2)	39.72	33.56	24.36	21.52
3)	40.35	34.91	25.26	23.39
4)	36.68	33.4	23.72	22.88

	ML I	ML II	ML III
Md	17.5	20.0	17.5
1)	26.0	31.15	24.11
2)	25.76	31.72	24.28
3)	25.17	31.13	22.91
4)	26.8	32.24	21.48

Al comparar las medias de las escalas de Autoconcepto y Motivación de Logro con las medias obtenidas por los 4 grupos, se percibe que estas últimas son mayores. Lo que significa que los sujetos tienden a puntuaciones altas en las escalas y factores de Autoconcepto y Motivación de Logro.

En el anexo 3 se encuentran unas gráficas donde se observa la correlación entre Autoconcepto y Motivación de Logro, y en otras la diferencia entre los 4 grupos.

3.2 INTERPRETACION Y DISCUSION DE LOS RESULTADOS

Dados los resultados se confirma que existe una relación positiva y moderada entre Autoconcepto y Motivación de Logro. Lo que significa que si una persona tiene un autoconcepto alto su motivación al logro será igualmente alta.

Tomando en cuenta que los sujetos de esta muestra son adolescentes tardíos, y en base a lo que menciona Peter Blos, en esta etapa (adolescencia tardía), el adolescente está armonizando las partes componentes de su personalidad. Y esta integración incluye una preparación para la selección ocupacional, además la actividad del rol social, con el enamoramiento, el matrimonio, la paternidad y la maternidad. Ya que es una fase de consolidación de funciones e intereses del yo, constancia de identidad y posición sexual.

Entonces por lo tanto, no es de extrañar que los jóvenes con un Autoconcepto ya formado, al estar en la universidad, ya están trabajando en una meta y motivados para el logro de dicha meta.

Es de llamar la atención que en la muestra estudiada, el grupo femenino no tiene una correlación entre Autoconcepto y Motivación de Logro; mientras que en el grupo masculino si existe esta correlación. A este respecto menciona Matina Horner que las mujeres norteamericanas mostraban constantemente mayor angustia en situaciones de prueba que los hombres. Y Horner razonó que al buscar el éxito las mujeres acaso se sienten angustiadas por dos razones: el

temor a las consecuencias negativas del fracaso, tal como sucede a los varones, y el temor al éxito mismo, pues la sociedad norteamericana considera que el éxito no es atribución femenina.

Se observa que en nuestra sociedad aunque no hay estudios definidos al respecto se ve un fenómeno semejante al de las categorías de Horner; quién menciona que la 1a. categoría es que el éxito acarrea un gran temor al rechazo social, la 2a. categoría es que el éxito causa sentimiento de culpa, tristeza y dudas en cuanto a ser normal y la 3a. categoría es que el éxito se niega cambiando o distorsionando las señales para que la persona se sienta absuelta o eximida de la responsabilidad por el éxito.

De ahí se supone que al no existir relación en la muestra estudiada entre Autoconcepto y Motivación de Logro, las jóvenes universitarias caen en alguna de las categorías de Horner y que su miedo al éxito y por el rol social siguen carreras universitarias mientras algo más importante ocurre en sus vidas, no perciben su carrera como algo que en un futuro, además de ser fuente de trabajo, les puede dar éxitos. Por lo tanto, se puede concluir que el Autoconcepto de las mujeres ya sea alto o bajo no va a influir en su motivación al logro.

Los resultados que se obtuvieron respecto a la no correlación entre autoconcepto y motivación de logro en mujeres confirman la aceptación de la hipótesis nula. Estos resultados se encuentran en congruencia con otras

investigaciones donde se han estudiado las diferencias entre hombres y mujeres con respecto a la motivación de logro. Por ejemplo Johnson y Smith (1965) encontraron que las mujeres son más tendientes a la afiliación que los varones, en lugar de estar motivadas hacia los logros. También MacClelland obtuvo diferencias, siendo estas que la aceptación social afecta las puntuaciones femeninas de motivación de logro, sin embargo, las puntuaciones de motivación de logro de los hombres no fueron afectadas.

A continuación se analizan las correlaciones que se obtuvieron entre los factores de Autoconcepto y Motivación de Logro. Dichas correlaciones son las siguientes:

El factor I de Motivación de Logro (trabajo) se correlacionó con los factores Social 1, Etico, Ocupacional, Emocional 3 y Social 3 de Autoconcepto.

El factor Social 1 afiliativa mostró una correlación positiva con trabajo, lo que significa que mientras más alta sea su tendencia afiliativa más positiva será su actitud hacia el trabajo. Esto se puede explicar si consideramos que los sujetos se encuentran en el nivel de afiliación en la escala de necesidades de Maslow por lo que los sujetos centran su actividad en pertenecer a un grupo buscando reconocimiento; una conducta que es muy reforzada por el grupo es la actitud positiva hacia el trabajo, lo cual justifica la relación entre estos dos factores. (Maslow, 1983 y Clay Lindgren, 1988)

El factor trabajo se correlacionó positivamente con el factor Etico, es decir, en la medida que un sujeto percibe el trabajo como un valor y muestre una actitud positiva será congruente éticamente. Virginia Satir menciona que las personas que aprecian su propio valor son capaces de aquilatar y respetar el valor de los demás incluyendo su trabajo. Relacionándolo con su necesidad de pertenencia a un grupo Sherif (1963) nos dice que los grupos de referencia pueden servir como fuente de actitudes y valores que son imitados. Por lo tanto se concluye que el pertenecer a un grupo va a determinar en muchas ocasiones el valor que se dé al trabajo.

El factor Emocional 3 (salud emocional) se correlacionó positivamente con el factor trabajo, lo cual nos dice que entre más salud emocional posea la persona, más favorable será su actitud hacia el trabajo y viceversa. Este resultado concuerda con los encontrados por Buen de Paz, Musen y Padilla quienes afirman que cuando el joven ha adquirido un concepto de autenticidad, integridad y ha alcanzado estabilidad emocional entonces podrá tener un funcionamiento eficaz en el aspecto laboral.

El factor Social 3 (accesibilidad) se correlacionó positivamente con trabajo, ya que en la medida que la persona permite que se aproximen con confianza para que cuenten con su comprensión mostrará actitudes positivas hacia el trabajo. De acuerdo a Carl Rogers el autoconcepto está compuesto de percepciones, conceptos de sí mismo y valores ya sean

positivos o negativos en relación a los otros y al ambiente. Si una persona posee un autoconcepto positivo tendrá una percepción realista de sí mismo y de los otros, por lo tanto se mostrará accesible ante las limitaciones y habilidades de los demás, incluyendo una actitud positiva hacia el trabajo.

Con lo anterior se concluyen las relaciones del factor trabajo. En seguida se analizarán los factores Social 1, Emocional 1, Ocupacional, Iniciativa y Social 3 de Autoconcepto relacionados con el factor Maestría de Motivación de Logro.

La dimensión Social 1 (afiliación) se correlacionó positivamente con el factor Maestría, es decir, que la persona que muestre una necesidad de afiliación manifestará un deseo por superar su tarea y enfrentar retos. Los sujetos con necesidad de afiliación centran su actividad en pertenecer a un grupo para obtener reconocimiento, por lo que al buscar maestría en su ejecución reciben la atención que buscan. (Maslow, 1970)

La dimensión Emocional 1 (estado de ánimo) se correlacionó positivamente con maestría, esto quiere decir que el estado de ánimo del sujeto influye en la actitud de superación (maestría). Como se ha observado en la práctica si una persona se encuentra con un estado de ánimo depresivo, por ejemplo, no tiene deseos de superar sus ejecuciones y mucho menos de enfrentarse a retos.

La dimensión Iniciativa se correlacionó positivamente con Maestría, lo cual significa que si una persona posee

iniciativa entonces querrá hacer mejor las cosas y aceptará retos. Según Murray la Motivación de Logro es el deseo de realizar tareas difíciles, así como superar obstáculos y a otras personas, entonces es lógico pensar que el factor iniciativa se correlacione con el factor maestría, ya que éste último representa un reto y se requiere del empuje y la energía que proporciona la iniciativa.

La dimensión Social 3 (accesibilidad) se correlacionó positivamente con Maestría, que quiere decir que si una persona permite el acercamiento y da confianza, al mismo tiempo será una persona que pretende mejorar sus tareas y acepta retos. El individuo que confía en si mismo, no teme enfrentarse a retos, por lo tanto no teme a fracasar ya que conoce sus limitaciones y habilidades, lo que lo hace ser accesible con los demás. (McClelland, 1961 y Rogers, 1976)

Es muy notoria la relación que existe entre el factor Ocupacional de Autoconcepto y los 3 factores de Motivación de Logro. Lo cual se puede explicar que si el individuo se percibe con habilidades para realizar sus estudios, entonces se creará capaz de trabajar; de mejorar su ejecución, de aceptar retos y de competir para lograr superarse.

Es importante, también, hacer notar que el factor competencia de Motivación de Logro se correlacionó únicamente con el factor ocupacional de Autoconcepto. Posiblemente se deba a que son jóvenes que se encuentran en el nivel de las necesidades de afiliación y estima; por lo que su motivación es la de tener un lugar en el grupo por una parte, y por la

otra existe un deseo de obtener la estima de otros, así como el respeto, cierta reputación y confianza en sí mismos. Sin embargo, aunque se observe un deseo de logro, éste no es tan determinante para motivarlos a competir pues la competencia les produciría ansiedad por un posible fracaso, ya que aun no han llegado a la autorrealización. (36 y 70)

En cuanto a diferencias entre los grupos de esta investigación, en general, como se podrá observar no se encontraron. Únicamente se mostraron diferencias en el factor II de Autoconcepto que mide expresión y comunicación en su medio social. Esta diferencia se encontró entre el grupo de mujeres de universidad privada y el grupo de mujeres de universidad pública. Esto se debe posiblemente a que existen diferencias socioeconómicas y la pertenencia a cierto grupo de un determinado estatus social, lo cual exige al individuo que aprenda un rol, el cual es reforzado y define "como somos y como nos expresamos", es decir, los roles que aprendemos constituyen un aspecto importante de nuestra personalidad. El concepto de sí mismo incluye actitudes, valores, motivos, objetivos y expectativas; por lo tanto la muestra femenina de universidad privada aprendió a expresarse y comunicarse de forma diferente, ya que el rol que desempeñan influye en sus valores y los valores influyen en las actitudes. Y por lo anterior, como las mujeres de universidad privada, pertenecen a una clase media o clase alta, se puede decir que gozan de una posición familiar más elevada que las de la clase trabajadora y la clase baja, a

las cuales pertenecen las mujeres de la universidad pública.
(13).

La segunda diferencia encontrada se refiere a este mismo factor Social 2, pero en este caso se manifestó entre los grupos de mujeres de universidad privada y hombres de universidad privada. Esta diferencia se explica si analizamos el rol social que asigna la sociedad dependiendo el sexo; en este caso las mujeres han aprendido por imitación a ser introvertidas, calladas y reservadas, pues dicho rol ha sido altamente reforzado por nuestra sociedad. Como dice Kluckhohn el "carácter nacional" se aprende en la infancia mediante el reforzamiento directo de la conducta que los padres consideran apropiada. En el caso de los hombres se les permite mayor expresión y comunicación en su medio social, ya que su rol es de parte activa en la sociedad al contrario del rol pasivo adoptado por la mujer.

Con esto se concluye el capítulo de análisis de resultados para presentar a continuación las conclusiones obtenidas a partir de éstos.

CAPITULO 4

CONCLUSIONES

Al plantear las conclusiones de esta investigación, se hace hincapié en que por tratarse de un estudio exploratorio no se intenta plantear, postular ni demostrar teorías, sino más bien consiste en un intento de investigar acerca de las variables de Autoconcepto y Motivación de Logro. A este intento deberán seguir muchas investigaciones semejantes para poder dar una explicación precisa sobre el fenómeno estudiado.

En base a los resultados obtenidos en este estudio, se concluye que al menos para la muestra de esta investigación:

Existe una correlación positiva entre Autoconcepto y Motivación de Logro en jóvenes universitarios, $r = .3127$, significativa al nivel .05, esto se observa en la muestra en forma general. Lo cual nos lleva a concluir que estas dos variables están íntimamente relacionadas. Los sujetos de esta muestra que al estar en la etapa de adolescencia tardía y tener ya un autoconcepto consolidado, es decir, que tienen un lugar en el grupo, satisfacen sus necesidades de estima, adoptan un rol social y sexual, por lo tanto al conocer sus capacidades y limitaciones ya se pueden plantear metas a futuro y tomar acciones en el presente (como estudiar una carrera) que facilitarían el logro de esas metas.

Sin embargo, al tomar en cuenta solo la población del sexo femenino encontramos que no existe correlación entre

Autoconcepto y Motivación de Logro, entonces se comprueba la hipótesis conceptual planteada en esta investigación, en donde Hoffman (1975) postula que las mujeres difieren del hombre en las necesidades relacionadas con la conducta de logro. Esto se debe posiblemente a que las mujeres tienen otros intereses como lo plantea Horner en sus 3 categorías: temor al rechazo social, sentimiento de culpa, tristeza, dudas en cuanto a ser normal y el éxito se niega cambiándolo o distorsionándolo. Las mujeres tienen tales sentimientos porque en nuestra sociedad mexicana es muy reforzado el rol materno, al ser lista más no inteligente y el ser una gran mujer que está "detrás" de un gran hombre; así como el no expresar la agresión (cualidad masculina) que ayuda a enfrentarse en un mundo competitivo para ganarse un lugar y ser reconocida como una mujer exitosa y ganadora. a pesar de que las mujeres han aprendido este rol el cual es reforzado, el hecho de estar estudiando una carrera es un indicio de que este concepto se trata de romper y cambiar; algunas de las mujeres de esta muestra lograrán desarrollar sus capacidades intelectuales en el aspecto laboral. Sería interesante un seguimiento para conocer el porcentaje que logra el cambio y conocer su perfil psicológico.

El autoconcepto incluye la idea de lo que se es, de lo que se quiere ser y lo que se debe ser. Esto permite a la personalidad un concepción coherente y unificada de sí mismo, dándole la posibilidad de manejarse más adecuadamente en su ambiente. En esta búsqueda de identidad el adolescente

recurre a situaciones que le brinden seguridad y estima personal. Y como sugiere Rogers la persona que mantiene un autoconcepto positivo evaluará positivamente. Sin embargo, el grupo estudiado se encuentra en la adolescencia tardía que es una etapa de cambio decisivo y donde surge una integración que lo va a llevar a una selección ocupacional y del rol social que va a desempeñar; por lo tanto aun necesita buscar situaciones que le brinden seguridad y estima personal, aun su autoconcepto se esta implementando y entonces evaluará su alrededor indiscriminadamente, es decir, sus conceptos están sufriendo cambios, pues aun quedan residuos de la lucha entre lo que es, lo que quiere ser y lo que debe ser.

Y así como Maslow habla de sus escalas de necesidad, los sujetos de esta investigación se encuentran en las jerarquías de necesidad de afiliación y de estima, mismas que serán satisfechas cuando los jóvenes universitarios alcancen por parte de otras personas la seguridad de pertenecer y ser estimado en el grupo; entonces podrán alcanzar su autorrealización que consiste en ir progresando constantemente e intervenir en competencia para obtener logros. Los sujetos de esta investigación aun no han entrado al mundo de la competencia laboral, en donde se busca la autorrealización, obteniendo logros monetarios y de reconocimiento. Ya que se encuentran aun en un ambiente escolar y en la adolescencia tardía, donde ya está establecido el rol que jugarán, pero aun no lo han

desempeñado laboralmente y la gran mayoría no ha formado una familia propia.

En cuanto a que no se encontraron diferencias en el tipo de universidades, se puede concluir que el sistema educativo al ser igual para el país no fomenta las diferencias de clase. Por otro lado, esto se relaciona con el hecho de que el autoconcepto determina la Motivación de logro, por lo tanto, una persona con Autoconcepto positivo obtendrá triunfos independientemente de que estudie en una Universidad Pública o una Universidad Privada.

El autoconcepto es aprendido y es un reflejo de la percepción que otras personas tienen del individuo. Por lo tanto es importante hacer hincapié en la responsabilidad que los padres y educadores deberían tener en la formación y desarrollo de un autoconcepto positivo para que los jóvenes estén mayormente motivados a obtener logros y éxito. Asimismo es importante la escala de motivación de logro, ya que las condiciones de vida dependen del trabajo, del desarrollo de avanzadas tecnologías dependientes de la maestría y de una sana competencia, porque de esta forma al superarnos como individuos nuestro país avanzará y progresará.

Por lo tanto, quiero recalcar en la importancia de que los padres no ignoren la estrecha relación existente entre autoconcepto y motivación de logro para que sus hijos progresen. Para lograr una relación positiva entre estas variables es recomendable que los padres quieran y acepten a sus hijos con cualidades y limitaciones -inculcándoles de

este modo un sentimiento de valía personal-; así como reforzar los logros que durante su desarrollo vayan teniendo y fomentar las actividades sociales.

CAPITULO 5

CAPITULO 5

LIMITACIONES Y SUGERENCIAS

A pesar de que los resultados señalados en este trabajo podrían ser de sentido común y de que se conoce la existencia de otras investigaciones semejantes realizadas en otros países, la importancia de esta tesis es la de proporcionar evidencia empírica de estas relaciones sobre una muestra de adolescentes mexicanos. Otra de las aportaciones es la de poner énfasis en la reparación del autoconcepto para que de esta forma desarrollen mayormente sus capacidades y potencialidades, y se gratifiquen su necesidad de autorrealización, obteniendo logros y éxitos.

LIMITACIONES:

- La investigación solo incluyó entre los 21 a 25 años.
- Las relaciones familiares y el lugar que ocupa el joven dentro de su grupo familiar no se controló.
- El tamaño de la muestra no es lo suficientemente amplio en relación a la población total de jóvenes por lo que los resultados son limitados. La muestra no fue probabilística.
- La etapa de la adolescencia marca otra limitación por el hecho que en esta etapa existen cambios emocionales y conductuales que no se pueden controlar.
- Otra de las limitaciones que se encontraron se refiere a la bibliografía relacionada a los temas de

Autoconcepto y Motivación de logro, este punto se refiere a que se encontró mucha información de estos temas de investigación realizados en los Estados Unidos, hallándose relativamente muy poco en español.

SUGERENCIAS:

Con el fin de dar una explicación precisa sobre el autoconcepto y la motivación de logro en jóvenes es necesario realizar otras investigaciones semejantes a la que aquí se presenta en las que se tomen en cuenta muestras más grandes y más representativas de la población general, cumpliendo de esta forma con los requisitos para que sea probabilístico.

También se sugiere que se realice una investigación con mayor profundidad sobre comparaciones de estratos sociales y culturales.

Es necesario realizar una investigación en que se tomen en cuenta las relaciones familiares y el lugar que ocupa el joven dentro del contexto familiar.

Considero que es necesario elaborar programas de crecimiento personal para jóvenes y de esta forma influir como grupo de referencia en el autoconcepto y la motivación de logro.

A N E X O S

ANEXO 1

A continuación encontrará un conjunto de adjetivos que sirven para describirlo.

Ejemplo:

FLACO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	OBESO
	MUY	BASTANTE	POCO	NI FLACO	POCO	BASTANTE	MUY	
	FLACO	FLACO	FLACO	NI OPESO	OBESO	OBESO	OBESO	

En el ejemplo de arriba se puede verificar que hay siete espacios entre flaco y obeso. El espacio, cuanto más cerca está del adjetivo, indica un grado mayor en que se pone dicha característica. El espacio central indica que el individuo no es flaco ni obeso.

Si usted se cree muy obeso, pondrá un X en el espacio más cercano de la palabra obeso, si se percibe como bastante flaco, pondrá la X en el espacio correspondiente, si no se percibe ni flaco ni obeso pondrá la X en el espacio de enmedio. O, si es el caso, en otro espacio.

Conteste en los espacios de la siguiente página, como el ejemplo de arriba, tan rápido como sea posible, sin ser descuidado, utilizando la primera impresión.

Conteste en todos los renglones, dando una UNICA respuesta en cada renglón. Acuérdesse que, en general, hay una distancia entre lo que somos y lo que nos gustaría ser, conteste aquí, COMO USTED ES Y NO COMO LE GUSTARIA SER. Gracias.

1. INTROVERTIDO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	EXTROVERTIDO
2. ANGUSTIADO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	RELAJADO
3. AMOROSO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	ODIOSO
4. CALLADO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	COMUNICATIVO
5. ACCESIBLE	_____	_____	_____	_____	_____	_____	INACCESIBLE
6. RENCOROSO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	NOBLE
7. COMPRENSIVO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	INCOMPRENSIBLE
8. INCUMPLIDO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	CUMPLIDO
9. LEAL	_____	_____	_____	_____	_____	_____	DESLEAL
10. DESAGRADABLE	_____	_____	_____	_____	_____	_____	AGRADABLE
11. HONESTO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	DES-HONESTO

12. AFECTUOSO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	SECO
13. MANIFIESTO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	SINCERO
14. TRATABLE	_____	_____	_____	_____	_____	_____	INTRATABLE
15. FRUSTRADO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	REALIZADO
16. TEMPERAMENTAL	_____	_____	_____	_____	_____	_____	CALMADO
17. ANIMADO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	DESANIMADO
18. IRRESPETUOSO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	RESPECTUOSO
19. ESTUDIOSO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	PEREZOSO
20. CORRUPTO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	RECTO
21. TOLERANTE	_____	_____	_____	_____	_____	_____	INTOLERANTE
22. AGRESIVO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	PACIFICO
23. FELIZ	_____	_____	_____	_____	_____	_____	TRISTE
24. MALO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	BONDADOSO
25. TRANQUILO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	NERVIOSO
26. CAPAZ	_____	_____	_____	_____	_____	_____	INCAPAZ
27. AFLIGIDO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	DESPREOCUPADO
28. IMPULSIVO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	REFLEXIVO
29. INTELIGENTE	_____	_____	_____	_____	_____	_____	INEPTO
30. APATICO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	DINAMICO
31. VERDADERO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	FALSO
32. ABURRIDO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	DIVERTIDO
33. RESPONSABLE	_____	_____	_____	_____	_____	_____	IRRESPONSABLE
34. AMARGADO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	JOVIAL
35. ESTABLE	_____	_____	_____	_____	_____	_____	VOLUBLE
36. INMORAL	_____	_____	_____	_____	_____	_____	MORAL
37. AMABLE	_____	_____	_____	_____	_____	_____	GROSERO
38. CONFLICTIVO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	CONCILIADOR
39. EFICIENTE	_____	_____	_____	_____	_____	_____	INEFICIENTE
40. EGOISTA	_____	_____	_____	_____	_____	_____	GENEROSO
41. CARIOSO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	FRIO
42. DECENTE	_____	_____	_____	_____	_____	_____	INDECENTE
43. ANSIOSO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	SEFENO
44. PUNTUAL	_____	_____	_____	_____	_____	_____	IMPUNTUAL
45. TIMIDO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	DESENVUELTO
46. DEMOCRATICO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	AUTOCRATICO
47. LENTO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	RAPIDO
48. DESINHIBIDO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	INHIBIDO
49. PESIMISTA	_____	_____	_____	_____	_____	_____	OPTIMISTA
50. AMIGABLE	_____	_____	_____	_____	_____	_____	HOSTIL

51. RESERVADO	___	___	___	___	___	___	___	EXPESIVO
52. DEPRIMIDO	___	___	___	___	___	___	___	CONTENTO
53. SIMPATICO	___	___	___	___	___	___	___	ANTIPATICO
54. SUMISO	___	___	___	___	___	___	___	DOMINANTE
55. HONRADO	___	___	___	___	___	___	___	DES. ONRADO
56. DESEABLE	___	___	___	___	___	___	___	INDESEABLE
57. SOLITARIO	___	___	___	___	___	___	___	AMIGUERO
58. TRABAJADOR	___	___	___	___	___	___	___	FLOJO
59. FRACASADO	___	___	___	___	___	___	___	TRIUNFADOR
60. MIEDOSO	___	___	___	___	___	___	___	AUDAZ
61. TIERNO	___	___	___	___	___	___	___	RUDO
62. PEDANTE	___	___	___	___	___	___	___	SENCILLO
63. EDUCADO	___	___	___	___	___	___	___	MALCRIADO
64. MELANCOLICO	___	___	___	___	___	___	___	ALEGRE
65. CORTES	___	___	___	___	___	___	___	DESCORTES
66. ROMANTICO	___	___	___	___	___	___	___	INDIFERENTE
67. PASIVO	___	___	___	___	___	___	___	ACTIVO
68. SENTIMENTAL	___	___	___	___	___	___	___	INSENSIBLE
69. INFLEXIBLE	___	___	___	___	___	___	___	FLEXIBLE
70. ATENTO	___	___	___	___	___	___	___	DESATENTO
71. CELOSO	___	___	___	___	___	___	___	SEGURA
72. SOCIABLE	___	___	___	___	___	___	___	INSOCIABLE

VERIFIQUE SI CONTESTO EN TODOS LOS RENGLONES. Gracias.

ANEXO 2

EDAD _____ SEXO _____
 CARRERA _____ SEÑESTRE _____
 OCUPACION DEL PADRE _____ OCUPACION DE LA MADRE _____
 INGRESO MENSUAL FAMILIAR _____

A continuación hay una lista de afirmaciones. Usted debe indicar - en que medida está de acuerdo o en desacuerdo con cada una de ellas. - Hay cinco respuestas posibles: 1 = completamente en desacuerdo; 2 = en - desacuerdo; 3 = ni en acuerdo ni en desacuerdo; 4 = de acuerdo; 5 = com- pletamente de acuerdo. Especifique su respuesta haciendo un círculo al- rededor del número que mejor exprese su opinión. Acuérdesse: conteste co- mo usted es, no como te gustaría ser. Y CONTESTE TODAS LAS AFIRMACIONES. Gracias.

completamente de acuerdo (5)

de acuerdo (4)

ni en acuerdo ni en desacuerdo (3)

en desacuerdo (2)

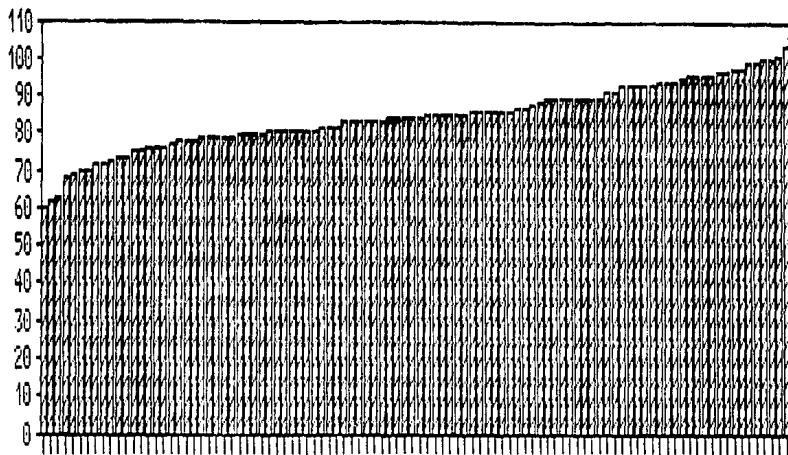
completamente en desacuerdo (1)

- | | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 1. Me gusta resolver problemas difíciles | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. Me gusta ser trabajador | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. Me enoja que otros trabajen mejor que yo | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. Me es importante hacer las cosas lo mejor posi-
ble | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. Me disgusta cuando alguien me gana | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. Es importante para mí hacer las cosas cada vez
mejor | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. Ganarle a otros es bueno tanto en el juego como
en el trabajo | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

	completamente de acuerdo (5)				
	de acuerdo (4)				
	ni en acuerdo ni en desacuerdo (3)				
	en desacuerdo (2)				
	completamente en desacuerdo (1)				
8. Soy cumplido en las tareas que se me asignan ..	1	2	3	4	5
9. Disfruto cuando puedo vencer a otros	1	2	3	4	5
10. Soy cuidadoso al extremo de la perfección	1	2	3	4	5
11. Me gusta que lo que hago quede bien hecho	1	2	3	4	5
12. Una vez que empiezo una tarea persisto hasta - terminarla	1	2	3	4	5
13. Me siento bien cuando logro lo que me propongo	1	2	3	4	5
14. Soy dedicado en las cosas que emprendo	1	2	3	4	5
15. Me gusta trabajar en situaciones en las que ha- ya que competir con otros	1	2	3	4	5
16. No estoy tranquilo hasta que mi trabajo queda - bien hecho	1	2	3	4	5
17. Me causa satisfacción mejorar mis ejecuciones - previas	1	2	3	4	5
18. Como estudiante soy machetero(a)	1	2	3	4	5
19. Me esfuerzo más cuando compito con otros	1	2	3	4	5
20. Cuando se me dificulta una tarea insisto hasta dominarla	1	2	3	4	5
21. Si hago un buen trabajo me causa satisfacción .	1	2	3	4	5
22. Es importante para mí hacer las cosas mejor que los demás	1	2	3	4	5

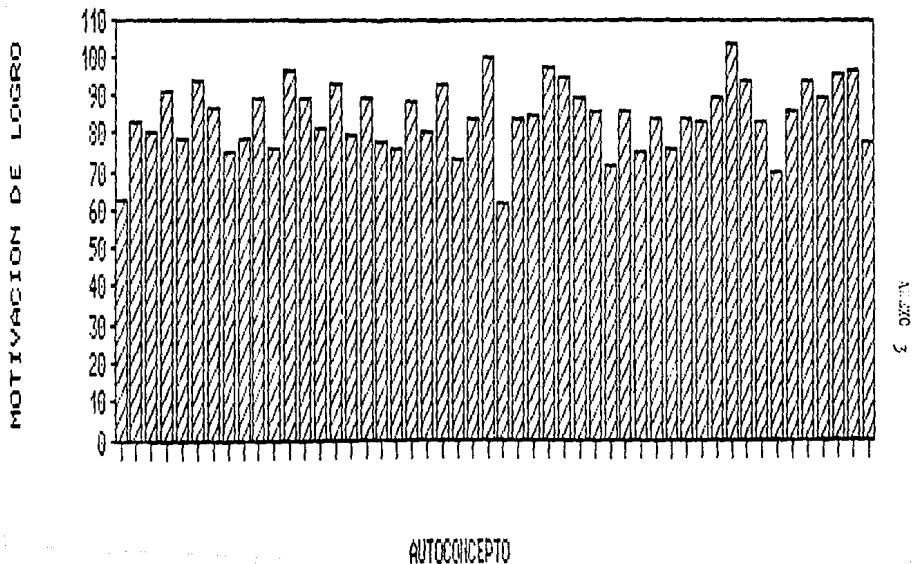
VERIFIQUE SI CONTESTO TODAS LAS AFIRMACIONES. Gracias.

MOTIVACION DE LOGRO

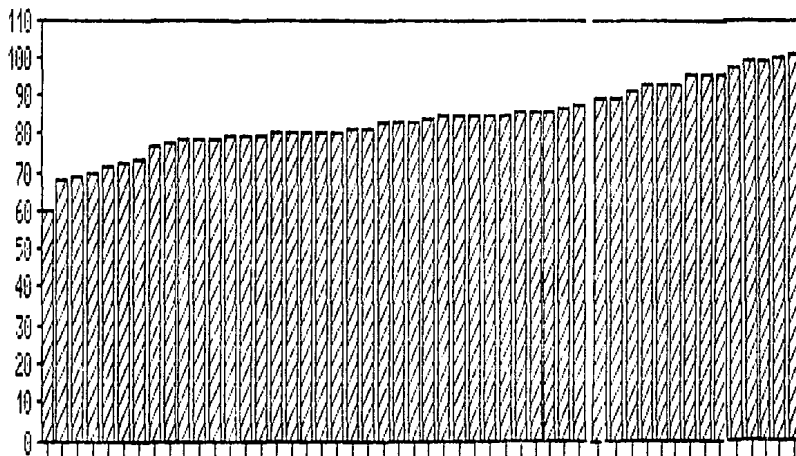


AUTOCONCEPTO

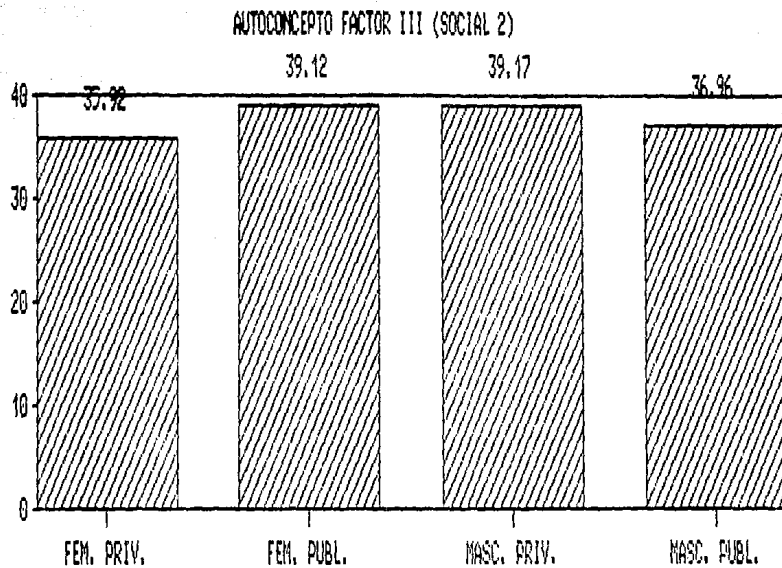
AUTOCONCEPTO V.S. MOTIVACION DE LOGRO
SEXO FEMENINO AMBAS UNIVERSIDADES



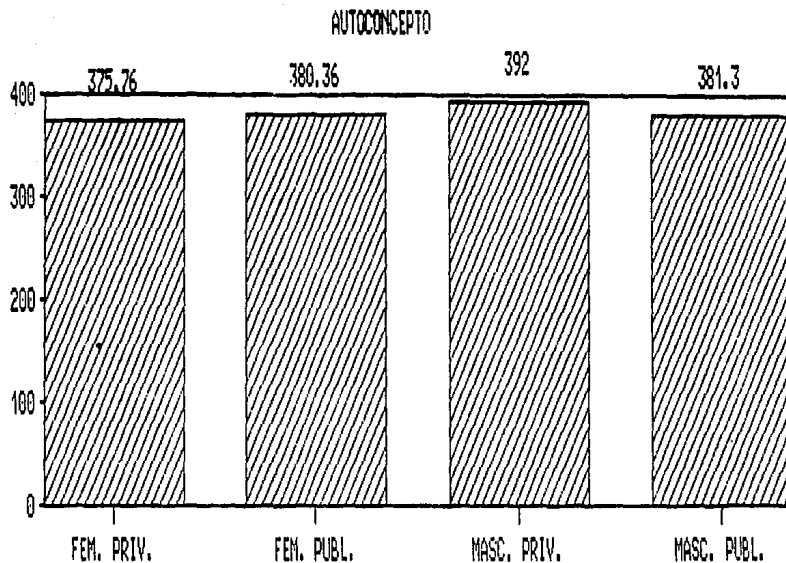
MOTIVACION DE LOGRO

AUTOCONCEPTO V.S. MOTIVACION DE LOGRO
SEXO MASCULINO AMBAS UNIVERSIDADES

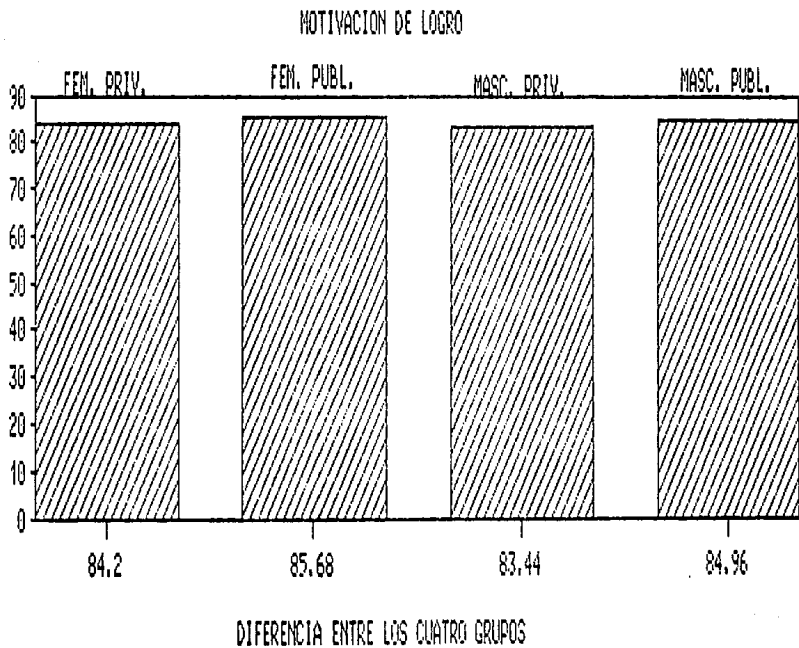
AUTOCONCEPTO



DIFERENCIA ENTRE LOS CUATRO GRUPOS



DIFERENCIA ENTRE LOS CUATRO GRUPOS



BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

- 1) Aberastury, A. (1977) La Adolescencia Normal. Buenos Aires, Editorial Paidós.
- 2) Allport W., Gordon. (1977) La Personalidad, su configuración y desarrollo". Barcelona, Editorial Herder.
- 3) Andrade Palos, P. y Diaz Loving, R. (1985) Orientación de Logro: Conceptualización y medición de maestría, trabajo y competencia. Trabajo presentado en el IV Congreso Mexicano de Psicología, realizado en el Ciudad de México, D.F.
- 4) Argyle, Michael & Robinson, Peter. (1967) Two Grigins of Achievement Motivation. En: Herber, N. Ralph: Current Research in Motivation; Holt Rinehart and Winston Inc., p. 441-449.
- 5) Batiz Gutiérrez, Luz Elena del C. (1985) Estudio Comparativo del Autoconcepto en un grupo de niños con problemas de aprendizaje y otro grupo de niños sin problemas de aprendizaje. México: UIC; Tesis de licenciatura de Psicología.
- 6) Beane, James A. & Lipka St. Bonaventure, Richard P. (1980) Self-concept and Self-esteem: A construct differentiation. Child Study Journal, 10, 1-6.
- 7) Bloss, Peter. (1981) Psicoanálisis de la Adolescencia. Editorial Joaquín Mortiz.
- 8) Brenner, Charles. (1964) Elementos fundamentales de psicoanálisis. Buenos Aires, Ed. Libros Básicos.
- 9) Brown, Roger. (1965) Social Psychology. The Free Press Collier Macmillan Co., pp. 423-450.
- 10) Buen de Paz Rodriguez, P. (1980) Lectura de Revistas y sus efectos sobre el concepto que de sí misma tiene la mujer. México: UNAM, Tesis de Licenciatura en Psicología.
- 11) Byrne, B.M. (1984) The general/academic self-concept nomological net work: a review of construct validation research. Review of Educational Research, Vol. 54, No.3, pp. 427-456.

- 12) Casarín Limón, Olga Eugenia. (1986) La Relación entre la motivación de logro y la autoestima. Area de Postgrado de la Facultad de Psicología de la UNAM.
- 13) Clay Lindgren, Henry. (1988) Introducción a la Psicología Social. Editorial Trillas, México.
- 14) Cofer y Apley. (1981) Psicología de la Motivación. Editorial Trillas, México.
- 15) Coopersmith, S. (1967) The Antecedents of Self-esteem. San Francisco W.H. Freeman.
- 16) Crew, James C. (1982) Assesment of Need among black business mavors. (North Carolina Central U. School of Business) Psychology: A quartely Journal of Human Behavior, Vol. 19, 1, pp. 18-22.
- 17) Cronbach, L. y Meehl, P. (1955) Construct Validity in Psychology Test. In Psychological Bulletin, No. 52.
- 18) Cuelli, José; Reidl, Lucy. (1976) Teorias de la Personalidad. Editorial Trillas, México.
- 19) Chopra, Sukhendral. (1967) A Comparative Study of Achieving and Underachieving Students of High Intellectual Ability. Lucknow U., India; Exceptional children, 33 (9), pp. 631-634.
- 20) Davidoff I. I. (1981) Introducción a la Psicología. Editorial Mc-Graw-Hill, México.
- 21) Diccionario Aristos, (1974) Editorial Ramon Sopean, S. A., Barcelona.
- 22) Easter, Lawrence, V. & Murstein, Bernard I. (1964) Achievement Fantasy as a Function of Probability of Success. Journal of Consulting Psychology, 28 (2), pp. 154-159.
- 23) Erikson, Erik H. (1977) Identidad, Juventud y Crisis. Buenos Aires, Editorial Paidós.
- 24) Erikson, Erik H. (1980) Infancia y Sociedad. Editorial Hormé, B.A. Argentina.
- 25) Erikson, Erik H. (1963) Juventud en el Mundo Moderno. Buenos Aires, Editorial Paidós.
- 26) Erikson, Erik H. (1972) Sociedad y Adolescencia. México: Siglo XX Editores.

- 27) Fenichel, Otto. (1966) Teoría Psicoanalítica de la Neurosis, Buenos Aires, Editorial Paidós.
- 28) Fitts, William H. (1965) Tennessee Self Concept Scale Manual. Nashville, Tennessee, Counselor Recordings and Tests, 1965.
- 29) Goleman, D. (1985) Executive Female. Vol. 8, No.5, Sep/Oct, U.S.A., pp. 34-37.
- 30) Gomez Pérez-Mitre, G. (1981) Autoestima: Expectativas de Éxito o de Fracaso en la Realización de una Tarea. Revista de la Asociación Latinoamericana de Psicología Social, 1, pp. 135-156.
- 31) Hall, Calvin & Linsey, Gardner. (1974) La Teoría de Sí Mismo y la Personalidad. Editorial Paidós, Buenos Aires.
- 32) Hamachek Don E. (1965) The Self in Growth Teaching and Learning. Michigan state University: Prentice Hall Inc.
- 33) Hansford, B.C. & Hattie, J.A. (1982) The Relationship between Self and Achievement/Performance Measures. Review of Educational Research, Vol. 52, No. 1, pp. 123-142.
- 34) Henze García, Luz Ma. Irma (1980) Estudio del Autoconcepto de un Grupo Piloto de Adolescentes. México: UNAM.
- 35) Kerlinger, F.N. (1982) Investigación del Comportamiento. México Interamericana.
- 36) Landazuri Ortiz, S.; Picardo Hernandez, A.; Hayouri Neme, D. (1985) Relación que existe entre Locus de Control y Autoestima en la Satisfacción Marital de Mujeres Casadas de Nivel Socioeconómico medio de la Ciudad de México. México: UNAM, Tesis de Licenciatura en Psicología.
- 37) La Rosa, Jorge. (1986) Escalas de Locus de Control y Autoconcepto: Construcción y Validación. Tesis de Doctorado: UNAM.
- 38) Lincoln, A. & Chazan, S. (1977) Perceived competence and Intrinsic Motivation in Learning Disability Children. Journal of Clinical Child Psychology, Vol. 8, No. 3, pp. 213-216.
- 39) Madsen, K.B. (1968) Teorías de la Motivación. Editorial Paidós, Buenos Aires.
- 40) Maslow, A.H. (1983) El Hombre Autorrealizado. Editorial Kairos.

- 41) Maslow, A.H. (1970) Motivation and Personality. New York Harper & Row.
- 42) McClelland, D.C.I.W.; Atkinson, R.A.; Clark and E.L. Lowell. (1953) The Achievement Motive. New York Appleton-Century-Crofts.
- 43) McClelland, D.C. (ed) (1953) Studies in Motivation. New York Appleton-Century-Crofts.
- 44) McGuigan F. (1970) Psicología Experimental. Editorial Trillas, México.
- 45) Metha, Proyag. (1967) Level of N-Achievement in High School Boys. Indian Educational Review, New Delhi, India; 2(2), pp. 36-70.
- 46) Montemayor, Raymond & Eisen, Marvin. (1977) The Development of Selfconceptions from Childhood to Adolescence. Developmental Psychology, 13, 314-319.
- 47) Musen, Conger y Kagan. (1971) Desarrollo de la Personalidad en el Niño. Editorial Trillas.
- 48) Muuss, Rolf E. (1978) Teorías de la Adolescencia. 2a. Edición, Editorial Paidós, Buenos Aires.
- 49) Padilla Olivares, Ma. del C. (1970) La Relación que existe entre el Desempeño Académico y la Congruencia entre el Auto concepto del Self (Yo) y el Autoconcepto del Ideal del Self (Yo Ideal). México: UIA, Tesis de Licenciatura en Psicología.
- 50) Pick, S. y Lopez, A.L. (1986) Como Investigar en Ciencias Sociales. Editorial Trillas, México.
- 51) Pierini, C.D. (1973) Identidad en el Adolescente. Buenos Aires, Editorial Paidós.
- 52) Rogers, Carl. (1959) Psicología: Un Estudio de la Ciencia. Editorial Paidós, B.A. Argentina.
- 53) Rogers, Carl. (1976) Una Teoría de la Personalidad. México.
- 54) Romero, J., Bonilla, M. P., Rodríguez, M., Esqueda, M. P. (1988) Manual para la Elaboración de Tesis. México: U.I.C., Facultad de Psicología.
- 55) Rosemberg, M. (1965) Society and the Adolescent Self-Image. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- 56) Satir, Virginia. (1978) Relaciones Humanas en el Núcleo Familiar. México Pax.

- 57) Smith, Louis M. (1965) Achievement, Affiliation and Power Motivation in Adolescents. Psychological Reports U. Wisconsin, 16 (3, Pt. 2), pp. 1249-1252.
- 58) Vazquez Ramirez, Patricia. (1983) Diferencias en el Auto-concepto entre un Grupo de Adolescentes Hijos de Madre Soltera y un Grupo de Adolescentes Hijos de Hogar Integrado. Tesis de Licenciatura de Psicología UNAM.
- 59) Weiner, Bernard. (1966) Achievement Motivation and Task in Competitive Situations. Journal of Personality and social Psychology, Los Angeles California, 3(6), pp. 693-696.
- 60) White, R.W. (1963) Ego and Reality in Psychoanalytic Theory: A Proposal Reading Independent Ego Energies. Psychological Issues, 3, 3, Monograph 11.
- 61) Wylie, Ruth C. (1961) The Self Concept. University of Nebraska, Press-Lincoln, Vol. 1.