

Análisis Bibliométrico De Los Trabajos Publicados Sobre El Concepto Autoestima En La Revista Psocial

Rodrigo Martín

Universidad de Buenos Aires, Argentina

rmartin@sociales.uba.ar

 <https://orcid.org/0000-0001-6933-6774>

Julián Morales

Universidad de Buenos Aires, Argentina

julianmorales@psi.uba.ar

 <https://orcid.org/0009-0002-2712-1673>

Daniel Travis

Universidad J. F. Kennedy, Argentina

daniel.travis@kennedy.edu.ar

 <https://orcid.org/0000-0001-7012-0188>

Elza Maria Techio

Universidade Federal da Bahia, Brasil

elzamt@ufba.br

 <https://orcid.org/0000-0002-8229-7674>



Acceso abierto diamante

Resumen

El concepto que conocemos como autoestima es considerado como el componente evaluativo de la percepción que cada persona tiene sobre sí misma y es uno de los conceptos mayormente trabajados tanto en la disciplina psicológica como en la psicosocial. La presente investigación presenta un análisis bibliométrico de artículos de la revista {Psocial} - Revista de Investigación en Psicología Social referidos a la autoestima a lo largo de sus diez años de publicación (2014-2024). Se encontraron un total de 16 artículos, que fueron analizados considerando categorías tales como distribución temporal, área temática, procedencia y colaboración entre autores y palabras clave. Los resultados revelan una mayor producción en los primeros años de la revista (2015-2017). Casi un 40% de los artículos consistieron en trabajos empíricos cuantitativos, lo cual implica un aporte considerable en lo que es el desarrollo de las investigaciones de campo. Entre las variables con las que el concepto autoestima más se ha relacionado aparecen: personalidad, adolescencia, autoconcepto, familia y espiritualidad. Por otra parte, sobresale la Universidad de Buenos Aires (UBA) como protagonista en la producción de artículos, institución sede de Psocial. Asimismo se destaca la colaboración con algunas universidades extranjeras, lo cual sugiere un proceso de internacionalización de la revista.

Palabras clave: Autoestima, Bibliometría, Psicología Social.

Abstract

The concept known as self-esteem is considered the evaluative component of self-perception and is one of the concepts most studied in both the psychological and psychosocial disciplines. The present research presents a bibliometric analysis of articles that explore self-esteem from {Psocial} - Journal of Research in Social Psychology throughout its ten years of publication (2014-2024). A total of 16 articles were found, which were analyzed considering categories such as temporal distribution, thematic area, origin and collaboration between authors and keywords. The results reveal a greater production in the first years of the journal (2015-2017).

Almost 40% of the articles consisted of quantitative empirical works, which implies a considerable contribution to the development of this type of research. Among the variables with which the concept of self-esteem has been most closely related are: personality, adolescence, self-concept, family and spirituality. The University of Buenos Aires (UBA) stands out as a protagonist in the production of articles, being the home institution of Psocial. Also noteworthy is the collaboration with some foreign universities, which suggests a process of internationalization of the journal.

Keywords: Self-Esteem, Bibliometrics, Social Psychology.

Introducción

El concepto que conocemos como autoestima es considerado como el componente evaluativo de la percepción que cada persona tiene sobre sí misma y es uno de los conceptos mayormente trabajados tanto en la disciplina psicológica como en la psicosocial. La presente investigación presenta un análisis bibliométrico de artículos de la revista {Psocial} - Revista de Investigación en Psicología Social referidos a la autoestima a lo largo de sus diez años de publicación (2014-2024). Se encontraron un total de 16 artículos, que fueron analizados considerando categorías tales como distribución temporal, área temática, procedencia y colaboración entre autores y palabras clave. Los resultados revelan una mayor producción en los primeros años de la revista (2015-2017). Casi un 40% de los artículos consistieron en trabajos empíricos cuantitativos, lo cual implica un aporte considerable en lo que es el desarrollo de las investigaciones de campo. Entre las variables con las que el concepto autoestima más se ha relacionado aparecen: personalidad, adolescencia, autoconcepto, familia y espiritualidad. Por otra parte, sobresale la Universidad de Buenos Aires (UBA) como protagonista en la producción de artículos, institución sede de Psocial. Asimismo se destaca la colaboración con algunas universidades extranjeras, lo cual sugiere un proceso de internacionalización de la revista.

La autoestima es un concepto que fue introducido hace más de un siglo refiriéndose a la forma en la que cada persona se evalúa y percibe a sí misma (James, 1890). Desde ese momento, diversos autores trabajaron sobre la autoestima y en cómo ésta se desarrolla y se ve afectada en diferentes personas y contextos. Diversos estudios afirman que la autoestima se encuentra ligada fuertemente a la percepción de autoeficacia, la cual se encuentra conformada mediante dos fuentes: por un lado, la competencia, entendida como la capacidad individual para alcanzar objetivos y metas propuestas y, por el otro, el merecimiento, que refiere a la aceptación y valoración social como, por ejemplo, de la familia, el grupo de pares o la comunidad en general (Harter, 2012; Mruk, 2006). Durante el transcurso del último siglo, diferentes autores han destacado diversas problemáticas psicosociales relacionadas con la autoestima, tanto en cuestiones donde la misma se ve afectada de manera positiva manifestándose en una orientación hacia el ejercicio y la mejora de determinadas cualidades o negativamente fortaleciendo un sentido de timidez y miedo a cometer errores (Rosenberg, 1979; Crocker & Park, 2004; Lee & Hankin, 2009).

Paralelamente, y a pesar de que la autoestima suele variar durante todo el ciclo vital de las personas, existe consenso en que la infancia y la adolescencia son las etapas cruciales para su conformación (Rice & Vestal, 2001; Craig & Baucum, 1992; 2010). De todos modos, diversas problemáticas sociales también pueden influir sobre la autoestima de cada individuo, afectándola positiva o negativamente.

Durante el proceso de socialización, cada persona forma parte en diversas instituciones o grupos e interactúa con diferentes agentes, los cuales transmiten a cada uno los valores, creencias y actitudes que son valorados positiva o negativamente por la comunidad de la cual forma parte (Berger & Luckmann, 1967; Hogg et al., 2017). Durante este proceso, el comportamiento de los individuos es regulado mediante un sistema de recompensas y castigos, los cuales sirven como guía para la autovaloración y autopercepción. De esta forma, la participación en diferentes experiencias grupales y la manera en la que cada individuo logra insertarse socialmente, impacta en la forma en la que cada uno se valora a sí mismo, contribuyendo a reforzar o debilitar su autoestima (Rosenberg, 1979). Los grupos en los cuales cada persona se inserta a lo largo de su ciclo vital, tienden a sostener determinados valores y representaciones (Benson et al., 2016) destacando ciertos comportamientos, actitudes y experiencias, asignando así, implícita o explícitamente, un estatus diferente a cada uno de sus integrantes (Hollander, 2000; Iacoviello & Russell, 2022).

Paralelamente, la autoestima cumple también un papel fundamental en los procesos de conformación de la personalidad (Yang & Chiu, 2009; McCrae & Costa, 2012). Con respecto a la personalidad, la Teoría de los Cinco Factores (Costa & McCrae, 1980) sugiere que los rasgos de personalidad presentes en cada individuo, permiten a éste desarrollar características adaptativas con su entorno social. De esta forma, las personas

generan actitudes y valoraciones (hacia sí mismos o hacia otros) a medida que interactúan entre sí durante el proceso de socialización, siendo el resultado de estas, condicionado a los rasgos inherentes de su personalidad (McCrae & Costa, 2010; De Wals & Meszaros, 2012; Simkin & Azzollini, 2015).

El interés que motiva a realizar el presente trabajo radica en el cumplimiento del 10º aniversario de la revista PSocial. Para ello, el objetivo propuesto consiste en realizar un análisis bibliométrico de todos los artículos publicados en la revista sobre la autoestima, uno de los conceptos centrales tanto de la disciplina psicológica como de la psicología social.

Metodología

Materiales

Para la presente investigación se realizó una búsqueda de artículos científicos en las bases de datos de Psocial desde su primer número hasta la actualidad. Se incluyeron todos aquellos artículos que emplearan la autoestima como constructo, llegando a un total de 16 artículos para la presente revisión.

Tabla 1.

Autores	Año	Título
Simkin, H., Azzollini, S., & Voloschin, C.	2014	Autoestima y Problemáticas Psicosociales en la Infancia, Adolescencia y Juventud
Enrique, M., & Muñoz, R.	2014	El problema de la autoestima basado en la eficacia
Lopes, P. D. F.	2015	Nuevos patrones de integración social. El uso del Facebook y el Twitter en adolescentes y el impacto en su autoestima
Bigi, M.	2015	El modelo de los cinco factores de la personalidad y la teoría triangular del amor
Helueni, B., & Enrique, M.	2015	La evaluación multidimensional de la autoestima y su relación con el modelo de los cinco factores de la personalidad
Caminos, M., & Amichetti Quentrequeo, A.	2015	Heteronormatividad, autoestima y bullying homofóbico en Argentina
Gerenni, F., & Fridman, L.	2015	El bullying y su vínculo con la personalidad, el rendimiento académico y la autoestima de los adolescentes.
Matrángolo, G., Paz, G. & Simkin, H.	2015	Factores de la personalidad y su relación con la autoestima, la espiritualidad y la centralidad de los eventos traumáticos
Estrugo, L., & Donadio, L.	2016	Etiquetamiento escolar, autoestima y personalidad. Un análisis correlacional desde la visión de los alumnos
Liberini, S., Rodríguez, G., & Romero, N.	2016	El rol de la autoestima, la personalidad y la familia en el consumo de alcohol en la adolescencia

Gerosa, F.	2016	Personalidad, autoestima y desempeño académico. Una aproximación complementaria a partir de la teoría de los cinco factores de la personalidad
Matrángolo, G. M., & Paz, G.	2017	Maltrato infantil, centralidad de los eventos traumáticos y su relación con la autoestima en el marco del modelo de los cinco grandes factores de la personalidad
Massenzana, F.	2017	Autoconcepto y autoestima: ¿sinónimos o constructos complementarios?
Borchardt Duter, L.	2017	Apoyo social y autoestima. Un abordaje desde el modelo y la teoría de los cinco factores
San Martín do Valle, E.	2018	Autoestima y desempeño académico
Warter, C., Fernández Lopes, P. & Varada, S.	2021	Social Support on Facebook, Self Esteem and Self Transcendence within The Five Factor Model of Personality

Artículos incluidos

Diseño y Procedimiento

La metodología seguida en este estudio es de tipo descriptivo mediante análisis de documentos, siguiendo los antecedentes en la literatura de estudios bibliométricos en ciencias sociales (Becerra & Ratovicus, 2022; Ahmad et al., 2020). Se presentarán diversos indicadores encontrados, con sus correspondientes tablas y figuras.

Resultados

Evolución de la Producción Científica

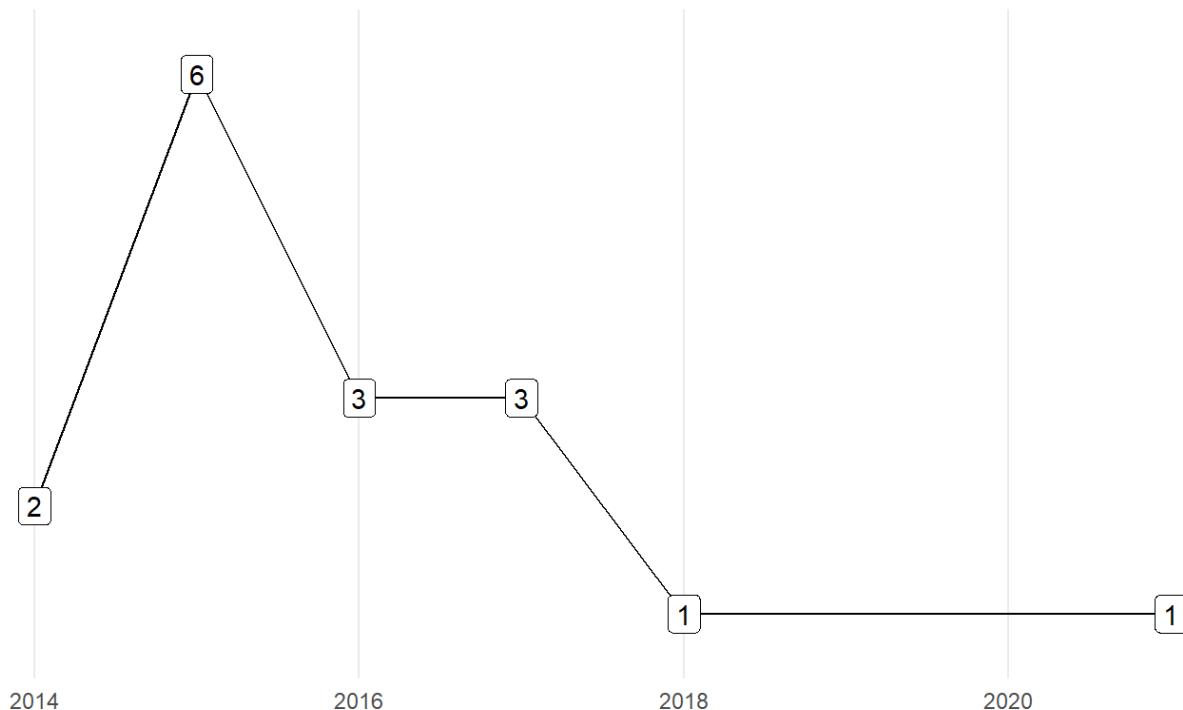


Fig. 1. Evolución por año de la cantidad de artículos publicados

Se destaca una mayor producción en los primeros años de la revista (2015-2017), con una disminución desde el 2018 a la actualidad en lo referido a la cantidad de artículos publicados sobre autoestima.

Tipo de Estudio

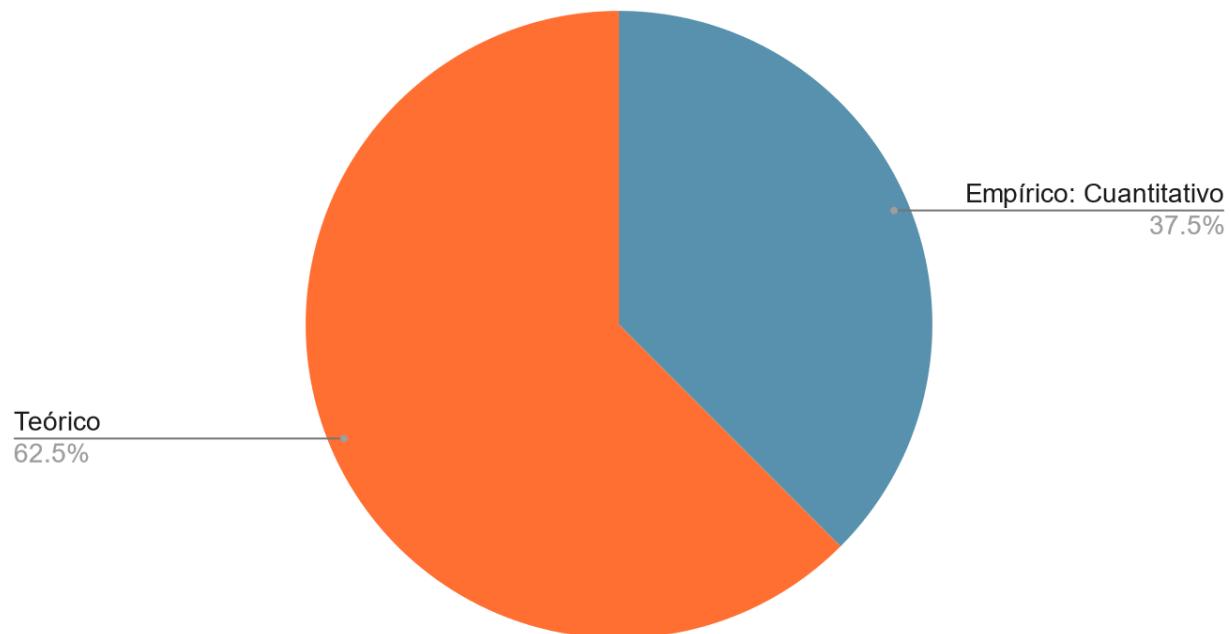


Fig. 2. Porcentaje de artículos publicados según tipo de estudio

La mayoría de los artículos publicados han sido del tipo teórico (revisión bibliográfica, etc.). De todos modos aparece una proporción considerable del tipo empírico con metodología cuantitativa. Cabe señalar que no se hallaron trabajos empíricos a partir de una metodología cualitativa.

Temas

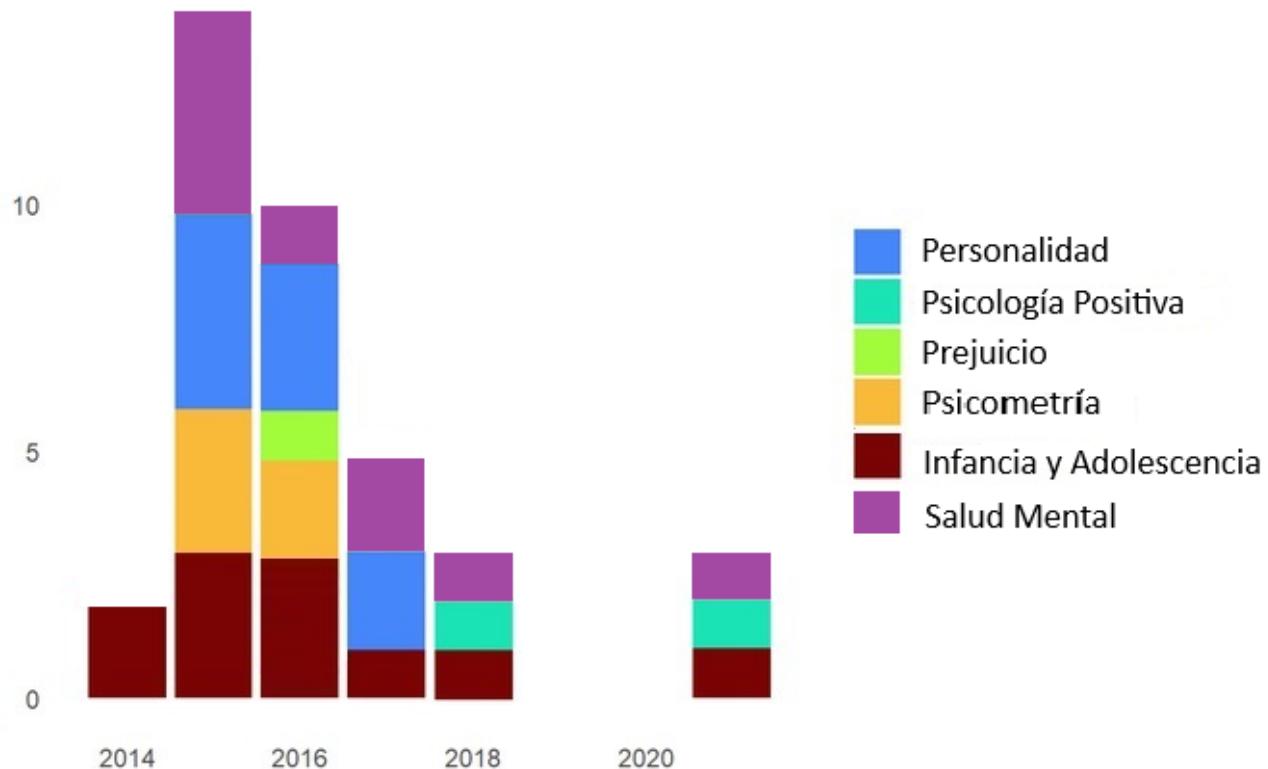


Fig. 3. Cantidad de artículos publicados por área temática

Como se puede apreciar en el gráfico (Fig.3), Infancia y Adolescencia (N=10), Personalidad (N=9) y Salud Mental (N=9) son las áreas con las cuales más se ha vinculado la autoestima, seguidas por el área Psicometría (N=5), Psicología Positiva (N=2), y Prejuicio (N=1).

Producción de Universidades por Año

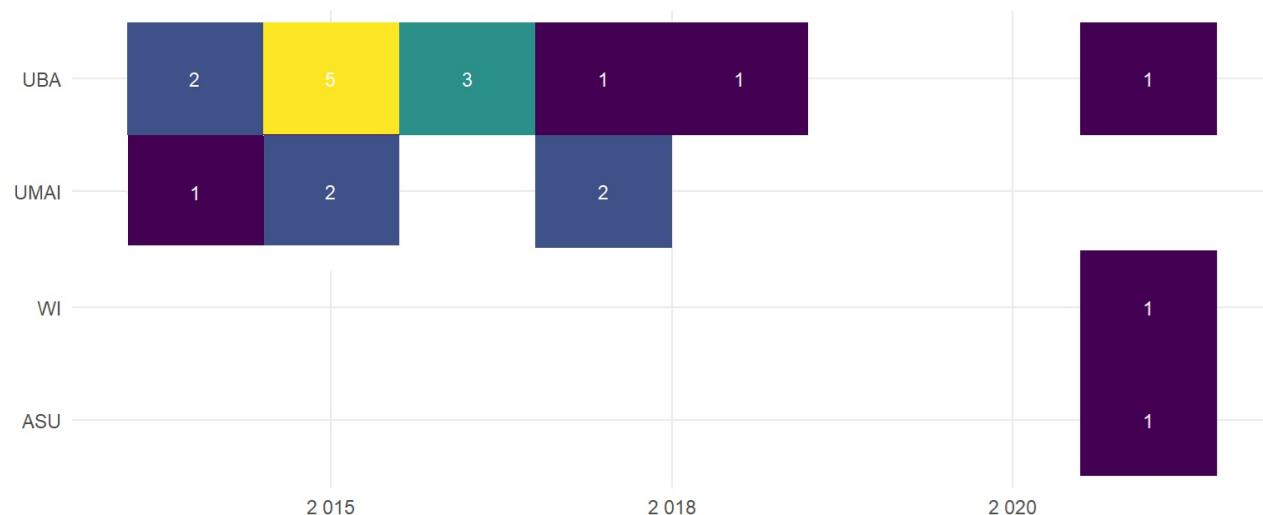


Fig. 4. Producción de Universidades por año, en cantidad de artículos. Referencias: UBA = Universidad de Buenos Aires; UMAI = Universidad Maimónides; WI= Wright Institute;; ASU= Arizona State University.

En lo que concierne a producción de artículos sobre autoestima por universidades, se destaca la Universidad de Buenos Aires ($N=13$), seguida por la Universidad Maimónides ($N=5$), ambas argentinas. Completan la lista 2 universidades norteamericanas, cada una con un artículo.

Colaboración entre Universidades

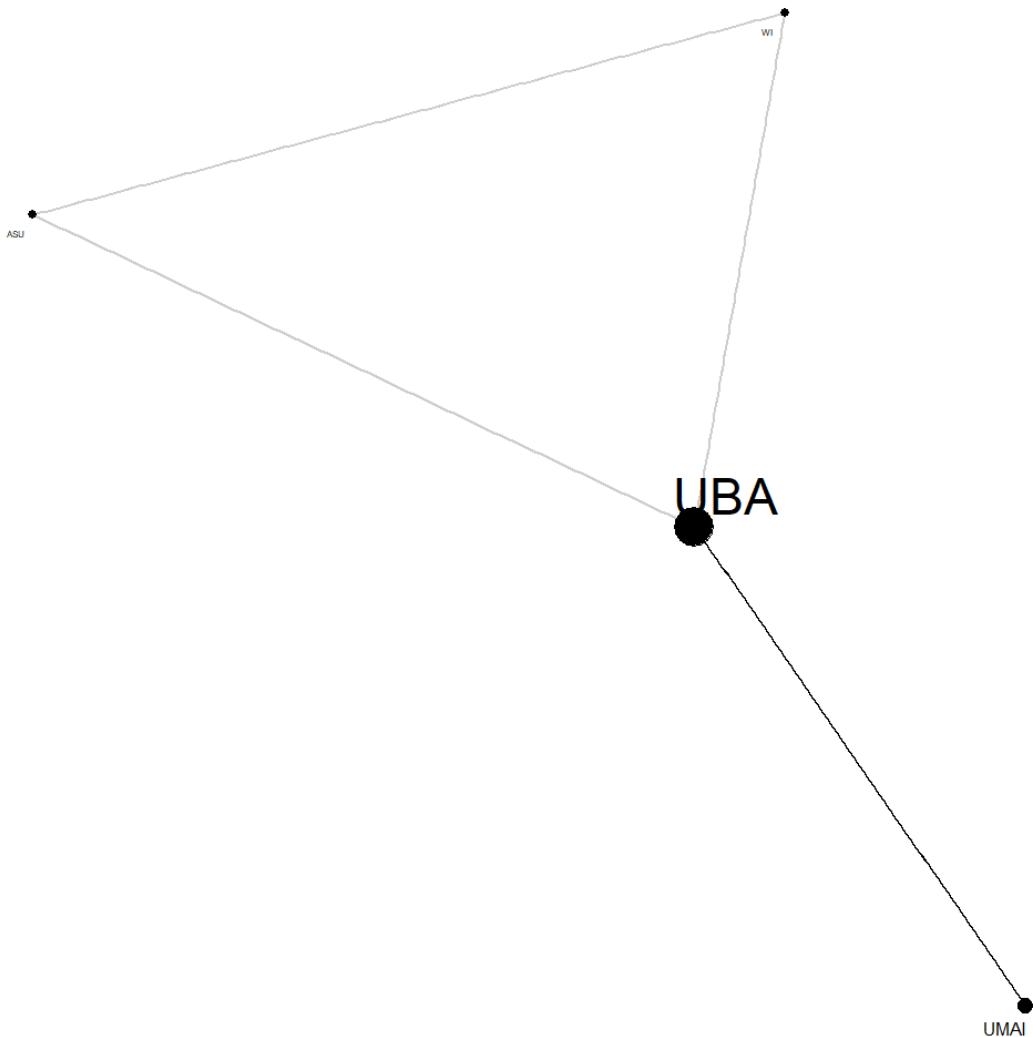


Fig. 5. Colaboración entre Universidades. El grosor de las líneas da cuenta de la densidad de colaboraciones, en cantidad de artículos publicados, entre universidades. A mayor grosor, mayor colaboración y producción entre las mismas.

Destacándose nuevamente, la Universidad de Buenos Aires, se ubica como en el centro de la red de colaboraciones entre instituciones educativas, articulándose con todo el resto de las universidades. Se aprecia asimismo una colaboración entre las 2 universidades norteamericanas de la lista.

Colaboración entre Autores

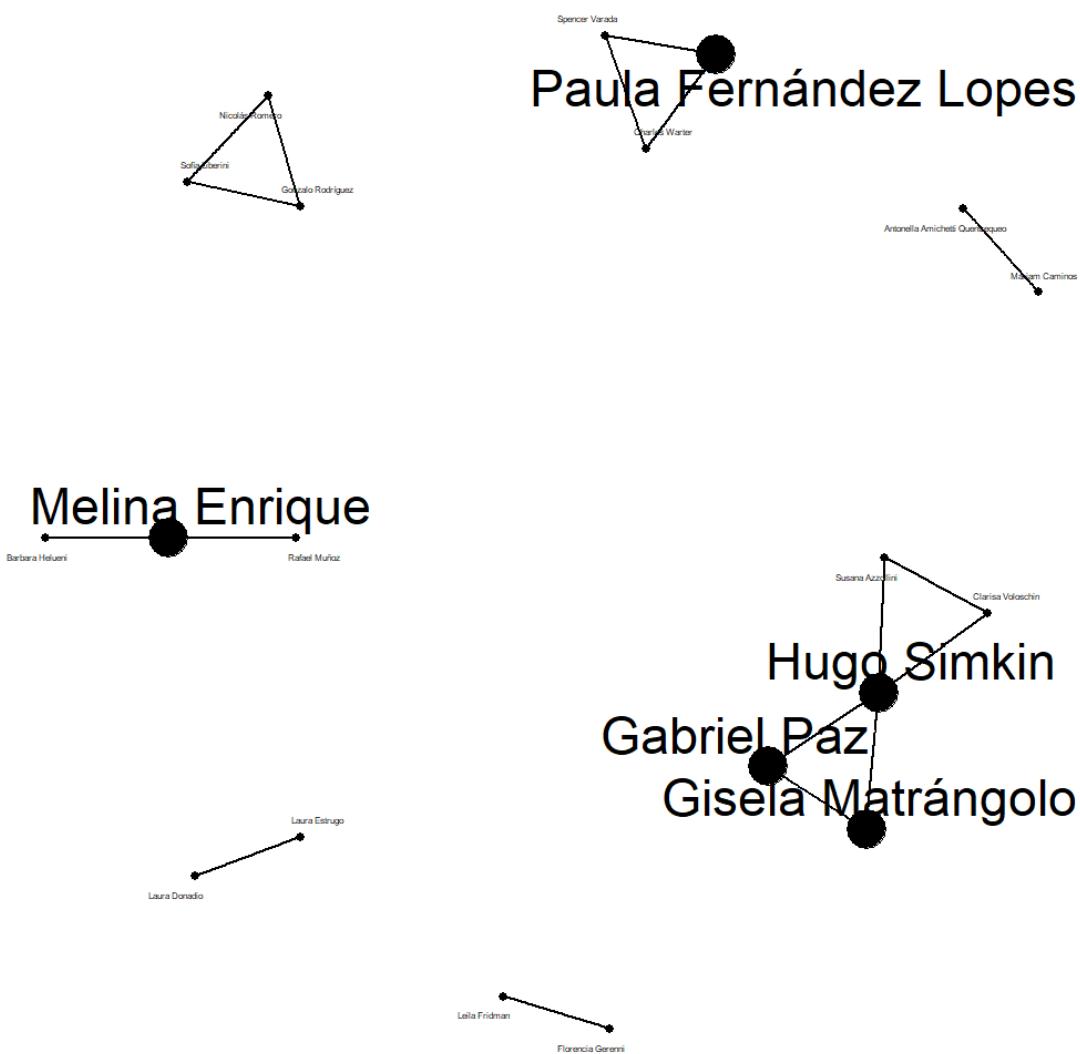


Fig. 6. Colaboración entre autores. El grosor de las líneas da cuenta de la densidad de colaboraciones, en cantidad de artículos publicados, entre autores. A mayor grosor, mayor colaboración y producción entre los mismos.

Se observa en este gráfico (Fig. 6) la mayor densidad nodal entre Gabriel Paz, Hugo Simkin y Gisela Matrángolo. A su vez, también se destacan Melina Enrique y Paula Fernández Lopes, cada una por su parte con 2 colaboraciones propias. Por otro lado pueden observarse otras “islas” más pequeñas de colaboración entre autores de diferentes universidades, conformando en total 7 redes de colaboraciones.

Palabras Clave y sus Relaciones

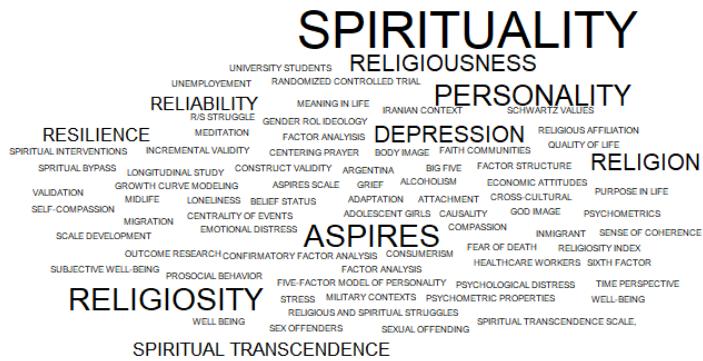


Fig. 7. Palabras claves más utilizadas

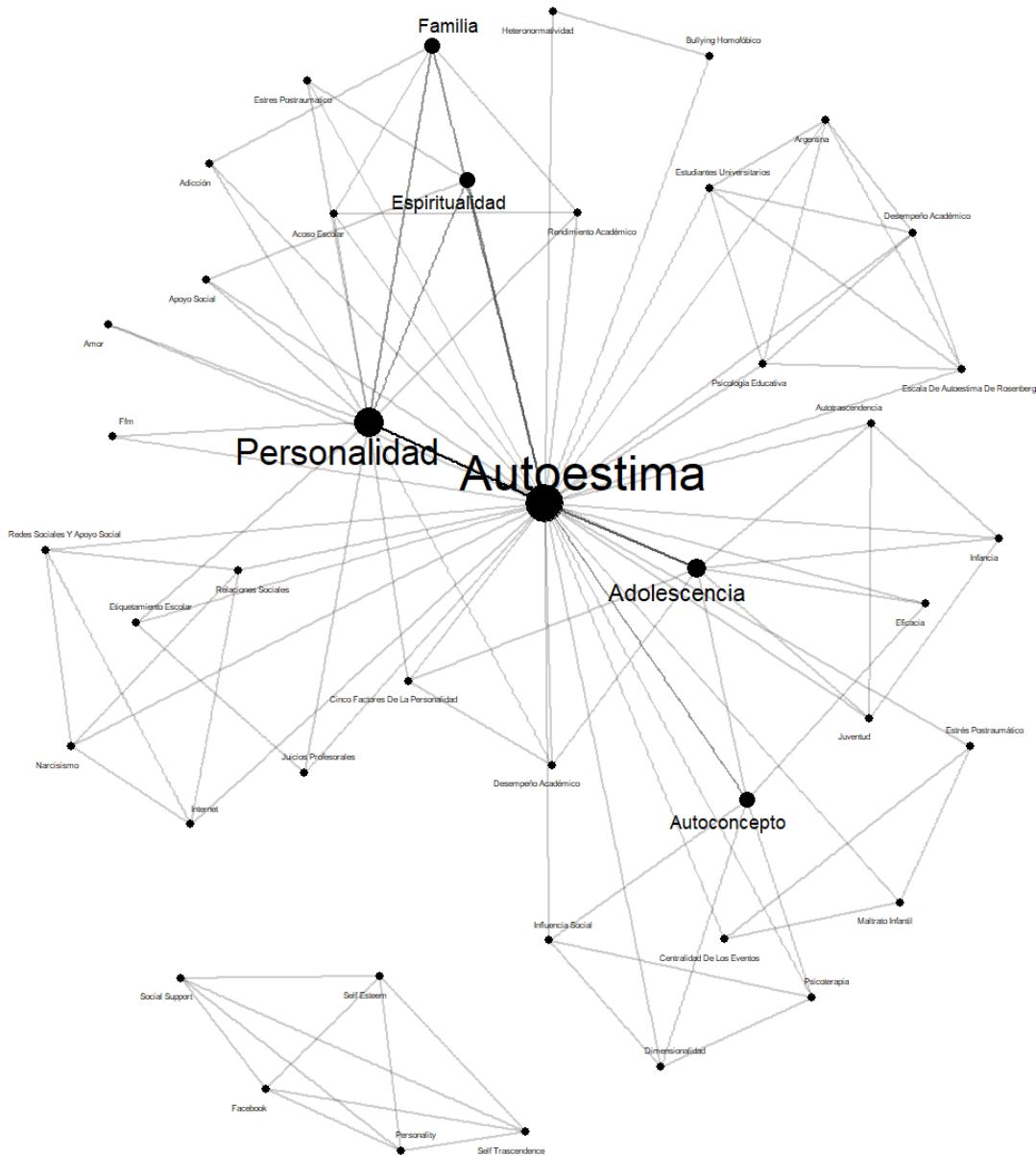


Fig. 8. Relación entre palabras claves

En los dos gráficos anteriores (Figs. 7 - 8), puede apreciarse que, además del propio término autoestima, se destacan personalidad, adolescencia, autoconcepto, familia y espiritualidad como las palabras clave más utilizadas. La relación más fuerte se da entre autoestima con personalidad, seguida por autoestima con adolescencia y con espiritualidad. Personalidad por su parte se conecta con más de 10 palabras claves también relacionadas con autoestima, si bien de modo menos pronunciado.

Discusión

Los resultados del análisis bibliométrico realizado nos permiten destacar algunos datos sobresalientes, inferir ciertos patrones y sugerir algunas posibles conclusiones. En primer lugar, advertimos que hubo un auge en los primeros años de la revista (2015-2017) en lo que hace a la producción referida a la autoestima. De todos modos, cabe señalar que en ningún año se dejó de publicar artículos al respecto. Asimismo, se destaca que casi un 40% de los mismos consistieron en trabajos empíricos cuantitativos (utilizando algún instrumento de medición de autoestima) lo cual implica un aporte considerable en lo que es el desarrollo de las investigaciones de campo sobre la misma. Por otra parte, podemos destacar el protagonismo de la Universidad de Buenos Aires (UBA) en la producción de artículos, lo cual resulta esperable considerando que esta institución es sede de la revista Psocial. Igualmente, cabe señalar que, de las otras tres universidades que contribuyen a la producción de artículos, dos son extranjeras. Esto sugiere un proceso de internacionalización de la revista, con una influencia que se extiende más allá del ámbito nacional.

Con relación a las variables con las que el concepto autoestima se ha relacionado, podemos destacar personalidad, adolescencia, autoconcepto, familia y espiritualidad, lo cual es congruente con la bibliografía sobre el tema. En este sentido, la autoestima aparece asociada tanto a la personalidad, un factor individual, como a la familia, una institución social. Por lo tanto, teniendo en cuenta que la autoestima se desarrolla en contextos grupales por comparación y en relación con otros, podemos entenderla como un producto social más allá de ser un constructo individual. Incluso, si tomamos en cuenta el carácter dinámico de las sociedades, donde los contextos cambian en función de las circunstancias políticas, económicas o sociales, podemos entender que las personas deben reconstruir su autoestima como respuesta a estos cambios durante el transcurso de su vida, vinculando al contexto que les toca vivir. En este sentido, la autoestima también se encontró relacionada con estadios del ciclo vital, como la adolescencia, como así también con constructos como la espiritualidad y la religión, factores que se asocian a la superación o al fortalecimiento de la persona en determinadas situaciones caóticas.

Finalmente, podemos comprender la incidencia que el contexto ejerce sobre la autoestima al observar que algunos de los factores que figuran asociados son redes sociales (digitales), Facebook e Internet, los cuales surgieron después de que el concepto fuera desarrollado y que hoy tienen un gran impacto en nuestras vidas al punto tal de lograr, en algunos casos, afectar la percepción o valoración que tenemos sobre nosotros mismos. Este aspecto nos motiva a seguir investigando la autoestima a la luz de las nuevas innovaciones tecnológicas y los cambios sociales que vayan surgiendo, para analizar cómo estos factores la afectan. Se espera que futuras investigaciones profundicen el estudio de la autoestima, consolidándose como un campo esencial para la investigación académica y la intervención psicosocial. En un mundo marcado por crisis globales, desigualdades sociales y el impacto de las redes digitales en la autoimagen, la autoestima se vuelve crucial para el bienestar.

Referencias

- Ahmad, I., Ahmed, G., Shah, S. A. A., & Ahmed, E. (2020). A decade of big data literature: analysis of trends in light of bibliometrics. *The Journal of Supercomputing*, 76(24).
- Becerra, G., & Ratovicius, C. (2022). Social sciences and humanities on big data: A bibliometric analysis. *JISTEM-Journal of Information Systems and Technology Management*, 19, e202219011.
- Benson, A. J., Bruner, M. W., & Eys, M. (2016). How descriptive norms and social identity interact in predicting antisocial ingroup behaviours. *Journal of Exercise, Movement, and Sport*, 48(1).
- Berger, P. J. & Luckmann, T. (1967). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu Editores.
- De Wals, S., & Meszaros, K. (Eds.). (2012). *Handbook on Psychology of Self-Esteem*. New York: Nova.
- Craig, G. J., & Baucum, D. (1992). *Human development*. New Jersey: Prentice Hall.
- Craig, G. J., & Dunn, W. (2010). *Understanding human development*. New Jersey: Pearson Education/Prentice Hall.
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1980). Still stable after all these years: Personality as a key to some issues in adulthood and old age. In P. B. Baltes & O. G. Brim (Eds.), *Life span development and behavior* (Vol. 3, pp. 65–102). New York: Academic Press.
- Crocker, J., & Park, L. E. (2004). The Costly Pursuit of Self-Esteem. *Psychological Bulletin*, 130(3), 392–414. <http://doi.org/10.1037/0033-2909.130.3.392>
- Harter, S. (2012). *The Construction of Self: Developmental and Sociocultural Foundations*. New York: The Guilford Press.
- Hogg, M. A., Abrams, D., & Brewer, M. B. (2017). Social identity: The role of self in group processes and intergroup relations. *Group Processes & Intergroup Relations*, 20(5), 570-581.
- Hollander, E. (2000). La medición de actitudes y la dinámica del cambio actitudinal. En *Principios y Métodos de Psicología Social* (pp. 150-181). Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Iacoviello V. & R. Spears (2022) Playing to the gallery: investigating the normative explanation of ingroup favoritism by testing the impact of imagined audience. *Self and Identity*, 21:6, 660-686, DOI: 10.1080/15298868.2021.1933582
- Illouz, E. (2009) *Intimidades congeladas*. Katz Editores, Buenos Aires. Caps. I y III.
- James, W. (1890). The consciousness of self. *The principles of psychology*.
- Lee, A., & Hankin, B. L. (2009). Insecure attachment, dysfunctional attitudes, and low self-esteem predicting prospective symptoms of depression and anxiety during adolescence. *Journal of clinical child & Adolescent Psychology*, 38(2), 219-231.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (2010). The Five Factor Theory of Personality. In O. P. John, R. W. Robins, & L. A. Pervin (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (pp. 159–182). New York: The Guilford Press.
- McCrae, R., & Costa, P. T. (2012). *Personality in adulthood* (2nd ed.). New York: The Guilford Press.
- Mruk, C. J. (2006). *Self-esteem research, theory, and practice: Toward a positive psychology of self-esteem*. Springer Publishing Company.
- Rice, F. P., & Vestal, L. B. (2001). *Human development: A life-span approach*. New Jersey: Prentice Hall.
- Rosenberg, M. (1979). *Conceiving the self*. New York: Basics.

Simkin, H., & Azzollini, S. (2015). Personalidad, autoestima, espiritualidad y religiosidad desde el Modelo y la Teoría de los Cinco Factores. *PSIENCIA. Revista Latinoamericana de Ciencia Psicológica*, 7(2), 339–361. <http://doi.org/10.5872/psiencia/7.2.22>

Yang, Y. - J., & Chiu, C. (2009). Mapping the structure and dynamics of psychological knowledge: Forty years of APA journal citations (1970–2009). *Review of General Psychology*, 13(4), 349–356. <http://doi.org/10.1037/a0017195>.

**Disponible en:**

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=672378479006>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante

Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

Rodrigo Martín, Julián Morales, Daniel Travis,

Elza María Techio

**Análisis Bibliométrico De Los Trabajos Publicados Sobre
El Concepto Autoestima En La Revista Psocial**

PSOCIAL

vol. 10, núm. 1, 2024

Universidad de Buenos Aires, Argentina

hugosimkin@sociales.uba.ar

ISSN-E: 2422-619X

DOI: <https://doi.org/10.62174/psocial.10131>