



Revista Latinoamericana de Psicología

ISSN: 0120-0534

direccion.rlp@konradlorenz.edu.co

Fundación Universitaria Konrad Lorenz

Colombia

La Rosa, Jorge; Díaz Loving, Rolando
Evaluación del autoconcepto: una escala multidimensional
Revista Latinoamericana de Psicología, vol. 23, núm. 1, 1991, pp. 15-33
Fundación Universitaria Konrad Lorenz
Bogotá, Colombia

Available in: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80523102>

- How to cite
- Complete issue
- More information about this article
- Journal's homepage in redalyc.org

redalyc.org

Scientific Information System
Network of Scientific Journals from Latin America, the Caribbean, Spain and Portugal
Non-profit academic project, developed under the open access initiative

EVALUACION DEL AUTOCONCEPTO: UNA ESCALA MULTIDIMENSIONAL

JORGE LA ROSA *

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

y

ROLANDO DÍAZ-LOVING **

Universidad Nacional Autónoma de México

A series of studies were conducted in order to develop and psychometrically validate a semantic differential format multidimensional self-concept inventory. A total of 2,626 subjects of both sexes from high schools and Universities in México City participated in the several stages of the project. In the first study, brain storming with students was used to arrive at a set of dimensions that described their self-concept. In a second study, lists of adjectives were given by the students to describe each self-concept dimension; from these, the most frequent adjectives were extracted, their antonyms were identified and they were set on 7 space semantic differential bipolar continuums. In the final two studies, the inventory was applied, and discrimination analysis was carried out to eliminate non discriminating items; and factor analysis was conducted to test for the existence of the conceptual dimensions defined in study one. In this process, the original four dimensions (social, emotional, ethic, and occupational) were divided into several subdimensions.

* Dirección: Jorge La Rosa, Facultad de Educación, UFRGS, Av. Paulo Gama s/n, 90040 Porto Alegre, RS, Brasil.

** Dirección: Rolando Díaz-Loving, Pensilvania 173-1, Colonia Nápoles, 03810 México, D. F., México.

The internal consistency (Cronbach Alpha) of the resulting scales was as follows: affiliative sociability ($\alpha=.85$), expressive sociability ($\alpha=.85$), social accessibility ($\alpha=.65$), emotional moods ($\alpha=.86$), interindividual emotions ($\alpha=.81$), emotional health ($\alpha=.76$), occupational ($\alpha=.80$) and ethical ($\alpha=.77$).

Key words: Self-concept, inventory, social, emotional, ethical, occupational, personality, Mexico.

INTRODUCCION

La literatura psicológica norteamericana propone a William James como el primer psicólogo en estudiar el sí-mismo (Gergen, 1971; Wells y Marwell, 1976). Sin embargo, el oráculo de Delfos, algunos siglos antes de Cristo ya postulaba el popular dicho "conócete a tí mismo", como un imperativo para alcanzar la armonía y la felicidad.

Las tradiciones hindúes, budistas y Judeo-cristianas enfatizan también la importancia del autoconocimiento como un medio de desarrollo y evolución personal. Hasta la filosofía existencialista, sea la perspectiva de Sartre, materialista, en la cual "el hombre es una pasión inútil", o en el enfoque de un Gabriel Marcel o Martín Buber según los cuales hay un espacio para la esperanza, el hombre y la experiencia subjetiva ocupan el centro de las reflexiones y análisis.

Se puede decir también y muy particularmente, que una larga tradición de psicólogos, entre los cuales James, Cooley, Mead, Lecky, Sullivan, Hilgard, Rogers y Allport consideran el sí-mismo y su conceptualización, no sólo como una función explicativa de procesos psicológicos, sino como necesario para comprender el propio comportamiento. Estos autores, identificados como fenomenólogos, consideran al autoconcepto como el concepto más central en la psicología (Epstein, 1973).

DEFINICION

Según James (1968), el sí-mismo de un individuo es la suma de todo lo que puede llamar suyo, incluyendo su cuerpo, familia, posesiones, estados de consciencia y reconocimiento social. Por su parte Rogers (1950) distingue tres aspectos en las actitudes hacia uno mismo: el contenido específico de la actitud (dimensión cognitiva), un juicio respecto al contenido de la actitud, de acuerdo a algunos patrones (aspecto evaluativo) y un sentimiento relaciona-

do en el juicio evaluativo, que constituye la dimensión afectiva. La aceptación de uno mismo, o sea, la autoestima, conforme Rogers, está relacionada con este último aspecto.

Según Coopersmith (1967), "la autoestima es un juicio personal sobre la dignidad de uno, expresado en las actitudes que el individuo mantiene hacia sí mismo", y también es "la extensión en que la persona cree ser capaz, significativa, exitosa y digna" (p. 5).

Por su parte, Shavelson, Hubner y Stanton (1976) indican que el autoconcepto y la autoestima han sido utilizados de modo intercambiable en la literatura, ya que la distinción entre autodescripción y autoevaluación no ha sido clarificada ni desde el punto de vista conceptual ni tampoco desde una perspectiva empírica.

MEDICION

Rosemberg (1965) desarrolló una escala para medir autoestima constituida por diez reactivos (items). Según Crandall (1973), dicho instrumento mide sólo el aspecto de autoaceptación de la autoestima. Mientras que Wylie (1974) critica el instrumento debido a que no hay evidencias de su supuesta unidimensionalidad. Incluso, Kaplan y Pokorny (1969), habían reportado dos factores no correlacionados que explicaban 45% de la varianza total del instrumento. La crítica de Nunnally (1978) es más general: el pequeño número de reactivos y la distribución rectangular forzada de los reactivos en las escalas de Guttman son artificiales y producen, probablemente, sólo distinciones gruesas y ordinales.

Coopersmith (1967) desarrolló una escala para medir autoestima que en opinión de Crandall (1973) mide actitudes evaluativas en relación al sí-mismo, en diversos dominios. En dos análisis factoriales con los resultados de la aplicación de la prueba a dos muestras de sujetos universitarios, Coopersmith (1976) encontró los siguientes factores: autoevaluación, liderazgo-popularidad, familia-padres y asertividad-ansiedad.

Aunque los factoriales de esta prueba muestran que cumple con la caracterización multidimensional del autoconcepto, correlaciones de .75 y .44 con las escalas de deseabilidad social de Edwards y la de Marlowe-Crowne respectivamente —reportadas por Taylor y Reitz (1968)— cuestionan el que el instrumento mida autoestima y no deseabilidad social.

Fitts (1965) más preocupado con aspectos clínicos y de asesoramiento psicológico desarrolló el "Tennessee Self Concept Scale" (TSCS). La escala está constituida por 90 reactivos, balanceados po-

sitiva y negativamente, los cuales son clasificados en cinco categorías generales: autoconcepto físico, ético, personal, familiar y social.

Crandall (1973) apunta que en el instrumento de Fitts, no se controló la deseabilidad social que parece estar presente en la mayoría de las afirmaciones y Wylie (1974), critica la escala debido a la no independencia de los puntajes específicos que puede conducir a una redundancia de puntajes en los perfiles.

Debido a la falta de una definición conceptual clara de los términos de autoconcepto y autoestima, el desarrollo de mediciones (operalización), se ha visto plagada de críticas. Tanto por no considerar la multidimensionalidad del constructo como por no tomar en cuenta su relación con otros fenómenos de personalidad (p. e. deseabilidad social) y situacionales (p. e. cultura) que afectan la concepción y medición de dicho fenómeno.

El propósito de la presente línea de investigación fue el desarrollar un instrumento multidimensional de autoconcepto, cuya definición y operalización fueran congruentes con la concepción de concepto, emanada de sujetos representantes de la cultura mexicana. Así logrando un instrumento más válido y confiable.

METODO

Estudio 1. *Identificación de las dimensiones importantes del autoconcepto.*

Participaron del estudio dos grupos de alumnos de la preparatoria, totalizando 55 sujetos y dos grupos de universitarios de la UNAM (de la Facultad de Filosofía y de la Facultad de Ingeniería), con un total de 63 sujetos. En lo que se refiere al sexo, 57 eran hombres y 61 eran mujeres. La muestra no fue probabilística.

Se utilizó la técnica de "tormenta de ideas" para identificar las dimensiones importantes del autoconcepto. Se pidió verbalmente, en el salón de clase, que los sujetos manifestasen, a través de la palabra, los aspectos que consideraban importantes cuando pensaban en sí-mismos y de los cuales dependía su felicidad y realización. Las sugerencias de los alumnos eran escritas en el pizarrón hasta agotarse sus aportaciones.

A continuación el investigador y los alumnos empezaban a analizar las contribuciones a partir del criterio de redundancia, es decir, evitándose la repetición de las ideas, aunque las palabras fuesen diferentes, a partir del criterio de discriminación, o sea, cuando una sugerencia era realmente distinta de otras; utilizándose el criterio de generalización, es decir, cuando un aspecto más específico podría

ser representado por una más general; y finalmente, por el criterio de la importancia del aspecto sugerido, lo que se obtenía por el consenso del grupo.

A partir de estos procedimientos se concluyó que cinco eran las dimensiones importantes en lo que se refiere al autoconcepto: la física o consideraciones respecto al cuerpo, tales como atractividad, salud, habilidades y funcionamiento; la dimensión social se refería a la percepción que uno tiene de sus interacciones y el grado de satisfacción o no satisfacción procedentes de las mismas; la emocional proporcionaba una fotografía de los sentimientos y emociones que el individuo experimenta en el día-a-día, como consecuencia de sus éxitos o fracasos, interacciones sociales y consecución de los objetivos vitales; la dimensión ocupacional hace mención al funcionamiento del individuo en su trabajo, ocupación o profesión y abarca tanto la situación del estudiante como del trabajador, funcionario, profesional, etc.; y, finalmente, la dimensión ética, o sea, el aspecto de congruencia o no congruencia con los valores personales y que son, en general, un reflejo de los valores culturales más amplios o de grupos particulares en una dada cultura.

Estudio 2. Búsqueda de los adjetivos adecuados para describir y evaluar el individuo en las dimensiones física, social, emocional, ocupacional y ética.

Participaron 300 alumnos universitarios de diversas carreras (medicina, letras, economía, pedagogía, filosofía, ingeniería y ciencias políticas) y 58 sujetos de la preparatoria (194 eran hombres y 164 eran mujeres).

Se aplicó un cuestionario en el cual los sujetos deberían escribir todos los adjetivos con valencia positiva o negativa que se les ocurriesen para describir los más diferentes tipos de personas, considerando las dimensiones propuestas: física, social, emocional, ocupacional y ética.

Se obtuvo una gran cantidad de adjetivos, lo que permitió hacer una selección de los mismos de acuerdo a la frecuencia de mención.

Estudio 3. Búsqueda de los antónimos a los adjetivos propuestos en el estudio 2.

La muestra estuvo constituida por 199 estudiantes universitarios, (medicina, letras, ingeniería, derecho y economía) y 52 de la preparatoria, de los cuales 138 eran hombres y 113 eran mujeres.

Se aplicó un cuestionario en el cual se solicitaban los antóni-

mos de 55 adjetivos, respecto de los cuales se tenía duda. En algunos casos se conocía el antónimo desde un punto de vista lingüístico denotativo, pero se deseaba verificar si tal antónimo correspondería al lenguaje común o connotativo.

En lo que se refiere a los resultados, para cada adjetivo fueron nombrados, en general, más de un antónimo, aunque algunos con una alta frecuencia de mención y otros con baja frecuencia. Se calculó, por eso, la X^2 para verificar la diferencia entre el antónimo más nombrado y el que lo seguía para todos los casos y se obtuvieron diferencias significativas ($p < .001$) para 42 de los adjetivos propuestos, es decir, en 13 casos no se alcanzó dicha diferencia.

Estudio 4. *Búsqueda de los antónimos a través de las correlaciones negativas de los mismos con sus opuestos en una situación de autoevaluación.*

La muestra se constituyó por 165 universitarios (pedagogía, filosofía, ciencias políticas e ingeniería) y 52 de la preparatoria. De estos, 105 eran hombres y 112 mujeres.

Se aplicó un cuestionario compuesto por 120 adjetivos que expresaban características que podrían ser utilizadas en la autoevaluación. Los adjetivos que se utilizaron resultaron de los estudios 2 y 3. El individuo se evaluaba en cada adjetivo a través de una escala de tipo Likert que variaba desde totalmente de acuerdo (1) hasta totalmente en desacuerdo (5). Se tuvo la previsión que aproximadamente la mitad de los adjetivos fueron antónimos de la otra mitad. En algunos casos se dio más de un posible antónimo para cada adjetivo.

Posteriormente se calcularon las correlaciones producto momento de Pearson para las características pertenecientes a cada una de las dimensiones propuestas (física, social, emocional, ocupacional y ética). El objetivo del presente estudio era buscar los adjetivos antónimos a través de las correlaciones negativas significativas más altas. Sin embargo hubo casos en los que no se consideró la correlación negativa más alta como criterio absoluto, ya que el adjetivo encontrado no llenaba los requisitos semánticos de antónimo (v. g., la correlación negativa más alta de generoso fue con callado, de malo con responsable). En estos casos se buscó no sólo el criterio empírico (correlación), sino también el semántico, buscándose una correlación más baja pero congruente con el objetivo lingüístico. Los detalles de este análisis se encuentran en La Rosa, (1986).

Estudio 5. *Aplicación piloto del cuestionario para evaluar el auto concepto.*

Participaron en el estudio 418 estudiantes universitarios de la UNAM (derecho, ingeniería, economía, medicina, pedagogía, bibliotecología, historia), 45 de la preparatoria, 80 novios que llevaban un curso premarital en el Centro Universitario Cultural (CUC), 53 personas casadas que dirigían los cursos de preparación para el matrimonio en la zona sur de la ciudad de México y que se reunían en el CUC. Aproximadamente la mitad de la muestra eran hombres y la otra mitad mujeres.

El cuestionario aplicado resultó de los estudios 1, 2, 3 y 4 y se constituyó de 54 pares de adjetivos en los cuales uno era el antónimo del otro y se referían a las dimensiones propuestas del autoconcepto: física, social, emocional, ocupacional y ética.

La técnica utilizada fue la del diferencial semántico, con siete intervalos. Los pares de adjetivos estaban mezclados en forma aleatoria tanto en lo que se refería a las dimensiones del autoconcepto como en lo concerniente a la direccionalidad de los adjetivos, es decir, el extremo positivo y el negativo estaban tanto en el lado derecho como en el izquierdo. El concepto evaluado fue el "yo" y las escalas bipolares estaban precedidas por la expresión "Yo soy".

Los datos obtenidos fueron sometidos a análisis factorial con rotación varimax y oblicua con el objetivo de verificar la validez de construcción del instrumento. El análisis indicó 13 factores con valores superiores a 1.0 y que explicaban 58.6% de la varianza total. Los ocho primeros factores explicaron 48% de la varianza y fueron conceptualmente congruentes, razón por la cual fueron elegidos.

Se decidió elegir la rotación varimax por presentar estructuras conceptuales más claras, aunque la rotación oblicua haya indicado interesantes correlaciones entre los factores. En resumen:

1. No se encontró una dimensión física del autoconcepto. Esto se explica debido a la técnica del diferencial semántico y por los pares de adjetivos bipolares utilizados: el individuo puede por ejemplo ser feo, sucio y débil, pero también es posible ser feo, limpio y fuerte. Son diversos aspectos que se refieren a la dimensión física y no hay correlación necesaria entre estos aspectos.

2. Se encontraron 8 factores conceptualmente congruentes, aunque 4 sean las dimensiones básicas: ocupacional, ética, social y emocional. La sociabilidad se presentó en 2 factores: la sociabilidad expresiva (comunicación) se encuentra representada por el factor 3

mientras que el factor 6 representa la sociabilidad afiliativa. En el área emocional, el factor 5 representa los estados de ánimo, el factor 7 representa algunos aspectos de la salud emocional mientras que los sentimientos interindividuales están representados por el factor 8. Los factores 2 y 4 se refieren a la dimensión ética, mientras que el factor 1 se refiere al autoconcepto ocupacional.

3. Se hicieron pruebas *t* de Student con la finalidad de verificar el poder discriminativo de cada reactivo, cuyos resultados fueron satisfactorios ($p = 0.001$). Se calcularon, también, los índices de consistencia interna (alpha de Cronbach) de las subescalas y se obtuvieron: ocupacional (factor 1): $\alpha = 0.83$; ética (factor 2): $\alpha = 0.83$; social (factores 3 y 6, agregados): $\alpha = 0.78$; emocional (factores 4, 7 y 8, agregados): $\alpha = 0.71$.

4. De un total de 54 reactivos utilizados en el instrumento, 34 tuvieron pesos factoriales aceptables. Se decidió, por eso, agregar nuevos pares de adjetivos bipolares para un estudio posterior, incluso con el objetivo de desarrollar subescalas independientes de estados de ánimo, sentimientos interindividuales, salud emocional, sociabilidad expresiva y sociabilidad afiliativa.

Estudios 6. *Segunda aplicación del cuestionario modificado y ampliado para evaluar el autoconcepto.*

La muestra (por cuota) estuvo constituida por 1,083 sujetos de los cuales el 50.4% eran hombres y 49.6% eran mujeres. La muestra universitaria estuvo compuesta por cuatro áreas: salud (medicina y odontología) con 222 alumnos, ciencias físico-matemáticas (ingeniería y física) con 205 sujetos, filosofía y ciencias humanas (pedagogía, historia, bibliotecología, letras modernas y geografía) con 210 individuos y, finalmente, 224 universitarios de las ciencias político-socio-administrativas (política, sociología, ciencias de la comunicación, relaciones internacionales y administración pública). Un sujeto no especificó su carrera. Todos eran alumnos de la Universidad Nacional Autónoma de México, de los turnos matutino (51.3%) y vespertino (48.7%), y cursaban del 2do. al 4to. semestre de sus respectivas carreras.

Participaron, además, 221 alumnos del 2do. año de la preparatoria N° 6 de la UNAM: 49.3% eran del sexo masculino y 50.7% eran del sexo femenino, 52 % eran del turno matutino y 48% eran del vespertino.

El instrumento (ver Apéndice A) fue aplicado en el salón de clase.

Se realizaron los siguientes análisis estadísticos:

—tabulación cruzada para verificar la distribución de frecuencia de la muestra;

—pruebas *t* de Student para verificar la discriminación de los reactivos;

—análisis factoriales para verificar la validez de constructo del instrumento;

—cálculo de los índices de consistencia interna de las escalas, a través del α de Cronbach.

RESULTADOS

Las pruebas *t* de Student verificaron el poder discriminativo de los reactivos ($p = 0.001$).

El análisis factorial, con rotación varimax y oblicua, permitió verificar la validez de construcción. La opción fue por la rotación varimax que presentaba estructuras conceptuales más claras, aunque la rotación oblicua presentase interesantes correlaciones entre los factores.

Se encontraron 13 factores con valores propios superiores a 1.0 y que explicaron 55.3% de la varianza de la prueba. Se observó, además, que los 9 primeros factores eran conceptualmente más claros, razón por la cual fueron seleccionados. Estos factores explicaron 48.9% de la varianza.

Se observó, además, que de los 72 reactivos que constituyeron el cuestionario, 64 cargaron en el factor 1 de la matriz de los factores principales con pesos iguales o superiores a 0.30 y tres reactivos tuvieron cargas iguales o superiores a 0.25. Estos resultados indican que la escala mide un constructo global, el autoconcepto.

Se encontraron las mismas dimensiones del estudio 5: social, emocional, ética y ocupacional. Se advierte, empero, que esta dimensión no fue encontrada con la muestra femenina, en el análisis factorial por sexo. Las dimensiones social y emocional están constituidas por diversas subescalas: sociabilidad afiliativa (factor 1), sociabilidad expresiva (factor 3) y accesibilidad (factor 9) configuran lo social, mientras que estados de ánimo (factor 2), sentimientos interindividuales o afectividad (factor 4) y salud emocional (factor 6) constituyeron la dimensión emocional.

La tabla 1 especifica los resultados obtenidos con la rotación varimax. De esta tabla fueron excluidos 8 reactivos por bajas cargas en los diferentes factores. Los reactivos seleccionados presentaron, pesos factoriales iguales o superiores a 0.30.

TABLA 1
 ANALISIS FACTORIAL DE LA ESCALA DE AUTOCONCEPTO

No. del reactivo		Rotación Varimax								
		FACTORES								
		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX
	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									
18	Inrespetuoso - respetuoso	.46	.09	.00	-.11	-.17	-.21	.22	.06	-.05
37	Amable - grosero	.60	-.18	-.01	.14	.14	-.12	.10	-.02	.24
42	Docente - indocente	.63	-.18	.02	.10	.15	.00	.27	.05	.02
50	Amigable - hostil	.38	-.23	-.32	.27	.10	-.10	-.02	.05	.35
56	Desecable - indeseable	.34	-.14	-.18	.17	.07	.01	.07	-.06	.04
62	Podante - sencillo	-.31	.13	.03	-.22	.02	.30	-.06	.23	-.18
63	Educado - malcriado	.68	-.08	-.02	.11	.15	-.10	.11	.00	.03
65	Conda - descondita	.69	-.08	-.06	.16	.06	-.07	.13	-.07	.14
70	Atento - desatento	.64	-.05	-.13	.17	.18	-.10	.04	-.16	.14
15	Frustrado - realizado	-.09	.57	.15	.00	-.29	.11	-.18	.14	.01
17	Animado - desanimado	.09	-.51	-.24	.10	.10	.01	.08	-.10	.32
23	Feliz - triste	.11	-.72	-.10	.04	.20	-.05	.10	.06	.05
34	Amargado - jovial	-.21	.60	.25	-.13	-.00	.07	-.09	.14	-.17
49	Pesimista - optimista	-.13	.44	.08	-.11	-.03	.07	-.11	.30	-.21
52	Deprimido - contento	-.17	.65	.22	-.10	-.04	.15	.03	.17	-.03
59	Fracasado - triunfador	-.15	.50	.09	-.04	-.24	.06	-.14	.29	.16
64	Melancólico - alegre	-.13	.61	.32	-.04	.02	.17	.00	.12	-.06
1	Introverso - extroverso	-.00	.11	.68	-.07	-.03	-.01	-.11	.00	-.01
4	Callado - comunicativo	.04	.17	.73	-.08	-.08	-.12	.02	.09	-.15
32	Aburrido - divertido	-.15	.39	.45	-.14	-.01	.05	.03	.21	-.19
45	Tímido - desinhibido	-.07	.18	.70	-.03	-.12	-.03	-.02	.25	-.00
48	Desinhibido - inhibido	.04	-.04	-.64	.04	.07	-.00	.10	-.06	-.06
51	Reservado - expresivo	.04	.18	.64	-.11	.01	-.13	.01	.20	-.10
57	Solitario - sociable	-.14	.47	.51	-.15	.02	.06	.09	.07	-.19
72	Sociable - insociable	.39	-.25	-.43	.20	.06	-.06	-.09	-.13	.24
3	Amoroso - odioso	.00	-.18	.01	.65	.04	-.03	.13	-.00	.19
12	Afectuoso - seco	.09	-.25	-.28	.59	.08	-.07	.17	-.01	.21
41	Carifoso - frío	-.08	-.27	-.18	.70	.05	-.06	.10	-.00	.04
61	Tiemso - rudo	.20	-.07	-.06	.67	-.06	-.07	.06	.09	.11
66	Romántico - indiferente	.22	.08	-.10	.73	.03	.02	-.01	-.12	.02
68	Sentimental - indeseable	.20	.12	-.03	.69	.05	.12	.07	-.01	-.02
8	Incumplido - cumplido	.09	.10	.03	-.00	-.59	.21	-.16	.13	-.17
19	Estudioso - perezoso	.07	-.13	-.06	-.08	.61	-.10	.20	-.13	.09
26	Capaz - incapaz	.13	-.29	.06	.02	.40	.20	.22	-.18	.22
29	Inteligente - inepto	.06	-.17	.04	.04	.43	.18	.21	-.21	.16
33	Responsable - irresponsable	.34	-.19	.00	.04	.62	-.10	.19	-.13	.08
39	Eficiente - ineficiente	.28	-.23	.01	.07	.49	.05	.15	-.19	.14
44	Puntual - impuntual	.18	.08	-.21	.06	.61	-.02	-.06	.07	-.01
58	Trabajador - flojo	.33	-.12	-.10	.14	.49	-.17	.11	-.24	-.04
6	Rencoroso - noble	-.03	.06	.18	-.06	-.04	.31	-.08	-.01	-.17
16	Temperamental - calmado	-.10	.10	-.11	.10	-.10	.61	.07	-.23	.01
22	Agresivo - pacífico	-.06	.09	-.05	-.01	-.06	.60	-.01	-.15	-.07
25	Tranquilo - nervioso	.03	-.14	-.03	.05	.12	.32	.03	.00	.04
28	Impulsivo - reflexivo	-.03	.01	-.07	.01	-.05	.64	-.05	.06	-.07
35	Estable - voluble	.13	-.19	-.11	.10	.18	.41	.23	.00	.00
38	Conflictivo - conciliador	-.23	.27	.04	-.11	.00	.40	-.10	.12	.00
40	Egoísta - generoso	-.27	.21	.12	-.21	-.01	.30	-.12	.17	-.01
43	Ansioso - sereno	-.21	.07	-.09	-.02	-.01	.53	.02	.09	-.01
9	Leal - desleal	.12	-.05	.02	.10	.08	.04	.60	.06	.18
11	Honesto - deshonesto	.18	-.03	-.05	.09	.16	.00	.65	-.04	.21
13	Mentiroso - sincero	-.08	.05	.14	-.08	-.05	.27	.59	.25	.01
20	Corrupto - recto	-.33	.10	-.03	-.04	.15	.05	.48	.07	-.00
31	Verdadero - falso	.23	-.14	-.06	.10	.13	-.04	.61	-.10	.11
55	Honrado - deshonrado	.49	.09	-.02	.11	.14	.03	.50	.09	-.06
30	Apático - dinámico	-.18	.26	.38	-.11	.21	.15	.06	.43	-.23
47	Lento - rápido	-.09	.17	.18	.00	-.27	.01	-.04	.52	-.04
54	Sumiso - dominante	.02	.01	.20	.10	-.07	-.26	.11	.51	.08
60	Miedoso - audaz	-.03	.19	.27	-.02	-.12	.04	-.01	.57	-.01
67	Pasivo - activo	-.07	.27	.20	-.03	-.14	-.05	-.01	.57	-.03
5	Accesible - inaccesible	.12	-.08	-.14	.12	.12	-.02	.09	-.02	.61
7	Comprensivo - incomprensivo	.08	-.03	-.01	.12	.12	-.06	.26	.03	.37
10	Desagradable - agradable	-.05	.17	.16	-.17	-.04	.22	-.19	.26	-.34
14	Tratable - intratable	.29	-.16	-.18	.14	.04	-.09	.17	-.05	.59

Se calcularon los índices de consistencia interna (Alpha de Crombach) para cada escala y se presentan en la tabla 2, así como las intercorrelaciones entre las dimensiones presentadas en la tabla 3.

TABLA 2
INDICES DE CONSISTENCIA INTERNA DE LAS
SUBESCALAS DE AUTOCONCEPTO (Alpha de Crombach)

Subescalas	Nº de reactivos	Alpha
Social 1 (Sociabilidad afiliativa)	9	0.85
Emocional 1 (Estados de ánimo)	8	0.85
Social 2 (Sociabilidad expresiva)	8	0.85
Emocional 2 (Sentimientos interindividuales)	6	0.81
Ocupacional	8	0.80
Emocional 3 (Salud emocional)	9	0.76
Etica	6	0.77
Iniciativa	5	0.71
Social 3 (Accesibilidad)	4	0.65
Autoconcepto global	63	0.94

TABLA 3
CORRELACIONES ENTRE FACTORES DE LA ESCALA
DE AUTOCONCEPTO

	SA	EA	SE	SI	O	SaEm	E	I
Sociabilidad Afiliativa								
Estados de Animo	.15							
Sociabilidad Expresiva	.37	.21						
Sentimientos interindividuales	.17	.12	.14					
Ocupacional	.18	.09	.26	.20				
Salud Emocional	.25	-.01	.19	.15	.33			
Etica	.20	.17	.12	.10	.30	.30		
Iniciativa	.21	.38	.18	.13	.16	.18	.21	
Accesibilidad	.06	.23	-.07	.26	.10	.04	.13	.34

DISCUSION

Cooley (1968) afirma que el autoconcepto es aprendido a través de la relación que un individuo tiene con su medio social. A su vez, Díaz Guerrero (1982) demuestra reiteradamente que un aspecto central del medio social se conforma con las normas, roles, premisas, instituciones, etc. de cada cultura. Se deriva que el estudio de la *personalidad* en general y del *autoconcepto* en particular, deberá basarse en metodologías sensibles a la definición y conformación de estos constructos psicológicos por parte de la población estudiada. Es decir, que para que la conceptualización y operacionalización del instrumento para medir autoconcepto del joven mexicano sea etnopsicológicamente válida, deberá surgir de el grupo socio-cultural al que va a representar.

En el presente estudio a través de la tormenta de ideas, análisis de contenido, auscultación de la población y análisis psicométricos, se llegó a una escala multidimensional, que incluye aspectos sociales, emocionales, éticos y ocupacionales, del autoconcepto del mexicano. Dada la importancia de cada una de las dimensiones, a continuación se analizarán por separado.

Dimensión Social. Esta dimensión reportada como un aspecto central en la vida de los jóvenes, rige las relaciones humanas que ellos mantenían con sus familiares, amigos, compañeros, maestros y otras personas con las cuales interactúan eventual o sistemáticamente. Ellos verbalizaron que estas relaciones eran fuente de alegría y satisfacción pero también de tristeza a abatimiento, dependiendo del contenido, circunstancia y tonalidad emocional que caracterizaba la relación. En todos los grupos con los cuales se utilizó la técnica de tormenta de ideas esta dimensión surgió consistentemente. Se piensa que aquí radica la fuerza mayor y la primera justificación de las escalas relacionadas con la dimensión social. Y también la tripartición de este aspecto del autoconcepto que refleja la experiencia de lo cotidiano: las subescalas de sociabilidad afiliativa, de sociabilidad expresiva y de accesibilidad fueron brindadas al investigador en primer instancia por la experiencia de los sujetos de la investigación, que se tradujo en los adjetivos proporcionados por los mismos. Esta dimensión, como las demás no fueron planeadas en la oficina, en una especie de alquimia cerebral y después probadas en la vida real. El proceso fue inverso: se buscó la experiencia personal de los sujetos en sus ambientes de trabajo (la escuela o universidad) y después se organizaron las herramientas (los adjetivos) que ellos mismos proporcionaron. El trabajo posterior fue de la computadora considerando la consistencia de los sujetos

al contestar el cuestionario y organizando las correlaciones hasta llegar a los factores.

Las investigaciones, experiencia clínica y observaciones de Díaz-Guerrero (1967, 1971, 1976, 1979b, 1982, Díaz-Guerrero y cols., 1975) coinciden profundamente con las dimensiones adscritas a la sociabilidad en sus formas afiliativa, expresiva y de accesibilidad. En un texto en que se refiere a los jóvenes afiliativos, dice (1982):

"Estos jóvenes son generalmente muy educados, de buena conducta, corteses y producen muy buena impresión en las personas, y su meta es de ser respetables; son agradables, socialmente sensitivos, se comportan como debe ser en todas las ocasiones"

Los adjetivos a que hace referencia de una forma literal (educado, cortés, respetable, agradable) o cuasi-literal (buena conducta, es decir son amables, decentes y son socialmente sensitivos lo que indica que son atentos y sociables). Las características educado, cortés, respetuoso, amable, decente y atento configuran la subescala de sociabilidad afiliativa. Un individuo que "produce muy buena impresión en las personas" es un sujeto accesible. Esta "buena impresión y el adjetivo agradable proporcionan el contexto de la subescala de expresividad. Interesante la observación del autor mexicano, "se comportan como debe ser", es decir, hay una expectativa respecto a la conducta social del individuo en la cultura mexicana, la cual manifiesta una ética social —lo que explica por qué en el estudio piloto 6 el reactivo amable-grosero cargó en la dimensión ética, y en el estudio final reactivos como decente-indeciente, honrado-deshonrado, corrupto-recto cargaron también en la dimensión de la sociabilidad afiliativa. Los rectos, honrados y decentes se "comportan como debe ser".

Respecto de la expresividad del mexicano, Díaz-Guerrero (1982) observa:

"Un norteamericano sólo tiene que preguntarle a un mexicano por la dirección de una calle o un camino. El mexicano iniciará una compleja serie de explicaciones y gestos, sonriendo con frecuencia; el norteamericano sentirá bienestar y contento, pero ¡las direcciones pueden ser completamente equivocadas! Simplemente, por no saber la dirección, el mexicano nunca daría al traste con las posibilidades de una placentera relación interpersonal".

La dimensión social se encuentra también en otras culturas, William James (1968) ya hablaba de un yo social y decía que el

individuo tiene muchos yos sociales, dependiendo de los grupos con los cuales interactúa.

Por su parte Fitts (1965) propone explícitamente una dimensión social en su escala de autoconcepto. Un análisis cuidadoso del instrumento permite observar reactivos que corresponderían a la sociabilidad afiliativa (el 73: "Soy una persona amigable"), expresividad (el 79: "Soy tan sociable como quiero ser") y accesibilidad (85: "Trato de comprender el punto de vista de los demás"). Esto otorga cierta universalidad a esta dimensión, aunque su manifestación y operacionalización en la presente investigación es específica a la cultura mexicana.

Dimensión emocional. La dimensión emocional está justificada primeramente por el proceso de construcción de la escala: las dimensiones estados de ánimo, sentimientos interindividuales y salud emocional emergieron de los adjetivos proporcionados por la muestra encuestada y del análisis factorial.

Fitts (1965) propone una subescala denominada autoconcepto personal. Un número significativo de los reactivos se refieren a la dimensión emocional, correspondiendo a una de las tres subdimensiones ahora propuestas. Así, por ejemplo, el reactivo 37: "Soy una persona alegre", corresponde a estados de ánimo; el 39: "Soy una persona calmada y tranquila" tiene su contra parte en los reactivos "Temperamental-calmado" y "Tranquilo-nervioso" de la subdimensión salud emocional; y el 66: "Debería amar más a mis familiares" representaría la subdimensión "sentimientos interindividuales".

Smith (1960) utilizando 70 pares de adjetivos bipolares para evaluar el autoconcepto encontró, entre otros, los siguientes factores: satisfacción, ansiedad-tensión y artificialismo versus una relación natural y fácil con los demás. Se percibe fácilmente la relación del factor satisfacción con estados de ánimo, ansiedad-tensión con salud emocional y del último con sentimientos interindividuales.

James (1968), Rogers (1950), Epstein (1973), Shavelson y cols. (1976), entre otros, indican la importancia de la dimensión emocional en la evaluación del autoconcepto.

Dimensión ocupacional. Una de las ventajas de esta dimensión es su generalidad, lo que permite la evaluación del estudiante, profesional, funcionario, trabajador, etc. Hay escalas hechas en otras culturas que permiten la evaluación del autoconcepto académico pero que no son utilizables con muestras diferentes de las muestras estudiantiles. Entre tales instrumentos se puede citar la escala utilizada por Fleming y Courtney (1984) que aplicó una versión

modificada y ampliada de la escala de Janis y Field. Los referidos autores pronostican que para el futuro una dimensión ocupacional deberá sustituir la subescala de autoconcepto académico, cuando se trata de una población adulta que no estudie. La subescala ocupacional que ahora se propone abarca tanto la evaluación académica como la no académica.

Díaz-Guerrero (1982) en un capítulo sobre las motivaciones del trabajador mexicano explicita las múltiples facetas relacionadas con la ocupación. Indica, también, que en cuanto al desempeño los individuos pueden variar en eficiencia, responsabilidad y cumplimiento.

Dimensión ética. Allport (1976) observa como hay un saludable sentimiento de culpa cuando el individuo no es congruente con los valores que elige y que la anomalía representa no sólo un serio daño mental para el individuo, sino también una amenaza permanente para la sociedad. Maslow (1962) al respecto, alimentaba la esperanza de un día construir una ética científica basada en el comportamiento de los mejores, es decir, de las personas más sanas y felices y que saben elegir. Hay, sin embargo, algunos principios éticos que proceden del sentido común y que son aceptados por las más diferentes culturas. Así, por ejemplo, se espera que el individuo sea honesto y no deshonesto, recto y no corrupto, sincero y no mentiroso. La cultura y el proceso de socialización (Mussen, Conger, Kagan, 1971) son los vehículos a través de los cuales estos principios son transmitidos.

Fitts (1965) presenta una subescala ética con 18 reactivos, entre los cuales "Soy una persona honrada" (21), "Soy una persona mala" (23), "Soy un fracaso en mi conducta moral" (22), entre otros, y que coinciden con el contenido de diversos reactivos de la subescala que aquí se presenta. Asimismo, Epstein (1973) propone explícitamente la dimensión ética en su modelo para la evaluación del autoconcepto.

RESUMEN

El objetivo del presente estudio fue la construcción y validación de escalas para evaluar el autoconcepto en el formato del diferencial semántico. Participaron en la investigación 2,626 sujetos de ambos sexos, estudiantes de universidad y de preparatoria de la ciudad de México. Se hicieron diversos estudios piloto hasta llegar a la forma actual del instrumento: a) identificación de las dimensiones importantes del autoconcepto; b) identificación de los adjetivos y de sus antónimos para describir y evaluar el individuo

en las dimensiones propuestas; c) dos aplicaciones del instrumento. Se realizaron pruebas t de Student para verificar el poder discriminativo de los reactivos (items) análisis factoriales para obtener la validez de constructo y se calcularon Alphas de Crombach para valorar la consistencia interna de cada factor.

Se encontraron cuatro dimensiones fundamentales del autoconcepto: social, emocional, ética y ocupacional.

La dimensión social fue representada en tres factores: sociabilidad afiliativa ($\alpha = .85$); sociabilidad expresiva ($\alpha = .85$), y accesibilidad ($\alpha = .65$).

También la dimensión emocional se presentó de una manera tripartita: estados de ánimo ($\alpha = .86$); sentimientos interindividuales ($\alpha = .81$); y salud emocional ($\alpha = .76$). Los índices de las demás escalas fueron: ocupacional ($\alpha = .80$); ética ($\alpha = .77$). La consistencia interna de la escala total fue ($\alpha = .94$), lo que indica la cohesión del constructo global del autoconcepto.

REFERENCIAS

- Allport, G. W. (1976). *Desarrollo y cambio. Consideraciones básicas para una psicología de la personalidad*. Traducido del inglés, Buenos Aires: Paidós.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*, San Francisco. W. H. Freeman.
- Crandall, R. (1973). The measurement of self-esteem and related constructs. En J. Robinson, y P. Shaver, (Eds.). *Measures of social psychological attitudes*. Ann Arbor, Michigan: Institute for Social Research.
- Díaz-Guerrero, R. (1967). Sociocultural premises, attitudes and cross-cultural research. *International Journal of Psychology*, 2, 79-81.
- Díaz-Guerrero, R. (1971). La teoría sociocultural del comportamiento humano. *Revista Mexicana de Psicología*, 5, 57-53.
- Díaz-Guerrero, R. (1976). Sociocultura, personalidad en acción y la ciencia de la Psicología. Discurso proferido en el XVI Congreso Interamericano de Psicología realizado en Miami Beach, Florida, 12-17 de Diciembre.
- Díaz-Guerrero, R. (1979). Origines de la personnalité humaine et des systèmes sociaux. *Revue de Psychologie Appliquée*, 29, 139-152.
- Díaz-Guerrero, R. (1982). *Psicología del mexicano*. México: Trillas.
- Díaz-Guerrero, R. Holtzman, W., H. y Swartz, J. D. (1975). Colaboradores: Lara Tapia, L., Morales, M. L., Reyes Lagunes, L., Witzke, D. *El desarrollo de la personalidad en dos culturas: México y Estados Unidos*. México: Trillas.
- Epstein, S. (1973). The self-concept revisited. *American Psychologist*, 28, 404-416.
- Fitts, W. (1965). *Tennessee Self Concept Manual*. Nashville, Tennessee: Counselor Recordings and Tests.
- Fleming, J. S. y Courtney, B. F. (1984). The dimensionality of self esteem: II Hierarchical facet model for revised measurement scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 404-421.

- Gergen, K. J. (1971). *The concept of self*. Nueva York: Holt, Rinehart, Winston.
- James, W. (1968). The self. En C. Gordon, y K. J. Gergen, (Eds.), *The self in social interaction*, Vol. 1. Nueva York.
- Kaplan, H. B. y Pokorny, A. D. (1969). Self-derogation and psychosocial adjustment. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 149, 421-434.
- La Rosa, J. (1986). *Escala de locus de control y autoconcepto: Construcción y validación*. Tesis de Doctorado, Universidad Nacional Autónoma de México, Impresos Moya, México, D. F.
- Maslow, A. H. (1962). *Toward a psychology of being*. Nueva York: Van Nostrand.
- Mussen, P. H., Conger, J. J. y Kagan, J. (1971). *Desarrollo de la personalidad en el niño*. México: Trillas.
- Nunnally, J. (1978). *Psychometric theory*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Rogers, C. R. (1950). The significance of self-regarding attitudes and perceptions. En M. L. Reymert, (Ed.), *Feeling and emotion: The Mooseheart Symposium*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, N. J. Princeton University Press.
- Shavelson, R. J., Hubner, J. H. y Stanton, G. C. (1976). Self-concept: validation of construct interpretations. *Review of Educational Research*, 46, 407-441.
- Smith, P. A. (1960). A factor analytic study of the self-concept. *Journal of Consulting Psychology*, 24, 101.
- Wells, L. E. y Marwell, G. (1976). *Self-esteem-Its conceptualization and measurement*. Beverly Hills, California: Sage Publications.
- Wylie, R. (1974). *The self-concept*, Vol. 1. Lincoln: University of Nebraska Press.

APENDICE A CUESTIONARIO (DS)

A continuación encontrará un conjunto de adjetivos que sirven para describirle. Ejemplo:

Flaco(a)								Obeso(a)
	muy flaco	bastante flaco	poco flaco	ni flaco ni obeso	poco obeso	bastante obeso	muy obeso	

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

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

Conteste en los renglones de abajo, como en el ejemplo de arriba, tan rápido como le sea posible, sin ser descuidado, utilizando la primera impresión.

Conteste en *todas* los renglones, dando una *UNICA* respuesta en cada renglón.

Acuérdese 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 gustaría ser*. Gracias.

YO SOY

Introvertido(a)	_____	Extrovertido(a)
Angustiado(a)	_____	Relajado(a)
Amoroso(a)	_____	Odioso(a)
Callado(a)	_____	Comunicativo(a)
Accesible	_____	Inaccesible
Rencoroso(a)	_____	Noble
Comprensivo(a)	_____	Incomprensivo(a)
Incumplido(a)	_____	Cumplido(a)
Leal	_____	Desleal
Desagradable	_____	Agradable
Honesto(a)	_____	Deshonesto(a)
Afectuoso(a)	_____	Seco(a)
Mentiroso(a)	_____	Sincero(a)
Tratable	_____	Intratable
Frustrado(a)	_____	Realizado(a)
Temperamental	_____	Calmado(a)
Animado(a)	_____	Desanimado(a)
Irrespetuoso(a)	_____	Respetuoso(a)
Estudioso(a)	_____	Perezoso(a)
Corrupto(a)	_____	Recto(a)
Tolerante	_____	Intolerante

Agresivo(a)	_____	Pacífico(a)
Feliz	_____	Triste
Malo(a)	_____	Bondadoso(a)
Tranquilo(a)	_____	Nervioso(a)
Capaz	_____	Incapaz
Afligido(a)	_____	Despreocupado(a)
Impulsivo(a)	_____	Reflexivo(a)
Inteligente	_____	Inepto(a)
Apático(a)	_____	Dinámico(a)
Verdadero(a)	_____	Falso(a)
Aburrido(a)	_____	Divertido(a)
Responsable	_____	Irresponsable
Amargado(a)	_____	Jovial
Estable	_____	Voluble
Inmoral	_____	Moral
Amable	_____	Grosero(a)
Conflicto(a)	_____	Conciliador(a)
Eficiente	_____	Ineficiente
Egoísta	_____	Generoso(a)
Carinoso(a)	_____	Frío(a)
Decente	_____	Indecente
Ansioso(a)	_____	Sereno(a)
Puntual	_____	Impuntual
Tímido(a)	_____	Desenvuelto(a)
Democrático(a)	_____	Autoritario(a)
Lento(a)	_____	Rápido(a)
Desinhibido(a)	_____	Inhibido
Amigable	_____	Hostil
Reservado(a)	_____	Expresivo(a)
Deprimido(a)	_____	Contento(a)
Simpático(a)	_____	Antipático(a)
Sumiso(a)	_____	Dominante
Honrado(a)	_____	Deshonrado(a)
Deseable	_____	Indeseable
Solitario(a)	_____	Amigüero(a)
Trabajador(a)	_____	Flojo(a)
Fracasado(a)	_____	Triunfador(a)
Miedoso(a)	_____	Audaz
Tierno(a)	_____	Rudo(a)
Pedante	_____	Sencillo(a)
Educado(a)	_____	Malcriado(a)
Melancólico(a)	_____	Alegre
Cortés	_____	Descortés
Romántico(a)	_____	Indiferente
Pasivo(a)	_____	Activo(a)
Sentimental	_____	Insensible
Inflexible	_____	Flexible
Atento(a)	_____	Desatento(a)
Celoso(a)	_____	Seguro(a)
Sociable	_____	Insociable
Pesimista	_____	Optimista

VERIFIQUE SI CONTESTO EN TODOS LOS RENGLONES. Gracias