

**UNIVERSIDAD RAFAEL URDANETA
VICER RECTORADO ACADEMICO
DECANATO DE POSTGRADO E INVESTIGACION**

**AUTOESTIMA Y MOTIVACIONES SOCIALES EN ESTUDIANTES
DE EDUCACION SUPERIOR**

Trabajo de Grado Presentado por

Mónica Válek de Bracho

Maestría en Psicología Educacional

Maracaibo, Julio de 2007

**AUTOESTIMA Y MOTIVACIONES SOCIALES EN ESTUDIANTES
DE EDUCACION SUPERIOR**

Trabajo de Grado para optar al Título de
Magíster Scientiarum en Psicología
Educativa. Presentado por:

Mónica Valek de Bracho

Cédula de Identidad: 13.155.353

DEDICATORIA

El hermoso fruto surgido de este esfuerzo quiero dedicarlo a Dios Todopoderoso como su autor principal, sin el cual nada es posible. El ha sido mi refugio y mi inspiración ante todas las dificultades surgidas en el camino.

De igual manera quiero dedicarlo a mi querida hija Isabel Adriana quien ha sido testigo de mi dedicación y víctima de mi ausencia, pero en todo caso necesito pensar que seré en alguna medida inspiración para su propio camino.

También quiero ofrendar este logro a mi amor, mi esposo Naye, quien ha sido motor principal en mi superación personal, mi apoyo constante, cómplice en mis ausencias y mi eterno soporte en las adversidades.

A mi madre Santa quien ha sabido sacar de todas sus hijas lo mejor: compañera, consejera y mejor amiga.

A mi padre Ramón como digno ejemplo a seguir, luchador constante que no se entrega, soñador y viajero incansable.

A mis hermanas Erika, Patricia y Gisela quienes transitan sus propios caminos eternamente ligados al mío, para que sepan que con constancia y dedicación todo es posible.

A mis hermosos sobrinos Ramón Alberto, Ramón Eduardo y Santiago Jeremías parte de la generación de relevo, quienes desde su manera tan especial iluminan e inyectan vitalidad a mi vida.

Por ser esas personas especiales, quienes me acompañan en esta aventura de vivir, Dios los bendiga y permita que estemos juntos muchos años más. Los amo...

AGRADECIMIENTO

Poniendo punto final a este estudio es preciso agradecer en primer lugar a Dios su principal patrocinador, quien entregó además de su amor incondicional, la inteligencia suficiente a esta humilde colaboradora y además la ayudó en todo momento y sobre todo cuando estaba a punto de flaquear.

Agradezco a mi familia el apoyo dispensado en todo momento y la fe que siempre han tenido en mí, desde su seno aprendí la importancia de la constancia y el esfuerzo en todo lo que me propongo.

De igual manera agradezco al Instituto Universitario San Francisco (I.U.S.F.): Personal Directivo, Coordinación de Preescolar, docentes, administrativo y demás trabajadores, quienes directa o indirectamente fueron cómplices de este sueño.

También agradezco la colaboración prestada por las alumnas de cuarto, quinto y sexto semestre de Educación Preescolar quienes fueron mis “Conejillos de India”, participando de manera activa en este proceso.

A mi grupo de Maestría en Psicología Educacional Cohorte XIV, en U.R.U., especialmente a mi compañera y amiga Magaly, quien ha sido mi apoyo profesional y personal en todo momento.

Igualmente quiero hacer un reconocimiento especial a mi tutora Psc. Betania Pinzón de Bojana, quien ha sabido canalizar mis inquietudes, compartir sus saberes y construir juntas nuevos conocimientos, siendo además de mi profesora una excelente amiga.

A todos ellos mi eterno agradecimiento... Dios los bendiga.

INDICE GENERAL

	Pág.
TITULO-----	II
AGRADECIMIENTO-----	III
DEDICATORIA-----	IV
INDICE GENERAL-----	V
INDICE DE CUADROS-----	VII
INDICE DE TABLAS-----	VIII
RESUMEN-----	IX
CAPITULO I: FUNDAMENTACIÓN	
Planteamiento y formulación del problema-----	1
Objetivos de la investigación-----	7
Objetivo General-----	7
Objetivos Específicos-----	7
Justificación de la investigación-----	8
Delimitación de la investigación-----	9
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	
Antecedentes de la investigación-----	11
Bases teóricas de la investigación-----	21
Autoestima-----	21
Niveles de autoestima-----	23
Desarrollo de la autoestima-----	23
Base de la autoestima-----	25
Componentes de la autoestima-----	25
Dimensión de la autoestima-----	27
Características de una persona con la autoestima-----	29
Sentimientos que marca la autoestimas-----	31
La conciencia de sí mismo-----	33
Destriangulación-----	34
Definición de contextos-----	36
Objetivos personales y nacionales-----	38
Motivaciones sociales-----	39
Teoría de los incentivos-----	41
Motivación al logro-----	42
Motivación a la afiliación-----	47
Motivación al poder-----	52
Conflictos surgidos de la motivación-----	56
Pensamiento postformal-----	58
Educación superior-----	59
Mapa de variables-----	63

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO	64
Tipo y nivel de investigación-----	65
Diseño de la investigación-----	66
Sujetos de la investigación-----	66
Población-----	67
Muestreo-----	67
Muestra-----	69
Definición operacional de la variables-----	70
Técnicas de recolección de datos-----	70
Descripción de los instrumentos-----	73
Propiedades Psicométricas-----	74
Procedimiento-----	74
Plan de análisis de los datos-----	76
Consideraciones Éticas-----	
 CAPITULO IV: RESULTADOS	 77
Análisis de los resultados-----	83
Discusiones de los resultados-----	89
Conclusiones-----	91
Recomendaciones-----	94
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS -----	97
ANEXOS -----	

INDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro No. 1 Mapa de variables	63
Cuadro No. 2 Características de la población	66
Cuadro No. 3 Distribución de la muestra	69
Cuadro No. 4 Baremo para la interpretación de la variable autoestima	71
Cuadro No. 5 Baremo para la Interpretación de la variable motivaciones sociales	72

INDICE DE TABLAS

		Pág.
Tabla No. 1	Tabla general de la variable autoestima y sus dimensiones	78
Tabla No. 2	Tabla general de la variable Motivaciones sociales y sus indicadores	80
Tabla No. 3	Correlación entre autoestima y motivaciones sociales	82

**UNIVERSIDAD RAFAEL URDANETA
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
DECANATO DE POSTGRADO E INVESTIGACION
MAESTRÍA EN PSICOLOGÍA EDUCACIONAL**

RESUMEN

**AUTOESTIMA Y MOTIVACIONES SOCIALES EN ESTUDIANTES
DE EDUCACIÓN SUPERIOR**

Autora: Mónica Válek de Bracho
Tutora: Betania Pinzón de Bojana
Fecha: Julio 2007

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre autoestima y motivaciones sociales en estudiantes de Educación Superior, cursantes de te carrera de Educación Preescolar del Instituto Universitario San Francisco (IUSF). El estudio se sustentó en la teoría de Coopersmith (1976) y Mc Clelland (1953), entre otros. El estudio fue descriptivo, correlacione con un diseño transeccional correlacional, no causal, con una población de 274 estudiantes, seleccionando una muestra de 73 alumnas. La técnica empleada fue una encuesta constituida por cuatro cuestionarios, el primero es el inventario para autoestima de Coopersmith forma 'C', (adaptado por Betancourt, 1986), constituido por 25 ítems de respuestas dicotómicas. Para medir las motivaciones sociales se emplearán tres inventarios diferentes el MPL, que mide la motivación al logro (24 ítems); el inventario MAFI, que mide a motivación a la afiliación (16 ítems) y el MPS que mide la motivación al poder (20 ítems), siendo elaborados por Romero García y Salom de Bustamante (1990). Determinada su validez y confiabilidad con anterioridad. Las técnicas empleadas fueron las medidas de tendencia central y la correlación de Pearson. Los resultados arrojaron que la población seleccionada tiene un nivel de autoestima media, ubicada en una media de 620; sus motivaciones sociales de 3,17, con una correlación luego de aplicar Pearson de 0,531 ubicada como significativa al nivel 0,01 (bilateral); lo cual permite comprobar la hipótesis de: A mayor Autoestima, mayor es las Motivaciones Sociales

Descriptores: Autoestima, motivaciones sociales, afiliación básica, afiliación altrabajo, metas, instrumentación, compromiso con la tarea, creencias facilitadoras de logro, poder benigno, poder explotador.

Dirección Electrónica: uruzolana 41@hotmail.com

**RAFAEL URDANETA UNIVERSITY
VICERRECTORADO OF INVESTIGATION AND POSTGRADUATE
DEANSHIP OF POSTGRADUATE AND INVESTIGATION
MASTERS IN EDUCATIONAL PSYCHOLOGY**

SUMMARY

**SELF-ESTEEM AND SOCIAL MOTIVATIONS IN STUDENTS
OF SUPERIOR EDUCATION**

Author: Mónica Válek de Bracho
Tutor: Betania Pinzón de Bojana
Date: Julio 2007

The investigation had like objective to determine the relation between self-esteem and social motivations in students of Superior Education, to study of Pre-school Education of San Francisco University Institute (SFUI). The study was sustained in the Coopersmith theory of (1976) and Mc Clelland (1953), among others. The descriptive study was, correlates with a correlational transeccional design, noncausal, with a population of 274 students, selecting a sample of 73 students. The used technique was a survey constituted by four questionnaires, first is the inventory for self-esteem of Coopersmith forms `C", (adapted by Betancourt, 1986), constituted by 25 items of dichotomizing answers. In order to measure the social motivations three different inventories will be used the MPL, that it measures the motivation to the profit (24 items); inventory MAFI, that measures to motivation to the affiliation (16 items) and the MPS that the motivation to the power measures (20 items), being made by Rosemary Garci'a and Salom de Bustamante (1990). Determined its validity and trustworthiness previously. The used techniques were the measures of central tendency and the correlation of Pearson. The results threw that the selected population has a level of average self-esteem, located in an average of 620; its social motivations of 3.17, with a correlation after to apply located Pearson of 0.531 like significant to level 0.01 (bilateral); which allows to verify the hypothesis of: To greater Self-esteem, major is the Social Motivations

Descriptors: Social self-esteem, motivations, basic affiliation, affiliation to \ work, I put, instrumentation, commitment with the task, facilitadoras beliefs of profit, benign power, to be able operating.

Electronic direction: uruzolana 41@hotmail.com

CAPITULO I

FUNDAMENTACIÓN

Planteamiento y Formulación del Problema

El siglo XXI ha llegado con una serie de demandas y retos importantes en todos los ámbitos del quehacer humano: económico, social y cultural. Todo esto aunado a una profundización en la revolución tecnológica, hizo posible que se derribaran antiguos muros y ocasionalmente aparecieran otros invisibles al ojo humano, pero igualmente evidentes. La comunicación y sus diferentes enfoques tecnológicos serán indicativos inequívocos de cuan desarrollada se encuentra una nación, asistiendo entonces a otra tipología de división entre países: los que dominan la tecnología a todos los niveles y aquellos para quienes esta herramienta imprescindible está vetada.

En este contexto surge el término globalización como un concepto que expresa la ruptura de lo local y en general la mundialización de toda actividad humana, sin la pérdida de la identidad cultural de los países. Dentro de un mundo tan cambiante, complejo y dinámico como el actual, Latinoamérica esta llamada a enfilarse en forma definitiva al siglo XXI. Lo inminente de esta situación exige que de una vez por todas, el hombre descubra la manera de aprovechar al máximo sus potencialidades, trabajando desde las mismas, sumándolas a su favor en la construcción de su destino individual, el cual no está divorciado en lo absoluto del derrotero que sigue la sociedad en general.

En este sentido la educación proceso social de carácter universal, mediante el cual el hombre aprende su propia cultura, tiene como propósito transferir a las nuevas generaciones conocimientos, valores, normas, habilidades y actitudes, de forma que capacite al individuo para vivir y servir a la sociedad. Por lo que es evidente, la necesidad de mancomunar esfuerzos en atención a la población que en la actualidad se encuentra en etapa de formación.

En los albores del nuevo siglo se observa una demanda sin precedentes en la educación superior, y una mayor toma de conciencia de la importancia que ésta reviste para el desarrollo sociocultural y económico, y para la construcción del futuro, de cara al cual las nuevas generaciones deberán estar preparadas con nuevas competencias, nuevos conocimientos e ideales. Por su parte la educación superior se enfrenta a desafíos y dificultades relativos al financiamiento, equidad, acceso a los estudios, una mejor capacitación de personal, la formación basada en competencias, la mejora y conservación en la calidad del aprendizaje con el uso de nuevas tecnologías.

En el compromiso de cumplir con los retos propuestos por el nuevo siglo, la educación debe estructurarse en torno a los cuatro aprendizajes fundamentales, que en el transcurso de la vida serán para cada persona, como lo señala Delors (1996), en el informe a la UNESCO, los pilares del conocimiento: aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a convivir, aprender a ser; proporcionando al individuo el desarrollo de sus capacidades profesionales, despertar la curiosidad intelectual, la innovación, despertar el sentido crítico, ejercitar la memoria y el pensamiento;

procesos estos que se enriquecen de todas las experiencias y se adquieren permanentemente.

En tal sentido la mayoría de las instituciones educativas, han aperturado diversos servicios tendientes a subsanar esta necesidad. Una gama de expectativas, demandas, diferencias individuales, actitudes y aptitudes se entretejen en la nueva relación profesor- estudiante, estudiante- estudiante, lo cual hace el proceso de intercambio de saberes aún más complejo. No perdiendo de vista en lo absoluto la importancia que revisten dos conceptos fundamentales: autoestima y motivaciones sociales, los cuales a su vez influyen de forma directa todo su ser.

Desde esta perspectiva, a lo largo de su historia el hombre ha intentado definir aquella energía extraordinaria, por medio de la cual es capaz de sobreponerse a sus limitaciones, luchando con renovadas fuerzas cuando todo apostaba en su contra. Comenzando como lo señala Barroso (1998), a conceder importancia a entidades abstractas del aparato psíquico, como el “yo”, el “sí mismo”, “el propio”, “el impulso”, “la voluntad”. De esta manera los autores existencialistas, según el mencionado investigador conceden a la experiencia de las personas un puesto relevante. Otorgándole un objetivo distinto a la Psicología como ciencia, ya que no trata los comportamientos aislados, sino al hombre como un sistema.

Tratando de profundizar estas ideas Coopersmith (1976), señala que la autoestima es la evaluación que el individuo hace de sí mismo expresando una actitud de aprobación o desaprobación e indica la extensión en la cual el individuo se cree capaz, significativo y exitoso. Como todo mecanismo psicológico está relacionado con la seguridad emocional, diferenciándose de los biológicos pues

estos últimos satisfacen las necesidades básicas: hambre, sed, sexo, poder, no obstante es igualmente necesaria para el ser humano.

En tal sentido la dinámica de la vida moderna, trae consigo el temor a la deshumanización del mundo, directamente vinculado con la evolución tecnológica. La educación como principio fundamental debe contribuir al desarrollo global de cada persona: cuerpo, mente, sensibilidad, espiritualidad, responsabilidad, etc. Todo ser humano deberá en consecuencia, como lo señala Delors (1996), gracias a la educación recibida en su juventud, de estar dotado de un pensamiento autónomo y crítico, de elaborar juicios propios, para resolver qué hacer en diferentes circunstancias de la vida.

Sin lugar a dudas la autoestima juega un papel preponderante en la vida de todo ser humano, puesto que de acuerdo a su autoimagen, a la opinión que tenga de sí mismo, de forma directamente proporcional va a ser su desempeño como individuo y posteriormente como ciudadano de un mundo cada vez más complejo, ayudándolo en ocasiones a salir a flote de situaciones adversas.

La situación descrita anteriormente, lleva a intuir que cada persona debe prepararse para la vida con las mejores herramientas que tenga a su alcance. Desde esta perspectiva al tiempo que el individuo se prepara intelectualmente, se debe fortalecer la autoestima con el propósito de garantizarle en cierto modo la consecución de otros aspectos intrínsecamente relacionados con su personalidad y su diario desempeño.

Es necesario señalar que el valor de la autoestima para la supervivencia es realmente evidente en la actualidad. Ésta que siempre ha sido una necesidad psicológica, se ha convertido en una necesidad económica, dado que es un requisito para la adaptación a un entorno cada vez más complejo, desafiante y competitivo. Por sí misma no garantiza la obtención de todo cuanto sea necesario, empero una vez afianzada ayuda al individuo a sobrellevar posibles frustraciones a lo largo de su vida.

Esta tendencia casi obliga a desarrollar el mencionado dispositivo entre la población en general y en los estudiantes en particular, aunado a la imperiosa necesidad de obtener lo mejor en cuanto a resultados, con énfasis en que dichos efectos sean duraderos y permanentes en el tiempo, en un intento de garantizar a su vez que el éxito tan deseado sea una realidad tangible.

En este sentido la autoestima, como lo señala Cortés (1999), es una organización relativamente estable y duradera de creencias, percepciones, conocimientos y valoración de naturaleza individual, que rige la conducta consciente y coherentemente. Es decir, la autoestima comprende lo que se piensa de sí mismo, la evaluación y los sentimientos expresados al respecto, lo que da origen a la conducta individual. Es claro que la autoestima no es sustituta del conocimiento y de las habilidades necesarias para actuar con efectividad en la vida, pero aumenta las posibilidades de poderlas adquirir.

Ahora bien, además de la autoestima existe otro ingrediente que impulsa al individuo hacia sus metas: las motivaciones sociales. Según Mc Clelland (1970) "la

motivación vendría a ser constituida por los racimos de expectativas o asociaciones que se forman y crecen alrededor de experiencias afectivas” (p.1). Por lo tanto, las experiencias infantiles que se integraron a la personalidad del individuo, serán determinantes en las diversas formas de conducta tendientes a satisfacer el impulso otorgado por la motivación. Es decir, el individuo persigue objetivos a los cuales fue orientado desde su niñez.

Es oportuno destacar que las sociedades industrializadas promueven la motivación al logro, como una manera de obtener éxito y garantizar el futuro desde el punto de vista económico. Como contraparte las sociedades no industrializadas promueven la motivación al poder, como el medio de obtener estabilidad en el futuro, es decir aliarse con el grupo predominante para garantizar su propia preeminencia.

Desde esta perspectiva, lucía preocupante como en Venezuela muchos estudiantes de todos los niveles quedaban excluidos del sistema educativo formal, eran simplemente desertores del mismo, o pasaban a engrosar el índice de repitientes. Las causas de ésta situación provenían de un sinnúmero de factores, desde el abandono de los estudios por causas económicas, hasta la falta de cupo en las diversas instituciones, pasando por la escasa motivación a lo largo de su vida estudiantil. Ciertamente es difícil encontrar estudiantes enfilados hacia el logro en una sociedad que no lo promueve.

Es claro que ésta población sin oportunidades de estudio, al margen del sistema educativo, veía mermada tanto la posibilidad de conseguir un trabajo digno,

que llenara sus expectativas, como la realización de su proyecto de vida, truncando de manera abrupta sus ilusiones de construir un futuro para su familia y para sí mismo.

No obstante, las nuevas políticas educativas tendientes a la democratización de las oportunidades de estudio, cambiaron notablemente el panorama, desencadenando una situación particularmente interesante: personas que habían desertado de sus estudios se incorporaron con nuevos bríos a los distintos niveles, ocupando los diferentes programas concebidos a tal fin. Lo cual a su vez trajo como consecuencia una gran demanda que tanto instituciones públicas, como privadas se apresuraron a cubrir.

De suerte que se vivencian una serie de situaciones novedosas dignas de ser estudiadas en profundidad, lo cual a su vez redundaría en innumerables beneficios al proceso. No obstante, es pertinente relacionar la autoestima y las motivaciones sociales en estudiantes universitarios, como una forma de inferir la influencia en su desempeño. Por lo anteriormente planteado se hace necesario determinar: ¿Cómo se relacionan la autoestima y las motivaciones sociales en los estudiantes de Educación Superior?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Determinar la relación entre Autoestima y Motivaciones Sociales en estudiantes de Educación Superior.

Objetivos Específicos

Identificar el grado de autoestima en estudiantes de Educación Superior.

Identificar las motivaciones sociales predominantes en estudiantes de Educación Superior.

Establecer la relación entre autoestima y motivaciones sociales en estudiantes de Educación Superior.

Justificación de la Investigación

La Autoestima y las Motivaciones sociales como fenómenos psicológicos inherentes al individuo, al ser estudiadas por medio de ésta investigación, redundan en una mayor y mejor comprensión del ser humano en general y de la población estudiada en particular, lo cual trae como consecuencia inmediata la posibilidad de profundizar y de servir de piso a posteriores estudios que necesiten conceptos manejados por la misma: Autoestima, Motivaciones Sociales, factores determinantes, herramientas, modelos y otros no menos interesantes.

Desde el punto de vista humano- social, la población estudiada con una serie de características que la distinguen, determinando a su vez su estilo de vida: mujeres jóvenes en su mayoría, alto porcentaje de madres solteras; un alto número de las cuales vive en situación de “arrimadas”, con un nivel socio- económico bastante precario, lo cual encierra a su vez que en el mayor de los casos ni ellas, ni sus parejas cuenten con un trabajo estable y que su ingreso sea inferior al salario

mínimo. En el caso que nos ocupa, dicha población puede verse beneficiada con posteriores estudios o programas que posibiliten una ayuda directa o indirecta.

Igualmente es evidente que en la actualidad y dadas las circunstancias que atraviesa la sociedad, este estudio revela las necesidades afectivas y psicológicas, sobre todo de la población juvenil, la cual se encuentra en plena formación universitaria, próxima a ocupar el campo laboral; por lo cual requiere una orientación que se realice desde su perspectiva, con el objetivo de establecer metas realistas, preparándolos tanto para administrar el éxito, como la frustración. Resaltando que tal como se evidencia a diario, por la recurrencia de suicidios entre jóvenes, no está siendo manejada con asertividad.

Desde el punto de vista metodológico, este estudio pretende, siguiendo el método científico; realizar aportes pertinentes a los objetivos propuestos, relacionando las variables en cuestión. Cabe destacar que los aportes que la presente investigación pueda ofrecer, son directamente proporcionales a la exactitud con la cual la población se vea reflejada en la misma, es decir la caracterización concreta y verídica de sus miembros. De la misma manera la institución educativa que los agrupa podrá fortalecerse, contribuyendo como siempre lo ha hecho en pro de bienestar de sus estudiantes, ya que redundará en un mayor conocimiento de los mismos, logrando aplicar paliativos que contribuyan con la calidad de la educación que pretende impartir.

Delimitación de la Investigación

Esta investigación se llevó a cabo en el Municipio Autónomo San Francisco, con jóvenes estudiantes universitarios, del sexo femenino, cursantes del cuarto, quinto y sexto semestre de la carrera de Técnico Superior en Educación Inicial, del Instituto Universitario San Francisco, ubicado en ésta jurisdicción. En cuanto al espacio temporal, su ubicación se encontrará entre los meses de febrero de 2006, hasta junio de 2007, aproximadamente. Su campo de trabajo está enfocado desde la perspectiva de la Psicología Educacional, basado en el estudio de la teoría de Coopersmith (1990) para la variable autoestima. De igual manera variable de motivaciones sociales se fundamentará en la teoría propuesta por Mc. Clelland (1989).

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Una vez identificado el problema, es pertinente fijar la atención en todos aquellos estudios e investigaciones que mantengan un vínculo con el mismo, con la finalidad de establecer el origen de la teoría que le sirve de fundamentación.

Antecedentes de la Investigación

Para poder indagar en el estudio de las variables Autoestima y Motivaciones Sociales, como fenómenos psicológicos inherentes al individuo, los cuales son realmente decisivos en la vida del ser humano, se hace necesario una somera revisión de antecedentes investigativos que hayan de una forma u otra trabajado en sintonía con el tema que se pretende estudiar.

Desde esta perspectiva Vale (2006), en su investigación “Motivaciones sociales y satisfacción laboral del docente de aula de Educación Inicial”, quien tomó como población los educadores del Sector Escolar I de la Parroquia Idelfonzo Vásquez, del Municipio Maracaibo, del Estado Zulia. Se sustentó en la teoría de las motivaciones sociales referida por Romero (1999), Mc Clelland (Kreitner y Kinicki, 1997) y en el área de la satisfacción laboral fundamentado en la teoría bifactorial de Herzberg (Kreitner y Kinicki, 1997). El tipo de investigación descriptivo-correlacional y de campo con un diseño no experimental transeccional correlacional.

Igualmente la muestra de veintiséis docentes, a los cuales se les aplicaron dos instrumentos estandarizados que han sido diseñados, elaborados y adaptados en concordancia por Romero García y Salón de Bustamante (1990), del Centro de Investigaciones Psicológicas de la Universidad de Los Andes, Mérida. Los coeficientes de confiabilidad se determinaron por el método de Alfa de Cronbach y Spearman- Brown, para cada inventario. La técnica de análisis utilizada fue la estadística descriptiva mediante frecuencia y porcentaje, y medidas de tendencia central. La relación entre las variables se midió por el coeficiente de Rho Spearman.

En tal sentido se concluyó que la motivación al logro y la satisfacción laboral presentan una correlación positiva, con una tendencia moderada, es decir, altos niveles de motivación al logro del docente corresponden a elevados niveles de satisfacción laboral. Se recomendó establecer mecanismos de recompensa y reconocimiento para elevar las posibilidades de incentivar su adecuación en la escuela, el impacto de este estudio es pretender la concesión del mérito al trabajador docente. Tan sagrada misión merece el reconocimiento social y una mejora en la calidad de vida.

De forma similar Flores (2004), elaboró “Estrategias didácticas de reforzamiento de valores universales en la modalidad de Educación de Adultos”. La población seleccionada fue los participantes de la modalidad de Educación de Adultos de Libre Escolaridad, la muestra quedó conformada por dieciséis (16) sujetos del Centro de Atención Técnica Zulia, extensión Maracaibo, a quienes se les aplicó

un instrumento de sesenta y un ítems. La confiabilidad se obtuvo mediante la aplicación del coeficiente de Alfa de Cronbach (0,99).

En consecuencia se identificaron las fuentes de valores de participación social en los adolescentes inscritos en la mencionada institución, obteniendo que no existen diferencias significativas entre familia, escuela y comunidad en cuanto a la adquisición de valores, en contradicción con la teoría de Izquierdo (1998), Moles (1994) y Brand (2000), quienes coinciden que la familia es el pilar fundamental para la formación de valores; se establecieron los valores universales consiguiendo que existen dos subgrupos de valores el primero tolerancia, solidaridad y sexualidad, con el mayor puntaje; en el segundo, respeto, paz, valores intrínsecos, autoestima, responsabilidad, honestidad, amor y diálogo con la menor puntuación.

En vista de lo cual se concluyó que los adolescentes requieren estrategias didácticas para el reforzamiento de algunos valores universales. A manera de recomendación se estableció un constructo sobre estrategias didácticas que permitirán coadyuvar a los adolescentes, docentes y padres a jerarquizar los valores universales.

Igualmente Galiot (2004), en su estudio “Clima organizacional, motivación al trabajo y actitud hacia el cambio en docentes universitarios”, por medio de una investigación de tipo descriptivo, no experimental, con un diseño correlacional en la modalidad de campo, tuvo como propósito determinar la relación de las variables propuestas entre docentes del Instituto Universitario Tecnológico Juan Pablo Pérez Alfonso, de la región occidental de Venezuela. La revisión y análisis de diversas fuentes tanto bibliográficas como documentales, sirvieron de fundamento para

elaborar dos instrumentos de recolección de datos del tipo cuestionario cerrado, con dos escalas de tipo Likert, los cuales fueron validados por un grupo de expertos y su confiabilidad fue determinada mediante el desarrollo de la fórmula del Alfa de Cronbach, con los datos de una prueba piloto integral, obteniéndose como coeficientes valores de confiabilidad de 0.99, 0.99 y 0.99.

Posteriormente fueron aplicados a una muestra poblacional constituida por ciento sesenta docentes, recibiendo un tratamiento estadístico descriptivo con medidas de tendencia central, y cualificándose sus resultados al contraste con las teorías y modelos desarrollados en cuerpo del trabajo. La correlación entre las variables clima organizacional, motivación hacia el trabajo y actitud hacia el cambio organizacional fue de 0.92. Sin embargo no implica la existencia y desarrollo favorables de las categorías estudiadas, ya que el estudio de campo evidenció debilidades en los indicadores en materia de comunicación y estructura del clima organizacional, niveles cognitivos y afectivo de la actitud hacia el cambio y procedimientos inadecuados en materia de motivación hacia el trabajo.

De forma similar Albarrán (2004), en su investigación “Autoestima y rendimiento académico en estudiantes universitarios”, de tipo descriptiva correlacional, con un modelo de estudio de campo y un diseño no experimental, teniendo como propósito determinar la relación que existe entre las mencionadas variables, bajo la sustentación teórica planteada por Stanley Coopersmith (1967) y Carl Roger (1971). Utilizando una muestra censal de 51 estudiantes de la Escuela de Educación de la Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt (UNERMB) y

a la cual se le aplicó el inventario de autoestima de Coopersmith, forma C. Se obtuvo un r Pearson de 0,20 lo que indica una correlación baja entre autoestima y rendimiento en forma directa.

De igual forma Porqué (2003), en su investigación “Cultura organizacional y autoestima de los Gerentes de la I y II etapa de Educación Básica”, la cual se llevó a cabo en el Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Parroquia I. El tipo de investigación se orientó como descriptiva, correlacional y de campo. La muestra constituida por ciento once personas, distribuidos en cinco directores y ciento seis docentes. Se elaboró un cuestionario, el cual fue reorientado, con alternativas de respuesta: siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca y nunca, y con cincuenta y siete ítems, los cuales fueron sometidos a un proceso de validez de contenido a través del juicio de diez expertos, así como también la validez discriminante, aplicando para ello la fórmula t de Student. Del mismo modo se obtuvo la confiabilidad a través del coeficiente Alfa de Cronbach, cuyos índices reflejaron coeficientes de 0,74 y 0,96 respectivamente para directores y docentes.

Posteriormente los datos obtenidos fueron sometidos a procedimientos estadísticos descriptivos (media aritmética, moda y mediana), e inferenciales (índices de correlación de Pearson). Se concluyó que no existe relación entre las variables según los datos aportados por directores, reflejados en un índice de 0,002, mientras que para los docentes se expresa una alta y significativa relación observada a través de un índice correlacional de 0,77, indicativo de que las deficiencias declaradas como problemática en torno a la cultura organizacional guardan estrecha relación con los problemas de autoestima del gerente.

En el mismo orden de ideas Linares (2003), con su trabajo investigativo, tiene como propósito general determinar la relación entre el tipo de autoestima y el desempeño de la gestión local de los Alcaldes del Estado Trujillo. Para esto desarrolló un estudio de tipo correlacional, descriptivo, prospectivo con un diseño no experimental a través del cual se estudiaron dieciocho de los veinte alcaldes de esta región, y ochenta y ocho, de los cien representantes de las comunidades que hacen vida activa en esta jurisdicción. Para recopilar la información pertinente a los objetivos planteados se utilizaron tres cuestionarios: uno para medir el tipo de autoestima de los Alcaldes, basado en la teoría de Mruk (2000) sobre esta variable, otro dirigido a la evaluación por parte de los Alcaldes de su desempeño en la gestión local y el tercero, aplicado a los representantes de las comunidades.

Sobre este mismo aspecto; estos dos últimos instrumentos se construyeron considerando los aportes de Kichner (2000), sobre gestión local. Todos fueron validados por diez expertos y establecida su confiabilidad en una prueba piloto utilizando para ello el programa estadístico computarizado SPSS, a través del cual se determinó que estos cuestionarios son altamente confiables para medir las variables de estudio. Los resultados concluyen que la autoestima de los Alcaldes es media y que el desempeño de su gestión no es óptima y reconocen que se ha visto limitado por factores políticos y económicos, existiendo una alta y positiva relación entre estas variables en los gobernantes locales del Estado Trujillo

Del mismo modo Pérez (2003), elaboró un programa de motivación al logro, dirigido a facilitadores para mejorar el aprendizaje del participante adulto, elaborando un diagnóstico previo. Se enmarcó como proyecto factible, su diseño abarcó tres

fases: diagnóstico, estudio de factibilidad y diseño de la propuesta. Seleccionando una población de treinta (30) facilitadores y veinticinco (25) participantes, aplicando un cuestionario de treinta preguntas. El método de confiabilidad es de Alfa de Cronbach, con un coeficiente de 0,97 para facilitadores y 0,95 para participantes.

Al tiempo que el análisis de los resultados se realizó mediante la frecuencia y el porcentaje. Permitiendo concluir que los facilitadores tienen conocimiento sobre la motivación al logro, presentando limitaciones al aplicarla para mejorar el aprendizaje del participante adulto. Atendiendo a lo cual, describe entre sus recomendaciones: talleres, foros, seminarios sobre motivación al logro para los facilitadores, incentivos verbales o escritos a los facilitadores de educación de adultos, concienciar a los participantes sobre sus derechos como ciudadanos, institucionalizar programas de motivación dirigidos a mejorar el aprendizaje del participante adulto.

Asimismo Morales (2002), en su investigación "Un programa integrador en la ética de la Gerencia Educativa para la planificación de la enseñanza universitaria", se orienta desde la perspectiva del racionalismo crítico y es estudio hermenéutico, sigue las pautas de una investigación cualitativa, utilizando el principio de la triangulación en el estudio combinado de los datos obtenidos de diversas fuentes; realizando un análisis crítico sobre el contexto teórico seleccionado, hechos detectados y conocimientos previos.

Según el mencionado estudio puede constatarse que los programas de enseñanza de las instituciones universitarias se encuentran excesivamente impregnados de las ideas y concepciones propias del paradigma positivista y la

psicología conductista, que reflejan un pensamiento pragmático, reduccionista, desarticulado, fragmentado y mecanizado. Se detecta una visión de la educación limitada a la formación de tecnoprofesionales subestimando la dimensión afectiva, emocional, cultural y ética. Refleja un enfoque de la enseñanza y el aprendizaje que tiende a la reproducción del conocimiento.

En el mismo orden de ideas Pérez (2002), propone un programa para el incremento de las motivaciones sociales en docentes de Educación Preescolar de Colegios y Jardines de Infancia del sector N° 11 en la Parroquia 2 de Maracaibo. Se fundamenta en los supuestos de Romero (1999), Mc Clelland (1999). El tipo de investigación es descriptiva bajo la modalidad de proyecto factible, ubicándose en una investigación de campo, no experimental- transeccional, donde la población se estudió por sesenta días, y debido al reducido tamaño de ésta asumió la categoría de población censal.

Debe señalarse que para lograr la recolección de datos se utilizó la técnica de la observación y como instrumento el cuestionario, para medir la variable en estudio se utilizaron tres inventarios: MPL, el cual mide la motivación al logro, MAFI para medir la motivación de afiliación y MPS, el cual mide la motivación al poder, diseñados por Romero y Salóm (1990), siendo estandarizados por el Centro de Investigaciones Psicológicas de la Universidad de Los Andes. La confiabilidad se estableció por el método del Alfa de Cronbach.

Además para procesar los datos obtenidos se trabajó con estadística descriptiva, determinando frecuencias y porcentajes para dimensiones e indicadores.

Obteniendo como resultado que los docentes de Preescolar encuestados reflejan niveles de motivación al logro media- baja, la motivación al poder obtuvo una categoría media y la motivación a la afiliación se ubicó como media- alta, siendo ésta la más alta que poseen los docentes encuestados. De esta forma se procedió a realizar el programa tomando en cuenta la mayor necesidad de los docentes, la cual es incrementar los niveles de motivación al logro.

De igual manera Leal (2002), en su estudio sobre “Cultura Organizacional y motivaciones sociales en el sector educativo”, tomó como población al personal docente y administrativo de la Universidad Rafael Beloso Chacín, se utilizaron como teóricos a Robbins (1999) para cultura organizacional, y Romero y Mc Clelland (1994) para motivaciones sociales. El tipo de investigación es descriptivo de campo- correlacional y su diseño no experimental- transeccional- correlacional. La población compuesta por dos estratos- personal docente y administrativo de la Universidad Rafael Beloso Chacín (URBE)- constituido por 103 docentes y 70 trabajadores del área administrativa. A ambos grupos se les aplicaron dos instrumentos de recolección de datos: el primero denominado cuestionario de cultura organizacional y un cuestionario diseñado por Romero y Salóm (1990), el cual mide el tipo de motivación social por medio de una escala tipo Likert.

Cabe destacar que los resultados subrayaron el fuerte arraigo de la cultura organizacional en el personal docente y moderadamente fuerte en el personal administrativo. Por otra parte en el personal docente predomina la motivación al logro y en el administrativo predomina tanto la motivación al logro, como la afiliativa. En conclusión no se encontró relación significativa entre las variables en estudio.

Finalmente Acosta, Araus, Serrano y Vargas (2002), en su investigación fijaron como propósito, diseñar estrategias para el desarrollo de la autoestima en niñas y Niños de 3 a 5 años, dirigidos a padres y maestros del Preescolar Los Angelitos. La investigación fue de tipo descriptivo, aplicada y de campo; con una población de ciento setenta y dos personas, de los cuales ciento sesenta son padres, diez maestros y dos expertos en el área de estrategias.

Con referencia a la técnica de recolección de datos aplicada se basó en dos instrumentos, una escala tipo Likert que constó de treinta y un preguntas de múltiples alternativas, aplicados a padres y maestros, y el otro una entrevista de ocho preguntas abiertas aplicadas a expertos en el área de diseño de estrategias. Concluyendo que esta investigación arrojó como resultados que los padres y maestros del Preescolar Los Angelitos definitivamente si y probablemente si poseen conocimientos acerca de las estrategias que existen para el desarrollo de la autoestima de niños y niñas de 3 a 5 años.

Es preciso destacar que la autoestima y las motivaciones sociales son factores que se encuentra presentes en todos los hechos que se desarrollan en la vida del individuo, que son elementos que influyen en todos los aspectos y por ende son inseparables del proceso enseñanza aprendizaje. Así mismo, no se puede perder de vista que hay otros factores desencadenantes de este proceso, y es el educador como experto potenciador del mismo quien debe contar con las herramientas adecuadas a tal fin.

Se ha evidenciado como destacan los estudios consultados, que estudiantes que han participado en programas de incentivo al estudio lograron una autoestima mayor, lo cual a su vez redundaba en un desempeño académico exitoso. En conclusión, los estudios anteriormente consultados pueden llevar a inferir una relación entre las variables que se pretenden medir en la presente investigación, aún cuando señalan a su vez la posible incidencia de otros aspectos, no existen evidencias en absoluto que nieguen la factibilidad de una conexión entre ambas.

Bases teóricas de la Investigación

En este sentido una vez revisadas las investigaciones antecedentes, se hace necesario penetrar en el estudio de cada variable en particular, de la mano de las principales teorías en las cuales ésta investigación fundará sus basamentos.

La Autoestima

Se hace imprescindible puntualizar el concepto de autoestima como tal. Con la acepción que se utiliza es relativamente reciente, y es uno de los grandes descubrimientos de las ciencias de la conducta en el siglo XX. Tal como lo señala Volvi, citado por Cortés (1999), es propia del castellano, en otros idiomas podría sustituirse por “autoconcepto” o “autoimagen positiva” pero sin duda reduciendo su connotación actual. Es preciso aclarar entonces qué cosa es la autoestima separándola de otros conceptos similares que pueden formar parte de ella, complementarla o simplemente confundir a quienes no están realmente claros sobre su significado.

En este sentido Reasoner, citado por Raffini (1998), define” la autoestima como la apreciación del propio valor e importancia, caracterizada por la posibilidad de responsabilizarse de uno mismo y de actuar de manera responsable hacia los Demás (p.19). Este concepto general resulta verdaderamente valioso, sobre todo si se aplica a la educación, desglosándolo en sus tres componentes, de acuerdo al mencionado autor: En primer lugar el valor y la importancia inherentes al individuo como ser humano, por lo tanto debe brindarse la oportunidad al joven de experiencias que le generen sentimiento de orgullo, evitando aquellas que puedan producir expectativas que culminen en la desvalorización.

Por otra parte la posibilidad de responsabilizarse por sí mismo, deriva de la sensación del propio valor, alimentado tanto en la casa como en la escuela, de suerte que los docentes deben propiciar un clima donde se favorezca la integridad y la responsabilidad individual, ofreciendo incentivos particularmente atractivos para motivar por igual a todos los jóvenes.

Por último la posibilidad de actuar de manera responsable hacia los demás, deja entre ver que para valorarse es necesario valorar también a los demás, lo que incluye por supuesto escuchar y respetar los pensamientos y sentimientos de otros. En este sentido el docente debe proporcionar consciente y sistemáticamente, actividades que faciliten en los estudiantes el proceso de experimentar la valía que poseen las diferencias, lo importante de aprender a escuchar y de asumir la responsabilidad por las propias acciones, sean estas positivas o negativas.

Por otra parte Rogers (1967), establece que la autoestima es la composición experiencial constituida por percepciones que se refieren al Yo, a las relaciones con

los demás, con el medio y la vida en general, así como los valores que el sujeto concede a las mismas. Se puede apreciar en consecuencia que para este autor el concepto es netamente subjetivo, donde cada individuo va a poseer una experiencia individual, muy arraigada a su marco referencial.

Asimismo, Coopersmith (1976) la conceptualiza como la evaluación que el individuo hace de sí mismo expresando una actitud de aprobación o desaprobación e indica la extensión en la cual el individuo se cree capaz, significativo y exitoso. En este caso la autoestima es igualmente subjetiva, agregando que el sujeto puede aprobar o no, el resultado de dicha percepción.

Niveles de autoestima

En sintonía con lo anteriormente expuesto, el mismo autor citado por Méndez (2001), plantea que existen distintos niveles de autoestima, por lo cual cada persona reacciona ante situaciones similares, de forma diferente; teniendo expectativas desiguales ante el futuro, reacciones y autoconceptos disímiles. Por lo cual, caracteriza a las personas con alta, media y baja autoestima.

Al respecto, las personas que poseen una autoestima alta son expresivas, asertivas, con éxito académico y social, confían en sus propias percepciones y esperan siempre el éxito, consideran su trabajo de alta calidad y mantienen altas expectativas con respecto a trabajos futuros, manejan la creatividad, se autorrespetan y sienten orgullo de sí mismos, caminan hacia metas realistas. Por su parte las personas con una media autoestima, son personas expresivas, dependen de la aceptación social, igualmente tienen alto número de afirmaciones positivas, siendo más moderadas en sus expectativas y competencias que las anteriores.

Por último, las personas con baja autoestima son desanimadas, deprimidas, aisladas, consideran no poseer atractivo, son incapaces de expresarse y defenderse; se sienten débiles para vencer sus deficiencias, tienen miedo de provocar el enfado de los demás, su actitud hacia sí mismo es negativa, carecen de herramientas internas para tolerar situaciones y ansiedades.

Desarrollo de la autoestima

Cabe considerar el desarrollo de la autoestima como un proceso que se lleva a cabo mediante una serie de fases que permiten su desarrollo, según Coopersmith (1990), estos son:

1. El grado de trato respetuoso, de aceptación e interés que el individuo recibe de las personas significativas de su vida.
2. La historia de éxito, el status y la posición que el individuo tiene en el mundo.
3. Los valores y las aspiraciones por los cuáles estos últimos pueden ser modificados e interpretados.
4. La manera singular y personal de responder a los factores que disminuyen la autoestima, ya sea que el individuo minimice, distorsione o suprima las percepciones de las fallas propias y las de los demás.

Generalmente ésta se construye en la infancia y es muy posible que perdure por siempre, por lo tanto se debe ser cuidadoso de los mensajes emitidos hacia los niños desde su más tierna edad, puesto que lo acompañaran durante el resto de su

vida, ya sea de forma consciente o inconsciente. El desarrollo de una autoestima positiva requiere de establecer una sensación de identidad reforzada por las opiniones de los demás y por una constante autoevaluación. No está de más destacar el papel privilegiado que una vez más juega el docente, quien mediante comentarios positivos, intencionalmente emitidos puede ayudar a sus alumnos a poner atención a sus características individuales y a realizar descripciones más exactas de sí mismas.

Igualmente importante es la reafirmación que tiene lugar durante la adolescencia, ya que durante esta etapa el joven es especialmente susceptible en lo que respecta a la imagen que envía a los demás y el eco que ésta tiene. Se debe prestar especial consideración a los modelos que ellos eligen pues serán determinantes en la personalidad que como futuros adultos están forjando. En ésta búsqueda los alumnos necesitan aliento para explorar diversas opciones, comentarios positivos acerca de sus fortalezas y debilidades, y sobre todo una aceptación incondicional.

Bases de la autoestima

Ahora bien desde la perspectiva del mencionado autor, este sostiene que las personas desarrollan un concepto de sí mismas de acuerdo a cuatro bases, las cuales según sus estudios son: a) Significado, la forma en que consideran que son amados por las personas importantes en sus vidas y el grado de aprobación que reciben de las mismas. b) Competencia, para llevar a cabo las tareas que consideran importantes. c) Virtud, su adhesión a las normas de ética y de moral. d) Poder, el grado en que influyen en sus propias vidas y en las de los demás.

Igualmente plantea que la autoestima no es un concepto estático, fluye, puede disminuir, aumentar o mantenerse. Por lo tanto las personas experimentan las mismas situaciones de formas diversas, teniendo expectativas distintas sobre el futuro, reacciones desiguales ante los mismos estímulos y en fin otras opiniones sobre conceptos similares.

Componentes de la autoestima

Según Cortés de Aragón (1999), la autoestima tiene una serie de componentes de diversa índole, entre los cuales señala: el componente cognoscitivo, el componente emocional y componente conductual.

1. Componente Cognoscitivo, denominado autoconocimiento, autoconcepto, autocomprensión, autoimagen y autopercepción. Todos estos conceptos están referidos a la representación mental que cada uno elabora de sí mismo; a los conocimientos, percepciones, creencias y opiniones de los diversos aspectos que conforman la personalidad. De suerte que el conocimiento personal es absolutamente necesario para poder autorregularse y autodirigirse. De igual manera la autoestima se ve afectada por la eficacia de cada uno para superar los problemas por iniciativa propia y para la autorrealización personal.
2. Componente emocional- evaluativo, no se puede separar los sentimientos y emociones de los deseos y las necesidades del ser humano. Todos los sentimientos referidos a sí mismo determinan la autoestima que es la base de la autorrealización que cada uno desea conseguir. Este componente como conjunto de sentimientos se denomina autoaceptación, autoevaluación,

autovaloración y autoaprecio. En la medida que estos sentimientos sean asertivos, en esa medida puede una persona gestionar su propio crecimiento personal. Sobre todo el individuo debe ser auténtico, de manera que reconociendo sus potencialidades y limitaciones, pueda a su vez fortalecerse como persona, y buscar ayuda cuando crea que la situación lo amerite.

3. Componente conductual, partiendo de la premisa que la autoestima es conocerse, evaluarse y aceptarse, no es menos cierto que implica la acción hacia el exterior o actividad con el entorno, en otras palabras interacción y adaptación al medio. La persona con una rica autoestima se manifiesta por medio de una actividad permanente, que puede definirse en términos como: conducta coherente, conducta congruente, conducta responsable, conducta autodirigida, autonomía, autodirección y muchas otras.

De esta manera se presenta como una estructura que se subdivide de ésta forma para facilitar su estudio, pero tales componentes están tan estrechamente relacionados que es imposible concebir uno sin el otro, solamente con el objeto de analizarlos es posible aceptar esta categorización.

Igualmente Barroso (1998), en su modelo de desarrollo de la autoestima la enfoca como una energía que fluye y se mueve en una línea ondulada, llenando huecos, terminando situaciones incompletas y permitiendo un crecimiento armónico e integral a partir de etapas en un continuo dinámico, donde el individuo a la vez que satisface sus necesidades, vive procesos y desarrolla el sí mismo y el contexto hasta llegar al final de su existencia, donde por fin se funda con el Universo. Ahora bien,

como lo señala Albarrán (2004), todos los autores convergen en la idea que la autoestima es la fuerza interna que da sentido, propósito, coherencia, canaliza capacidades y permite trabajar con certeza en el logro de objetivos realistas y planificados.

Dimensiones de la autoestima

Desde la perspectiva que se ha adoptado, Coopersmith (1976), señala que la autoestima posee cuatro dimensiones que se caracterizan por su amplitud y radio de acción, logrando identificar las siguientes:

1. Autoestima en el área personal: consiste en la evaluación que el individuo realiza y con frecuencia mantiene de sí, en relación con su imagen corporal y cualidades personales, considerando su capacidad, productividad, importancia y dignidad, lleva implícito un juicio personal expresado en la actitud hacia sí mismo.
2. Autoestima en el área académica: es la evaluación que el individuo hace y con frecuencia sostiene sobre sí mismo, en relación con su desempeño en el ámbito escolar teniendo en cuenta su capacidad, productividad, importancia y dignidad, lo cual nuevamente implica un juicio personal manifestado en la Actitud hacia sí mismo.
3. Autoestima en el área familiar: consiste en la evaluación que el individuo hace y frecuentemente mantiene con respecto a sí, en relación con sus interacciones con los miembros de su grupo familiar, su capacidad,

productividad, importancia y dignidad , implicando un juicio personal manifestado en las actitudes asumidas hacia sí mismo.

4. Autoestima en el área social: es la valoración que el individuo realiza y con frecuencia mantiene con respecto a sí mismo en relación con sus interacciones sociales, considerando su capacidad, productividad, importancia y dignidad, lo cual igualmente lleva implícito un juicio personal que se manifiesta en las actitudes asumidas hacia sí mismo.

En pocas palabras el individuo realiza frecuentes estimaciones de sus frecuentes interacciones consigo mismo y con el ambiente en el que se desenvuelve, logrando monitorear constantemente como influye dentro de él, posterior a lo cual y de acuerdo con la satisfacción que esto le brinde, va a asumir una actitud hacia sí mismo. Es decir, es una calle de doble circulación: de acuerdo a sus relaciones en los ámbitos ya mencionados, así mismo va a ser la actitud asumida ante sí, en otras palabras su autoestima.

Características de una persona con autoestima

Ahora bien, es necesario establecer como lo hace Branden (1995), las principales características de las personas poseedoras de ese recurso tan valioso como lo es la autoestima:

1. Racionalidad resultante de la función integradora de la consciencia, es la búsqueda del significado y la comprensión de las relaciones. Su guía es la ley de la no contradicción: nada puede ser verdadero y falso al mismo tiempo. Su base está en el respeto a los hechos, no debe

confundirse con seguir reglas obligatorias, o con una obediencia irreflexiva, puesto que a veces la racionalidad está en contrariar estas reglas. La búsqueda de la racionalidad implica una disponibilidad y una actitud abierta a la experiencia.

2. Realismo que en este contexto significa un respeto por los hechos, la distinción entre lo real y lo irreal. Las personas con baja autoestima tienden a infravalorar sus capacidades, por el contrario aquellas con una autoestima alta tienden a valorar sus habilidades de forma realista.
3. Intuición, esta función en ciertos hombres y mujeres sobre todo los más exitosos están a veces regidos por las integraciones del subconsciente. La función intuitiva permite inesperados saltos, que de pensar de forma convencional tardarían más en producirse. Los ejecutivos de alto nivel confían muchas veces en su intuición.
4. Creatividad como característica personal trae como consecuencia que el individuo que la posee esté menos subordinado a los criterios de los demás al menos en lo que respecta a la creatividad. Es más autosuficiente, aprende y se inspira en los demás, pero valora sus propios pensamientos y sus intuiciones que una persona normal. Valora los productos de su mente.

5. Independencia es una consecuencia razonable de una autoestima saludable, tal como lo es la práctica de ser responsable de la propia existencia, la realización de las metas y la consecución de la felicidad.
6. Flexibilidad significa tener la capacidad de reaccionar a los cambios sin que prestar atención al pasado. La rigidez es la respuesta de una mente que no confía en sí misma para hacer frente a lo nuevo o para dominar lo desconocido. Una persona que confía en sí misma, es capaz de responder a las novedades porque está abierta a considerarlas.
7. Capacidad para afrontar los cambios, guarda una estrecha relación con lo anteriormente expuesto, y se refiere a la característica de la autoestima de fluir con la realidad, de reaccionar a tiempo, ya que la duda retrasa la capacidad de reacción. La capacidad para enfrentar el cambio está relacionada con una buena orientación a la realidad y con la fuerza del yo.
8. Deseo de admitir (y corregir) los errores, de igual manera está relacionada con la orientación a la realidad, se basa en la premisa de que los hechos son superiores a las creencias, o la verdad es superior a tener la razón. Cuando la confianza se une al respeto a la realidad, el enmendar un error será una consecuencia natural.
9. Benevolencia y cooperación, debe cultivarse desde la mas tierna infancia, un niño que es tratado con respeto, interioriza ese respeto y

trata a los demás con respeto; en el caso contrario un niño maltratado trata a los demás con rabia producto del miedo que ésta situación le ha generado. La benevolencia y la cooperación surgen como un hecho natural, pues no es necesario estar autoprotegiéndose y luchando por mantenerse a salvo.

Como puede evidenciarse, la autoestima es una receta con los más variados ingredientes que comprenden desde características personales, influenciadas por supuesto por las personas significativas, por factores subconscientes como la intuición y factores sociales como son la actitud ante los cambios, la benevolencia y la cooperación.

Sentimientos que marcan la autoestima

Ciertamente la autoestima es muy importante para el desarrollo personal y social del individuo. Al igual que se estudian los elementos potenciadores de la misma, se hace necesario pasar la mirada por aquellos que pueden degenerar en dificultades para la misma. Tal como lo señala Cortés de Aragón (1999), es necesario destacar que para promover la autoaceptación, se debe ser capaz de manejar estos sentimientos:

1. Sentimiento de inferioridad, también denominado de incompetencia es resultado del poco aprecio personal. La persona que posee este sentimiento se siente menos que los demás, convirtiéndose en el lado opuesto de la autoaceptación. Surge de múltiples experiencias frustrantes y de objetivos y deseos incumplidos.

2. Sentimiento de culpabilidad, este sentimiento verdaderamente autodestructivo si su origen es malsano debe estudiarse con la finalidad de desecharlo. No todo sentimiento de culpa es perjudicial, puesto que este puede ayudar al individuo es la autorregulación de su conducta. A veces el sentimiento de culpa puede originarse desde pequeño con experiencias surgidas con personas significativas, donde el niño al no tener capacidad de análisis desarrolla un sentimiento verdaderamente nefasto, sobre todo relacionado con la sexualidad y su aprendizaje.

3. Sentimiento de miedo, la ansiedad, la angustia y el estrés son estados emocionales displacenteros; acompañados generalmente de manifestaciones fisiológicas como temblor, piloerección (carne de gallina), sudoración, sensación de vacío en el estómago, aumento del ritmo respiratorio, etc. Estas manifestaciones son valiosas al momento de un peligro real, puesto que son capaces de salvar la vida de quien las evidencia; pero sin embargo ciertas personas los padecen sin causas aparentes y de forma sobreabundante, lo cual los mantiene en una tensión constante y en ocasiones los inutiliza para vivir una vida productiva.

La conciencia de sí mismo

Se hace necesario señalar como lo hace Barroso (1998), que según sus fuentes el 80 % de los venezolanos no tienen una conciencia definida de sí mismos: ignoran sus necesidades, las niegan, no les dan importancia, las dejan en manos ajenas, las evaden. Concentrando su energía en agrandar a complacer expectativas

ajenas; ya que ha sido educado para la obediencia y la sumisión, para portarse bien, para acomodarse a lo establecido, para estar bien con todo el mundo. Por lo tanto siempre debe ser responsable de otros: de sus padres, de sus hermanos, de su familia.

Contrariamente a lo que pudiera esperarse el venezolano a su vez está entrenado para comportarse así, puesto que en caso contrario no podría esconderse del dolor y la rabia de la situación real. Todo esto aplicado a los estratos sociales que aquí conviven, dando como resultado que el venezolano no se cultive a sí mismo, sino al otro, la posición, el reconocimiento, la imagen, el prestigio, no conoce sus necesidades pero espera que otro se las atienda; no obstante promete ayudar en todo cuanto otro necesite. Eso sí, sin el mayor compromiso, pues siempre sobraré una buena excusa para justificar su ineficacia.

Ante este panorama el venezolano siempre tendrá a la mano un chiste, una anécdota, un sobrenombre, un diminutivo, en fin formas socialmente aceptadas de descalificar al otro. Aparte de esto siempre hablará hasta de lo que ignora, será un desinformador a toda prueba, aunque carezca de base. En fin la manera de ser del venezolano fabricada desde el punto de vista de la no conciencia, desde el subdesarrollo y la no ecología, solo tiene un mensaje cargado de temor: pedir que lo ayuden, que lo tomen en cuenta, que le den la importancia que hasta ahora no le han dado.

Por lo anteriormente señalado no es exagerado decir, como lo señala el autor antes mencionado que no hay conciencia nacional sin conciencia individual. No es

posible hablar de grandeza cuando el 50% carece de oportunidades reales. La nacionalidad es un concepto que a penas se está gestando, se debe lograr que cada venezolano sea primero una persona y luego un ciudadano verdaderamente comprometido con el contexto social que le rodea. Aún cuando es necesario conocer el pasado, se hace debe partir de estas raíces para construir un futuro, que saque al país del atraso que vive y sobre todo tomar conciencia de sí mismo, de su valoración para luchar contra la marginalidad que está mas instalada en las mentes que en los barrios.

Destriangulación

Desde esta perspectiva el marginal, persona sin arraigo, sin identidad propia definida, esperando todo del gobierno, de la suerte o del santo, carece de un modelo deseable y sufre un abandono crónico. Lo único que para él está claro es que tiene que sobrevivir, para eso usa la ley del más fuerte, pues carece de apoyo interior, de fe, de seguridad, de confianza. Su manera de pensar es confusa y desorganizada, sin metas claras, con mucha fantasía pero sin medios para realizarla.

Dicho de otra manera el desarraigo es característico del marginal, no solo porque cambió de espacios, sino porque pierde sus raíces, su propia identidad y por tanto todos sus contextos se alteran, perdiendo la conciencia de sí mismo. Pero lo más notorio de esto es que el marginal se resiste al cambio, le teme a todo lo que signifique ser auténtico, autónomo, responsable de su existencia. Mientras tenga de quien vivir y a quien sacarle provecho se mantiene imperturbable y los gobiernos hasta ahora no han hecho más que reforzar esta conducta: paquetes, bonos, becas, seguros, cestas, sueldos no ganados, etc.

De la misma manera la identificación del venezolano marginal se hace a través de modelos ausentes: papás irresponsables, alejados por la fuerza del divorcio o de la ignorancia en el manejo de los eventos, o a través de modelos de conveniencia: la nueva pareja, la abuela , el trabajo, lo héroes de la televisión, la política, el juego; o una nueva serie de comportamientos de ausencia: no tocar, no comunicarse, no sentirse a sí mismo, en fin cualquier cosa que pueda justificar a unos padres ausentes.

Asimismo hay tres personajes en la vida del marginal que poseen mucha importancia en el proceso de dar y tener identificación. En primer lugar están las abuelas, glorificadas porque se les necesita, ellas no dejan de pensar que aunque sus hijos son adultos les pertenecen y se creen con derecho a criticarles abiertamente aún delante de sus propios hijos. Estos por su parte creen que las matronas son desechables y solo las utilizan cuando las necesitan, pero ante la ausencia de los progenitores, las abuelas toman el control mediante el poder, y son más baratas. De ésta manera las abuelas rompen la estructura natural, creando muchas veces relaciones perversas. Es necesario hacer la salvedad que esto no se produce en todos los casos, pero sí en un alto número de ellos.

Igualmente otro personaje influyente en la vida del marginal es el político. Desde el surgimiento de la televisión, se ha hecho omnipresente en la vida de todos los ciudadanos. Aún cuando se vendía como incorruptible pronto fue víctima de su propia miseria, descubriendo su esencia de marginal, delatando pertenecer a ese 80% de la población que no tiene identidad y carece del sentido de dirección.

El tercer personaje es la televisión, farándula y telenovelas; quienes conforman el fragmento de realidad y de patología, muchas veces brindando un modelo a seguir, puesto que presenta tanto las incoherencias de la vida real, como los comportamientos cuestionables, sin dejar ningún mensaje constructivo o de valoración y respeto por las cosas importantes, modelando inconscientemente el comportamiento del resto de Venezuela, vendiéndola al extranjero con una imagen distorsionada de la realidad.

Como si esto fuera poco, el sentido del abandono se va llenando con la violencia surgida de la TV, donde se termina de instalar el concepto de que las personas son desechables, pues un país que carece de justicia los fines de semana se matan de cien a doscientas personas en las películas y de treinta a cuarenta en barrios y callejones.

Definición de contextos

Según el mencionado autor, el venezolano marginal se mueve en una serie de contextos que vale la pena describir, con el objeto de comprender en qué pasa su tiempo, a qué se dedica en realidad y cuáles son sus relaciones afectivas.

Contexto de pareja: el venezolano necesita compañía, ser amado, sexo, etc., pero no quiere la responsabilidad que implica la vida de pareja. Al cumplir la mayoría de edad el hombre ya puede tener aventuras amorosas y la mujer sigue dependiente en casa de sus padres. En este contexto al llegar al matrimonio el hombre sigue creyéndose soltero y prosigue sus aventuras, mientras que la dama pasa de una dependencia a otra, de sus padres a su esposo. Se hace necesario destacar que el venezolano confunde pareja con familia, relegando siempre la intimidad, pues a veces los hijos

llegan antes que la pareja se consolide, los múltiples problemas económicos, el carecer de un espacio propio ya que viven en la mayoría de los casos arrimados donde su familia de origen, crea en ellos nuevos conflictos, por eso los matrimonios en Venezuela tienden a durar poco. A esto debe agregarse el concepto de que en el país el 65% de las madres no tienen pareja.

Contexto familiar: al momento de aparecer los hijos, la pareja pasa a un segundo plano. La situación económica hace que los padres aún cuando quieren a sus hijos los abandonen en manos ajenas, los presten, los regales, los dejen solos. Conducta que es repetida por sus hijos al ser adultos, y quienes se sienten con el derecho de juzgar y condenar los “errores” de sus padres. La calidad de la vida familiar depende de los ingresos económicos, del nivel de educación y de la posición social, pero en todo caso la falta de contacto familiar reforzador de la experiencia de abandono, deja su dolorosa huella en la familia porque nadie les enseñó a ser efectivos.

Contexto organizacional: la relación del venezolano con el trabajo se resume en la creencia de que el trabajo es un castigo, una maldición y no una necesidad como cualquier otra. Esta cultura supone al país pérdidas millonarias pues el trabajador vive en constante insatisfacción, frustración, impotencia y rabia. Esto sin mencionar que mayormente se encuentra explotado, subpagado, maltratado por sus supervisores, resumiendo en una palabra, se encuentra desmotivado.

Objetivos personales y nacionales

En sintonía con lo antes expuesto es lógico suponer que cuando no existe una conciencia clara de las necesidades y de las capacidades propias, es imposible

seleccionar adecuadamente el camino a seguir, trazar el rumbo de vida y mucho menos tomar decisiones concretas adecuadas. Es evidente entonces que se actúe por satisfacción inmediata, por ensayo y error, por imitación, por improvisación, sin aprender de sus errores la mayoría de las veces.

Un aporte que se hace necesario destacar es que menos del 5% de la población joven estudia, se gradúa y concluye sus estudios de postgrado. La mayoría abandona la educación formal a mitad de camino, dedicándose a cualquier oficio para el que no está capacitado. Si su camino es la universidad la mayoría de las veces no estudia lo que realmente quiere, y se cambia de carrera dos o tres veces. Lo que se puede deducir de todo esto es que el venezolano no planifica, ignora sus propios recursos y alternativas, no prevé el futuro, no tiene objetivos de superación y crecimiento; está más interesado en el status, en la pantalla, en tener las cosas que le interesan, más que en ser dueños de sí mismo. A esto se le agrega que el triunfo no depende de él mismo, sino de las circunstancias, de las palancas, del contacto, del padrino de las amistades. En caso contrario deberá comenzar de abajo, dar la talla, hasta lograr colarse.

Partiendo de este contexto, el individuo que no tiene objetivos personales, difícilmente puede tener conciencia y objetivos de país. Por lo general el país ha ido sin rumbo, anclado en planes de emergencia, con operativos, con una gerencia oportunista e informal. Todo esto trae como consecuencia que no se hayan logrado grandes avances en el estilo de vida, donde la mayoría de su población permanece en la marginalidad y la desvalorización.

Es pertinente concluir que sobre las cuatro bases antes descritas: la no conciencia de sí, la destriangulación, la indefinición de contextos y de objetivos, el venezolano ha desarrollado una manera de pensar, de razonar, de solucionar problemas, de tomar decisiones, desde esta perspectiva se han construido esperanzas y se han cosechado desengaños. Se hace imprescindible cambiar esta situación por otra más propicia que realmente cultive la individualidad, sembrándola en una sociedad que pueda salir beneficiada del proceso, logrando finalmente un país lleno de oportunidades de desarrollo y crecimiento.

Las motivaciones sociales

Desde la perspectiva de las autoras Papalia y Wendkos (2003), es difícil distinguir entre motivación y emoción, porque las dos se encuentran íntimamente relacionadas y muchos teóricos opinan que existe una estrecha relación entre sentimientos y acción, puesto que es difícil en extremo separar la actuación de lo que el individuo siente y piensa.

Partiendo de esta premisa, se hace necesario estudiar a Merany citado por Cortés de Aragón (1999), cuando señala que el término motivación proviene del latín “motus” (movimiento), en el campo específicamente de la psicología experimental, se define como la regulación interna, energética y directa de la conducta, en tal sentido, la motivación no es accesible a la observación pero es deducida del análisis de los datos de la investigación experimental como concepto hipotético que expresa, precisamente esa regulación.

El análisis precedente, conlleva la necesidad de definir motivaciones sociales, para lo cual es oportuno citar a Mc Clelland (1970), quien realizó importantes estudios en varios países alrededor del mundo, dedicándose a esta importante temática y visitando en repetidas ocasiones Venezuela. Según el mencionado autor la motivación vendría a ser constituida por los racimo de expectativas o asociaciones que se forman y crecen alrededor de las experiencias afectivas. En consecuencia y tomando en cuenta las experiencias infantiles, que se integraron a la personalidad del individuo, se encuentra el origen determinante de las diversas formas de conducta en las cuales se satisface el impulso dado por la motivación.

En el mismo orden de ideas los teóricos del aprendizaje social, como Bandura, citado por Mc Clelland (1989), ampliando las ideas de Skinner, argumentan que la recompensa más poderosa para el ser humano es el refuerzo social, como por ejemplo el elogio. En este caso los modelos adoptados por las personas son los que mas recompensas pueden obtener, en el caso de los niños y sus padres. Este grupo de teorías explican muchas conductas importantes, pero ignoran los factores físicos y los cognitivos, como la influencia de los distintos estilos de pensamiento.

En sintonía con lo anteriormente expuesto, Romero García (1999) define motivaciones sociales como redes de pensamientos y afectos que dinamizan, orientan y mantienen la conducta hacia metas interiores y exteriores valorizadas por la persona. Es claro entonces que los motivos afectan todo el funcionamiento de la persona, de forma interior (psíquico) como de forma exterior (social). Igualmente señala que esta influencia se aprecia en tres vertientes: en la reducción de necesidades (satisfacción), como máximo disfrute de activación sensorial (placer), o

como refuerzo intencional con la finalidad de alcanzar metas altamente valoradas (retos).

Teoría de los incentivos

Una consideración especial merece la teoría de los incentivos, la cual trata de explicar por qué el comportamiento no siempre está motivado por una necesidad interna, tal como lo indica Petri citado por Feldon (1994), esta teoría trata de explicar la motivación con base en la naturaleza de los estímulos externos, los incentivos que dirigen y energizan al comportamiento.

Explica por qué se puede flaquear ante un incentivo externo (como un postre apetitoso) a pesar de que no haya indicativo de hambre, esto parece ser insuficiente para proporcionar una explicación completa de la motivación, ya que los organismos tratan de satisfacer sus necesidades incluso si no hay incentivos presentes. Es pertinente aclarar que en lugar de contradecirse entre sí las pulsiones y los incentivos pueden funcionar conjuntamente para motivar el comportamiento.

Dentro de este marco de ideas, las tres motivaciones básicas que determinan la conducta social del individuo son, de acuerdo a las conclusiones de Mc Clelland la motivación al poder, a la afiliación y al logro.

Motivación al logro

Dentro de este orden de ideas, Mc Clelland y Atkinson (1953), definen este impulso de superación como “el éxito en la competición con un criterio de excelencia” (p.271). Definición demasiado general tomando en cuenta que los

criterios de excelencia pueden estar relacionados con la tarea, relacionado con el individuo ó en referencia a otras personas. Sin importar de donde provenga el mencionado criterio, Atkinson aclara que todas estas situaciones serán parecidas en la medida que el individuo anticipa que su rendimiento conlleva una evaluación favorable o no, produciendo una reacción emocional de orgullo frente al éxito y de vergüenza ante el fracaso.

Desde una perspectiva general se señalan cuatro tipos diferentes de formas para alcanzar una meta de logro según el mencionado autor:

1. Al actuar en conjunto con otras personas teniendo como visión básica comprometerse en actividades que revelen la superioridad del individuo ante los demás. Tal es el caso del deseo de triunfar en un concurso, buscar un ascenso, etc.
2. Al intentar alcanzar o sobrepasar un patrón de excelencia auto impuesto, esto no implica una competencia con otros, sino un patrón individual de excelencia personal. Podría mencionarse el deseo de realizar un trabajo con el máximo grado de perfección que se pueda obtener.
3. Cuando se persigue una realización utilizando métodos exclusivos u originales que la pueden conducir al éxito. Dentro de esta categoría podrían ubicarse los inventores, artistas y otros.
5. Al tratar de adelantar en la carrera profesional, los esfuerzos van orientados a conseguir o alcanzar una meta a largo plazo, lo que casi siempre se identifica con este tipo de motivación.

Además Mc Clelland (1985), estableció diez subcategorías que permiten determinar, según su presencia o ausencia, el tipo de dinámica y la intensidad con la cual la motivación al logro es expresada:

1. Deseo de logro, se encuentra cuando está presente la manifestación de un anhelo por alcanzar una meta de logro, es codificado solo cuando se determina una situación importante de deseo por conseguir la meta trazada: “anhelo por ser médico”, “afán por terminar el postgrado”, etc.
2. Actividad, se codifica en el caso comprobado de que realmente se realizan esfuerzos para lograr el objetivo señalado. Dicha actividad puede ser física o mental y su concreción puede ser exitosa o fallida.
3. Tanto la subcategoría anticipación al éxito, como la anticipación al fracaso, pueden catalogarse aún cuando aparezcan simultáneamente en un a muestra. En el caso del éxito se sobreentiende que es expresar de forma clara la suposición de lograr la meta propuesta, contrariamente el fracaso se determina cuando se observa preocupación por la posibilidad de fracasar en la consecución de la meta.
4. Las subcategorías bloqueos personales y obstáculos del mundo exterior se codifican cuando el logro de las metas se encuentra comprometido de alguna manera, al verificar la probabilidad de que existan obstáculos por vencer antes de llegar a la meta perseguida. Puede ser personal (inseguridad, incapacidad al tomar decisiones, temor al fracaso, bloqueos personal es) o por parte del medio ambiente y su ubicación es externa.

5. La ayuda, se encuentra presente cuando alguien se solidariza con la consecución de la meta y enfatiza o estimula a quien está empeñado en ésta dirección a lograr la misma.
6. Las subcategorías sentimientos positivos y sentimientos negativos, son ubicables cuando existen sentimientos asociados a la conquista de una meta de logro. Dichos sentimientos pueden ser simultáneos en una misma muestra.
7. La última subcategoría tema, se comprueba cuando el propósito central predominante en la muestra es el interés o la preocupación por la autorrealización, por lo cual debe verificarse que la secuencia de actividades a seguir estén verdaderamente enfiladas al logro del éxito.

Al mismo tiempo Romero García (1991), al realizar una revisión teórica de las motivaciones sociales descritas por Mc Clelland, el cual las define como pensamiento y sentimientos relacionados con una meta, dependiendo de la expectativa que se tenga al respecto y al valor que se conceda a la misma. Enfatizando que los individuos con motivación de logro se proponen metas realistas y trabajan de manera sostenida por ello.

En consecuencia introduce el concepto de internalidad y externalidad en sus estudios sobre dicho tipo de motivación social. Sostiene que la persona interna tiene la tendencia a asumir plena responsabilidad por los resultados positivos, reforzando los sentimientos de autovaloración, robusteciendo el autoconcepto y la autoestima, por consiguiente las personas sienten que en sus manos está el mejorar las acciones

que las conduzcan al éxito. Las personas externas tienen su sistema de control afuera, por lo tanto no se atribuyen la responsabilidad por lo que hace: si tiene éxito fue suerte. Por lo tanto evitan trazarse metas altas, pues son otros quienes controlan su victoria o fracaso.

Profundizando en sus estudios, Mc Clelland (1985) la presencia de un motivo hace que ciertos tipos de conducta pasen a un estado de preparación. Según el mencionado autor la activación de un motivo de logro prepara a las personas para que:

1. Realizan tareas moderadamente desafiantes, las personas definidas como con alto logro rinden mejor que aquellas con bajo logro en tareas que se les comunica que son de dificultad intermedia. La persona alta en logro busca situaciones moderadamente desafiantes, pues son las que mejor prueban sus capacidades, lo cual a su vez le otorga la sensación de un trabajo bien realizado y es altamente significativo para ellos.
2. Persistencia en las tareas, además de seleccionar tareas moderadamente desafiantes también persisten más tiempo en las mismas, demostrando mayor perseverancia ante el fracaso en tareas difíciles y continuando más allá que el promedio de los individuos.
3. Actividad empresarial independiente, el autor encontró una alta relación entre las personas con alta necesidad de logro y el patrón de conducta que caracteriza la actividad empresarial autónoma: a) ambos toman riesgos

moderados. Igual que las personas con alto logro, a los empresarios independientes les gustan decidir cuando un riesgo es moderado y por lo tanto si vale la pena tomarlo. b) ambos prefieren responsabilizarse de sus acciones. c) ambos prefieren feedback de rendimiento rápido y específico. d) ambos muestran un alto grado de iniciativa y de conductas de exploración.

Por su parte Romero García (1999), enfatiza que la motivación al logro es la motivación humana por excelencia, pues no es compartida por ninguna otra especie. En este sentido señala que la máxima expresión de la misma es el desarrollo personal, el cual tiene características absolutamente personales. Con el objeto de estudiarlas describió como indicadores:

Meta de logro: se refiere a la importancia que el individuo confiere a las metas que traza, las cuales son entendibles en el marco de la construcción global que hace de su vida y de su mundo. Lo cual quiere decir que para cada persona el éxito es relativo, mientras que algunos establecen metas ambiciosas, otros se conforman con solo subsistir.

Instrumentación: tiene relación con la maestría que las personas expresan en relación con la tarea (experticia), rendimientos rápidos y económicos (eficiencia) o resultados de calidad superior (excelencia). La combinación de estos confiere al individuo cogniciones y afectos de un valor personal muy especial. Todos ellos referidos a las estrategias de logro dirigidas a la planificación de la tarea.

Compromiso con la tarea: aquellos que se comprometen con su crecimiento personal fortalecen ciertas competencias; como la capacidad de exponerse a situaciones nuevas (apertura al cambio), habilidad para construir y reconstruir las situaciones de manera distinta (flexibilidad), control conductual en situaciones turbulentas (manejo de la incertidumbre) y la superación de situaciones en las cuales no se logran las metas (manejo del fracaso).

Creencias facilitadoras de logro: en una sociedad subdesarrollada la expresión de motivación al logro puede no ser reforzada, estimulándose creencias igualitarias, concediendo igual recompensa a desempeños de diferente calidad. Esta cultura posee mecanismos que permiten su supervivencia y perpetuación, entre otras inhibir expresiones de logro en niños y fortalecer en adultos las otras dos motivaciones; todo esto mediante expresiones populares que encierran creencias que a la larga limita el desarrollo del logro personal.

Motivación a la afiliación

Cabe considerar, por otra parte como lo define Mc Clelland (1970), la motivación a la afiliación es una forma de conducta social que responde a un impulso que se satisface mediante la creación y disfrute de vínculos afectivos con otra u otras personas. La meta perseguida es la de alcanzar una relación basada en una amistad recíproca. No debe confundirse con la extroversión, la popularidad o la sociabilidad. Las personas con alta afiliación necesitan interactuar con personas, temen la desaprobación de los demás y en pocas palabras buscan su seguridad en los demás.

Para ilustrar esto, es necesario chequear lo que el autor denomina imaginaria de la afiliación, que no es más que la forma de reconocer conductas que se identifican como tal:

1. Cuando se manifiesta preocupación por gustar, por ser aceptado, por tener amistades. Desea establecer, restaurar o mantener una relación de afecto hacia otras personas.
2. Dentro de un ambiente social, expresa su deseo de participar o la preocupación por tomar parte en actividades amistosas o de convivencia. Sería el caso de una fiesta, discusión informal, club, etc.
4. Al demostrar preocupación por el rompimiento de una relación interpersonal positiva, por la separación de otra persona o el deseo de mantener una amistad estrecha.

Cabe destacar que no se catalogan como tal aquellas relaciones que culturalmente presuponen una relación afiliativa: amantes, padre- hijo, hermanos, etc. En cambio esta relación se codifica cuando la relación de compañerismo, amor está presente con otras personas, donde no está implícita este tipo de relación. Ciertas actividades sociales comunes como fiestas, reuniones, visitas o tertulias informales implican sentimientos de afiliación, pero puede igualmente clasificarse como tal toda actividad dedicada a consolar, ayudar y preocuparse por la felicidad y bienestar de los demás.

De la misma manera Mc Clelland (1970), estableció seis subcategorías para tipificar la dinámica y la intensidad con la que se expresa la afiliación:

El deseo de afiliarse: se determina por el interés de vincularse a otra persona o grupos de personas. Esto implica a su vez la necesidad previa de una reacción afectiva positiva con respecto a otro. Puede codificarse dentro de esta categoría el amor no correspondido.

La actividad: se refiere a formas de actuación evidentes o tipos de pensamiento expresados para resolver cualquier obstáculo con relación al establecimiento o renovación de una relación interpersonal caracterizada por la amistad o un entendimiento recíproco placentero: “charlar entre clase y clase”, “gozar de la mutua compañía”, y otros, son indicativos de actividad afiliativa.

La anticipación al éxito: en caso de observarse la esperanza manifiesta de lograr éxito y felicidad, es decir no se dirige tanto a la consecución de una meta afiliativa, pero si se relacionan con persecución de este estado.

Obstáculo exterior: puede catalogarse cuando se señale un impedimento para realizar una actividad orientada hacia una situación afiliativa: distanciamiento físico del objetivo, la aproximación de alguien con el cual no hay afinidad, disgustos o desacuerdos cuando estos no sean atribuibles a la persona interesada en la meta afiliativa.

Sentimientos positivos: está presente cuando hay muestras de sentimientos asociados a la consecución de estas metas. Son igualmente codificables el demostrar placer o satisfacción al afiliarse o asociarse a actividades grupales.

Tema de afiliación: puede codificarse cuando el tema central es el interés evidenciado en la afiliación, establecer, mantener o renovar una relación interpersonal caracterizada por la amistad, el interés mutuo y entendimiento recíproco.

Por último, es conveniente señalar como parte importante dentro de las motivaciones sociales los valores, definiéndolos como representaciones cognitivas (creencias) originalmente relacionadas con la satisfacción de necesidades biológicas y sociales, ellos expresan las reglas básicas de comportamiento inventadas por el ser humano para perpetrarse, así los valores como: la amistad, paz, amor, cooperación, se relacionan con la supervivencia, la reproducción y la protección de la especie, a estos valores el autor los denomina valores del dominio afiliativo, los cuales se centran en el amor a familiares y amigos, búsqueda de pareja, felicidad individual, etc.

En sintonía con lo anteriormente expuesto, existen conductas activadas por el motivo de afiliación que vale la pena destacar:

1. El desarrollo de las relaciones interpersonales según Mc Adams y Losoff (1984), aseguran que las personas con alta motivación afiliativa, se unen a más grupos sociales que las personas con baja afiliación, ocupan más tiempo

- interactuando con los demás, construyen amistades más estables y duraderas que las personas con baja motivación afiliativa.
2. El mantenimiento de redes interpersonales, según Lansing y Heyns (1959), plantean que las personas con alta afiliación establecen más tipos de estrategias tales como hacer más llamadas, escribir cartas y visitar más a sus amistades con la finalidad de mantener sus relaciones afiliativas. De igual manera las personas con alto sentido de afiliación evitan el conflicto no entrando en discusiones, evitan igualmente los juegos competitivos y al verse obligadas a participar se vuelven pasivas con el objeto de evitar conflictos, igualmente sufren de más ansiedad ante la posibilidad de rechazo que aquellas de baja motivación afiliativa.

En este sentido Romero García (1999), define la motivación de afiliación como “una red de conexiones cognitivo- afectivas relacionadas con el sentirnos bien con nosotros mismos y los demás” (p.57). Esta tiene sus raíces en la necesidad de reproducción. En este tipo de motivación lo esencial es el cuidado de sí mismo y de otras personas, lo cual impulsa a privilegiar la vida afectiva propia y la ajena. Este tipo de personas es muy sensible a los comentarios de los demás, sean cercanos o no. El mencionado autor describe los siguientes indicadores:

Afiliación básica: esta afiliación conduce a buscar la presencia de otros, a dar y recibir afectos, a compartir creencias, sentimientos y experiencias. Se vuelca intensamente hacia fuera, hacia otras personas. La dimensión exterior de la afiliación puede tomar forma en el amor familiar, apoyo afectivo y capacidad para compartir.

Afiliación en el trabajo: se refiere fundamentalmente a las relaciones de trabajo basadas en la afectividad entre seres humanos, no es suficiente establecer relaciones cordiales, desea conocer su mundo interior, sus vicisitudes, lo cual los lleva irremediabilmente a experimentar en carne propia las desgracias ajenas.

Motivación al poder

Según Mc Clelland (1970), la motivación al poder es la necesidad interior que determina la conducta de un individuo hacia el objetivo de influenciar a otro ser humano o a un grupo de ellos. De la misma forma Winter (1973) señala que mediante el impacto de esta conducta se inicia o establece el poder, el control ayuda a mantener el poder y la influencia permite extender o recuperar el poder. Estos aspectos del poder se encuentran claramente identificados con las necesidades de dominar, ganar una reputación, obtención de un status y logro de una posición.

Por lo tanto resulta claro que la motivación al poder se determina básicamente cuando:

Se observen acciones que impliquen ejercer influencia, pudiendo estas pertenecer al pasado o al futuro. Puede manifestarse también mediante la fantasía de ser influyente. Las acciones deseadas, imaginadas, recordadas, planeadas o efectuadas, las cuales no tienen por qué ser exitosas. Pueden ser de diversos tipos:

1. Fuertes y poderosas: asaltos, ataques, insultos, explotación sexual, etc.
2. De ayuda, asistencia, consejo o apoyo no solicitado.

3. Intento de controlar a otros, regular su comportamiento o condiciones de vida, obtener informes de terceros.
4. Influir, persuadir, disputar con otra persona, cuando el interés superior no sea llegar a un acuerdo o evitar un desacuerdo.
5. Esfuerzo sostenido por impresionar a terceros: escribir creativamente, tratar de ser motivo de noticia o publicidad, ganar una elección, realizar cualquier acción que trascienda los niveles comunes de la influencia
6. Se mantiene una conducta que origina fuertes sentimientos positivos o negativos en los demás. La acción que origina estos sentimientos puede no estar bajo el control consciente de quien la ejecuta, igualmente puede ser codificada aún cuando no se logre la reacción emocional deseada.
7. Cuando se demuestre preocupación por la propia reputación o posición, en otras palabras por lo que pueda pensar la gente acerca de la influencia ejercida por determinado individuo: aparentar ser fuerte, superior o de alta ubicación social, igualmente puede preocuparse para que no se le atribuya debilidad, inferioridad, baja posición; o serle atribuida una actitud fuera del aspecto moral que se ha propuesto demostrar.

Igualmente es pertinente conocer la dinámica y medir la fuerza con que se manifiesta la motivación al poder, dentro de diez categorías reconocidas por el mencionado autor:

Deseo: se califica en el momento cuando un personaje declara explícitamente su propósito por alcanzar como meta de su relación social establecer, mantener o restaurar control, influencia o dominio. Solo se aplica cuando el objetivo primordial es controlar.

Actividad: presente en cualquier actividad mental o afectiva en la cual se observa que alguien se esfuerza por alcanzar un control determinado. Cualquier acción, efectuada para llegar a una meta de control, puede calificarse así aún cuando se perciba como un breve paso hacia la meta.

Prestigio positivo o negativo: se evidencia cuando en la persecución de una meta una persona considere que su prestigio aumenta o disminuye: títulos, adjetivos, reputación, fama, capacidad, etc.

Obstáculo exterior: presente cuando se demuestra la existencia de un obstáculo que perturbe el esfuerzo dirigido hacia la meta a controlar.

1. Previsión de éxito o de fracaso, esto sucede cuando un individuo al pensar en su meta de poder, control o influencia, se anticipa al éxito o fracaso antes de lograrlo.
2. Sentimientos positivos y negativos: se refiere a estados afectivos o emotivos asociados a la capacidad de lograr o no la meta.
3. Efecto: se refiere a la reacción que una persona puede tener frente al intento de controlar a otra. Existen tres tipos básicos de efectos: fuertes emociones

positivas o negativas de una persona como resultado de la acción de otras; ataque, influencia, huída u otra reacción del mismo género; fuerte presión como la aclamación del público o el suicidio.

Las reacciones deben ser siempre definidas y no inferidas, como resultado de una acción relacionada con el poder, no por azar u otra razón semejante: resistencia al poder de otro, obediencia que va más allá de la aceptación rutinaria del poder. Es igualmente una evidencia adicional del control de alguien en base a la elaboración de los efectos de ese control.

Desde una perspectiva general entre las conductas activadas por el motivo de poder pueden señalarse:

Liderazgo: a este respecto se ha establecido que las personas con alto poder, tienden a buscar el reconocimiento en los grupos y encontrar una manera de hacerse notar ante los demás, en un esfuerzo que aparentemente les conduce a lograr poder o influencia.

Agresividad: la sociedad censura los actos de explícita agresividad. A este respecto Mc Clelland (1975) señala que las personas con alta dosis de agresividad, aunque tienden a manifestar conductas violentas atenúan esto por medio del prestigio, la reputación y el liderazgo; manifestando otras conductas que aparentan un mayor control como la toma de riesgos, gesticulación y posturas no verbales, lenguaje abusivo, consumo de alcohol o drogas, el exceso de velocidad, entre otras.

Carreras influyentes: tal como lo señala Albarrán (2004), el denominador común de todas estas carreras es la posibilidad de dirigir la conducta de los demás de acuerdo a un plan preconcebido, ofreciendo además la oportunidad de influenciar la conducta de otros mediante premios o castigos.

Pertenencias prestigiosas: las personas con alto poder, tienden a acumular objetos de valor que denotan su prestigio, carros, propiedades inmobiliarias, joyas, platería, cristalería, etc.

El poder aparece como una necesidad experimentada por los seres humanos de regular el comportamiento propio y ajeno con el objeto de facilitar la convivencia de personas diferentes y únicas. En tal sentido Romero García (1999), realiza una clasificación al respecto de la motivación al poder, la cual estudia como:

Poder explotador: la persona con alto nivel de este poder experimenta una fuerte necesidad de mandar, de hacerse obedecer, de dar órdenes y vigilar que se cumplan, en decir, de controlar el comportamiento de quienes le rodean. Casi siempre suele ser perjudicial, puesto que su práctica exagerada castra la libertad individual y en fin la posibilidad de diseñar y realizar a plenitud el proyecto individual de vida de cada uno.

Poder benigno o socializado: se refiere al empleo del poder con el objeto de ejercer control sobre sus emociones, de manera de disponer de fortaleza interior (coraje), convirtiéndose en un impulsor prosocial de metas, sabiendo ejercer el poder en beneficio del bien común.

En consecuencia es evidente que la serie de conductas anteriormente descritas sellan las motivaciones sociales de los individuos; de acuerdo al mayor o menor grado de las mismas, es posible identificar el tipo de motivación social que predomina en un individuo. Se hace necesario aclarar que todas las personas poseen los tres tipos de motivaciones: al poder, al logro y a la afiliación, no obstante lo que la diferencia es el grado de intensidad en que cada una se expresa.

Conflictos surgidos de la motivación

Empero hay que tener claro que la vida no resulta simple, a menudo sitúa al individuo entre dos o más posibilidades, todas motivadoras. Los expertos investigadores de la motivación, según Lewin citado por Papalia y Wendkos (2003) han clasificado este tipo de conflictos en cuatro categorías:

1. Conflictos de aproximación- aproximación, ocurre cuando un individuo es atraído simultáneamente por dos resultados o actividades deseables y que le resultan gratificantes por igual.
2. Conflictos evitación- evitación, aparecen cuando se siente repulsión por dos o mas resultados o actividades indeseables, en este caso el individuo sabe que tendrá que elegir entre una de las alternativas aún cuando éstas le parezcan desagradables.
3. Conflictos aproximación- evitación, surgen cuando una sola opción tiene a la vez elementos positivos y negativos. En la resolución de este tipo de conflictos

se busca a veces apoyo externo, como por ejemplo una droga, para aliviar la ansiedad.

4. Conflictos de múltiple aproximación- evitación, abarcan situaciones en las que existen varias opciones y cada una posee tanto elementos positivos como negativos. No es extraño que sea las que con mas frecuencia se presentan en la vida, las mas difíciles de resolver y las que causan mas estrés.

En este sentido toda motivación proveniente de dos vertientes disímiles siempre originarán un conflicto, de allí la complejidad de las situaciones a las que un individuo se enfrenta, ante dichos conflictos el ser humano recurrirá a su marco de referencia para seleccionar aquella que se adapte más a sus necesidades o intereses de momento.

Pensamiento postformal

En este punto es preciso referirse a Piaget, citado por Papalia y Wendkos (1997), quien considera que el elemento más importante del pensamiento son las operaciones lógicas. El pensamiento del adulto es flexible, abierto y puede adaptarse de muchas maneras que van más allá de la lógica abstracta. La madurez del pensamiento se refleja en la capacidad de combinar lo objetivo (elementos lógicos o racionales) con lo subjetivo (elementos concretos o elementos basados en la experiencia personal). Esto ayuda a que las personas tengan en cuenta sus propias experiencias y sentimientos. En este momento aflora la sabiduría como pensamiento flexible que capacita a las personas para aceptar la inconsistencia, la contradicción,

la imperfección y el compromiso, de manera que puedan resolver problemas prácticos.

Evidentemente la madurez del pensamiento, o pensamiento postformal, se basa en la subjetividad y la intuición, tanto como en la lógica pura, característica del pensamiento en las operaciones formales. De suerte que los pensadores maduros personalizan su razonamiento y emplean la experiencia cuando tienen que enfrentarse a situaciones ambiguas, es decir una persona con experiencias sigue las reglas, pero al mismo tiempo acuden a su intuición al momento de decidir cuando no dejarse atar por las mismas. En conclusión vale decir que la experiencia es una valiosa herramienta de los adultos para resolver problemas prácticos. La mayoría de los sujetos con pensamiento maduro comprenden que hay diversos modos de enfocar el problema, y que la manera como las personas aborda dichas cuestiones depende de las experiencias vitales del individuo.

Educación Superior

Ahora bien las universidades contienen estudiantes de diversas clases. La época universitaria puede ser de búsqueda intelectual y de crecimiento personal, Papalia y Wendkos (1997), señalan que para los estudiantes tradicionales (los que se encuentran en transición de la adolescencia a la edad adulta), la universidad ofrece la posibilidad de cuestionar principios adquiridos desde la niñez, modelando su nueva identidad de adultos. Muchas veces este cuestionamiento se traduce en una crisis de identidad que a veces desemboca en problemas graves: abuso de drogas, alcohol, desorden en la alimentación, exposición a ciertos peligros y hasta el

suicidio. Sin embargo en la mayoría de los casos este cuestionamiento resulta saludable para el establecimiento de la vida adulta.

Ante esta perspectiva los estudiantes cambian en respuesta a otros estudiantes que desafían maneras de pensar y valores: la cultura del estudiante difiere de la sociedad en su conjunto; al currículo que ofrece nuevas ideas y maneras de pensar y a los profesores de la facultad, que con frecuencia se interesan en algunos estudiantes, proporcionándole nuevos modelos de roles. Estudios realizados demuestran que la capacidad para razonar puede aprenderse, y que tal aprendizaje puede ayudar a las personas para que cambien de manera de pensar frente a la vida cotidiana. Los estudiantes mejoran su razonamiento verbal, la habilidad para reconocer los argumentos, la evaluación de datos y las analogías en fragmentos de lectura.

Dicho de otro modo los retos sociales y académicos de la universidad propician un crecimiento intelectual y moral; encontrándose que los estudiantes pasan de una rigidez de pensamiento a la flexibilidad, y a contraer compromisos en libertad. Otro aspecto que es necesario destacar es el papel cada vez más sobresaliente de las mujeres dentro de la educación superior, si se compara con los años setenta del siglo pasado. Este fenómeno se observa cada vez con mayor frecuencia puesto que la población femenina ha ido cambiando paulatinamente su escala de valores. Ya no es el matrimonio y los hijos su única prioridad, ya que sabe que debe prepararse para un futuro cada vez más competitivo. Además del deseo de aquellas que por diversas causas decidieron abandonar sus estudios, quienes se dan

otra oportunidad. En la actualidad es más probable que las damas alcancen títulos universitarios, y hasta hay un alto porcentaje de ellas que han obtenido títulos de maestría y doctorados.

Sin embargo todavía la sociedad emite mensajes que enfatizan el rol de esposa y madre de las mujeres y acentúan la dificultad, inclusive la imposibilidad de combinar las aspiraciones personales con el amor y la familia. Mientras tanto, a los hombres no les dan razones que los hagan pensar que sus roles de padres y esposos interferirán en sus carreras profesionales. Estos mensajes enviados a los jóvenes, basados en el género ayudan a explicar el por qué persisten las diferencias entre hombres y mujeres adultos, y por qué hay carreras con una marcada inclinación masculina y otras que contrariamente tienen una orientación femenina.

Dentro de este marco de ideas el abandono de la educación superior se presenta cuando un estudiante deja la institución por algún tiempo y luego reanuda los estudios en la misma universidad, se transfiere a otra universidad o abandona los estudios en forma definitiva. Según Barroso (1998), solo el 5% de los estudiantes que inician una carrera universitaria la culminan.

En efecto existen varias razones por las que un estudiante deja la universidad: el matrimonio, el deseo de estar cerca de la persona amada, cambios en la ocupación que desempeña o simple insatisfacción con la universidad. Es claro también que la capacidad es un factor importante: los estudiantes más capaces tienen mayores probabilidades de permanecer en la universidad. La mayoría de quienes abandonan su carrera universitaria tienen un promedio inferior en las

pruebas de aptitud que quienes permanecen en ella, en general su desempeño no es tan satisfactorio.

Empero dejar la universidad por un tiempo resulta para algunas personas un paso decisivo. Muchos estudiantes que han abandonado por un tiempo aprovechan este periodo trabajando o en cualquier otra actividad, o estudio que pueda generarle satisfacciones, incluso reingresan con nuevo ímpetu para aprovechar verdaderamente el tiempo perdido, ya que retornan cargados de experiencia y madurez. Esta situación es representativa de gran parte de la población que se pretende estudiar, ya que un alto porcentaje de la misma está constituida por personas que por diversas razones debieron abandonar sus estudios y se han reincorporado extemporáneamente a sus carreras universitarias.

Por lo anteriormente expuesto y basado en la teoría examinada con anterioridad, debe prestarse atención a los posibles vínculos que puedan surgir entre las variables propuestas por esta investigación se sugiere dos hipótesis:

H₁ = A mayor autoestima, mayor incremento en las motivaciones sociales en alumnos de educación superior.

H₂ = A menor autoestima, menor incremento en las motivaciones sociales en alumnos de educación superior.

Mapa de Variables

Con la finalidad de ilustrar el estudio que se pretender realizar, se hace pertinente la construcción de un mapa de variables con el objeto de esquematizar los componentes a analizar:

Cuadro No. 1

Mapa de variables

VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS
AUTOESTIMA	PERSONAL		
MOTIVACIONES SOCIALES			
	Imagen corporal Cualidades personales	1, 3, 4, 10, 12, 13,15,18,21,23	
	ACADÉMICA FAMILIAR	Ámbito académico Interacción con los miembros de la familia	2,17. 6,11,18, 20, 22

	SOCIAL	Interacción social	5, 7, 8, 14, 19, 24, 25
	MOTIVACION AL LOGRO	Metas de logro Instrumentación Compromiso con la tarea Creencias facilitadoras de logro	1 al 8 9 al 14 15 al 18 19 al 24
	MOTIVACION A LA AFILIACION	Afiliación Básica Afiliación en el trabajo	1 al 8 9 al 16
	MOTIVACION AL PODER	Poder Benigno Poder Explotador	1 al 05, 16 al 20 06 al 15

Fuente: Valek (2007)

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

Tipo y Nivel de Investigación

Según Chávez (2001), la investigación descriptiva se orienta a recolectar informaciones relacionadas con el estado real de las personas, objetos, situaciones o fenómenos, tal como se presentan en el momento de su recolección. En este sentido señalarse que la presente investigación se enmarca dentro de esta tipificación, pues caracteriza las variables en estudio: “autoestima”, tal como lo señala Coopersmith

(1976) quien la conceptualiza como la evaluación que el individuo hace de sí mismo expresando una actitud de aprobación o desaprobación e indica la extensión en la cual el individuo se siente capaz, significativo y exitoso; y la variable “motivaciones sociales”, definida por Romero García (1999), como redes de pensamientos y afectos que dinamizan, orientan y mantienen la conducta hacia metas interiores y exteriores valorizadas por la persona, afectando todo el funcionamiento del individuo de forma interior (psíquico), como de forma exterior (social).

Se hace necesario destacar que al establecer una relación entre ambas variables de estudio, como en el caso presente, se utiliza al mismo tiempo un estudio correlacional; tal como lo establece Chávez (2001), cuando afirma que “el estudio de correlación tiene como propósito determinar el grado de relación entre variables detectando hasta qué punto las alteraciones de una dependen de la otra”. (p.137)

A este respecto el diseño de este estudio como explica Hernández (2003), cuando menciona que los diseños transeccionales correlacionales no causales cumplen entre sus objetivos describir relaciones entre dos o más variables en un momento determinado. Agregando además que dichas descripciones, no se tratan simplemente de variables individuales sino de sus relaciones, ya sean éstas puramente correlacionales o relaciones causales.

El análisis precedente, lleva a deducir que en este caso se describen las relaciones entre las variables “autoestima” y “motivaciones sociales”, sin ahondar en las causas que pudieran dar origen a esta relación, en jóvenes estudiantes

universitarias del Instituto Universitario San Francisco (IUSF), cursantes de cuarto, quinto y sexto semestre, de la carrera Educación Preescolar, con una población de 274 individuos y una muestra de 73 estudiantes, a las cuales se les aplicó los instrumentos seleccionados con la finalidad de recolectar la información pertinente y poder establecer posteriormente las conclusiones y recomendaciones a las que hubiere lugar, tal como lo representa en diagrama



Donde:

X1: representa la variable autoestima.

\longleftrightarrow : implica la relación.

X2: representa la variable motivaciones sociales.

Sujetos de la Investigación

Población

Según Chávez (2001), “La población de un estudio es el universo de la investigación, sobre el cual se pretende generalizar los resultados. Está constituida por características o estratos que le permiten distinguir los sujetos unos de otros”. (p.162). En base a lo anteriormente expuesto, la población que está siendo investigada, está representada por 274 individuos, alumnas cursantes del cuarto, quinto y sexto semestre de la carrera de Educación Preescolar, del Instituto Universitario San Francisco (IUSF), todas ellas de sexo femenino. Pertenecientes al Municipio Autónomo San Francisco, Parroquia San Francisco del Estado Zulia,

Venezuela, durante el lapso comprendido entre Marzo (2006) y Junio (2007). De acuerdo a como se especifica en el cuadro No. 2.

Cuadro No. 2
Características de la Población

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN	CARRERA	SECCIÓN	SEXO	TOTAL
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIO SAN FRANCISCO	EDUCACIÓN PREESCOLAR	4DP1	FEMENINO	34
		4DP2		40
		4VP1		30
		5DP1		26
		5DP2		30
		5VP1		33
		6NP1		45
		6NP2		36
TOTAL:				274

Fuente: Valek (2007)

Muestreo

El muestreo según Chávez (2001), constituye un conjunto de operaciones para seleccionar la muestra que integrará la investigación. Es una técnica, que se emplea para escoger los sujetos, objetos o fenómenos de un estudio, cuya determinación se debe insertar en el anteproyecto o tesis de grado. Se hace necesario destacar que el muestreo empleado en la presente investigación es el aleatorio simple o al azar, el cual de acuerdo con Ander- Egg (1989), constituye la base de todo muestreo probabilístico; consiste en que cada elemento tiene una posibilidad similar de ser escogido directamente como parte de la muestra.

Dicho de otra manera, cada una de las alumnas cursantes del cuarto, quinto y sexto semestre del Instituto Universitario San Francisco (IUSF) de la carrera de Educación Preescolar, tienen la misma oportunidad de ser elegido, el único requisito que debe privar entonces es que reúna las mismas características de la población o universo seleccionado.

Muestra

La muestra según Sierra (2003), es como una parte de un conjunto o población debidamente elegida, que se somete a observación científica en representación del conjunto, con el propósito de obtener un resultado válido, también para el universo total investigado. Por consiguiente, la investigación seleccionó una población de 274 alumnas cursantes de cuarto, quinto y sexto semestre de la carrera Educación Preescolar, del Instituto Universitario San Francisco, ubicando una muestra de setenta y tres (73) estudiantes, que reúnen y presentan las mismas características de la población seleccionada.

En el procedimiento de selección de la muestra se utilizó la técnica de la tómbola. Dicha técnica, como lo explica Hernández (2003), consiste en numerar todos los elementos muestrales del 1 al n. Hacer unas fichas, una por cada elemento, revolverlas en una caja, e ir sacando n fichas, según el tamaño de la muestra. Los números elegidos al azar, conformarán la muestra.

Es importante señalar que en esta investigación, respetando el número de individuos que corresponde a cada sección, se elaboró una caja contentiva de fichas, las cuales serán seleccionadas de acuerdo al número concerniente al estrato

muestral que a su vez es pertinente en cada caso. Sobre la base de que el cálculo del tamaño muestral según Sierra (2003), depende de: la amplitud del universo finito o no, nivel de confianza adoptado, error de estimación y, desviación típica, así como del muestreo que se haya seleccionado. Por este último elemento, las fórmulas especiales varían con el tipo de muestreo y con el sistema de afijación de la muestra.

Dentro de esta perspectiva “73” individuos es la muestra representativa que se tomará para recoger información de cada una de las variables, la cual posee las mismas características de la población seleccionada. Posterior al cálculo del tamaño de la muestra, se conformarán los estratos de la misma, teniendo como auxilio la técnica del muestreo, aplicando para ello la fórmula propuesta por Shiffer (1987). Cabe destacar que posterior a la aplicación de ésta fórmula se obtuvo los resultados tal como puede apreciarse en el cuadro No. 3

Cuadro No. 3
Distribución de la Muestra

NOMBRE DE LA INSTITUCION	SEMESTRE	SECCION			n 1			POBLACION
		I	II	III				
INSTITUTO UNIVERSITARIO SAN FRANCISCO	IV	34	40	30	9	11	8	28
	V	26	30	33	6	8	9	23
	VI	45	36		12	10		22
SUBTOTALES		105	106	63	27	29	17	73
TOTALES		274			73			73

Fuente: Valek (2007)

Definición operacional de las variables

Se hace necesario entonces, establecer la definición de las variables en estudio para lograr delimitar de forma definitiva el propósito que se persigue en el presente estudio.

Variable: Autoestima

Definición Operacional

Se medirá por medio del inventario de Autoestima de Coopersmith, forma "C", adaptado por Betancourt de Contreras (1986); en el cual el puntaje de 0 a 50 se considera baja autoestima el puntaje de 51 a 74 se considera autoestima media y el puntaje de 75 a 100 se considera autoestima alta; con la finalidad de medir la autoestima general de las estudiantes de Educación Superior, cursantes de la carrera de Educación Preescolar, del Instituto Universitario San Francisco (IUSF).

Variable: Motivaciones Sociales

Definición Operacional

Con respecto a esta variable se utilizarán tres inventarios creados por los investigadores Romero García y Salom de Bustamante (1990) del Centro de investigaciones Psicológicas de la Facultad de Medicina, Universidad de los Andes (U.L.A.). El inventario MLP, mide la motivación de logro atendiendo a los indicadores: meta de logro, instrumentación, compromiso con la tarea y creencias facilitadoras de logro; el inventario MAFI, mide la motivación de afiliación con sus indicadores:

afiliación básica y afiliación en el trabajo; y el inventario MPS que mide la motivación de poder, igualmente con sus dos indicadores: poder explotador y poder benigno.

Técnicas de Recolección de Datos

Descripción del Instrumento

Por un lado, el inventario de autoestima de Coopersmith forma “C”, adaptado por Betancourt de Contreras (1986), consta de veinticinco (25) reactivos de respuestas dicotómicas con frases que describen al examinado. El mismo debe responder “SI” ó “NO”, según considere que cada frase corresponde con aspectos puntuales de su persona. El mencionado instrumento evalúa la variable atendiendo a diversas áreas: personal, académica, familiar y social; lo cual permite obtener una visión global del nivel de autoestima del sujeto de estudio. Puede ser evaluado de forma individual o colectiva.

En cuanto a su corrección se asigna el valor “1” a las respuestas positivas, y el valor “0” a las respuestas negativas. Posteriormente se suman todas las respuestas cuya puntuación sea “1”, multiplicándolas por cuatro, obteniendo valores que fluctúan entre 0 y 100 según sea el caso. Los puntajes comprendidos entre 0 y 50 indican un bajo nivel de autoestima; puntajes entre 51 y 74 indican un nivel medio de autoestima y los puntajes entre 75 y 100 son indicativos de un nivel alto de autoestima. Este instrumento es el seleccionado con la finalidad de medir los distintos niveles de autoestima de las estudiantes de Educación Preescolar, del Instituto Universitario San Francisco (IUSF)

Cuadro No. 4 Baremo para la interpretación de la Variable Autoestima

Rango	Categoría
$7,5 \leq x < 10,0$	Autoestima Alta
$5,1 \leq x < 7,4$	Autoestima Media
$0 \leq x < 5,0$	Autoestima Baja

De forma similar la variable motivaciones sociales será medida mediante tres inventarios diferentes. El inventario MLP (Romero García y Salom de Bustamante, 1990) mide la motivación de logro, consta de veinticuatro ítems escritos en formato Likert de seis puntos, que van desde completo desacuerdo (1), a completo acuerdo (6). Contiene cuatro factores que miden diferentes componentes de logro: metas de logro, ML (metas controlables de superación personal), instrumentación, INST (esfuerzo, persistencia y planificación), compromiso con la tarea, CT (grado de responsabilidad y compromiso) y creencias facilitadoras de logro, CFL (creencias de superación).

Por otra parte el inventario MAFI (Romero García y Salom de Bustamante, 1990) mide la motivación de afiliación, consta de dieciséis ítems (16) escritos en formato Likert de seis puntos, que van desde completo desacuerdo (1), a completo acuerdo (6). Contiene dos factores que miden los diferentes componentes de afiliación: afiliación básica, AFIBA (establecimiento de relaciones personales amistosas) y afiliación en el trabajo AFITRA, (establecimiento de relaciones amistosas en el trabajo)

Por su lado en inventario MPS (Romero García y Salom de Bustamante, 1990) mide la motivación de poder, consta de veinte (20) ítems escritos en formato Likert de seis puntos, que van desde completo desacuerdo (1) a completo acuerdo (6).

Estudiando las dimensiones: poder explotador (uso de las personas para beneficio propio) y el poder benigno (uso altruista del poder).

Cabe destacar que entre los objetivos de esta investigación se encuentra establecer la motivación social predominante entre las estudiantes de Educación Superior del Instituto Universitario San Francisco, por lo tanto se hará especial énfasis en determinar la inclinación que posea cada individuo a este respecto, para así establecer cual es la tendencia de la población estudiada en este sentido.

Cuadro No. 5
Baremo para la interpretación de la Variable Motivaciones Sociales.

Rango	Categoría
$7,5 \leq x < 10,0$	Alta Motivación Social
$5,1 \leq x < 7,4$	Media Motivación Social
$0 \leq x < 5,0$	Baja Motivación Social

Propiedades

Psicométricas

Con respecto a la validez predictiva del instrumento de autoestima, Coopersmith (1976), reporta un estudio donde obtuvo promedios en su instrumento que están significativamente relacionados con la creatividad, logros académicos, voluntad de expresar opiniones impopulares, resistencia a presiones de grupo, constancia perceptual y comunicación efectiva entre padres y jóvenes.

Los mencionados estudios se realizaron a lo largo de toda Latinoamérica, considerados por el mencionado autor como significativos para la validez predictiva. En cuanto a la validez convergente, reporta un estudio donde se obtienen

correlaciones ubicadas entre 0.59 y 0.60, entre la forma corta y la Escala de Rosemberg.

De igual manera, la confiabilidad del instrumento de autoestima de Coopersmith forma "C", adaptado por Betancourt de Contreras (1986), reporta coeficientes de confiabilidad de 0.80 para hombres y 0.82 para mujeres (Di Mare 1992, cp. Gamboa y Padrón 1997). En consecuencia este instrumento se considera válido y confiable, por lo cual ha sido ampliamente empleado tanto en la práctica clínica, educativa e investigativa.

Entretanto, el inventario MLP (motivación al logro) presenta adecuados índices de validez convergente (con internalidad, $r=.27$; Rendimiento Académico $r=.25$) y divergente (con creencias en otros poderosos, $r= .32$; Azar, $r= .38$) Sus coeficientes de confiabilidad son altos y significativos determinados por el método Alfa de Cronbach y Spearman- Brown respectivamente: ML= .76, .73; INST= .71, .74; CFL = .85, .80; CT= .78, .61.

De forma similar, el inventario MAFI (motivación de afiliación) como indicador de validez divergente, la subescala presenta una correlación de - .09 con motivación de logro y como indicador de validez convergente, la correlación con motivación de poder es de .17. Los coeficientes de confiabilidad son altos y significativos determinados por el método de Alfa de Cronbach (.86) y Spearman- Brown (.86).

Finalmente el inventario MPS (motivación de poder) como prueba de validez convergente presenta una correlación de .20 con "Creencias de otros poderosos" y

de .35 con “Autoritarismo”. La correlación con “Actitud hacia el trabajo” es de -.10, siendo en consecuencia esta una prueba de validez divergente. Los índices de confiabilidad de la escala son de .79, obtenido por el método de Alfa de Cronbach y de .84 con Spearman- Brown.

Procedimiento

Con el objeto de llevar a cabo la recolección de datos de ésta investigación se procedió de la siguiente manera:

Se realizó una revisión de la bibliografía relacionada con las variables investigadas.

Se elaboraron los objetivos de investigación.

Se recolectó el sustento teórico del estudio.

Se realizó la búsqueda y selección de los instrumentos a administrar.

Se realizó el entrenamiento al co-investigador para la administración y corrección de los instrumentos a aplicar.

Se solicitó el permiso al Consejo Directivo del Instituto Universitario San Francisco (IUSF), para la administración de los instrumentos seleccionados, dentro de su recinto, y con la población de estudiantes universitarios pertenecientes a su matrícula.

Al momento de obtener dicho permiso, se procedió a su aplicación para medir ambas variables de forma simultánea y en un solo momento.

Se realizó la corrección, clasificación y tabulación de los resultados obtenidos, aplicando el paquete estadístico.

Se estableció la relación entre las variables autoestima y motivaciones sociales.

Se procedió al análisis de los datos y posteriormente se estableció las conclusiones y recomendaciones arrojadas por el estudio.

Plan de Análisis de Datos

El análisis estadístico obtenido de los resultados se realizará por medio de la estadística descriptiva: distribuciones de frecuencias tabulares y gráficas, medidas de tendencia central (media y moda) y medidas de variabilidad (desviación estándar). Para medir el grado de relación entre las variables, se aplicará el coeficiente de correlación de Pearson.

Consideraciones éticas

Con la finalidad de realizar la presente investigación se tomaron en cuenta las consideraciones establecidas en la Testoteca de la Escuela de Psicología (1981), la cual contiene el Código de Ética del profesional de la Psicología. En este sentido trató el trabajo deberá realizarse en condiciones morales y materiales que garanticen la calidad científica de la misma y los fines humanistas de tan digna profesión.

De igual manera deben cumplirse los deberes éticos de probidad, independencia, generosidad, objetividad e imparcialidad, respetando en todo momento los derechos individuales de las personas que amablemente aceptaron ser parte de este estudio. Presentando en todo momento la información de forma objetiva y precisa; sin que la raza, el credo, edad, ideas políticas, religiosas o amistosas puedan influir en la misma. También debe mantenerse el anonimato de las respuestas obtenidas durante la investigación, solamente se publicará de forma global como resultado, protegiendo en todo momento la moral y prestigio de las estudiantes que conforman la muestra seleccionada.

CAPITULO IV

RESULTADOS

El presente capítulo describe el análisis estadístico de los datos y discusión de los resultados aportados por las jóvenes estudiantes universitarias, del Instituto Universitario San Francisco (IUSF) cursantes del cuarto, quinto y sexto semestre de la carrera de Técnico Superior en Educación Preescolar, del Instituto Universitario San Francisco. Los resultados se organizaron de acuerdo a las variables: Autoestima

y Motivaciones Sociales, con sus respectivas dimensiones e indicadores, permitiendo visualizar los objetivos específicos a través de tablas, así como también establecer la relación entre las mencionadas variables.

Análisis de los Resultados

El análisis del presente estudio se elaboró en función del agrupamiento y organización de los datos, en este caso, posterior a la aplicación de los instrumentos seleccionados. Esta acción se realiza como medio para la interpretación crítica de los resultados arrojados por la investigación. Dichos efectos se presentan por medio de los datos obtenidos de las variables: Autoestima y Motivaciones Sociales, efectuando la indagación a cada dimensión. En la presentación de las tablas se reflejan los resultados aportados en la aplicación de 73 instrumentos, a igual número de individuos. Cabe destacar que el análisis se efectuó mediante la estadística descriptiva, empleando para ello las medidas de

77

estos se compararon con el baremo diseñado para tal efecto.

De igual manera se interpreta el índice suscitado del coeficiente de Pearson, el mismo permitirá establecer si existe o no relación entre la Autoestima y las Motivaciones Sociales de las jóvenes estudiantes universitarias, cursantes del cuarto, quinto y sexto semestre de la carrera de Técnico Superior en Educación Preescolar, del Instituto Universitario San Francisco.

En la presente tabla se da respuesta al primer objetivo específico dirigido a identificar el grado de autoestima en los jóvenes estudiantes universitarios, del sexo

femenino, cursantes del cuarto, quinto y sexto semestre de la carrera de Técnico Superior en Educación Inicial, del Instituto Universitario San Francisco.

Variable: Autoestima

Tabla N° 1
Tabla General De La Variable Autoestima Y Sus Dimensiones

VARIABLE	X	CATEGORIA
Autoestima	6,20	Autoestima media
Dimensión Personal		
Imagen corporal	9,39	Autoestima alta
Cualidades personales	8,54	
Promedio	8,96	
Dimensión Académica		
Ámbito académico	6,46	Autoestima media
Promedio	6,46	
Dimensión familiar		
Interacción con los miembros del grupo familiar	5,76	Autoestima media
Promedio	5,76	
Dimensión social		
Interacción social	3,57	Autoestima baja
Promedio	3,57	

Fuente: Válek (2007)

La Tabla N° 1 correspondiente a la Variable Autoestima, muestra en la aplicación de los instrumentos psicométricos el siguiente comportamiento: de acuerdo a las medidas de tendencia central, existe una media de 6,20 jóvenes estudiantes universitarias, cursantes del cuarto, quinto y sexto semestre de la carrera de Técnico Superior en Educación Preescolar del Instituto Universitario San Francisco, identifican el grado de autoestima, de acuerdo al baremo establecido para la categorización de los datos obtenidos y analizados bajo la estadística descriptiva, tales resultados permiten concluir que existe una autoestima media en la población en estudio.

Respecto a la Dimensión Personal, que integra la variable autoestima puede observarse en el caso de la imagen corporal, una medida de tendencia central de 9,39, en cuanto a las cualidades personales la media fue de 8,54, mientras que el promedio de los puntaje fue de 8,96, el cual los datos previamente señalados permiten contrastar con el baremo una autoestima personal alta, lo que significa que los jóvenes estudiantes universitarios, del sexo femenino, cursantes del cuarto, quinto y sexto semestre de la carrera de Técnico Superior en Educación Preescolar del Instituto Universitario San Francisco, muestran una serie de conductas congruentes con un nivel de autoestima personal alta.

En cuanto a las Dimensiones Académica y Familiar, cabe destacar que se ubican dentro de una categoría de autoestima media según el baremo elaborado, obteniendo 6,46 y 5,76 como promedio respectivamente, en atención a lo cual cobra fuerza la afirmación realizada al principio que señala que la población estudiada posee una autoestima media.

En forma contrastante la dimensión social de la misma variable, que evidencia el ámbito social con una media de 3,57 disiente del baremo establecido, ubicando esta categoría como una autoestima baja, lo cual indica que las estudiantes universitarias cursantes del cuarto, quinto y sexto semestre de la carrera Técnico Superior en Educación Preescolar se ubican por debajo de lo esperado en cuanto a su autoestima social.

En la siguiente tabla se da respuesta al segundo objetivo específico dirigido a identificar las motivaciones Sociales predominantes en los jóvenes estudiantes

universitarios, del sexo femenino, cursantes del cuarto, quinto y sexto de la carrera Técnico Superior en Educación Preescolar del Instituto Universitario San Francisco.

Tabla Nº 2
Tabla General De La Variable Motivaciones Sociales Y Sus Indicadores

VARIABLE	X	CATEGORIA
Motivaciones Sociales	3,17	Baja motivación social
Dimensión Motivación al logro		
Indicadores		
Metas de logro	5,74	Moder. de acuerdo
Instrumentación	4,94	Moder. de acuerdo
Comprom. c/la tarea	4,93	Moder. de acuerdo
Creencia fac. de logro	5,99	Moder. de acuerdo
Promedio	5,40	Moder. de acuerdo
Dimensión Motivación a la afiliación		
Indicadores		
Afiliación básica	5,67	Compl.de acuerdo
Afiliación al trabajo	4,81	Compl. de acuerdo
Promedio	5,24	Compl.de acuerdo
Dimensión Motivación al poder		
Indicadores		
Poder benigno	3,70	Lig. de acuerdo
Poder explotador	4,20	Compl. desacuerdo
Promedio	2,61	Lig. de acuerdo

Fuente: Válek (2007)

En la tabla Nº 2, que corresponde con la variable Motivaciones Sociales mostró en la aplicación de los instrumentos psicométricos el comportamiento siguiente: según la medida de tendencia central un 3,17 de los jóvenes estudiantes universitarios, del sexo femenino, cursantes del cuarto, quinto y sexto semestre de la carrera de Técnico Superior en Educación Preescolar, del Instituto Universitario San Francisco, identifican una baja motivación social en general, de acuerdo al baremo establecido para la categorización de los datos obtenidos y analizados bajo la estadística descriptiva, tales resultados permiten concluir que existe una baja motivación social en los estudiantes universitarios sometidos al estudio.

Igualmente al analizar la dimensión Motivación al Logro se observa una marcada tendencia en sus indicadores a las respuestas categorizadas como moderadamente de acuerdo, con un promedio de 5,40. Así mismo en la dimensión Motivación a la Afiliación, las respuestas obtenidas luego del estudio de los instrumentos aplicados demuestran en el caso de sus indicadores que existe un índice significativo de 4,81 estudiantes completamente de acuerdo con las conductas que reproduce un individuo con Motivación a la Afiliación. Cabe resaltar el comportamiento observado en la dimensión Motivación al poder, la cual obtuvo un promedio de 2,61; en sintonía con lo anterior, el indicador poder benigno obtiene 3,70 en las respuestas lo que indica un ligero acuerdo; no obstante en lo referente al poder explotador se muestran en completo desacuerdo con una media de 4,20.

En consecuencia puede apreciarse atendiendo al baremo elaborado para esta población, que la mayoría de las estudiantes demuestran una marcada tendencia a la motivación al logro con respecto al resto de las motivaciones sociales, empero puede apreciarse que la población está moderadamente de acuerdo con las afirmaciones de esta categoría. De manera similar aunque ligeramente por debajo se ubica la motivación a la afiliación. Lo cual demuestra de forma concluyente que las motivaciones predominantes en las jóvenes estudiantes universitarias de cuarto, quinto y sexto semestre, de la carrera de Técnico Superior en Educación Preescolar son al logro y a la afiliación.

En la siguiente tabla se da respuesta al tercer objetivo específico dirigido a establecer la relación entre autoestima y motivaciones sociales en los jóvenes estudiantes universitarios, del sexo femenino, cursantes del cuarto, quinto y sexto

semestre de la carrera de Técnico Superior en Educación Inicial, del Instituto Universitario San Francisco.

Tabla Nº 3
Correlación Entre Autoestima Y Motivaciones Sociales.

	Autoestima.
Motivaciones Sociales.	0,531
Sig.	0,01
N	73

* La correlación es significativa al nivel: 0.01 (bilateral)

Con la finalidad de establecer la relación entre Autoestima y Motivaciones Sociales en los jóvenes estudiantes universitarios, del sexo femenino, cursantes del cuarto, quinto y sexto semestre de la carrera de Técnico Superior en Educación Inicial, del Instituto Universitario San Francisco, se realizó una prueba de Correlación de Pearson, observándose en la tabla Nº 3, aplicando el programa estadístico SPSS v.12.0.

Al emplearse el paquete estadístico se obtuvo un coeficiente de Correlación de Pearson de 0.531, con un nivel de significancia bilateral del 0.01 determinándose que existe una relación estadísticamente importante entre las variables, representando que el Autoestima y las Motivaciones Sociales se correlacionan positivamente, lo cual indica que a medida que la autoestima se incrementa de forma positiva, de esa misma forma se incrementa las motivaciones sociales.

Discusión de los Resultados

En cuanto a la variable Autoestima, se puede considerar que los datos obtenidos reflejan una congruencia entre cada una de las dimensiones que la conforman. Sin desconocer que las medias determinaron un notable grado de autoestima, de acuerdo al baremo establecido para la categorización de los datos obtenidos se puede concluir que existe una autoestima media en estudiantes universitarias cursantes de la carrera Educación Preescolar sometidos al estudio, dichos resultados divergen con lo expuesto por Albarrán (2004), en su investigación autoestima y rendimiento académico en estudiantes universitarios, quien obtuvo como resultados en su estudio una correlación baja entre autoestima y rendimiento académico en forma directa, Por su parte, Rogers (1967), establece que la autoestima es la composición experiencial constituida por percepciones referidas al Yo, en consecuencia el concepto es netamente subjetivo, puesto cada individuo posee una experiencia individual, muy arraigada a su marco referencial.

En este sentido el docente debe proporcionar consciente y sistemáticamente, actividades que faciliten en los estudiantes el proceso de experimentar la valía que posean las diferencias, lo importante de aprender a escuchar, además de lo imprescindible de asumir la responsabilidad por las propias acciones, sean estas positivas o negativas. Cabe destacar que las personas con una media autoestima, son personas expresivas, dependen de la aceptación social, igualmente tienen alto número de afirmaciones positivas, siendo más moderadas en sus expectativas y competencias que las que poseen una autoestima alta.

Para la dimensión personal, la cual arrojó una media que se la categoriza como alta; se encontró en la población en estudio suficiente capacidad de identificar el

autoestima personal, donde las personas que obtienen alta ponderación al respecto son expresivas, asertivas, con éxito académico y social, confían en sus propias percepciones y esperan siempre el éxito, consideran su trabajo de alta calidad y mantienen altas expectativas con respecto a trabajos futuros, manejan la creatividad, se autorrespetan y sienten orgullo de sí mismos, caminando hacia metas realistas. De igual modo tales resultados conducen a validar los criterios de Coopersmith (1976) quien afirma que la autoestima personal consiste en la evaluación que el individuo realiza y con frecuencia mantiene de sí, en relación con su imagen corporal y cualidades personales, considerando su capacidad, productividad, importancia y dignidad, lleva implícito un juicio personal expresado en la actitud hacia sí mismo.

De igual forma, para la dimensión académica el resultado arrojado por el estudio se categoriza como una autoestima media, Tales resultados coinciden con Coopersmith (1976), el cual afirma que los jóvenes estudiantes son capaces de evaluarse a si mismos, en relación con su desempeño en el ámbito universitario considerando su capacidad, productividad y dignidad, lo cual implica su juicio personal manifestando en la actitud hacia si mismo. Por otra parte, la dimensión familiar también categorizada como una autoestima media, que sostiene la teoría del mencionado autor y consiste en la evaluación que el individuo hace y frecuentemente mantiene en relación con sus interacciones con los miembros de su grupo familiar, implicando un juicio personal . Esto ratifica la tendencia general que clasifica como media la autoestima de la población estudiada.

En cuanto a la dimensión social, los jóvenes estudiantes de Educación Preescolar mostraron según los promedios arrojados de la aplicación de los

instrumentos una notable diferencia respecto a las otras dimensiones, ubicando dicha dimensión como una autoestima social baja, lo que permite establecer que dichos resultados difieren de los criterios que afirma Coopersmith (1976), quien define la dimensión social como la valoración que el individuo realiza y con frecuencia mantiene con respecto a sí mismo en relación con sus interacciones sociales, considerando su capacidad, productividad, importancia y dignidad, lo cual igualmente lleva implícito un juicio personal que se manifiesta en las actitudes asumidas hacia sí mismo, lo cual lleva a evidenciar que la población no se muestra totalmente segura y conforme con la imagen que proyectan hacia sus congéneres.

En relación a la variable Motivaciones Sociales, se puede razonar que los datos aportados por la población en estudio, reflejan una correspondencia entre cada una de las dimensiones que la constituyen. Destacando que los resultados determinaron un desfavorable grado de Motivaciones Sociales, de acuerdo al baremo establecido para la categorización de dicha población, se puede concluir que existe una media baja en el aspecto de Motivaciones Sociales, dichos resultados permiten abordar los señalamientos de Pérez (2002), quien propone un programa para el incremento de las Motivaciones Sociales en docentes de Educación Preescolar, el cual procedió a realizar el programa tomando en cuenta la mayor necesidad de los docentes obteniendo como resultado incrementar los niveles de motivación al logro.

Asimismo, Romero García (1999), define que las motivaciones sociales son redes de pensamientos y afectos que dinamizan, orientan y mantienen la conducta hacia metas interiores y exteriores valorizadas por la persona, de manera que

atacando esta debilidad podría contribuirse de manera importante con las metas de esta población.

En relación a la dimensión motivación al logro, los resultados aportados por parte de los sujetos estudiados, fueron categorizados como una mediana motivación al logro, lo que implica que tales resultados sostienen la teoría de Mc Clelland y Atkinson (1953) quien definen la motivación al logro como el impulso de superación, como el éxito en la competición con un criterio de excelencia. Asimismo se aclara que todas estas situaciones serán parecidas en la medida que el individuo anticipa que su rendimiento conlleva una evaluación favorable o no, produciendo una reacción emocional de orgullo frente al éxito y de vergüenza ante el fracaso.

Simultáneamente es pertinente mencionar a Romero García (1999), quien enfatiza que la motivación al logro es la motivación humana por excelencia, pues no es compartida por ninguna otra especie. En este sentido señala que la máxima expresión de la misma es el desarrollo personal, el cual tiene características absolutamente personales, puesto que una vez mas se destaca pertenece al marco referencial individual.

En la referente a la dimensión afiliación sus resultados manifestaron que la población estudiada presentan una categoría de mediana motivación a la afiliación, lo que indica que tales índices difieren con Galiot (2004), en su estudio clima organizacional, motivación al trabajo y actitud hacia el cambio en docentes universitarios quien evidencia debilidades en los indicadores en materia de comunicación y estructura del clima organizacional, niveles cognitivo y afectivo de la actitud hacia el cambio y procedimientos inadecuados en materia de motivación

hacia el trabajo. Por su parte Mc Clelland (1970), señala que la motivación a la afiliación es una forma de conducta social que responde a un impulso que se satisface mediante la creación y disfrute de vínculos afectivos con otra u otras personas.

Asimismo, Romero García (1999), define la motivación de afiliación como una red de conexiones cognitivo-afectivas relacionadas con el sentirse bien consigo mismo y los demás. En este tipo de motivación lo esencial es el cuidado de sí mismo y de otras personas, lo cual impulsa a privilegiar la vida afectiva propia y la ajena, atribuyendo a ésta una importancia a veces desmedida.

De igual forma en la dimensión motivación al poder, sus resultados manifestaron que la población estudiada presenta una categoría de baja motivación al poder, lo que indica que tales resultados discrepan con Mc Clelland (1970), quien señala que la motivación al poder es la necesidad interior que determina la conducta de un individuo hacia el objetivo de influenciar a otro ser humano o a un grupo de ellos.

De la misma forma Winter (1973), señala que mediante el impacto de esta conducta se inicia o establece el poder, el control ayuda a mantener el mismo y la influencia permite extender o recuperar el poder. Se hace necesario destacar que a pesar de presentar una media categorizada como baja, el mayor puntaje lo obtuvo el poder benéfico, lo cual es un indicativo, como lo señala Romero García (1999), cuando señala que es una evidencia de ejercer control de emociones, con el objeto de disponer de fortaleza interior (coraje), convirtiéndose en un impulsor prosocial de metas, ejerciendo el poder en beneficio del bien común. Estos aspectos se

encuentran claramente identificados con las necesidades de dominar, ganar una reputación, obtención de un status y logro de una posición.

En resumen es evidente que la serie de conductas anteriormente descritas en los jóvenes estudiantes universitarios, del sexo femenino, cursantes del cuarto, quinto y sexto semestre de la carrera de Técnico Superior en Educación Preescolar, del Instituto Universitario San Francisco, sellan las Motivaciones Sociales como individuos; de acuerdo al mayor o menor grado de las mismas, lo que hace posible identificar el tipo de motivación social que predomina en los sujetos en estudio. Se hace necesario aclarar que todas las personas poseen los tres tipos de motivaciones: al logro, a la afiliación y al poder, no obstante lo que la diferencia es el grado de intensidad en que cada una se expresa.

En este caso resulta evidente que la Motivación Social predominante en la muestra constituida por 73 estudiantes universitarias del cuarto, quinto y sexto semestre de la carrera de Educación Preescolar, del Instituto Universitario San Francisco, es la Motivación al logro, haciendo la salvedad que se encuentra ubicada en un nivel medio, lo cual permite evidenciar que es un aspecto susceptible de incrementarse, destacando como lo argumenta Romero García (1999), que para cada persona el éxito es relativo, mientras que algunos establecen metas ambiciosas, otros se conforman con solo subsistir.

Conclusiones

Una vez realizado el análisis y discusión de los resultados a través de la aplicación de los procesos estadísticos, los cuales permitieron alcanzar el objetivo general planteado en la presente investigación, cuyo propósito es determinar la

relación entre autoestima y motivaciones sociales en los jóvenes estudiantes universitarios, del sexo femenino, cursantes del cuarto, quinto y sexto semestre de la carrera de Técnico Superior en Educación Preescolar del Instituto Universitario San Francisco, por consiguiente se llegaron a las siguientes conclusiones:

En relación al primer objetivo: Identificar el grado de autoestima en los jóvenes estudiantes universitarios, del sexo femenino, de la carrera de Técnico Superior en Educación Preescolar del Instituto Universitario San Francisco, Se puede afirmar que dichos sujetos en estudio, demuestran un nivel valorativo medio concluyendo que hay una estrecha relación entre los aspectos personales, académicos, familiares y sociales, ya que el individuo crece en un ámbito bio - psico - social con costumbres y con una cultura que a través de la familia son transmitidos al ser.

En lo concerniente al segundo objetivo específico diseñado para identificar la motivación social predominante en los jóvenes estudiantes universitarios, del sexo femenino, de la carrera de Técnico Superior en Educación Preescolar, del Instituto Universitario San Francisco. La población estudiada muestra un nivel bajo en referencia a las Motivaciones Sociales, lo que indica que los estudiantes de Educación Preescolar presentan en la dimensión de logro un grado medio de motivación, al igual que la motivación a la afiliación, sin embargo, en cuanto a la motivación al poder, se evidenció la existencia de una baja motivación. Lo cual trae como efecto colateral una limitación para controlar sus emociones, con el objeto de disponer del coraje necesario para impulsar sus metas y ejerciendo el poder para el bien común.

Esto a su vez es un indicativo de que el individuo debe desear e interiorizar cada acción emprendida en su labor diaria, definiéndose como el accionar del individuo hacia las metas propuestas. Entonces, es claro que las Motivaciones Sociales afectan todo el funcionamiento del individuo, de forma intrapersonal y extrapersonal. Que se aprecia en la reducción de sus necesidades, con la finalidad de alcanzar metas altamente valoradas.

Seguidamente el tercer objetivo específico propuesto es establecer la relación entre autoestima y motivaciones sociales en los jóvenes estudiantes universitarios, del sexo femenino, de la carrera de Técnico Superior en Educación Preescolar, del Instituto Universitario San Francisco. Se puede concluir que existe una correlación estadísticamente positiva entre las variables, Autoestima y Motivaciones Sociales, lo cual indica que a medida que la Autoestima se incrementa de forma positiva, de esa misma forma se incrementan las Motivaciones Sociales, lo cual permite afirmar que incrementando la primera, se potencian las demás variables de estudio.

Recomendaciones

Una vez comprendidas y analizadas las conclusiones se establece un cúmulo de recomendaciones con relación a la presente investigación en función de señalar sugerencias para la búsqueda del mejoramiento de la Autoestima y las Motivaciones Sociales de los estudiantes de educación superior.

En relación, a la autoestima se sugiere que los estudiantes realicen talleres de actualización sobre la temática, donde se enfatice la importancia de esta en el ámbito personal y ejercicio profesional, haciendo énfasis en el aspecto familiar y social, donde un gran número de jóvenes presenta una marcada deficiencia. Como valor

agregado podría sugerirse igualmente realizar estas mismas actividades con los familiares de las estudiantes, para contribuir como una plataforma de apoyo a estas. De igual manera se sugiere la conformación de un equipo multidisciplinario de bienestar estudiantil, donde se encuentren profesionales como psicólogos, orientadores y trabajadores sociales, entre otros.

Igualmente resultaría productivo constituir grupos de retroalimentación y crecimiento personal permanente, haciendo énfasis en el aspecto psico-social de la personalidad, los cuales puedan constituir un piso de apoyo cara a cara, es decir enfatizando la parte personal, donde se les brinden herramientas que las ayuden a conocerse a sí mismas, generar la empatía grupal, métodos y técnicas de estudio, y algo verdaderamente importante a trazar su proyecto de vida, sobre metas realistas lo cual traerá como consecuencia unas expectativas saludables hacia el futuro.

En lo referente a las Motivaciones Sociales: motivación al logro, motivación a la afiliación y motivación al poder, se sugiere que los educandos participen de jornadas, seminarios y otros sobre las temáticas antes expuestas que les permitan identificar la importancia de dichos procesos motivacionales en el desarrollo laboral de los mismos. Cabe destacar muy especialmente que existen una serie de paradigmas que sería importante revisar para relanzarlos de una forma positiva, puesto que estos limitan en cierto grado el avance de la juventud y por ende del país.

Entre otras cosas importantes se hace necesario resaltar la importancia que tiene establecer metas verdaderamente alcanzables, empleando las herramientas adecuadas para ello, siendo constante con el objetivo propuesto, es decir

adquiriendo un verdadero compromiso con el mismo. Vale la pena intentarlo puesto que puede significar el éxito para muchas personas que ignoran como alcanzarlo.

Se recomienda continuar efectuando estudios sobre la relación entre estas variables en otras carreras, a fin de determinar similitudes y diferencias entre los resultados y afinar si estos resultados están vinculados con edad, tipo de carrera, entre otras.

Realizar estudios posteriores con información proveniente de entrevistas, donde se indague sobre patrones familiares de crianza, modelos de conductas de logro en el hogar, valor del logro en las instituciones educativas y examinar los mensajes provenientes de la cultura venezolana... ¿estarán estos orientados al fomento del logro en sus ciudadanos?, ¿qué conducta valora más el venezolano?

Ulteriormente se recomienda, promover un modelo de análisis que permita aproximarse a los aspectos de la formación permanente de los educandos en términos profesionales, permitiendo una autoevaluación constante y una autorreflexión permanente, el mismo proceso debe ser realizado por aquellos profesionales encargados de su formación profesional y personal.

Presentar los resultados de la presente investigación a la organización objeto de estudio con el propósito que esta pueda emprender los correctivos necesarios a las limitaciones evidenciadas por los sujetos investigados, y de esta manera poder contribuir con el mejoramiento del sistema educativo venezolano, sobre todo teniendo en cuenta muy especialmente que se están formando futuros docentes,

modeladores de conductas en Educación Inicial, quienes a su vez multiplican sus propias carencias y limitaciones por cada uno de los niños que atienden.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, Arous, Serrano y Vargas (2002). Diseño de estrategias para el y maestros del Preescolar Los Angelitos. Tesis de pregrado, Universidad Rafael Belloso Chacín, Maracaibo.
- Albarrán, Y., (2004). Autoestima y rendimiento académico en estudiantes universitarios. Tesis de maestría. Universidad Rafael Urdaneta, Maracaibo
- Ander Egg, E. (1989). Técnicas de Investigación Social. Argentina. Humanistas.
- Barroso, M. (1998). Autoestima del Venezolano: Democracia o Marginalidad. Galac.
- Barroso, M. (1998). Autoestima del Venezolano: Ecología o Catástrofe. Galac.
- Betancourt, C. (1986). Adaptación del Inventario de Autoestima de Coopersmith forma "C". Venezuela. Instituto Nacional de la Juventud.
- Branden, N. (1995). Los seis pilares de la autoestima. España. PAIDOS.
- Coopersmith, S. (1976). Estudio sobre la estimación propia. Psicología Contemporánea. Selections Scientifics American. Madrid. Blume.
- Coopersmith(1990). The antecedents of self- esteem. Consulting Psychologists Press. 3rd edition. EE.UU.
- Cortés de Aragón, L. (1999). Autoestima. Comprensión y Práctica. San Pablo.
- Chávez, N. (2001). Introducción a la Investigación Educativa. Venezuela. Grafiel.
- Delors, J. (1996). La Educación encierra un tesoro. Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la Educación para el siglo XXI. España. Santillana
- Feldon, R. (1994). Psicología con aplicaciones en Iberoamérica. España. Trillas.
- Flores, M. (2004). Estrategias didácticas de reforzamiento de valores universales en la modalidad de Educación de Adultos. Tesis de maestría. Universidad Rafael Belloso Chacín, Maracaibo
- Galiot, J. (2004). Clima organizacional, motivación al trabajo y actitud hacia el cambio en docentes universitarios. Tesis de maestría. Universidad Rafael Belloso Chacín, Maracaibo.
- Hernández, R. (2003). Metodología de la Investigación. Cuba. Félix Varela.

- Lansing, J.B. Y Heyns, R. (1959) Motivación y Emoción. Mc Graw Hill.
- Leal, J. (2002). Cultura organizacional y motivaciones sociales en el sector educativo. Tesis de maestría. Universidad Rafael Urdaneta, Maracaibo.
- Linares, L. (2003). Autoestima desempeño de la gestión local de los Alcaldes del Estado Trujillo. Tesis de maestría. Universidad Rafael Beloso Chacín, Maracaibo.
- Mc Adams, D. y Losoff, M. (1984). Motivación y Emoción. Mc Graw Hill.
- Mc Clelland, D y Atkinson J. (1953). Motivación y Emoción. Mc Graw Hill.
- Mc Clelland, D y Atkinson J. (1970). Informe sobre el perfil motivacional observado en Venezuela, años 1930, 1950, 1970. Fundación Venezolana para el Desarrollo de Actividades Socio- económicas. FUNDASE. Caracas.
- Mc Clelland, D y Atkinson J. (1985). Motivación y Emoción. Mc Graw Hill.
- Mc Clelland, D y Atkinson J. (1989). Estudios de la motivación humana. España. NARCEA.
- Morales, H. (2002). Un programa integrador en la ética de la Gerencia Educativa para la planificación de la enseñanza universitaria. Tesis de maestría. Universidad Rafael Beloso Chacín, Maracaibo.
- Papalia, D. Y Wendkos, S. (1997). Serie Psicología del Desarrollo Humano. Volumen II. Mc Graw Hill.
- Papalia, D. Y Wendkos, S (2003). Psicología. Mc Graw Hill.
- Pérez, N. (2003). Programa de motivación al logro, dirigido a facilitadores para mejorar el aprendizaje del participante adulto. Tesis de maestría. Universidad Rafael Urdaneta, Maracaibo.
- Pérez, G. (2002). Programa para el incremento de las motivaciones sociales en docentes de Educación Preescolar. Tesis de maestría. Universidad Rafael Beloso Chacín, Maracaibo.
- Porque, C. (2003). Cultura organizacional y autoestima de los Gerente de la I y II etapa de Educación Básica. Tesis de maestría. Universidad Rafael Beloso Chacín, Maracaibo.
- Raffini, J. (1998). 100 maneras de incrementar la motivación en clase. España. Troquel.

- Rogers, C. (1967). Psicoterapia y relaciones humanas. Ediciones Araguara. España.
- Romero, O y Salom de Bustamante, C. (1990). Instrumentos para medir motivaciones sociales. Venezuela. Instituto de Investigaciones Psicológicas. Facultad de Medicina. Universidad de los Andes (U.L.A.)
- Romero, O. (1991). Crecimiento psicológico y motivaciones sociales. 1era Edición. Venezuela. ROGYA, C.A.
- Romero, O. (1999). Crecimiento psicológico y motivaciones sociales. 3era Edición, actualizada. Venezuela. ROGYA, C.A.
- Sierra, R. (2003). Técnicas de Investigación Social. Argentina. Paraninfo.
- Shiffer, F. (1987). Problems in the Measurement of Gronht. EE.UU. Mc Millan.
- Tójar, J, Serrano J. Ética e investigación Educativa. Universidad de Málaga, RELIEVE, vol 6, n2. Consultado en <http://www.uv.es/RELIEVE/v6n2>
- Universidad Central de Venezuela, Testoteca de la Escuela de Psicología (1981), Código de Ética del Psicólogo, Consultado en <http://www.ucv.ve/humanidades>.
- Vale, P. (2006). Motivaciones sociales y satisfacción laboral del docente de aula de Educación Inicial. Tesis de maestría. Universidad del Zulia, Maracaibo
- Winter, A. (1973). Motivación y emoción. Mc Graw Hill. Desarrollo de la autoestima en niñas y niños de 3 a 5 años, dirigidos a padres

ANEXOS