

La autoestima y las prioridades personales de valor. Un análisis de sus interrelaciones en la adolescencia

Lucía I. Llinares Insa*, M^a Angeles Molpeceres Pastor y Gonzalo Musitu Ochoa

Universidad de Valencia

Resumen: Este estudio hace un análisis de las relaciones existentes entre algunas dimensiones del autoconcepto y las prioridades de valor. Se utilizaron dos escalas, el cuestionario de autoconcepto (AUT30) y el Cuestionario de Valores de Schwartz. Los resultados indican que no existe un perfil de valores distintivo y coherente que se asocie con mayor probabilidad a una autoestima global elevada. En cambio, cuando se analizan separadamente las diversas dimensiones de la autoestima –en este caso académica y física–, éstas sí se relacionan significativa y coherentemente con ciertas prioridades de valor. Los adolescentes con alta autoestima académica tienden a priorizar en mayor medida valores prosociales, de conformidad y de autodirección. Los adolescentes con alta autoestima física tienden a priorizar valores de autobeneficio y de seguridad. Se comentan las implicaciones de estos resultados y se sugieren líneas futuras de investigación.

Palabras clave: Autoconcepto, autoestima, valores personales, adolescencia.

Title: Self-esteem and personal value priorities. An analysis of their relationship in adolescence.

Abstract: This study examines the relationship between several dimensions of the self-concept and individual value priorities. A Self-concept Questionnaire (AUT30) and the Schwartz Value Survey were administered. Results show that there is not an identifiable coherent value profile linked to high global self-esteem. However, when different dimensions of self-esteem are separately analyzed –i.e., academic and physical self-esteem–, a distinctive coherent value profile emerges that significantly relates to each of them. Adolescents with high academic self-esteem attach a greater weight to prosocial, conformity and self-direction values. Adolescents with high physical self-esteem regard self-enhancement and security values as relatively more important. Results are discussed and future lines of research are suggested.

Key Words: Self-concept, self-esteem, personal values, adolescence

Introducción

La estructuración y organización del conocimiento es un tema de particular interés para la psicología social. Gracias fundamentalmente a la aportación de Rokeach, los valores empezaron a ser considerados en la investigación psicosocial estructuras cognitivas que se sitúan en el nivel de representación simbólica y que se relacionan con otras estructuras de conocimiento. Rokeach (1973) parte de la consideración de los valores como creencias personales de carácter prescriptivo o normativo que están mediatizadas por el contexto social.

Más específicamente, Rokeach plantea que el sistema de creencias del sujeto está formado por un núcleo relativamente pequeño de

creencias resistentes al cambio, a la vez que por gran cantidad de creencias periféricas progresivamente más variables y específicas. Tanto unas como otras se organizan, ordenándose de forma jerárquica, para formar un sistema de creencias funcionalmente interconectado (Rokeach, 1960). El núcleo central del sistema cognitivo está conformado por creencias autorreferentes, cogniciones que una persona tiene sobre sí misma y que suelen designarse como *autoconcepto* (Strauman y Higgins, 1993). Debido a su centralidad, el autoconcepto es una estructura cognitiva que interviene en el procesamiento de cualquier modalidad informativa y permite, de este modo, categorizar, explicar y evaluar la experiencia (Harter, 1996; Stein, 1996). Entre sus funciones intra e interpersonales cabe destacar su capacidad incentivadora y motivadora, que posibilita el establecimiento de metas deseadas por el sujeto (Cross y Markus, 1990). Vinculadas a las concepciones sobre nosotros mismos tenemos ciertas preferencias por modos de conducta o estados ideales de exis-

* **Dirección para correspondencia:** Lucía I. Llinares Insa. Dept^o de Psicobiología y Psicología Social. Universidad de Valencia. Avda. Blasco Ibáñez, 21, 46010 Valencia (España).
E-mail: lucia.llinares@uv.es

tencia. En relación con las mismas se definen los *valores*, que son concepciones de lo deseable con un considerable grado de abstracción y estabilidad. Son estándares o criterios que permiten juzgar como deseable o indeseable un medio o un objetivo de acción determinado. Por último, y situadas en la periferia de los valores, las *actitudes* se plantean como más susceptibles de transformación y más circunscritas en su aplicación. Estas últimas constituyen complejas organizaciones de creencias existenciales, evaluativas, prescriptivas y causales en torno a un objeto o secuencia de eventos (Rokeach, 1973, 1979).

La relación de dependencia funcional entre los valores y las actitudes ha sido demostrada empíricamente en abundantes investigaciones (cf. Ros, 2001 para una revisión). Sin embargo, no sucede lo mismo con la relación entre el autoconcepto y los sistemas de valores individuales, que es el objeto de estudio de esta investigación. Aunque se hipotetiza una estrecha relación entre los valores y el autoconcepto, no existe mucha evidencia de la naturaleza de la misma.

Entre las investigaciones que se ocupan de la relación entre autoconcepto y valores, se pueden distinguir dos enfoques fundamentales. El primero atañe a las relaciones entre determinados perfiles de valores e identidades sociales específicas. El segundo concierne a las relaciones entre las prioridades de valor del sujeto y su nivel general de autoestima.

Desde el primer punto de vista, los valores se han considerado antecedentes de ciertas identidades de los individuos. Por ejemplo, algunas investigaciones transculturales han mostrado cómo un perfil de valores sirve de orientación a determinados tipos de *self* (Schwartz, 1994; Triandis, 1995). Otros trabajos han hallado relaciones significativas entre las prioridades de valor del sujeto y ciertos tipos de identidad social, tales como la identidad nacional (Grad, 2001), la autodefinition política (Barnea y Schwartz, 1998; Ros, Grad, Álvaro y Garrido, 1996) o la identidad de género (ver Prince-Gibson y Schwartz, 1998, para una revisión exhaustiva sobre este último aspecto). Es-

tos trabajos tienen importancia porque sugieren que las prioridades de valor que son relevantes para la identidad de los individuos difieren en función de la dimensión específica de la identidad que se considere.

Desde el segundo punto de vista, la preservación de un autoconcepto positivo se considera una motivación crucial en la selección y el mantenimiento de ciertas prioridades de valor. Éste es un supuesto básico que ha guiado la mayoría las propuestas de intervención para el cambio de valores. La mayoría de dichas intervenciones parten de la consideración de que los valores se mantienen en la medida en que favorecen un autoconcepto positivo y congruente con las demandas sociales de competencia y moralidad que el sujeto percibe asociadas a sus roles (Rokeach, 1979). La eficacia de las técnicas de autoconfrontación de valores parece indicar que los sujetos tienden a modificar significativamente sus prioridades de valor y la coherencia de éstas con la conducta con el fin de lograr un autoconcepto positivo (Ball-Rokeach, Rokeach y Grube, 1984).

Sin embargo, la relación funcional entre las prioridades de valor y un autoconcepto positivo, que constituye uno de los postulados nucleares de la teoría de los valores de Rokeach, rara vez ha sido investigada de forma directa y sistemática. En opinión de Schwartz (1996), el sistema conceptual de Rokeach tenía un inconveniente que dificultaba la investigación sistemática de la relación entre los valores y cualquier otra variable, como por ejemplo la autoestima. Según este autor, Rokeach nunca llegó a desarrollar una teoría acabada acerca del contenido y la estructura del sistema de valores; esto es, acerca de los tipos de valores que existen y las relaciones que hay entre ellos. Esta carencia hace que, como mucho, Rokeach pudiera aspirar a relacionar conductas u otras variables con valores aislados, pero no con el sistema global de valores (ver Schwartz, 1996 o Schwartz, 2001, para una exposición más extensa de este argumento). Es claro que, para Schwartz, su propia teoría de los valores, que postula su división en diez tipos motivacionales y determinadas relaciones de afinidad u oposi-

ción entre ellos que conforman una estructura circular, sí proporciona la base necesaria para indagar las relaciones entre el sistema personal de valores y una variable externa al mismo, como puede ser la autoestima.

En este sentido, ya Schwartz y Bilsky (1990) obtuvieron un resultado sugerente sobre las relaciones entre valores y autoestima a partir de datos de veinte naciones. Estos autores, mediante técnicas de escalamiento multidimensional, encontraron que el ítem 'respeto a mí mismo' estaba localizado espacialmente en el centro del sistema de valores, en el punto en el que todos los tipos de valores convergen. Esta ubicación espacial, que se debe a la estrecha relación que guarda el respeto a sí mismo con varios tipos distintos de valores —como los valores prosociales, de madurez, de logro y de autodirección—, apoya la centralidad de la preservación del autoconcepto en el sistema de valores.

En un trabajo posterior, Schwartz y Sagiv (1995) analizaron con más detalle el patrón de interrelaciones que mostraba el respeto a sí mismo con los tipos de valores, a partir de los datos de 88 muestras procedentes de 40 naciones. Este ítem era relativamente variable en su localización espacial dentro de la representación gráfica del sistema de valores, y no mostraba un significado consistente e inequívoco a través de todas las muestras utilizadas en la investigación. Los autores interpretan que esto sucede porque las bases en las que se asienta el sentimiento de la propia valía son potencialmente muchas, y varían en las distintas muestras consideradas. Por ejemplo, hay sujetos que fundamentan su propia valía sobre todo en la realización de sus ambiciones personales y la consecución de reconocimiento social, y para éstos el respeto a sí mismos aparece fundamentalmente asociado a los valores de logro. En cambio, otros fundamentan su autoestima en el establecimiento de criterios propios de pensamiento y acción, y para ellos el respeto a sí mismos está vinculado a la autodirección (ver Schwartz y Sagiv, 1995).

Planteamiento de la investigación

El objetivo de este trabajo es establecer si existe un determinado perfil de prioridades de valor que resulte particularmente funcional para la preservación de la autoestima en la adolescencia.

Para ello, se parte de la idea de que la autoestima es un constructo multidimensional; es decir, que la autovaloración global del sujeto se deriva de la evaluación que hace de sí mismo en distintos aspectos y ámbitos relacionales, evaluaciones que no necesariamente están correlacionadas entre sí (ver García y Musitu, 1999).

Se asume también aquí la concepción de Schwartz (1992) del sistema individual de valores como un sistema integrado de tipos de valores que responden a diferentes motivaciones y que guardan entre sí relaciones predecibles de compatibilidad y conflicto. Por ejemplo, los valores de autodirección, que responden a la motivación de control y acción independiente sobre el entorno tenderán a contraponerse a los valores de conformidad, que responden a la motivación de preservar la armonía social sometiendo a las expectativas ajenas (para una exposición extensa de la teoría, ver Schwartz, 1992). Los tipos de valores que Schwartz propone se presentan en la tabla 1, y las principales relaciones de oposición postuladas entre los mismos en la tabla 2.

Hipótesis

Partiendo de estas dos bases, la hipótesis fundamental que sustenta este trabajo es que son diferentes los tipos de valor que resultan relevantes para distintas dimensiones de autoconcepto.

En los distintos ámbitos o aspectos en que el sujeto se autoevalúa, las demandas pueden ser diferentes, y consiguientemente lo serán también las conductas que garantizan un funcionamiento adaptativo y una autovaloración positiva. De esta idea se deduce que los tipos de valores que más directamente promuevan las conductas adecuadas para ser valorado positivamente en un ámbito o aspecto

sitivamente en un ámbito o aspecto determinado podrían ser más prioritarios para los sujetos que manifiestan una elevada autoestima en ese aspecto o ámbito concreto. Por ejemplo, si la limpieza y el aseo son componentes importan-

tes del ideal dominante de belleza física, se esperaría encontrar que los sujetos de mayor autoestima física concedan mayor importancia relativa al valor 'limpio'.

Tabla 1: Tipos de valor postulados por Schwartz (1992).

TIPOS DE VALOR	MOTIVACIÓN A LA CUAL RESPONDEN
Poder	Domínio de las otras personas y de los recursos
Logro	Éxito social mediante la demostración de competencia
Hedonismo	Placer y gratificación sensorial
Estimulación	Variedad, novedad y reto en la vida
Autodirección	Pensamiento independiente y elección de la propia acción
Universalismo	Aprecio, tolerancia y protección del bienestar de todas las personas y de la naturaleza
Benevolencia	Fomento del bienestar de las personas cercanas
Tradicón	Respeto, aceptación y reproducción de costumbres e ideas tradicionales
Conformidad	Restricción de impulsos que puedan dañar a otros o violar las expectativas sociales
Seguridad	Seguridad y estabilidad del orden social, de las relaciones y del propio organismo

Tabla 2: Principales relaciones de incompatibilidad postuladas por Schwartz (1992)

Autodirección y Estimulación <i>versus</i> Conformidad, Tradición y Seguridad	Énfasis en la apertura al cambio y la acción independiente frente al énfasis en la estabilidad y el conservadurismo
Universalismo y Benevolencia <i>versus</i> Poder y Logro	Énfasis en la preocupación por el bienestar de otros frente al énfasis en el propio éxito y dominio
Hedonismo <i>versus</i> Conformidad y Tradición	Énfasis en la indulgencia a los propios deseos frente al énfasis en la sumisión a las restricciones externas

Al mismo tiempo, como la autoestima global del sujeto se deriva de la valoración que hace de sí mismo en ámbitos y aspectos cuyas demandas de conducta pueden ser independientes e incluso contradictorias entre sí, no se espera encontrar un perfil coherente y distintivo de valores que se asocie a una mayor autoestima global del sujeto.

Método

Muestra

La muestra de este estudio está compuesta por 2.078 estudiantes de la Comunidad Valenciana con edades comprendidas entre los 12 y 18 años. En ella existe representación suficiente de ambos sexos, aunque el porcentaje de mujeres (58,66%) es superior al de varones (41,34%). A todos ellos se les administraron dos escalas: el cuestionario de autoconcepto

AUT30 y el Cuestionario de Valores de Schwartz.

Instrumentos

La Escala AUT30 atiende sobre todo a la dimensión evaluativa del autoconcepto, por lo que puede considerarse una escala de autoestima. Consta de treinta ítems que evalúan el concepto que el adolescente tiene de sí mismo en diversas dimensiones y ámbitos relacionales. Es una escala de tipo Likert cuya modalidad de respuesta es una dimensión continua de 01 a 99. Para su elaboración se extrajeron ítems de Tennessee Self-Concept Scale, desarrollada por Fitts (1965) y de la escala EAA89 desarrollada por Musitu (1989). Los ítems del cuestionario se distribuyen en cinco factores: el autoconcepto académico, el autoconcepto social, el autoconcepto físico, el autoconcepto emocional y el autoconcepto familiar. El Coeficiente Alpha de la escala completa en esta muestra es de $\alpha = 0,83$, lo que indica una buena consistencia interna del cuestionario.

El Cuestionario de Valores de Schwartz (CVS) consta de cincuenta y seis ítems. A cada uno de los ítems se le asocia una escala asimétrica de -1 a 7 en la que el sujeto debe señalar la importancia de dicho valor como principio-guía en su vida. Los ítems del cuestionario teóricamente se distribuyen en diez dimensiones supuestamente universales que responden a distintas motivaciones subyacentes a los valores que las integran. Estas dimensiones o tipos motivacionales son el hedonismo, la estimulación, la autodirección, el universalismo, la benevolencia, la conformidad, la tradición, la seguridad, el poder y el logro (ver tabla 1 en el planteamiento de la investigación). El Coeficiente Alpha de la escala completa en esta muestra es de $\alpha = 0,90$, lo que indica que posee una elevada fiabilidad y consistencia interna.

Procedimiento de análisis

A los datos obtenidos se les aplicaron los siguientes análisis. Para identificar la estructura

del sistema de valores se realizó un Escalamiento Multidimensional no métrico, el Smallest Space Analysis (SSA) de Guttman-Lingoes, a partir de cuyos resultados se construyeron los índices de los diversos tipos de valor. Para identificar la estructura interna de la escala de autoconcepto se realizó un Análisis Factorial de Componentes Principales con Rotación Varimax.

Para analizar la relación entre el autoconcepto y el sistema de valores se calcularon los Coeficientes de Correlación Parcial controlando el sexo y la edad de los adolescentes. Por medio de un Análisis Cluster, se clasificó a los adolescentes en función de su nivel de autoestima global. Posteriormente, se realizó una comparación de medias para muestras independientes para comprobar si existían diferencias en las prioridades personales de valor en función de la mayor o menor autoestima global de los adolescentes. Después, se realizaron tres Análisis de Función Discriminante para identificar cuáles son las dimensiones de valor que discriminan en mayor medida entre los adolescentes en función de su nivel de autoestima, tanto en el plano global como en las dimensiones específicas de autoestima académica y física.

Resultados

Dimensiones del sistema de valores y del autoconcepto

Para identificar los tipos motivacionales que integran el sistema de valores de los sujetos de esta muestra se realizó un SSA de Guttman-Lingoes, siguiendo las recomendaciones del autor del cuestionario (ver Schwartz, 1992). La solución final del escalamiento requirió de 12 iteraciones y mostró un coeficiente de alienación de 0.236, lo que supone que esta configuración explica un 76.4% de la varianza de las puntuaciones.

La tabla 3 presenta los ítems que definen cada uno de los tipos de valor en los adolescentes de esta muestra. La dimensionalización se ajusta bastante bien a la

se ajusta bastante bien a la estructura propuesta por Schwartz (1992, 2001). En realidad, únicamente difiere de ella en que estos adolescentes no distinguen con claridad entre los valores universalistas y los de benevolencia y, por ello, ambos tipos motivacionales configuran una región combinada de valores prosociales. Por lo demás, tanto los ítems que integran los tipos de

valor como las relaciones de afinidad u oposición entre los diversos tipos, manifiestas en la distribución espacial de los ítems en la representación gráfica del SSA, se adecuan plenamente a la teoría de Schwartz.

Para cada tipo de valor se creó un índice promediando las puntuaciones del sujeto en los ítems específicos que lo definen (ver tabla 3).

Tabla 3: Ítems que definen las dimensiones de valor y componen los índices en esta muestra

DIMENSIONES DE VALOR	ÍTEMS
Autodirección	Creatividad, independiente, libertad, elegir mis metas, respeto a mí mismo
Universalismo/benevolencia	Sabiduría, amistad verdadera, abierto, armonía interior, igualdad, justicia social, honesto, un mundo en paz, dispuesto a perdonar, protector del medio, unión con la naturaleza, servicial, responsable, amor maduro, leal.
Tradición	Respeto por la tradición, distanciamiento, devoto, aceptar mi vida, humilde
Conformidad	Autodisciplina, cortesía, honrar a los mayores, obediente
Seguridad	Sano, orden social, limpio, seguridad nacional
Poder	Poder social, riqueza, autoridad, preservar mi imagen, reconocimiento social
Logro	Ambicioso, triunfador, inteligente, capaz
Hedonismo	Placer, gozar de la vida
Estimulación	Una vida excitante, audaz, una vida variada

Para identificar la estructura de la escala de autoconcepto se realizó un Análisis de Componentes Principales con rotación Varimax que dio como resultado cinco factores ortogonales que conjuntamente explican un 53% de la varianza total. A partir del contenido de los ítems con mayor saturación en cada uno de ellos, estos cinco factores se denominaron autoconcepto académico, autoconcepto social, autoconcepto emocional, autoconcepto familiar y autoconcepto físico. El *autoconcepto académico*, que explica un 13.7% de la varianza, hace referencia a las autoconcepciones que la persona tiene como estudiante y las autopercepciones producto de la interacción con los profesores. El *autoconcepto social*, que explica un 9.3% de la varianza, hace referencia a las autoconcepciones derivadas de la interacción con el grupo de pares y a las correspondientes a la capacidad de relación. El *autoconcepto emocional*, que explica un 9.3% de la varianza, hace referencia a las autoconcepciones acerca de la mayor o menor capacidad para mantenerse equilibrado en las distintas situaciones de la vida y de afrontar situaciones de interacción con los adultos y figuras

de autoridad que pueden ser fuentes de tensión. El *autoconcepto familiar*, que explica un 11% de la varianza, hace referencia a las autoconcepciones producto de la interacción familiar. Por último, el *autoconcepto físico*, que explica un 9.6% de la varianza, hace referencia a las autoconcepciones acerca del aspecto físico, la apariencia externa y la competencia deportiva.

Relación entre las prioridades de valor individuales y la autoestima

Correlación entre los tipos de valores y la autoestima

La tabla 4 presenta las correlaciones parciales entre las dimensiones de valores y las de autoconcepto controlando el sexo y la edad. Se controló la influencia de estas variables porque otros análisis revelaron que tanto las diversas dimensiones de la autoestima como las prioridades de valor diferían significativamente en función del sexo y la edad de los adolescentes (ver Llinares, en prensa). Los resultados, como puede verse por los coeficientes destacados en

negrita en la tabla 4, muestran un gran número de correlaciones significativas entre muchos tipos de valor y casi todas las dimensiones del autoconcepto. Sin embargo, cabe hacer algunas observaciones.

La autoestima emocional apenas presenta correlaciones significativas con las prioridades de valor. La autoestima social correlaciona significativamente con todas ellas, si bien el tamaño de las correlaciones es pequeño y las diferencias de magnitud entre los coeficientes asociados a los diversos tipos de valor son ligeras. En las tres dimensiones restantes se manifiesta con mayor claridad que algunos tipos de valor son más relevantes que otros para la preservación de la autoestima en los aspectos que dichas dimensiones designan. La autoestima académica correlaciona sobre todo con valores de conformidad, de logro, de universalismo/benevolencia y de autodirección. La autoestima familiar correlaciona sobre todo con valores de conformidad, de seguridad, de universalismo/benevolencia y de tradición. La autoestima física correlaciona sobre todo con los

tipos de valor tendentes al autobeneficio y con algunos valores conservadores, como son el poder, la seguridad, el logro y la conformidad.

Clasificación de los sujetos en función de su autoestima

Con el fin de profundizar en la relación entre las prioridades de valor y el grado de autoestima, se procedió a la clasificación de los adolescentes en función de su nivel de autoestima mediante un análisis de conglomerados no jerárquico. Los resultados del Análisis Cluster, que aparecen en la tabla 5, muestran que las dos dimensiones que diferencian en mayor medida entre grupos son la autoestima académica y la autoestima física. El grupo 1, al que denominamos de *baja autoestima global*, se caracteriza sobre todo por una escasa autoestima académica y física. El grupo 2, de *alta autoestima global*, se caracteriza sobre todo por una elevada autoestima académica y física.

Tabla 4: Matriz de correlaciones entre tipos de valor y dimensiones de autoestima y probabilidades asociadas

Valor	Autoestima Académica		Autoestima Familiar		Autoestima Social		Autoestima Física		Autoestima Emocional	
	Corr	p	Corr	p	Corr	p	Corr	p	Corr	p
Estimulación	-,0399	,071	,0402	,069	,1332	,0005	,1416	,0005	-,0149	,501
Hedonismo	-,002	,923	,0370	,094	,1150	,0005	,1482	,0005	,0513	,020
Logro	,1745	,0005	,0685	,002	,1183	,0005	,1829	,0005	-,0153	,490
Poder	,0453	,040	,0694	,002	,1420	,0005	,2212	,0005	,0426	,054
Seguridad	,1263	,0005	,1721	,0005	,1616	,0005	,2035	,0005	,0414	,061
Tradicón	,0909	,0005	,1413	,0005	,1445	,0005	,1051	,0005	,0846	,0005
Universal./benevol.	,1619	,0005	,1662	,0005	,1639	,0005	,1066	,0005	,0190	,390
Conformidad	,2131	,0005	,2216	,0005	,1794	,0005	,1757	,0005	,0575	,009
Autodirección	,1609	,0005	,1176	,0005	,1233	,0005	,1406	,0005	-,0204	,357

Tabla 5: Estadísticos del análisis cluster y centros de los conglomerados finales

Variables	Estadísticos del análisis cluster		Centros de los conglomerados finales	
	F	p	Cluster 1	Cluster 2
Autoestima Académica	2575,627	,0005	-,60	,59
Autoestima Familiar	90,577	,0005	-,11	,06
Autoestima Social	226,362	,0005	-,15	,13
Autoestima Emocional	7,427	,006	,04	-,04
Autoestima Física	539,472	,0005	-,30	,29

Diferencias en las prioridades de valor de sujetos de alta y baja autoestima global

Los resultados de la prueba *t* para muestras independientes, que se muestran en la tabla 6, indican que existen diferencias en casi todas las dimensiones de valor en función de la autoestima del adolescente. Se evidencia cómo el tener una elevada autoestima global se asocia a una mayor prioridad de valores de logro, poder, seguridad, tradición, universalismo/benevolencia, conformidad y autodirección.

Tabla 6: Resultados de la prueba *t* para muestras independientes entre sujetos de alta y baja autoestima global

Dimensión de valor	t	p
Estimulación	-,887	,375
Hedonismo	-,740	,459
Logro	-7,329	,0005
Poder	-4,317	,0005
Seguridad	-6,818	,0005
Tradicción	-4,640	,0005
Universalismo/ benevolencia	-6,407	,0005
Conformidad	-9,119	,0005
Autodirección	-5,877	,0005

Sin embargo, la prueba *t* sólo muestra la relación que los tipos de valor tienen con la alta o baja autoestima global cuando se consideran independientemente unos de otros. Dado que los diversos tipos de valor están significativamente correlacionados entre sí, un Análisis de Función Discriminante puede ofrecer una panorámica más adecuada de las diferencias entre ambos grupos en las prioridades de valor. El

Análisis Discriminante, que se realizó introduciendo como predictores los índices de los tipos de valor, dio como resultado una función estadísticamente significativa. La capacidad de clasificación de esta función es del 60,2%. En la tabla 7 se presentan los coeficientes estructurales asociados a la función y en la tabla 8 los centroides de los grupos.

Los resultados muestran cómo los adolescentes con alta autoestima global conceden mayor prioridad relativa sobre todo a los valores de conformidad, aunque también resultan más relevantes en su sistema de valores los de logro, los de seguridad, los valores universalistas y de benevolencia y los de autodirección. Así, estos adolescentes conceden mayor prioridad relativa que los sujetos de baja autoestima tanto a valores de autobeneficio como de auto-transcendencia.

Tabla 7: Coeficientes estructurales de la función discriminante entre sujetos de alta y baja autoestima global

Variable	Coficiente
Conformidad	,860
Logro	,693
Seguridad	,644
Universalismo/ benevolencia	,604
Autodirección	,554
Tradicción	,448
Poder	,411
Estimulación	,087
Hedonismo	,070

Tabla 8: Centroides de los grupos de alta y baja autoestima global.

	Función 1
Baja autoestima general	-,236
Alta autoestima general	231

Así pues, no se puede decir a partir de estos resultados que haya un perfil distintivo y coherente de valores que diferencie entre sí a los sujetos de alta y baja autoestima global. Los adolescentes de mayor autoestima conceden mayor importancia a tipos de valores que son opuestos entre sí. Nuestra hipótesis, como se recordará, es que esto puede estar sucediendo porque a la clasificación de los sujetos como 'adolescentes de alta/baja autoestima global' contribuyen dimensiones de autoestima que son distintas e independientes, y que pueden asociarse cada una a un perfil diferente de valores. El nivel pertinente de análisis de las relaciones entre valores y autoestima, desde nuestro punto de vista, es el de las dimensiones de la autoestima y no el de su nivel global.

Dado que las dos dimensiones de autoestima que diferencian en mayor medida entre los *clusters* de adolescentes son la autoestima académica y la autoestima física, se procedió a realizar un Análisis de Función Discriminante entre los sujetos altos y bajos en cada una de ellas, introduciendo como variables predictoras los tipos de valor.

Diferencias en las prioridades de valor de sujetos de alta y baja autoestima académica

Se dividió a la muestra en dos grupos de igual tamaño, partiendo por la mediana, en función de sus puntuaciones en el factor de autoestima académica. Se realizó un Análisis de Función Discriminante de las prioridades de valor de los dos grupos así contruidos, análisis que dio como resultado una función estadísticamente significativa que clasificaba correctamente un 57.3% de los casos. Los coeficientes estructurales asociados a la función y los centroides de los grupos en ella se presentan en las

tablas 9 y 10. En ellas se puede constatar que existen diferencias en las prioridades de valor en función de la autoestima académica y que dichas diferencias siguen un patrón coherente. La conformidad es el tipo de valor que tiene un mayor poder discriminante entre los adolescentes con alta y baja autoestima académica. También los valores prosociales, de autodirección y de logro se asocian con un autoconcepto académico positivo, mientras que los valores de estimulación y de hedonismo se asocian con un autoconcepto académico negativo.

Tabla 9: Coeficientes estructurales de la función discriminante entre sujetos de alta/baja autoestima académica.

Variable	Coefficiente
Conformidad	,761
Universalismo/benevolencia	,555
Autodirección	,482
Logro	,474
Seguridad	,348
Tradición	,278
Estimulación	-,254
Hedonismo	-,201
Poder	,034

Tabla 10: Centroides de los grupos de alta y baja autoestima académica.

	Función 1
Baja autoestima académica	-,190
Alta autoestima académica	,187

Diferencias en las prioridades de valor de sujetos de alta y baja autoestima física

Se procedió de modo paralelo para analizar las diferencias de valores en función de la autoestima física. Una vez creados los dos grupos de alta y baja autoestima física mediante el procedimiento de división por la mediana, se efectuó un Análisis de Función Discriminante con los tipos de valor como variables predictoras. El análisis dio como resultado una función discriminante estadísticamente significativa que clasificó correctamente el 61.7% de los casos. La tabla 11 muestra los coeficientes estructurales asociados a la misma y la tabla 12 los cen-

troides de los grupos en ella. En ellas puede verse que los adolescentes con alta autoestima física priorizan en mayor medida valores de autobeneficio y valores de seguridad: el poder es la dimensión que discrimina fundamentalmente entre los sujetos con alta y baja autoestima física, pero también tienen considerable capacidad discriminante los valores de seguridad, de logro, de estimulación y de hedonismo. Los adolescentes de baja autoestima física otorgan menos importancia a los valores de autobeneficio y de seguridad.

Tabla 11: Coeficientes estructurales de la función discriminante entre sujetos de alta y baja autoestima física

Variable	Coefficiente
Poder	,804
Seguridad	,626
Logro	,582
Estimulación	,516
Hedonismo	,504
Conformidad	,478
Autodirección	,364
Tradición	,276
Universalismo/benevolencia	,143

Tabla 12: Centroides de los grupos de alta y baja autoestima física

	Función 1
Baja autoestima	-,280
Alta autoestima	,186

Discusión y conclusiones

En conjunto, los resultados obtenidos en este trabajo confirman la hipótesis básica que lo inspiraba: la autoestima del sujeto y sus prioridades de valor guardan entre sí una cierta relación de dependencia funcional, pero dicha relación no se descubre en el plano de la autoestima global, sino cuando se atiende a las diversas dimensiones específicas de la autoestima.

Cuando se compararon entre sí las prioridades de valor de los sujetos de alta y baja autoestima global, los resultados permitían inferir que existen abundantes relaciones significativas entre la autoestima y los valores de los sujetos,

pero dichas relaciones no mostraban una lógica coherente. Los sujetos de autoestima elevada otorgaban mayor importancia relativa a casi todos los tipos de valores, entre ellos a tipos de valores que tienden a correlacionar negativamente entre sí.

La contradicción respecto a las prioridades de valor que parecen funcionales para la preservación de un nivel elevado de autoestima se resuelve cuando se consideran por separado dimensiones independientes de la autoestima. En este trabajo se consideraron la autoestima física y la autoestima académica, ya que eran las dos dimensiones de autoestima en las cuales la variabilidad de los sujetos era mayor y que, por tanto, discriminaban en mayor medida entre sujetos de baja y alta autoestima global.

Los resultados sobre las relaciones de las prioridades de valor y la autoestima en cada una de esas dos dimensiones sí parecen sugerir que a este nivel hay una relación de dependencia funcional entre valores y autoestima; esto es, que los sujetos tienden a priorizar valores vinculados a conductas que les permiten ser valorados y preservar su autoestima en ese aspecto particular.

Los adolescentes de elevada autoestima académica se distinguen por la mayor prioridad relativa otorgada a valores de conformidad, prosociales, de autodirección y logro. Considerados en conjunto, estos tipos de valores tienden a promover conductas de sumisión a la autoridad, armonía en las relaciones, perseverancia en el esfuerzo en ausencia de supervisión externa y orientación hacia el éxito que garantizan un buen ajuste a la institución escolar y un buen rendimiento académico. En cambio, los adolescentes de baja autoestima académica priorizan en mayor medida que sus iguales los valores de estimulación y hedonismo. Estos tipos de valor promueven conductas de búsqueda de riesgos, dificultad para adaptarse a la rutina y autoindulgencia con los propios deseos que pueden interferir tanto con la sumisión a las obligaciones escolares como con el rendimiento. Así pues, hay indicios de que los sujetos que logran una valoración positiva en el plano académico priorizan valores que tienden

a promover conductas que garantizan un funcionamiento adaptativo en dicho ámbito.

En cuanto a la segunda dimensión considerada, los adolescentes de alta autoestima física valoran en mayor medida que sus iguales el poder, la seguridad, el logro, la estimulación y el hedonismo. El poder y el logro son tipos de valor en los cuales la preservación de la propia imagen y la consecución de beneficios materiales tienen un papel muy destacado. El hedonismo y la estimulación son tipos de valor vinculados a la autoindulgencia, la tendencia a cuidarse, la preferencia por mantenerse activo y proporcionarse placeres. El dominio de valor de la seguridad incluye la seguridad personal y la propia preservación biológica, representadas por valores tales como 'sano' y 'limpio'. Así pues, globalmente considerados, los valores que priorizan los sujetos de alta autoestima física son valores potencialmente vinculados al aseo personal, la vestimenta elegante y cuidada, la preservación de la salud y la práctica deportiva, todos ellos elementos que desempeñan un papel importante en el ideal de belleza física dominante en nuestras sociedades. Esto sugiere que también en el plano de la autoestima física se puede hablar de una relación de dependen-

cia funcional entre valores y autoestima, en la medida en que los sujetos priorizan valores orientados a conductas que les permiten ser bien valorados.

Los resultados de este estudio, en suma, sugieren una vía para continuar analizando sistemáticamente las relaciones entre valores y autoestima y poniendo a prueba la hipótesis de Rokeach sobre la relación de dependencia funcional entre ambos constructos. Para ello, en primer lugar sería necesario disponer de una conceptualización sistemática de la autoestima como un constructo multidimensional, de los ámbitos y los aspectos que contribuyen a la autovaloración global del sujeto. En segundo lugar, habría que especificar las demandas sociales y conductuales propias de cada ámbito y, en consecuencia, las conductas que incrementan la probabilidad de ser bien valorado en el mismo. A partir de ahí, una teoría de los valores que los divida en tipos diferenciados en función de la motivación que los guía y el tipo de conductas que promueven, como hace la teoría de valores de Schwartz, puede convertirse en un instrumento muy útil para contrastar sistemáticamente el postulado de la relación funcional entre la autoestima y los valores.

Referencias

- Ball-Rokeach, S.J., Rokeach, M. y Grube, J.W. (1984). *The great American values test: Influencing behavior and belief through television*. New York: Free Press.
- Barnea, M. y Schwartz, S.H. (1998). Values and voting. *Political Psychology*, 19, 17-40.
- Cross, S.E. y Markus, H.R. (1990). The willful self. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 16 (4), 726-742.
- Fitts, W. (1965). *The Tennessee Self-Concept Scale. Counsellor Recordings and Test*. Nashville, USA.
- García, F. y Musitu, G. (1999). *Autoconcepto forma 5. Manual*. Madrid: TEA Ediciones.
- Grad, H. (2001). Los significados de la identidad nacional como valor personal. En M. Ros y V. V. Gouveia (Eds.), *Psicología social de los valores humanos. Desarrollos teóricos, metodológicos y aplicados* (pp 265-284). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Harter, S. (1996). Historical roots of contemporary issues involving self-concept. En B.A. Bracken (ed.), *Handbook of self-concept. Developmental, social and clinical considerations* (pp 1-37). New York: John Wiley and Sons.
- Llinares, L.I. (en prensa). Las prioridades de valor en la adolescencia: diferencias en función del sexo y la edad. *Informació Psicològica*.
- Musitu, G. (1989). Escalas de actitudes. *Psicològica*, 1(1), 143-151.
- Prince-Gibson, E. y Schwartz, S.H. (1998). Value priorities and gender. *Social Psychology Quarterly*, 61(1), 49-67.
- Rokeach, M. (1960). *The open and closed mind*. New York: Basic Books.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Rokeach, M. (1979). *Understanding human values: individual and societal*. New York: Free Press.
- Ros, M. (2001). Valores, actitudes y comportamiento: una nueva visita a un tema clásico. En M. Ros y V. V. Gouveia (Eds.), *Psicología social de los valores humanos. Desarrollos teóricos, metodológicos y aplicados* (pp 79-99). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Schwartz, S.H. (1992). Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries. En M.P. Zanna (Ed.), *Advances in Ex-*

- perimental Social Psychology*, 25 (pp. 1-65). London: Academic Press.
- Schwartz, S.H. (1994). Beyond individualism and collectivism: New cultural dimensions of values. En U. Kim, H.C. Triandis, C. Kagitcibasi, S.C. Choi y G. Yoon (Eds.), *Individualism and collectivism: Theory, method and applications* (pp 85-119). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Schwartz, S.H. (1996). Value priorities and behavior: applying a theory of integrated value systems. En C. Seligman, J.M. Olson y M.P. Zanna (Eds.), *The psychology of values: The Ontario Symposium*, 8 (pp 1-24). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Schwartz, S.H. (2001). ¿Existen aspectos universales en la estructura y contenido de los valores humanos? En M. Ros y V. V. Gouveia (Eds.), *Psicología social de los valores humanos. Desarrollos teóricos, metodológicos y aplicados* (pp 53-77). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Schwartz, S.H. y Bilsky, W. (1990). Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross-cultural replications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 878-891.
- Schwartz, S.H. y Sagiv, L. (1995). Identifying culture-specifics in the content and structure of values. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 26, 92-116.
- Stein, R.J. (1996). Physical self-concept. En B.A. Bracken (ed.), *Handbook of self-concept. Developmental, social and clinical considerations*. New York: John Wiley and Sons.
- Strauman, T.J. y Higgins, E.T. (1993). The self construct in social cognition: Past, present, and future. En Z.V. Segal y S.J. Blatt (eds.), *The self in emotional distress: Cognitive and psychodynamic perspective* (pp 3-40). New York: The Guilford Press.
- Triandis, H.C. (1995). *Individualism and collectivism*. Boulder, CO: Westview Press.

(Artículo recibido: 4-7-2000, aceptado: 21-12-2001)