

XIV Jornadas de Investigación y Tercer Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2007.

Aspectos negativos del autoconcepto en adolescentes y mujeres jóvenes argentinas.

Facio, Alicia, Resett, Santiago, Mistrorigo, Clara, Micocci, Fabiana y Yoris, Adrián.

Cita:

Facio, Alicia, Resett, Santiago, Mistrorigo, Clara, Micocci, Fabiana y Yoris, Adrián (2007). *Aspectos negativos del autoconcepto en adolescentes y mujeres jóvenes argentinas. XIV Jornadas de Investigación y Tercer Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-073/208>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/e8Ps/k6P>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

ASPECTOS NEGATIVOS DEL AUTOCONCEPTO EN ADOLESCENTES Y MUJERES JÓVENES ARGENTINAS

Facio, Alicia; Resett, Santiago; Mistrorigo, Clara; Micocci, Fabiana; Yoris, Adrián
Universidad Nacional de Entre Ríos. Argentina

RESUMEN

La brecha entre los géneros en autoconcepto es mayor en los jóvenes argentinos que en los de Estados Unidos y otros países. En una muestra aleatoria, 286 jóvenes de 17-18 años completaron el Perfil de Auto percepción de Harter para Adolescentes y 362 adultos emergentes de 19 a 21, el Perfil de Auto percepción de Neemann y Harter para Estudiantes Universitarios. Las adolescentes puntuaban peor que los muchachos en Autoestima Global, Apariencia Física, Atractivo Amoroso, Aceptación Social, Competencia Escolar y Competencia Deportiva. Aunque las mujeres adultas puntuaban por debajo de los hombres en Autoestima Global, Apariencia Física, Atractivo Amoroso, Habilidad Intelectual, Creatividad y Competencia Deportiva, su autoconcepto era más favorable que el de las adolescentes. Los puntajes promedio de los varones, en cambio, no diferían en una u otra etapa de la vida.

Palabras clave

Autoconcepto Género Juventud Argentina

ABSTRACT

NEGATIVE DOMAINS OF SELF-CONCEPT IN ARGENTINIAN ADOLESCENT GIRLS AND YOUNG WOMEN

The gender gap in self-concept is wider among Argentinian youth compared to American and other countries youth. Harter Self-Perception Profile for Adolescents was completed by a random sample of 286 17-18 year olds and Neemann and Harter Self-Perception Profile for Collage Students was answered by a random sample of 362 19-21 year-old emerging adults. Adolescent girls scored lower than boys in Global Self Worth, Physical Appearance, Romantic Appeal, Social Acceptance, Scholastic Competence and Athletic Competence. Though adult women scored lower than men in Global Self Worth, Physical Appearance, Romantic Appeal, Intellectual Ability, Creativity and Athletic Competence, their self-concept was better than that of adolescent girls. Regarding men, their self-concepts were similar in both stages.

Key words

Self-concept Gender Youth Argentina

La autoestima global -la evaluación general de uno mismo como persona- puede distinguirse del autoconcepto, término reservado para los juicios evaluativos de dominios discretos de la propia persona.

En su revisión de las diferencias de género en el autoconcepto, Hattie (1992) encontró que, aunque en la mayoría de los estudios sobre muestras australianas el género no era una variable moderadora importante, surgían -sin embargo- algunas diferencias. En la evaluación de la apariencia, Feingold y Mazzella (1998) hallaron, en todas las edades, una moderada disparidad que favorecía a los varones. En el Manual del Perfil de Auto percepción para Adolescentes, Harter (1988) informó diferencias de género en favor de los muchachos moderadas en el caso de la apariencia física y la competencia deportiva y pequeña en el caso del atractivo amoroso. En el Manual del Perfil de Auto percepción para Estudiantes Universitarios, Neemann y Harter (1986) informaron diferencias en apariencia física y competencia deportiva pero en atractivo amoroso varones y mujeres ya no diferían. En su estudio de 10.094 estudiantes noruegos de 13 a 19 años, Wichstrom (1998) encontró que los muchachos puntuaban más alto en apariencia física, competencia atlética, atractivo amoroso y competencia escolar mientras sólo en amistad íntima la diferencia favorecía a las chicas.

Como investigaciones previas han demostrado que existen diferencias culturales en la percepción de sí mismo y en la brecha entre los géneros a este respecto, sería esperable que en muestras argentinas se hallaran resultados diferentes a los de Estados Unidos, Australia y Noruega. Aunque la Argentina pertenece al grupo de alto desarrollo según el Índice de Desarrollo Humano de las Naciones Unidas -ocupaba en 2005 el lugar 34° entre 177 naciones del mundo-, se ubica, sin embargo, por debajo de dichos países.

Es sabido que en la Argentina la actitud machista ha decrecido y la brecha entre los géneros respecto a trabajo, educación, participación política y libertad sexual se ha ido estrechando a través de las últimas décadas. En el Índice de Desarrollo según el Género de las Naciones Unidas, la Argentina se ubica en el lugar 34 sobre 140 países. Este índice refleja las desigualdades entre hombres y mujeres con respecto a expectativa de vida al nacer, educación y nivel de vida -medido a través del ingreso, ajustado según el poder de compra-. Aunque las mujeres viven más que los hombres (78,2 versus 70,7); su tasa de alfabetismo adulto es igual al de los hombres y su concurrencia a las instituciones educativas, mayor, en lo que se refiere al ingreso los hombres ganan tres veces más que las mujeres. En la Medida de Potenciación del Género de las Naciones Unidas, Argentina ocupa el lugar 20 sobre 80 países. Esta Medida mide la desigualdad entre los géneros en tres dimensiones básicas: la participación y toma de decisiones en política, la participación y toma de decisiones en economía y el poder sobre los recursos económicos. En la Argentina, 34% de los parlamentarios, 25% de los gerentes y altos funcionarios y 55% de los trabajadores profesionales y técnicos son mujeres pero persiste una gran desventaja femenina en el poder sobre los recursos económicos.

En la Argentina, las mujeres tienen mayor éxito académico que los varones; por ejemplo, su rendimiento escolar (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2003) y su motivación académica son mayores. Aunque apenas más chicas que muchachos concurren a la escuela secundaria, en la educación superior las mujeres exceden significativamente a los hombres (tasa 1,49).

Treinta y siete por ciento de las mujeres de 15 a 65 años son económicamente activas. Están presentes en los más diversos trabajos, incluyendo las fuerzas armadas. Profesiones tradicionalmente "masculinas" como medicina, derecho, arquitectura tienen ahora un porcentaje similar de uno u otro género.

En lo que respecta a la libertad sexual, pese a ser la Argentina un país latino y católico, las actitudes restrictivas respecto al sexo premarital en las mujeres perdieron vigencia alrededor de 1980 (Facio y otros, 2006b). Las jóvenes postergan la llegada del primer hijo hasta aproximadamente la misma edad -27 años en promedio- que las de los países altamente desarrollados (Facio & Resett, 2006).

Considerando las variables de contexto arriba mencionadas, sería esperable que las diferencias entre hombres y mujeres jóvenes en sus juicios valorativos sobre la propia persona fueran pequeñas o nulas. Sin embargo, trabajos previos de investigación han demostrado que las diferencias de género en constructos tales como autoestima global, afectos depresivos, síndrome depresivo, ansiedad y optimismo con respecto al futuro personal son mayores en adolescentes y adultos emergentes de Argentina que en los de Estados Unidos y otros países altamente desarrollados (Facio y otros, 2006b). Este trabajo se propone explorar si en lo que respecta al autoconcepto se produce o no el mismo tipo de hallazgo.

METODOLOGÍA

En 1998, al seleccionar al azar cursos, a partir de todos los 1ro a 3er año de la escuelas secundaria existentes en Paraná, Argentina, se constituyó una muestra de 698 adolescentes de 13 a 16 años. Cuatro o cinco años después, en la tercera recolección de datos, se accedió al 93% de ellos (N= 648); quienes habían desertado de o finalizado la escuela secundaria fueron encuestados en sus domicilios. En dicha ocasión, 286 jóvenes (45% mujeres) completaron el Perfil de Autopercepción para Adolescentes de Harter y 362 -55% mujeres- el Perfil de Autopercepción para Estudiantes Universitarios de Neemann y Harter, según menos de 19 años o 19 o más.

El Perfil de Autopercepción de Harter para Adolescentes está compuesto por nueve subescalas. Ellas son: 1) Apariencia Física: evalúa en qué medida está satisfecho con su apariencia; 2) Atractivo Amoroso: en qué medida se considera atractivo para aquellas personas con quienes le interesaría tener una relación amorosa; 3) Amistad Íntima: cómo evalúa su habilidad para hacer amigos íntimos; 4) Aceptación Social: en qué medida se siente aceptado por sus pares; 5) Buen Comportamiento: si cree que hace lo correcto; 6) Competencia Escolar: cómo le va en la escuela, cuán inteligente se considera; 7) Competencia Laboral: cuán habilidoso se siente para realizar un trabajo de tiempo parcial; 8) Competencia Deportiva: cómo percibe su habilidad en los deportes; 9) Autoestima Global: en qué medida le gusta su persona, está contento con cómo lleva adelante su vida y con ser como es.

Cada subescala, compuesta de cinco ítems, brinda un puntaje separado, lo cual permite construir un perfil de los juicios evaluativos a través de los distintos dominios. Cada ítem presenta cuatro opciones, con puntajes que varían de 1 a 4; los puntajes más altos reflejan mayor competencia percibida. Las propiedades psicométricas y los datos normativos de este instrumento se han investigado en muestras argentinas (Facio y otros, 2006a).

El Perfil de Autopercepción para Estudiantes Universitarios de Neemann y Harter consta de una subescala de Autoestima Global, compuesta por seis ítems y de doce subescalas de cuatro ítems cada una. A los ocho dominios evaluados por la prueba para adolescentes se le agregan otros cuatro: Habilidad intelectual (si se siente tan o más inteligente que otros de su edad, etc.), Creatividad (si se considera creativo, inventivo), Humor (si cree poder reírse de sí mismo y tolerar las bromas de los demás) y Relación con los Padres (cómo se lleva y si se muestra con ellos como realmente es). Los coeficientes alfa de Cronbach variaban entre 0,66 y 0,89, según la subescala. Para comparar los perfiles de varones y mujeres se realizaron análisis múltiples de la varianza (MANOVAs) para medidas repetidas.

RESULTADOS

Se encontraron diferencias importantes debidas al género al comparar los perfiles de chicas y chicos en las nueve subescalas del Perfil de Autopercepción de Harter para Adolescentes, tanto en lo que respecta a la forma (Lambda de Wilks 0,86, $F=5,55$, $p<0,001$, Eta parcial al cuadrado 14%) como a la altura de los perfiles ($F=30,56$, $p<0,001$, Eta parcial al cuadrado 10%). Las chicas puntuaban significativamente más bajo que los muchachos en todas las subescalas, excepto en Amistad Íntima, Buen Comportamiento y Competencia Laboral.

Cuando se realizó el análisis de perfiles sobre las trece subescalas del Perfil de Autopercepción de Neemann y Harter para Estudiantes Universitarios, también se encontraron diferencias importantes debidas al género en lo que respecta a la forma (Lambda de Wilks 0,82, $F=6,59$, $p<0,001$, Eta parcial al cuadrado 18%) pero menores en lo relativo a la altura de los perfiles ($F=13,16$, $p<0,001$, Eta parcial al cuadrado 3,5%). Aunque las mujeres puntuaban significativamente por debajo de los varones en Autoestima Global, Apariencia Física, Atractivo Amoroso, Habilidad Intelectual, Creatividad y Competencia Deportiva. De todos modos, el autoconcepto de las adultas emergentes era más positivo que el de las adolescentes (Eta parcial al cuadrado 3,5% versus 10% en las adolescentes). Los perfiles de los varones eran similares en ambas etapas de la vida.

CONCLUSIONES

Es un hecho bien establecido por la investigación que, en distintos países, las mujeres están menos satisfechas con su apariencia física que los varones. Pero en la Argentina la diferencia es mucho mayor que en los Estados Unidos. Esto se debe a la mayor satisfacción de los jóvenes con su aspecto y no a que las jóvenes se perciban más feas que sus contrapartes estadounidenses.

Al igual que en los Estados Unidos, las chicas se perciben peor que los varones en competencia deportiva pero, a diferencia de lo que sucede en dicho país, también están más descontentas con varias otras dimensiones del autoconcepto. Pese de sus superiores logros educativos, evalúan su competencia escolar al final de la adolescencia y su habilidad intelectual en la adultez emergente, peor que los varones. Están más insatisfechas con respecto a su atractivo amoroso, su competencia social -sólo en la adolescencia- y su creatividad -evaluada sólo en la adultez emergente-. Un dato alentador, sin embargo, es que la brecha entre los géneros disminuye algo en la adultez emergente debido a un mejoramiento en la autopercepción femenina.

El apasionante tema de por qué el autoconcepto de las mujeres jóvenes es menos favorable de lo sería esperable -considerando la menor desigualdad en cuanto a trabajo, educación, participación política y libertad sexual ocurrida en la Argentina en las últimas décadas- debería ser el objeto de futuras investigaciones.

BIBLIOGRAFÍA

FACIO, A. y RESETT, S. (2006). Argentina. En J. Arnett (Ed.), *International encyclopedia of adolescence*. Nueva York, Routledge.

FACIO, A., RESETT, S., BRAUDE, M. y BENEDETTO, N. (2006a). El Perfil de Autopercepción de Harter para Adolescentes en jóvenes de Paraná, Río Gallegos y Buenos Aires. *Investigaciones en Psicología*, 11, 7-25.

FACIO, A.; RESETT, S.; MISTRORIGO, C. y MICOCCI, F. (2006b). Adolescentes argentinos. *Cómo piensan y sienten*. Buenos Aires, Lugar.

FEINGOLD, A. y MAZZELLA, R. (1998). Gender differences in body image are increasing. *Psychological Science*, 9, 190-195.

HARTER, S. (1988). *Manual for the Self-Perception Profile for Adolescents*. Denver, Universidad de Denver.

HATTIE J. A. (1992). *Self-concept*. Hillsdale, Lawrence Erlbaum.

NEEMANN, J. y HARTER, S. (1986). *Manual for the Self-Perception Profile for College Students*. Denver, Universidad de Denver.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2003). *Literacy skills for the world of tomorrow*. Paris: UNESCO.

WINCHSTROM, L. (1998). Self-concept development during adolescence. Do American truths hold for Norwegians? En Eva Skoe y Anna Lippe (Eds.), *Personality Development in Adolescence* (pp. 98-122). Londres, Routledge.