



VALORES Y AUTOESTIMA, DOS REFERENTES INSEPARABLES.

Autora: Dra. María Guadalupe Ramos C.*

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN.
UNIVERSIDAD DE CARABOBO.
VALENCIA, VENEZUELA.**

* Profesora titular de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Carabobo. Doctora en Ciencias de la Educación. Magíster en Planificación Curricular, Especialista en Educación Superior, Especialista en Lengua, Especialista en Educación Preescolar, Estudios de Psicología. Con amplia experiencias en los diversos niveles del Sistema Educativo. Conferencista nacional e internacional en Educación en Valores y Desarrollo de Habilidades del Pensamiento y Creatividad, y en el ámbito de la formación docente. Autora de cuatro libros: “Programa para Educar en Valores”. “Para Educar en Valores. Teoría y Práctica”. “Valores y Autoestima”. “Educadores creativos alumnos creadores”. Directora – Editora de las revistas Ciencias de la Educación y Educación en Valores.

RESUMEN

En función de dar algún aporte a la necesidad de superar los problemas que se plantean hoy en sociedad y que afectan a la educación, se ha realizado una investigación con el objetivo de indagar dónde está el origen de este desarraigo de lo propio, lo valorativo, comparando dos grupos de jóvenes midiendo los mismos indicadores: nivel socioeconómico, edad (18-19 años) y grado de estudio, pero de diferente país: España y Venezuela. Los resultados son sorprendentes, ya que se ha podido constatar, a través de los datos obtenidos, muy concluyentes, que existe una relación total, entre los niveles de autoestima que poseen los encuestados y su vivencia de los valores. La diferencia de resultados entre ambos grupos es mínima, por lo que se considera de importancia la relación existente entre los jóvenes de ambos países, en referencia a las dos variables en estudio: Valores y Autoestima.

Palabras Clave: Valores, Autoestima, Educación.

VALUES AND SELF-ESTEEM, TWO INSEPARABLES REFERENTS.

ABSTRACT

In order to give some contribution to the necessity of getting through the problems that today affect the education, it has made an investigation with the objective of search where it's the cause of these rootlessness of values, sharing two groups of young people, using the same issues: socioeconomic level, age (18-19 years old) and educational grade, but of different countries: Spain and Venezuela. The results are amazing, because it has proved that through the obtained data exist a great relationship, between self-esteem levels and their values experiences. The difference of results between both groups is very tiny, which is considered very important the relationship between young people of both countries, in reference of two variables in study: Values and self-esteem.

Key Words: Values, Self-esteem, Education.

VALORES Y AUTOESTIMA

La profunda crisis ética que acorrala a la sociedad venezolana y mundial, y la hace retrotraerse hacia el subdesarrollo moral, envuelve al ser social en una vorágine desconcertante donde la práctica de los valores se encuentra en el centro del huracán. Los valores como elementos de la cultura, que deben ser pilares sólidos de identificación, aparecen desdibujados ante la influencia de hechos históricos irreversibles, tales como la transitoriedad de la modernidad a la postmodernidad, la globalización, y el ejercicio de los medios de comunicación como escuela paralela, de influencia incontrolable, la competencia y el poder del éxito. La postmodernidad nos encontró como sociedad desubicada, con una crisis axiológica profunda, desmoronamiento de las tradiciones y un relativismo exacerbado, hijo de la permisividad, ante la cual «todo vale». El análisis actual abre nuevos caminos a la reflexión y al estudio, llegando a la conclusión de que, uno de los factores influyentes en la falta de respuestas éticas adecuadas, está relacionado con el nivel de autoestima que se posea, y éste es un aspecto que hay que atender, como origen de otros problemas.

El ámbito de la autoestima, considerada como elemento de la transversalidad en cuanto contenido valorativo, debe formar parte esencial en el proceso de formación de niños y jóvenes, ya que su consolidación en niveles adecuados, va a formar parte esencial del éxito o fracaso de la realización trascendente del ser humano; su educación logrará el autoconocimiento, la autoevaluación, la

autovaloración, el autorrespeto, y el amor a sí mismo, valores todos que conducirán, a quien lo logre, a aspirar a la posesión de cualidades trascendentes, que son la clave para la superación y transformación de los «valores» que imperan hoy, pero que no dejan que el ser humano encuentre su verdadero camino hacia la transcendencia, al no vivirlos en su debida medida.

Ya es difícil tratar el tema de la educación en valores, digno de reflexión hablar sobre la postmodernidad, pero es motivo de mayor reflexión, cuando ambos temas van a ser relacionados con el futuro del mundo en ciernes, con el mundo de los jóvenes, que deben afrontar nuevos retos, recipientes de ideas nuevas y divergentes y hasta disconformes con ciertos matices de rebeldía. A todo esto, se le añade un elemento más, cual es, una realidad que estaba latente, pendiente en el ámbito investigativo y por lo tanto, como una deuda de la academia, con el conocimiento del ser del joven como tal, sus intereses, angustias, deseos, autopercepción y conocimiento del propio yo, elementos pertenecientes todos, al ámbito de la autoestima.

A este nuevo elemento, digno de estudio, pero tomado únicamente como desde cierta perspectiva conflictiva entre el sentimiento, el valor o la desvalorización personal, no se le ha relacionado debidamente con el ámbito de la vivencia de los valores, ni en jóvenes, ni en adultos, ambos estratos sociales dignos de consideración y se ha perdido así, la oportunidad de educar ese caudal personal que brota del propio yo, cuando se sabe

profundizar desde la infancia, en el tan metafórico «pozo» del interior de cada persona.

Posiblemente hemos exteriorizado tanto nuestro proceso educativo, que la superficialidad nos ha absorbido y embelesado con las llamadas atractivas del exterior, y estamos buscando fuera, lo que pertenece al «yo» más íntimo de cada persona. El hecho de desconocer cómo somos en realidad –pues no nos lo han enseñado- puede ser la causa de que no nos amemos lo suficiente para apreciar cuanto es nuestro valor, como ser humano.

LA POSTMODERNIDAD

Un mundo globalizado, convulsionado por los cambios vertiginosos de las últimas décadas, nos ha hecho cambiar la visión de la vida y los patrones establecidos; se han tambaleado las ideas que se creían firmes y seguras y con ellas también el ser humano, único portador de virtudes que se expresan en valores actitudinales.

La postmodernidad, fenómeno influyente en la sociedad actual, nos ha encontrado desubicados en el campo de la ética y la moral sin saber apreciar en su justa medida los propios valores, lo que significa la identificación personal frente a la responsabilidad moral. Asimismo, promueve un desarraigo de los valores de la propia idiosincrasia: costumbres, tradiciones, principios, religiosidad, familia como sede del amor, de la convivencia y centro de comunicación inter e intrapersonal.

La sociedad postmoderna vive un relativismo exacerbado bajo cuya concepción todo es válido, nada es bueno ni malo, todo se valora desde el punto de vista de la conveniencia, y a veces, hasta de la supervivencia, lo cual justifica que HAY PERMISO PARA TODO, aún a costa de la persona; y en este desconcierto entre el ser personal y el mundo que nos rodea, aparecen nuevos «valores»:

- Consumismo absorbido por el inconsciente desde la infancia.
- Individualismo y como consecuencia, ruptura y apatía respecto a compromisos activos, involucrándose superficialmente en los problemas de los demás olvidándonos que vivimos en un mundo con otros.
- Tendencia a la canalización y despersonalización, humanizándose hasta los objetos.
- Pérdida de la identidad deseando otros posibles o imposibles, aún a costa de las vivencias del propio «yo».
- Saturación de imágenes que no permiten pensar con rigor lógico y globalizar las situaciones de la vida real.
- Se vive una historia mediatizada por la información.
- Las relaciones sociales son superficiales, hasta llegar a la empatía virtual, «enamorándose» por internet.

DESAPARECEN O SE «ADORMECEN» VALORES FUNDAMENTALES:

- **La religiosidad:** se considera «cosa» de grupos específicos.
- **La trascendencia:** no se piensa en la otra vida. No hay firmeza en la fe.
- **La sacramentalidad:** se deja para los cristianos, si son practicantes.
- **El culto:** no es preocupación su incumplimiento; nadie te impondrá una multa por faltar a él.
- **La vida eterna:** a ella se llegará siendo «simplemente buenos». No hay análisis ni compromiso trascendente.

Ante esta situación, aparece la crisis de conducta, de modelos, de motivación y de autoestima en las instituciones, en los sistemas en general, en los ideales, y por consiguiente, en las personas. Las aspiraciones no se presentan ya en el ámbito de la trascendencia, sino en el del empleo, la productividad, el éxito económico, todo lo cual está subordinado a los bienes materiales. Predomina la «moral del éxito» frente a la solidaridad e intereses por los demás; bajo estas premisas aparecen nuevos «valores»:

- **El hedonismo:** como criterio filosófico que hace consistir el bien en placer e incluye la búsqueda de la dicha bajo cuya satisfacción todo está permitido, cayendo en el relativismo total.

- **El ecologismo:** no se enfoca desde la dimensión moral.
- **El relativismo:** todo depende de..., libera de todo compromiso moral.
- **El consumismo:** tener, mejor que ser.
- **El personalismo:** frente a la cosmovisión de ser social compartido.
- **La permisividad:** no hay reglas ni normas, puedes llegar hasta...
- **La inmediatez:** vivir al día; filosofía popular que se establece en la sociedad «como vaya viniendo, vamos viendo», mensaje televisivo de masificación.

A partir de estos criterios, unos más visibles o palpables que otros, tenemos una juventud influenciada por las «actitudes y valores» que impone este período histórico llamado postmodernidad. Este tipo de cultura está socavando la moral y la ética produciendo personas de poca profundidad, ligeras de pensamiento, tipo LIGHT, cuya palabra lleva implícito un profundo mensaje: todo suave, ligero, sin rollos, mínimos dolores, goces fáciles, permisividad e inmediatez.

SE BUSCAN ALTERNATIVAS

Con el fin de llenar el vacío existencial producido por el efecto de tanta valoración de lo externo, lo visible, lo palpable, se crean salidas que justifiquen dichas actuaciones y se imponen como remedio las alternativas siguientes:

- Lecturas suaves, agradables, pero que no «toquen» el ser trascendente, al yo íntimo y personal.
- Terapias individuales o grupales: relajación, musicoterapia, aromaterapia, bailoterapia.
- Se cuestiona la moral y la ética como innecesarias para vivir.
- Ninguna verdad se considera absoluta, todo depende de...
- Se crea un pensamiento débil, que permite la ausencia de reflexión.

Ésta es la rampa por la que se desliza la sociedad, con una base numérica eminentemente compuesta por jóvenes.

- ¿Cómo hacer frente a esta descomposición social palpable? ¿Cómo hacer presentes los principios que han dejado de ser «principales» en la vida? ¿De qué modo hacer que la ÉTICA, se considere una disciplina normativa que busca y debe propiciar el bien personal y colectivo, con la práctica de las reglas morales? ¿De qué modo transmitir el concepto de MORAL, como la ciencia que enseña las reglas para la práctica del bien y para evitar el mal, y que determina la conciencia social en un lugar y momento determinado?

Tal aspiración para consolidarse requiere una cultura ética y para lograrlo no basta con un cambio en el plan de estudios, añadiendo o eliminando asignaturas; es necesario un cambio

de perspectiva en la formación desde la educación pre-escolar hasta la universitaria, tanto de profesores como de alumnos. La clave está en cumplir con tres aspectos básicos:

- Formación deontológica del profesor, quien debe poseer una ética reconocida socialmente.
- Formación deontológica del estudiante como futuro hacedor de sociedad.
- Formación ética del estudiante optimizando las dimensiones de su personalidad moral, construyendo su matriz de valores éticos de modo autónomo, logrando con ello, no sólo que sepa lo que es o no correcto dentro de su código profesional, sino que sepa comportarse como un ciudadano y profesional ético.

Es necesario vivir una ética que da sentido a la autorrealización; la ética que le da conciencia a la ciencia. El saber sin ética, no es significativo, el saber con sentido ético, eleva la calidad de vida de todos los actores del teatro de la vida. Es necesario articular, saber ética del tal modo, que cuando el ser humano esté proyectando su vida, lo haga teniendo en cuenta que el proceso de aprendizaje no es sólo para llenarse de datos y de información, sino para integrar a la vida todo lo que se aprende, con el fin de vivirla con dignidad y con honor.

La ética profesional debe ser el referente que fundamente todas las acciones; para ello, debe

considerar qué valores profesionales hacen referencia a su actuación para apropiárselos de modo crítico y reflexivo, y establecer, a través de los mismos, su compromiso social. Para ello, es necesario que cada programa de aprendizaje tenga contenidos relacionados con valores para expresarlos en actitudes, y objetivos terminales que estén referidos a la ética y la moral. Esta ética no debe confundirse con una «ética aplicada» sólo relativa a la profesión de los futuros egresados; es más que eso, aún cuando obviamente haya que atender a la formación deontológica de cada estudiante. Debe ser una ética fundamentada en los valores íntimos del ser humano, enfocados hacia la búsqueda de su vida trascendente, para que cuando cesen las voces del exterior, se escuche claramente el sonido del «deber ser» interior.

Para lograr esta formación ética, se debe educar desde una perspectiva socioconstructivista que implica:

- El desarrollo del ser humano como un auténtico proceso de construcción personal y en interacción con el ámbito social: transmisión de valores, denuncia de antivalores, construcción dialógica orientada por los valores socialmente aceptados.
- Códigos claros, creación de patrones para organizar el entorno.
- Conciencia de lo que hacemos y de lo que creemos.
- Conciencia interna del sistema de valores que se posee.

- Capacidad de crear un proyecto de vida personal y valioso, y llevarlo libremente a la práctica.
- Desarrollar la capacidad de saber, cómo se conoce lo que se conoce (Metaconocimiento).
- Densidad cultural para abarcar los cuestionamientos sociales y moralmente controvertidos.
- Impartir contenidos de naturaleza ética que guíen y desarrollen las capacidades personales.
- Formación de personas por y para la comunidad.
- Desarrollar las dimensiones: biológica, intelectual, social, moral, interpersonal, psicológica y espiritual de la persona, hasta hacerla sentir el valor de ser una misma, pues el mayor valor del ser humano es reconocer y valorar su mismidad.

EDUCACIÓN, AUTOESTIMA Y VALORES EN UN MUNDO GLOBALIZADO

La base de la educación moral es precisamente la concepción democrática de la educación, y el único marco para desarrollar un modelo educativo. Una persona moral es aquella que se adhiere a las tradiciones y a los valores sociales y los convierte en un conjunto de virtudes humanas. La educación moral debe entenderse simultáneamente como implantación de principios morales y como transmisión de hábitos. La educación moral no puede ser una imposición heterónoma o una

deducción lógica a partir de teorías preestablecidas, o una decisión momentánea. Así lo indicó ya en 1778, el gran educador Rousseau:

La educación es como un proceso largo y complejo mediante el cual los estudiantes desarrollan la capacidad de ver con ojos propios, sentir con corazón propio, percibir, no de acuerdo a los prejuicios imperantes, sino en conformidad con las normas más estrictas de adherencia a la verdad y a la sensibilidad para juzgar, valorar y actuar, libre de intereses establecidos. (s/n)

Algunas paradojas no parecen tener respuesta por ser precisamente una proposición contraria a los hechos normales y ordinarios. La propuesta de educar Valores y Autoestima, puede ser posible aunque se crea paradójico hasta en un mundo globalizado. Los dinamismos morales van desde el juicio que se emite y la reflexión ante un hecho, pasando por los sentimientos, hasta la expresión del comportamiento personal; esto determina unos valores morales, que existen cuando existe el ser humano que hace de esas realidades, construídas por él y expresadas en sociedad, una conciencia moral que le imprime un carácter histórico.

Esta capacidad de convertir lo que parece imposible en viable, es atribuible a la educación cuando dicha educación involucra cuerpo y alma, mente y afectos, no dejando a la deriva, al azar y a la eventualidad, ningún aspecto que le es propio por definición. Cuando estos valores, identidad y

sentido estructural de la sociedad se encarnan en la historia, hacen posible la creación de nuevos ámbitos y configuran una estructura cultural; si esto se logra, a ese grupo humano así educado, consolidado y seguro de quién es, y los valores que posee, se le puede llamar **Pueblo o Nación**, porque posee filosofía propia, valores propios y una ética como norma de vida. **Ya posee su tarjeta de presentación.**

LA AUTOESTIMA COMO REFERENTE VALORATIVO

Este sentido de pertenencia exige el vivir de modo consciente y supone un conocimiento propio, identificación que parte del descubrimiento de la identidad en toda su amplitud y el sistema de creencias positivo y negativo, el cual se origina desde la niñez por la influencia parental y social y se fortalece o debilita debido a valoraciones adecuadas o inadecuadas, bloqueos afectivos, sociales, familiares, religiosos, cognoscitivos o psicológicos, poca energía vital, sentimiento de minusvalía o baja valoración.

El autoconcepto, que es considerado como la suma total de todo lo que una persona puede catalogar como propio: alma, mente, cuerpo, facultades, vocación, intereses, implica tener un conocimiento claro, una toma de conciencia de quién se es, para adquirir el sentido de confianza, de autonomía, de iniciativa y realización, de intimidad e identidad y de integración o pertenencia, como indicadores esenciales de la autoestima, para poseer conciencia de los propios valores.

SABER QUIEN SOY

Ya Sócrates había formulado el principal cuestionamiento «Conócete a ti mismo». Antes que: conoce las matemáticas o la geografía, el hombre tiene una labor más importante asignada históricamente. Este hombre, hecho a imagen y semejanza de Dios, a pesar de su múltiple estratificación, presenta un conjunto unitario. Es armónico total. La naturaleza espiritual que posee, le hace peculiar, le da personalidad; esto trae consigo la obligación de respetar sus derechos fundamentales, considerando el primero su derecho a la vida, desde la dimensión biológica, física, mental, moral y social, que le harán sentirse alguien que ocupa el lugar adecuado en el momento preciso y que actúa de modo coherente y asertivo. Esta faceta de la vida del ser humano no ha sido considerada debidamente en el ámbito educativo; no se ha desarrollado el ser en su totalidad y ha sido el conocimiento, quien ha ocupado el lugar preponderante sin conseguir que el ser humano logre la autorrealización mediante la aceptación de sí mismo, su autoafirmación y su integridad de vida, la cual debe estar fundamentada en la vivencia de los valores que le identifican en un lugar y un momento determinado.

EL PROBLEMA DE EDUCAR LOS VALORES. DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA.

A partir del año 1997, se origina una experiencia motivada por la creación de un proyecto que tenía como propósito, teorizar sobre algunos valores

concretos tales como: la autoestima, la creatividad y la libertad, como marco para el desarrollo posterior de otra investigación; esta iniciativa abrió un amplio ámbito de posibilidades y necesidades para continuar con el estudio y compartir vivencias que ayudaran a profundizar tanto en el ámbito conceptual, como en el procedimental y actitudinal, dentro especialmente del proceso educativo. La experiencia llevada a cabo de manera práctica mediante la realización de cursos, conferencias y producciones de textos sobre la educación de diversos valores, produjo resultados interesantes.

Entre los resultados más palpables en el ámbito de la educación y más concretamente de la educación en valores, se ha podido ratificar la importancia y necesidad del conocimiento personal –el autoconocimiento- como base para el desarrollo de la estimativa y los valores propios. El concepto que tiene una persona de sí misma es un factor determinante en su comportamiento y en su relación con los demás; el concepto de sí mismo influye sobre las esperanzas, aspiraciones, acciones y hasta el humor y sensibilidad de las personas, y es que el concepto de sí mismo se va conformando socialmente mediante la aceptación de los conceptos que otros emiten acerca de nosotros, de nuestra actuación.

Es normal que padres y educadores en el devenir diario y gradualmente, transmitan valores, normas y reglas de comportamiento, propias del bagaje cultural de la sociedad a la que pertenecen, mediante el mensaje directo o el modelaje, que

supone el ejemplo para la observación. Los medios de comunicación presentan normas de convivencia, de diferenciación de sexos, de gustos, y somos juzgados por esa sociedad en relación al cumplimiento o no de dichos valores o normas.

Todo este cúmulo de ideas va interiorizándose en cada ser humano de manera diferente, pero siempre influyendo en la conformación de la personalidad y la valoración moral. El ser evaluados, premiados o castigados desde el exterior, con conceptos valorativos que se «inculcan» y no educan, va configurando la personalidad de acuerdo a la idea que cada ser humano tenga de sí mismo, su autoconcepto, el cual determinará su autoevaluación, su autoestima. Si el sujeto es capaz de autovalorar y con ello autorregular su conducta, se pueden producir cambios mucho más duraderos, que si los cambios se producen por influencia externa.

El problema se acrecienta cuando se observa cómo en la sociedad actual, los valores morales (los del propio ser), se desvalorizan y se lucha por tener cada día más cosas, en vez de pretender incrementar el verdadero poder moral, el valor de ser persona; desenterrar las riquezas ocultas y no exploradas que laten en el interior de cada ser, y que no son fruto de tener cosas, sino de una toma de conciencia sobre nuestros valores. Las experiencias que se reflejan en el comportamiento y en la expresión de las actitudes, son indicadores alarmantes que determinan la necesidad de una educación integral, de más educación al facilitar el conocimiento.

El conocimiento de los valores y el nivel de autoestima que poseamos, nos librarán de condicionamientos de diversos tipos: afectivos, corporales, mentales, espirituales, que obstaculizan la plena realización; pero por el contrario, la inseguridad y la insatisfacción son hoy reflejo de la actuación en la sociedad y lógicamente, de cada uno de sus integrantes. Las personas se deprimen sin saber por qué, pero ya el filósofo griego Epideto postulaba: «Los hombres no se trastornan o se deprimen por las cosas que les suceden, sino por la visión que tienen de sí mismos».

Esto indica, que el conocerse a sí mismo, conocer las propias limitaciones, el propio yo, puede y debe ayudar a superar las dificultades. La idea central que origina la baja autoestima se basa generalmente en suposiciones; el problema está en cómo lograr que las personas vivan su propia realidad y amen lo que es posible amar en sí mismas y en los demás.

RESPUESTA EDUCATIVA A LA EDUCACIÓN TOTAL

La crisis actual en nuestra sociedad, es de interiorización y desconocimiento del propio ser, y como consecuencia, esta sociedad que es una realidad compuesta de vivencias individuales, está sumida en profunda crisis que afecta lo personal y lo comunitario, el yo, el nosotros y lo nuestro.

La educación debe abarcar tanto la instrucción como la formación de la personalidad total, para que al tener que tomar decisiones, al tener que

adentrarse en el ámbito de la confrontación moral, se posean criterios claros sobre qué escoger y cómo seleccionar entre dos cosas buenas, la mejor, pues esto es una cuestión ética.

Hoy se han agudizado los problemas educativos, seguimos confrontando dificultades y los riesgos siguen existiendo, aunque con diferentes propuestas y modelos para imitar. La educación hoy, reviste características diferentes al tener que discriminar entre ofertas nuevas y engañosas, transmitidas directamente o por medios subliminales hábilmente seleccionados, con objetivos concretos. Mensaje tal como «Si estás buscando la felicidad, pídesela a tu tarjeta», va más allá de la simple transacción bancaria y puede provocar diversos efectos de acuerdo con el proyecto de vida que se haya trazado la persona. El mensaje ofrece la felicidad a cambio de un valor económico, y su aceptación va a depender de la profundidad de los principios morales asumidos como valores vitales, y la capacidad de valorar las propias cualidades, lo cual estará siempre en relación directa con la configuración del propio «yo» que determinará el nivel de autoestima que se posea.

Los planteamientos hechos, extracto de una amplia fundamentación teórica, la experiencia educativa, más varias publicaciones de algunos estudios realizados con anterioridad, demuestran la necesidad de atender, mediante diversos recursos, los aspectos que afectan a la reafirmación de la personalidad del hombre, que más que en ningún otro momento en la historia conocida, está

siendo vapuleado por agentes externos que afectan su desarrollo interno, y por lo tanto, su autoestima y su moral. Ir al fondo de las causas que determinan la baja valoración que las personas tienen de sí mismas, puede ser el punto de partida para encontrar la solución al tan citado problema de la deficiente práctica de los valores, en el día a día.

VALORES Y AUTOESTIMA, UN BINOMIO INSEPARABLE

Como aporte y búsqueda de resultados precisos para dar una respuesta tan solicitada sobre el tema, se inició una investigación en el año 2002, para medir la influencia de la variable Autoestima, en la vivencia de los Valores y los resultados palpables fueron, que cuando existe un nivel de autoestima bajo, la vivencia de los valores está minimizada o no se aprecia. Este mismo estudio, se ha realizado actualmente en Venezuela, para compararlo con el realizado en España, y los resultados se presentan a continuación.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo responde a los criterios establecidos para los estudios comparados, los cuales están constituidos por cuatro fases: **descripción, interpretación, yuxtaposición y comparación**, y tienen como propósito establecer la relación que existe entre dos o más conceptos o variables. En este caso, se trata de determinar la relación existente entre el **nivel de autoestima**

de dos grupos de jóvenes y la **vivencia de sus valores**.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

A la investigación, para diagnosticar la situación existente sobre la situación planteada, se le dio un carácter no experimental y transeccional; se dividió en tres fases: 1ª) Revisión bibliográfica, consistente en el estudio de teorías, antecedentes, ensayos y otros documentos; 2ª) Estudio de campo, consistente en la obtención de información mediante la aplicación de dos cuestionarios a dos grupos de sujetos, y su respectiva descripción y análisis; 3ª) Interpretación, yuxtaposición y comparación.

POBLACIÓN Y MUESTRA

El universo para la investigación de campo estuvo constituido por 300 jóvenes con edades comprendidas entre 16 y 19 años, cursantes del 1º año de Educación Media, Diversificada y

Profesional, de la ciudad de Valencia, Venezuela, y 150 de una institución de Asturias-España; ambos grupos ubicados socioeconómicamente en la clase media.

MUESTRA

La muestra fue no probabilística, intencional, debido a ciertas características y circunstancias que se consideraron oportunas para el cumplimiento de los objetivos.

DESCRIPCIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

Inventario de Autoestima de Coopersmith:

Dicho instrumento consta de 58 ítems, en el mismo cada participante lee una sentencia declarativa y responde de acuerdo con su criterio «Así soy yo», o «Así no soy yo», y mide actitudes valorativas. El inventario se refiere a la percepción que cada persona tiene de sí mismo en las siguientes áreas: Yo General, Yo Social, Yo Familiar, Yo Académico; Escala de sinceridad.

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA

Estratos	Nivel Social	Población	Muestra intencional
Alumnos de Educación Media, Diversificada y Profesional de Venezuela	Clase media	150	30
Alumnos de la ESO España	Clase media	150	30
TOTAL		300	60

Fuente: La Autora

VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Validez:

En el Inventario de Autoestima, tanto la validez de contenido como la confiabilidad se consideraron aceptables al ser un instrumento estandarizado y haber sido validado y traducido al español por J. Prewitt Díaz, en Puerto Rico 1984. Es de manera autoaplicada y se respondió en un tiempo aproximado de 20 a 25 minutos.

CUESTIONARIO DE VALORES:

El segundo cuestionario constó de 41 ítems. Es una escala para medir actitudes, es decir, predisposiciones hacia algo. El escalamiento estuvo constituido por cinco alternativas de respuesta, para exteriorizar su reacción en caso de estar de acuerdo. Según los indicadores contenidos en el instrumento, las alternativas de respuesta en relación a si se desprenderían de algunos valores o no, son:

- 4 = Nunca me desprendería
- 3 = Algunas veces me desprendería
- 2 = Casi nunca me desprendería
- 1 = No me importaría desprenderme
- 0 = Me desprendería siempre.

El contenido de los valores está clasificado en cuatro grupos:

- Valores Biológicos
- Valores Personales (Autoestima)
- Valores Familia – Sociedad
- Valores Trascendentales

VALIDEZ DE CONTENIDO

La clasificación de valores se realizó de acuerdo a criterios establecidos en las diversas tipologías de autores conocidos y cuyo contenido fue validado por expertos en Filosofía, Ética, Metafísica, Psicología y Teoría de la Ciencia, pertenecientes a instituciones educativas de Asturias; el mismo fue aprobado con mínimas observaciones que fueron consideradas antes de su aplicación.

CONFIABILIDAD

La confiabilidad que determina el grado en que las mediciones son precisas, se llevó a cabo mediante la aplicación del instrumento a 10 jóvenes en cada momento, con características similares al grupo motivo de la investigación y que no participaron en la muestra seleccionada. Los resultados se obtuvieron mediante la aplicación del coeficiente de confiabilidad alfa de Cronbach, y fueron los siguientes:

Para el grupo de jóvenes de la ESO, clase media, Asturias España:

$$\alpha = \frac{41}{41-1} \left[1 - \frac{22.75}{101.36} \right]$$
$$\alpha = 1.02 * [1 - 0.224]$$
$$\alpha = 0.80$$

Para el grupo de jóvenes de clase media, Valencia Venezuela:

$$\alpha = \frac{41}{41-1} \left[1 - \frac{14.38}{91.76} \right]$$
$$\alpha = 1.02 * [1 - 0.157]$$
$$\alpha = 0.89$$

Los valores obtenidos de: 0.80 en el primero y 0.89 en el segundo, reflejan una alta confiabilidad; los valores de los índices de confiabilidad, alrededor de estos resultados, son muy satisfactorios para mediciones realizadas empleando la escala de Likert, lo que confirma, que de ser aplicado el instrumento en otros grupos, los resultados serían similares, porque la confiabilidad sobrepasa el 60 por ciento en todos los casos.

PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

A fin de comprobar el planteamiento hecho en el objetivo de la investigación sobre la relación existente o no, entre la autoestima y la vivencia de los valores, se procedió al uso del estadístico de decisión *t* de *Student* para comprobar si existían diferencias significativas en los promedios obtenidos en las dos variables, en este caso: Autoestima y Valores. Se relacionaron las puntuaciones obtenidas de una variable (Autoestima), con los obtenidos de la otra variable

(Valores) en los dos grupos de sujetos. En todas las pruebas estadísticas se utilizó el criterio de un nivel de significación de 5 por ciento ($p < 0.05$). Los resultados se complementan con gráficos adecuados al tipo de datos procesados. Los criterios establecidos para calificar los resultados son los siguientes:

a) Inventario de Autoestima de Coopersmith. De acuerdo con el instrumento estandarizado, se establece una escala en la cual el puntaje obtenido por los encuestados, que oscile entre 0 y 33 es considerado **bajo**; entre 34 y 67, **medio**, y 68 hasta 100 se considera **alto**.

b) Cuestionario de valores. Según el criterio de los evaluadores y la responsable de la investigación, y considerando el criterio de la no relatividad que debe existir en la práctica de la vivencia de los valores, se estableció, que la alternativa «**Nunca me desprendería**» de dicho valor, es la respuesta válida, debiendo ubicarse el 75 por ciento de las respuestas positivas, en este ámbito porcentual, dejando un amplio margen del 25 por ciento, como libre de opinión.



Tabla N° 1. Distribución de los resultados según opinión de ambos grupos de alumnos. Inventario de Autoestima.

N° Alumnos	AUTOESTIMA							
	Grupo de jóvenes de clase social media. Venezuela				Grupo de jóvenes de clase social media. España			
	Resultado Negativo		Resultado Positivo		Resultado Negativo		Resultado Positivo	
f	%	f	%	f	%	f	%	
1	22	37,9	36	62,1	19	32,8	39	67,2
2	18	31,0	40	69,0	18	31,0	40	69,0
3	19	32,8	39	67,2	17	29,3	41	70,7
4	25	43,1	33	56,9	22	37,9	36	62,1
5	20	34,5	38	65,5	21	36,2	37	63,8
6	23	39,7	35	60,3	15	25,9	43	74,1
7	21	36,2	37	63,8	13	22,4	45	77,6
8	39	67,2	19	32,8	18	31,0	40	69,0
9	20	34,5	38	65,5	19	32,8	39	67,2
10	18	31,0	40	69,0	22	37,9	36	62,1
11	26	44,8	32	55,2	13	22,4	45	77,6
12	19	32,8	39	67,2	14	24,1	44	75,9
13	28	48,3	30	51,7	23	39,7	35	60,3
14	22	37,9	36	62,1	21	36,2	37	63,8
15	17	29,3	41	70,7	24	41,4	34	58,6
16	27	46,6	31	53,4	20	34,5	38	65,5
17	20	34,5	38	65,5	18	31,0	40	69,0
18	19	32,8	39	67,2	14	24,1	44	75,9
19	18	31,0	40	69,0	19	32,8	39	67,2
20	33	56,9	25	43,1	18	31,0	40	69,0
21	22	37,9	36	62,1	14	24,1	44	75,9
22	22	37,9	36	62,1	22	37,9	36	62,1
23	23	39,7	35	60,3	40	69,0	18	31,0
24	21	36,2	37	63,8	33	56,9	25	43,1
25	27	46,6	31	53,4	36	62,1	22	37,9
26	23	39,7	35	60,3	31	53,4	27	46,6
27	18	31,0	40	69,0	28	48,3	30	51,7
28	19	32,8	39	67,2	25	43,1	33	56,9
29	22	37,9	36	62,1	30	51,7	28	48,3
30	40	69,0	18	31,0	22	37,9	36	62,1

Interpretación: La tabla presentada muestra los resultados del Inventario de Autoestima (Coopersmith) evidenciando que del total de alumnos (30) el «Puntaje alto» de respuestas positivas, para un total de 58 ítems, se ubicó para el grupo de jóvenes de clase media de Venezuela

en 70,7 por ciento obtenido sólo por uno de los encuestados; seguido por el 69,0 por ciento logrado por tres de los alumnos. El porcentaje siguiente se ubicó en 67,2 ciento representado por cuatro alumnos. También cuatro alumnos lograron 65,5 por ciento de respuestas positivas; le sigue

63,8 por ciento obtenido por dos de los treinta alumnos entrevistados. Los siguientes porcentajes se ubicaron en la escala «puntaje medio» representado por el 62,1 por ciento obtenido por cuatro alumnos y 60,3 por ciento logrado también por cuatro alumnos. El menor puntaje obtenido en respuestas positivas se ubicó en 31 y 32,8 por ciento logrado por dos alumnos de los treinta entrevistados. Con respecto a los puntajes negativos, el mayor porcentaje (69 por ciento) se situó en «puntaje alto» y fue obtenido por un solo alumno; el puntaje siguiente representativo fue 67,2 por ciento; seguido por 56,9 por ciento. El porcentaje restante osciló entre 29,3 por ciento (bajo) y 46,6 por ciento (medio).

En el estrato de **jóvenes de clase media de España**, se pudo distinguir, que el «Puntaje alto» de respuestas positivas se ubicó en 77,6 por ciento logrado por dos de los 30 alumnos encuestados; seguido por 75.9 por ciento logrado por tres de los alumnos. El porcentaje siguiente se ubicó en

74.1 por ciento representado por un alumno. También un alumno logró 70.7 por ciento de respuestas positivas; seguido por 69 por ciento obtenido éste puntaje por cuatro de los treinta alumnos entrevistados. 67.2 por ciento obtenido por tres alumnos. 65,5 por ciento lo obtuvo un alumno, así como 63,8 por ciento obtenido por dos alumnos. Los siguientes porcentajes se ubicaron en la escala «puntaje medio». 62,1 por ciento obtenido por cuatro alumnos; 60,3 por ciento obtenido por un alumno. El menor puntaje obtenido en respuestas positivas se ubicó en 31 por ciento logrado por un alumno de los treinta entrevistados. En referencia a los puntajes negativos, el mayor porcentaje (69 por ciento) se situó en «puntaje alto» y fue obtenido por un solo alumno; el puntaje siguiente representativo fue 62.1 por ciento; seguido por 56,9 por ciento. El porcentaje restante osciló entre 22.4 por ciento (bajo) y 41.4 por ciento (medio).



Tabla N° 2. Distribución de los resultados según opinión de ambos grupos de alumnos. Instrumento de Valores.

N° Alumnos	VALORES							
	Grupo de jóvenes clase media Venezuela				Grupo de jóvenes clase media España			
	Resultado Negativo		Resultado Positivo		Resultado Negativo		Resultado Positivo	
f	%	f	%	f	%	f	%	
1	25	61,0	16	39,0	22	53,7	19	46,3
2	8	19,5	33	80,5	6	14,6	35	85,4
3	16	39,0	25	61,0	15	36,6	26	63,4
4	14	34,1	27	65,9	13	31,7	28	68,3
5	13	31,7	28	68,3	12	29,3	29	70,7
6	13	31,7	28	68,3	12	29,3	29	70,7
7	23	56,1	18	43,9	25	61,0	16	39,0
8	23	56,1	18	43,9	25	61,0	16	39,0
9	18	43,9	23	56,1	17	41,5	24	58,5
10	15	36,6	26	63,4	15	36,6	26	63,4
11	20	48,8	21	51,2	30	73,2	11	26,8
12	15	36,6	26	63,4	12	29,3	29	70,7
13	24	58,5	17	41,5	14	34,1	27	65,9
14	19	46,3	22	53,7	16	39,0	25	61,0
15	17	41,5	24	58,5	22	53,7	19	46,3
16	30	73,2	11	26,8	28	68,3	13	31,7
17	23	56,1	18	43,9	25	61,0	16	39,0
18	11	26,8	30	73,2	17	41,5	24	58,5
19	15	36,6	26	63,4	16	39,0	25	61,0
20	28	68,3	13	31,7	7	17,1	34	82,9
21	25	61,0	16	39,0	14	34,1	27	65,9
22	25	61,0	16	39,0	11	26,8	30	73,2
23	17	41,5	24	58,5	23	56,1	18	43,9
24	18	43,9	23	56,1	19	46,3	22	53,7
25	19	46,3	22	53,7	14	34,1	27	65,9
26	15	36,6	26	63,4	13	31,7	28	68,3
27	7	17,1	34	82,9	21	51,2	20	48,8
28	14	34,1	27	65,9	25	61,0	16	39,0
29	13	31,7	28	68,3	30	73,2	11	26,8
30	21	51,2	20	48,8	11	26,8	30	73,2

Fuente: Instrumento aplicado.

Interpretación: La tabla presentada muestra los resultados del instrumento de Valores, comprobándose que del total de alumnos (30) el puntaje alto de respuestas positivas, para un total de 41 ítems, para el **grupo de jóvenes de**

Venezuela, se ubicó en 82,9 por ciento obtenido por un alumno de los encuestados; seguido por 80,5 por ciento logrado también por un solo alumno de los entrevistados. El porcentaje siguiente se ubicó en 73,2 por ciento representado

por un alumno. Tres alumnos lograron 68,3 por ciento de respuestas positivas. En el puntaje medio se ubicó el resto de los alumnos, representado por 65,9 por ciento obtenido por dos alumnos. Seguido por 63,4 por ciento representado por cuatro alumnos. El menor puntaje obtenido en respuestas positivas se ubicó en 26,8 por ciento (puntaje bajo) logrado por un alumno de los treinta entrevistados. Con respecto a los puntajes negativos, el mayor porcentaje (73,2 por ciento) se situó en «puntaje alto» y fue obtenido por un solo alumno; el porcentaje siguiente representativo fue 68,3 por ciento, obtenido también por un alumno. Los porcentajes siguientes se ubicaron en «puntaje bajo» y osciló entre 26,8 por ciento y 31,4 por ciento. Los porcentajes ubicados en «puntaje medio» estuvieron entre 34,1 por ciento y 56,1 por ciento. El porcentaje negativo más bajo se ubicó en 17,1 por ciento y fue obtenido por un solo alumno.

Los resultados para el **grupo de jóvenes de España**, el puntaje más alto de respuestas positivas se ubicó en 85,4 por ciento logrado por un alumno; el siguiente porcentaje a considerar

como «puntaje alto» estuvo representado por 82,9 por ciento representado por un solo alumno de los 30 encuestados; luego aparece 73,2 por ciento logrado por tres de los alumnos encuestados. El porcentaje siguiente 70,7 por ciento fue obtenido por tres alumnos. Dos alumnos lograron 68,3 por ciento de respuestas positivas. Los porcentajes siguientes fueron de 65,9 por ciento, obtenido por dos alumnos; 63,4 por ciento también por dos alumnos y 61 por ciento un alumno. Los porcentajes siguientes se ubicaron en «puntaje medio» oscilando en 58,5 y 48,8 por ciento.

Los porcentajes ubicados en «puntaje bajo» oscilaron entre 39 y 26,8 por ciento. Con respecto a los puntajes negativos, el mayor porcentaje 73,2 por ciento se situó en «puntaje alto» y fue obtenido por un alumno; el porcentaje siguiente 68,3 por ciento, obtenido por un alumno; aparece 61 por ciento obtenido por cuatro alumnos. Los porcentajes siguientes se ubicaron en «puntaje medio» y osciló entre 56 y 53 por ciento. Los porcentajes «puntaje bajo» estuvieron entre 36 y 25 por ciento. El porcentaje negativo más bajo se ubicó en 14,6 por ciento y obtenido por un alumno.



Tabla N° 3. Valores representativos (Media \pm Desviación Estándar) de los puntajes obtenidos. Yo General y Valores Biológicos. **Grupo Jóvenes clase media de Venezuela.**

Nivel de Autoestima y Vivencia de los Valores	$\bar{x} \pm s$	Significación estadística
Yo General Resultado Negativo Resultado Positivo	4.1 \pm 0.3 5.8 \pm 0.6	Diferencia = 1.7 t (Student) = 3.33 G.L. = 27 $p < 0.001$ (Significativa)
Valores Biológicos Resultado Negativo Resultado Positivo	4.1 \pm 0.3 5.8 \pm 0.6	Diferencia = 1.7 t (Student) = 3.33 G.L. = 27 $p < 0.001$ (Significativa)

Fuente: Instrumento aplicado.

Interpretación: En la tabla N° 3, se determina que hubo una diferencia significativa ($p < 0.001$) en el Yo General, como puede apreciarse el Yo General resultado negativo obtuvo un puntaje promedio de 4.1 puntos con desviación estándar de 0.3 puntos, mientras que en el resultado positivo el puntaje promedio subió 5.8 puntos con desviación de 0.6 puntos. La inexistencia de diferencia (+1.7) corresponde a un valor de la t (Student) igual a 3.3, para 27 grados de libertad y con significación correspondiente al 5 por ciento ($p < 0.001$). Este resultado confirma que hubo diferencia significativa en el Yo General en cuanto al resultado Negativo con respecto al Yo General resultado positivo.

En los Valores Biológicos, como se puede observar en la misma tabla N° 2, se determinó una diferencia significativa ($p < 0.001$) y positiva

de 1.7 puntos. De hecho, en Valores Biológicos, el resultado negativo obtuvo un puntaje promedio de 4.1 puntos con desviación estándar de 0.3 puntos, mientras que en los resultados positivos el puntaje promedio subió a 5.8 puntos con desviación de 0.6 puntos. La diferencia positiva de 1.7 puntos corresponde a un valor de la t (Student) igual a 3.33 para 27 grados de libertad y una significación correspondiente menor al uno por mil ($p < 0.001$).

Este resultado confirma, que cuando el promedio negativo del Yo General es bajo (4.1 puntos) el promedio negativo de los Valores Biológicos (4.1 puntos) se mantiene o tiende a bajar; en tanto que si el promedio positivo del Yo General se mantiene (5.8) o tiende a subir, el promedio positivo de los Valores Biológicos aumenta (5.8 puntos) o se mantiene.

Tabla N° 4. Valores representativos (Media \pm Desviación Estándar) de los puntajes obtenidos. Yo General y Valores Biológicos. **Grupo Jóvenes clase media de España.**

Nivel de Autoestima y Vivencia de los Valores	$\bar{x} \pm s$	Significación estadística
<p align="center">Yo General</p> Resultado Negativo Resultado Positivo	2.1 \pm 0.3 8.8 \pm 0.6	Diferencia = 6.7 t (Student) = 3.14 G.L. = 27 p < 0.001 (Significativa)
<p align="center">Valores Biológicos</p> Resultado Negativo Resultado Positivo	3.2 \pm 0.3 8.8 \pm 0.6	Diferencia = 5.6 t (Student) = 4.22 G.L. = 27 p < 0.001 (Significativa)

Fuente: Instrumento aplicado.

Interpretación: En la tabla N° 4, se determina que hubo una diferencia significativa ($p < 0.001$) en el Yo General. El promedio negativo del Yo General obtuvo un puntaje promedio de 2.1 puntos; mientras que el promedio positivo se incrementó a 8.8 puntos. La existencia de una discrepancia significativa de + 6.7 puntos corresponde a un valor de la t (Student) igual a 3.14, para 27 grados de libertad y con significación correspondiente al 5%. Los Valores Biológicos, como se aprecia en la misma tabla N° 4, determinaron una discrepancia significativa y

positiva de 5.6 puntos. De hecho, el resultado negativo obtuvo un puntaje de 3.2 puntos, mientras que el promedio positivo subió 8.8 puntos y una significación correspondiente menor a uno por mil ($p < 0.001$). Estos resultados confirman que cuando el promedio negativo del Yo General es bajo (2.1 puntos) el promedio negativo de los Valores Biológicos tiende a bajar; en tanto que si el promedio positivo del Yo General sube o se mantiene (8.8 puntos) el promedio positivo de los Valores Biológicos aumenta o se mantiene.

Tabla N° 5. Valores representativos (Media \pm Desviación Estándar) de los puntajes obtenidos en la variable: Autoestima y Valores. Grupo jóvenes clase media Venezuela.

Variables	$\bar{x} \pm s$	Significación estadística
Autoestima Resultado Negativo Resultado Positivo	3.4 \pm 0.3 6.5 \pm 0.7	Diferencia = 3.1 <i>t</i> (Student) = 2.77 G.L. = 27 p < 0.001 (Significativa)
Valores Resultado Negativo Resultado Positivo	3.8 \pm 0.3 6.1 \pm 0.7	Diferencia = +2.3 <i>t</i> (Student) = 2.05 G.L. = 27 p < 0.05 (Significativa)

Fuente: Instrumento aplicado.

Interpretación: Según los resultados observados en la tabla N° 5, se evidencia que hubo discrepancia significativa ($p < 0.001$) en la variable Autoestima en el grupo de jóvenes de Venezuela. Como puede apreciarse el promedio negativo de Autoestima obtuvo un puntaje de 3.4 puntos, mientras que en el promedio positivo el puntaje se incrementó a 6.5 puntos. La existencia de una diferencia de 3.1 puntos del promedio positivo corrobora diferencia significativa correspondiente al 5 por ciento ($p < 0.001$). En Valores, como se puede observar en la misma tabla N° 5, se determinó una diferencia significativa ($p < 0.05$) y positiva de 2,3 puntos. De hecho, en Valores el promedio negativo obtuvo un puntaje de 3.8

puntos con desviación estándar de 0.3 puntos, mientras que el promedio positivo, el puntaje subió a 6.1 puntos. La diferencia positiva de 2.3 puntos corresponde a un valor de la *t* (Student) igual a 2.05, para 27 grados de libertad. **Este resultado confirma la relación existente entre Autoestima y Valores en el grupo de jóvenes de clase media de Venezuela. Como puede apreciarse, si en Autoestima el promedio negativo (3.4 puntos) es bajo, el promedio negativo de los valores (3.8 puntos) se mantiene o tiende a bajar; en tanto que si el promedio positivo de Autoestima aumenta (6.5 puntos) el promedio positivo de los Valores se mantiene (6.1 puntos) o tiende a aumentar.**

Tabla N° 6. Valores representativos (Media \pm Desviación Estándar) de los puntajes obtenidos en la variable: Autoestima y Valores. **Grupo jóvenes clase media de España.**

Nivel de Autoestima y Vivencia de los Valores	$\bar{x} \pm s$	Significación estadística
Autoestima Resultado Negativo Resultado Positivo	2.4 \pm 0.3 5.5 \pm 0.7	Diferencia = 3.1 t (Student) = 2.77 G.L. = 27 p < 0.001 (Significativa)
Valores Resultado Negativo Resultado Positivo	2.8 \pm 0.3 6.1 \pm 0.7	Diferencia = 3.3 t (Student) = 2.05 G.L. = 27 p < 0.05 (Significativa)

Fuente: Instrumento aplicado.

Interpretación: En la tabla 6, se determina que hubo una discrepancia significativa ($p < 0.001$) en la variable Autoestima. Como puede apreciarse Autoestima en los resultados negativos obtuvo un puntaje promedio de 2,4 puntos; mientras que el promedio positivo de Autoestima se incrementó a 5,5 puntos. La existencia de una diferencia de 3.1 puntos en el promedio positivo de Autoestima, corresponde a un valor de la t (Student) igual a 2.77, para 27 grados de libertad y con significación media correspondiente a ($p < 0.001$). Así mismo se determina, en la variable Valores, una diferencia significativa y positiva de 3,3 puntos. El promedio negativo de la variable Valores obtuvo un puntaje de 2,8 puntos; mientras que en el promedio positivo el puntaje de los Valores subió a 6,1 puntos con desviación de 2,05 puntos. **Este resultado confirma que el nivel de Autoestima incide en el descubrimiento y vivencia de los**

Valores en los alumnos tanto de Venezuela como de España, puesto que en los promedios negativos, si la Autoestima se mantiene en un rango de 2,4 puntos, el promedio negativo de los Valores también se mantiene en un rango bajo (2,8 puntos); en tanto que si el promedio positivo de la Autoestima se incrementa (5,5 puntos) el promedio positivo de los Valores también se incrementa (6,1 puntos), en ambos grupos, corroborándose la correlación significativa entre las variables en estudio.

ANÁLISIS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La información obtenida de la investigación bibliográfica y de campo, se considera valiosísima, no simplemente por el hecho de que los resultados coincidan con el planteamiento inicial referido a

la posible relación existente entre la vivencia de los valores y la autoestima, como reafirmación del Yo, la evaluación que la persona hace de sí misma, o la confianza para enfrentarse a los retos y riesgos en cualquier momento de la vida, sino más bien, por poder, a partir de esta información, tomar decisiones sobre la formación de la personalidad en sus dimensiones totales.

Los indicadores actitudinales seleccionados para valorar la Autoestima: Yo General, Yo Social, Yo Familiar, Yo Académico y el de Sinceridad, se relacionaron con indicadores de Valores, tales como: Valores Biológicos, Valores Personales (autoestima), Valores Familia-Sociedad y Valores Trascendentales; todo esto conformó un campo compacto de variables, relacionadas todas con ese comportamiento, esa manera de actuar ideal que se pretende conseguir. Es bueno recordar para interpretar los resultados, que los indicadores sociológicos que se tomaron en cuenta fueron: edad, situación económica y centros educativos, elementos que se deben considerar, al realizar cualquier trabajo comparativo a futuro, dada la influencia que estos aspectos ejercen sobre la persona y su actuación en sociedad.

RESULTADOS DE LA CORRELACIÓN: AUTOESTIMA - VALORES

Como se puede observar en los datos estadísticos, existe una alta relación en todos los indicadores, entre las respuestas dadas a los cuestionamientos sobre Autoestima, y el aprecio hacia los Valores; queda excluido el bloque

Sinceridad, el cual según el criterio de CooperSmith no se correlaciona, sólo sirve para comprobar la veracidad en el resto de las respuestas. Exceptuando algunos casos, se comprueba claramente la relación porcentual. Esto indica la atención que en educación ha de prestarse al desarrollo integral de la persona para que su formación sea equilibrada.

Se considera muy interesante este resultado, pues hoy, ante los más diversos tipos de discusión, aparece lo que todos creemos la necesidad más urgente: **Educar en Valores**, culpando de no hacerlo debidamente a alguno o a todos los sistemas organizados, llámese Familia, Sociedad, Iglesia o Educación, y nadie se ha puesto a analizar una de las causas que puede haber sido históricamente, el motivo de esa desvalorización, cual es, el bajo nivel de Autoestima y la desatención a este aspecto educativo.

En el transcurso de la investigación se ha podido comprobar, como en la mayoría de la bibliografía se observa, un sesgo –en cuanto a autoestima se refiere– hacia las personas en conflicto con su mundo exterior y hasta consigo mismas, con su «Yo». Esto sucede, porque se desatiende la mejor edad, la de la niñez y la juventud, para educar la autoestima, y se utiliza cuando ya el conflicto está vigente y el caso se convierte en un hecho patológico.

En este sentido, esta investigación abre un nuevo camino a los muchos que a la educación se le facilitan para llegar al interior de la persona, cual es, la educación de la autoestima, para lograr

que progresivamente se eleve el nivel de madurez moral. Si valor es aquello que apreciamos por encima de cualquier otra cosa y por lo cual seríamos capaces de sacrificarnos para poseerlo, la primera labor debe ser, educar el valor del amor por uno mismo, para luego poder proyectar hacia los demás ese valor personal de autoestima, tan esencial al ser humano.

La autoestima como poder o como facultad, ayuda a configurar la personalidad y determina la valoración propia. La experiencia o conciencia de ser uno mismo, y el conocimiento claro de poseerlo, es como una energía que se va diferenciando, al entrar en contacto con el mundo. Aquí se comprueba una vez más, que la autoestima es el apoyo que la persona requiere, para sentir que sus valores están consolidados y sirven de referencia para vivir en un mundo con otros; y es que, sin referencia propia, sin sentir claramente que poseemos una imagen real y una ideal, la cual estamos llamados a consolidar, no resulta fácil establecer un proyecto de vida, en el que los valores de mayor trascendencia, ocupen el lugar preferencial.

RESULTADOS DE LA VARIABLE VALORES

Es importante destacar, cómo en la apreciación de los datos obtenidos del instrumento sobre valores, obtuvieron en ambos grupos el mayor porcentaje de respuestas positivas, es decir, que en esa medida señalada, nunca se desprenderían de los valores propuestos, lo cual indica aprecio

por los mismos, necesidad de consolidación.

Observando globalmente los resultados de los cuatro indicadores: 1º) Valores Biológicos, que están referidos a la salud, la seguridad, la convivencia, la armonía con el ambiente y la naturaleza; 2º) Valores personales, los cuales están referidos al aprecio, conocimiento y realización de la persona, y en definitiva su autoestima; 3º) Valores Familia-Sociedad, referidos a la vivencia de los valores familiares tales como: confianza, solidaridad, aceptación, comunicación, apoyo, orientación y ejemplo; 4º) Valores Trascendentales, los que hacen referencia a la relación hombre-Dios, ética, sentido de la vida, virtudes como el sacrificio, la humildad, el arrepentimiento, la fe, la esperanza, las cuales se deben reflejar en las actitudes valorativas en la vida diaria, se pueden hacer algunas reflexiones como las siguientes:

De acuerdo con la intencionalidad expresada en el contenido del instrumento y ante el criterio de la no relatividad en la práctica de la vivencia de los valores, el 75 por ciento de respuestas, es decir, treinta o treinta y uno de los cuarenta y un ítems de que consta el instrumento, deberían haber sido respondidos de modo positivo, dejando un amplio margen del 25 por ciento de libertad de opinión.

El resultado general en el grupo de Venezuela, cuyo promedio fue de 55,8 por ciento de respuestas positivas, no representa el resultado esperado y exceptuando tres participantes, el resto quedó por debajo del promedio ideal. El promedio

en el grupo de jóvenes de España fue de 56,9 por ciento; sólo se diferenció en 1,1 por ciento. Estos datos resultan muy interesantes, por lo que supone de expectativa para seguir profundizando en estudios posteriores.

RESULTADOS DE LA VARIABLE AUTOESTIMA

Los resultados obtenidos de las respuestas que globalmente fueron dadas por el grupo de jóvenes de Venezuela, llegó a 60,2 por ciento, lo cual se ubica en el puntaje **medio** de acuerdo con los criterios del instrumento. De los treinta participantes, dos se ubicaron entre 0 y 33, lo cual indica puntaje bajo. Veinticuatro están entre 34 y 67, lo cual se considera puntaje medio y 1, en el puntaje alto de autoestima, es decir, entre 68 y 100 puntos.

En el grupo de jóvenes de España, los resultados fueron bastante similares ya que se obtuvo un porcentaje promedio general de 62,7 por ciento, ubicándose en el puntaje **medio**. De los treinta jóvenes participantes uno se ubicó entre 0 y 33 (bajo); diecisiete entre 34 y 67, indicando puntaje medio y doce entre 68 y 100 puntos, lo que se considera puntaje alto de autoestima.

Profundizando en el análisis se pueden comprobar aspectos interesantes tales como: de los diecisiete participantes que obtuvieron puntajes entre 34 y 67 (del grupo de jóvenes de Venezuela), solamente tres (10 por ciento) dieron cuarenta repuesta acertadas de 58 que contiene el inventario lo cual representa el 68 por ciento. Uno

llegó a 41 respuestas acertadas representado por el 70,7 por ciento. El resto de los encuestados estuvo por debajo de ese porcentaje, lo que indica que, a pesar de encontrarse en el **rango medio**, están en los **niveles bajos de dicho rango**.

Es importante considerar todos estos factores y no conformarse únicamente con unos datos finales, los cuales nos dan una repuesta satisfactoria de acuerdo a un solo criterio: el cuantitativo; si se quiere de verdad resolver el problema y aportar soluciones reales, es necesario llegar a la interpretación de los detalles, que son los indicadores de actitudes que responden a un modo de pensar, una filosofía, una manera de vivir. Hay que llegar a encontrar la razón del por qué se obtienen estos resultados y no otros y luego, obrar en consecuencia.

CONCLUSIONES

El estudio comparativo realizado tanto mediante la investigación bibliográfica como el trabajo de campo, con ambos grupos de jóvenes, determina algunas conclusiones, que se resumen así:

* Se considera a la autoestima como valor de la persona, indispensable para su desarrollo total, la conformación acertada de su «Yo», su autoconocimiento y su autorrealización. Para llegar a los niveles elevados que son necesarios para obtener estos fines, se requiere el cultivo de la misma, ya que de acuerdo a las teorías, que fundamentan dicho tema, la autoestima se educa, y se incrementa o disminuye en el transcurso de la vida.

* Se ha comprobado una relación elevada entre los **niveles de autoestima** que posee una persona y la **vivencia de sus valores**, planteamiento inicial de este trabajo, expresado en los objetivos del mismo. Esta relación se comprueba en los diferentes indicadores, en los que se puede observar que, al subir los promedios de autoestima en los diversos resultados, también en los valores relacionados, se aumentan dichos promedios.

* Los resultados de los niveles de autoestima, obtenidos como producto de la aplicación del instrumento, se ubican en su mayoría en el puntaje medio de la escala, con tendencia a los niveles bajos de la misma, lo cual es motivo de preocupación, y razón para continuar reflexionando sobre las causas que originan este resultado.

* Del análisis realizado a los datos obtenidos de la aplicación del cuestionario sobre Valores, se obtuvieron conclusiones que invitan a la reflexión y la búsqueda de soluciones, al comprobar que las respuestas obtenidas no llegaron a los porcentajes esperados, es decir, al setenta y cinco por ciento de respuestas positivas, lo que implicaría la valoración sin condiciones de los valores propuestos, y por consiguiente, la posesión o el deseo y las ganas de luchar por conseguirlos, aún cuando se consideró un margen de libertad.

En la educación en valores, no bastaría con «medir» o «comprobar» los valores que se poseen o se desean tener, por más que se haga mediante la aplicación del método científico, de acuerdo con

los estudios apropiados para las Ciencias Sociales; en este ámbito, hay unas implicaciones éticas, no sólo para el proceso de obtención de la información, sino en cuanto a la responsabilidad de encontrar soluciones a los problemas que se plantean ante la decadencia de la moral personal y social, la relatividad y ligereza para la práctica diaria de la ética, la falta de reflexión personal, la insolidaridad ante los problemas cercanos o lejanos, que de cualquier modo nos incumben.

A partir de las opiniones recogidas de diversos autores, en las que se afirma, que la educación en valores es un proceso que abarca desde el nacimiento hasta la muerte, se debe tener en cuenta, que los aspectos intelectuales (cognoscitivos) y emocionales (afectivos) de los valores, y la educación de los mismos, encuentran su punto de actividad culminante durante al adolescencia; esto se debe, a que es la edad que marca la autonomía y se agudiza la conciencia de sí mismo, haciéndose explícito el autoconcepto, la autoestima y el desarrollo del razonamiento moral, todo ello asociado al hecho de que es en esta etapa, en la cual el adolescente interioriza y opta por sus valores. Por estas razones, se hacen las siguientes recomendaciones.

RECOMENDACIONES

* Se recomienda seguir profundizando en la educación de la autoestima y los valores para lograr, por este medio, la transformación integral global, y relacionada con la vida de cada persona.

* Es necesario motivar a padres, educadores, formadores de grupos de la educación no formal, dirigentes de organizaciones, profesionales en general, ante los resultados obtenidos sobre los **niveles de autoestima y educación en valores**, para que se involucren en el proceso educativo de niños y jóvenes, sobre estos temas.

* Exigir a los responsables de dirigir el proceso educativo, dentro y fuera del sistema, la formación de multiplicadores en educación en valores, motivando para ello especialmente a quienes con sus actitudes de vida, puedan «ser» modelos, más que «hacer de modelos» para los demás.

* Se recomienda a los educadores en general, la aplicación del Método Antropológico, previa preparación en profundidad sobre el desarrollo pedagógico y didáctico del mismo, el cual conduce al propio conocimiento, a la autocrítica y al compromiso con los demás, al autodescubrimiento de los propios valores, mediante el planteamiento de nuevas interrogantes que le conduzcan a la creación de nuevas ideas, implicándose en la solución de problemas propios y ajenos mediante la creación del proyecto de vida fundamentado en

valores, porque, ningún viento es favorable para quien no sabe a donde va, pero para quien está seguro del camino que debe recorrer, hasta el viento se le aparta. El viaje más difícil que realiza el ser humano, es el viaje hacia la profundización de sí mismo, para poder después emerger hacia el encuentro con los demás y para lograrlo, es necesario vivir con proyecto de vida.

BIBLIOGRAFÍA

Coopersmith, Stanley (1978). **Estudios sobre la estimación propia**. México. Editorial Paídos.

Díaz P. (1984). Disponible: <http://www.geocities.com/heartland/farm/8810/investing/aecrian2.html>.

García, J. (1991). **Fundamentos de la Educación Comparada**. Disponible: www.monografias.com/trabajos17/educacion-comparada/educacion-comparada.shtm.

Ramos C., María G. (2002). **Programa para Educar en Valores**. El Hatillo, Venezuela. Tercera Edición Hijos de San Pablo. Ed. Unanda.

_____ (2003). **Para educar en valores. Teoría y Práctica**. El Hatillo, Venezuela. Tercera Edición. Hijos de San Pablo.

_____ (2004). **Valores y Autoestima. Conociéndose a sí mismo en un mundo con otros**. Valencia, Venezuela. Segunda Edición. CDCH UC.