

Los valores en estudiantes adolescentes: Una adaptación de la escala de Perfiles Valorativos de Schwartz

Assessing values in adolescents:
An adaptation of Shwartz's Portrait Values Questionnaire

MERCEDES FERNÁNDEZ LIPORACE ¹, PAULA ONGARATO ², ELENA
SAAVEDRA³, MARÍA MARTINA CASULLO⁴

RESUMEN

Se presentan resultados de un estudio psicométrico realizado sobre la adaptación de la escala de Perfiles Valorativos de Schwartz, administrada a una muestra de adolescentes escolarizados de la ciudad de Buenos Aires, Argentina. De los diez tipos valorativos descriptos por este autor se conservan ocho, que se han redistribuido de manera diferente a la propuesta por el modelo, resultando en una estructura de cinco factores, eliminándose las dimensiones Autodirección y Conformismo. Los 18 ítems que integran esta nueva versión cumplen con los estándares más exigentes en cuanto a poder discriminativo; la estructura factorial elegida se discute a la luz del modelo original. Se señalan algunas dificultades en cuanto a la consistencia de uno de los factores aislados.

Palabras clave:

Valores, Adolescentes, Schwartz, Argentina

1. Doctora en Psicología UBA, Prof. Adjunta UBA, Investigadora Adjunta CONICET

2. Licenciada en Psicología UBA, Auxiliar Docente UBA

3. Licenciada en Psicología UBA, Asesora Pedagógica Liceo 1 de la ciudad de Bs As

4. Doctora en Psicología, Prof. Titular UBA, Investigadora Independiente CONICET

ABSTRACT:

Results from a psychometric analysis of the Portrait Values Questionnaire, made on a sample of students of Junior High School from Buenos Aires city, Argentina, are introduced. From the original model of ten valorative types, eight of them appear in the five factor solution obtained. Two whole dimensions - Self Direction and Conformity - have been deleted. 18 remaining items exhibit the highest discrimination power; factor solution is discussed in comparison with Schwartz's original model. Internal consistency problems are detected in one of the isolated factors.

Key-words:

Values, Adolescents, Schwartz, Argentina

INTRODUCCIÓN

Haciendo un poco de historia, el interés de la Psicología por el estudio de los valores humanos viene inicialmente determinado por el tratamiento que de ellos ha hecho la Filosofía. Desde esta perspectiva, los valores se analizaban en relación con su puesta en acto en el comportamiento de los individuos (Agnihorty, 1986; Feather, 1975; Kluckhohn, 1951; Sagiv & Schwartz, 2001; Schwartz, 1996).

A partir de la segunda mitad del siglo pasado la Sociología y la Psicología iniciaron el abordaje científico de este tópico. Desde esta perspectiva, un enfoque clásico e imposible de soslayar en este campo, propone un ordenamiento jerárquico de las necesidades humanas, ubicando en el tope del mismo a las necesidades de autorrealización; inmediatamente debajo, se encuentran las estéticas, por encima de las de conocimiento. Hacia abajo de esta escala, que asume una forma piramidal, se ubican las de estima, amor y pertenencia, seguridad y protección y en la base de la misma, las fisiológicas o básicas. El acceso a las necesidades superiores de la pirámide depende de que hayan sido atendidas las de la base (Maslow, 1954). En esta misma línea, se sostiene que solamente los individuos socializados en contextos en los que existe un bienestar económico son capaces de esgrimir valores de autorrealización (Inglehart, 1977).

Durante la década de los 60s se ahonda el interés por el estudio de los valores y las necesidades en relación con la personalidad (Gorlow & Barocas, 1964). Paralelamente, se sostiene la importancia relativa de la cultura en la determinación de ambos (Johnson & Stiggins, 1969).

Ya en los 70s los valores son caracterizados como creencias de carácter prescriptivo y transituacional, que guardan un ordenamiento jerárquico y orientan el comportamiento real y concreto, producto de las demandas sociales y las necesidades psicológicas particulares (Ross, 2001). Son una guía para las acciones, actitudes, atribuciones, juicios y elecciones y resultan de los aprendizajes cultural e institucionalmente determinados. Por su adquisición durante la socialización primaria y secundaria y su relativa estabilidad, se encuentran en la base del autoconcepto de los individuos. Cuando las personas deben enfrentarse con comportamientos inconsistentes con su escala de valores, reducen la insatisfacción producida por la discrepancia mediante una alteración en su jerarquía valorativa dado que, por lo general, los seres humanos no son conscientes de esta estructura. A la vez, se distinguen dos clases de valores: los terminales por un lado, que responden a las necesidades humanas y los instrumentales, por el otro, que se constituyen en medios para alcanzar los primeros (Rokeach, 1973).

De esta manera, la razón de ser de los valores es indicar a cada sujeto cómo actuar o pensar en situaciones determinadas, brindándole un sistema de estándares que, en última instancia, se hallan orientados a la satisfacción de las necesidades individuales, en tanto que, en un análisis social, se afirma que aquellos guían el accionar de las distintas instituciones que forman parte de la sociedad. Fácilmente puede comprenderse que, según este enfoque, los valores implican, básicamente, dos niveles: el individual y el cultural. En el nivel del individuo, resultan potencialmente útiles para explicar actitudes, comportamientos y componentes de la identidad, en tanto que en el nivel cultural, se analizan como el producto de factores políticos y socioeconómicos. De acuerdo con esta perspectiva, pueden trazarse *perfiles valorativos personales*, que resultan útiles para explicar y predecir comportamientos, actitudes e intereses en las diversas áreas en las que se desarrolla la vida de las personas. Así, se define a los valores personales como guías motivacionales ubicadas al tope del sistema de la personalidad, que explicarían la totalidad de las acciones y comportamientos de menor nivel. El análisis de manifestaciones culturales tales como el arte, los sistemas educativo y económico, las instituciones familiares, religiosas, políticas y científicas permite estudiar los valores pre-

dominantes en una sociedad (Rockeach, 1973; Royce & Powell, 1983, Sánchez Canovas & Sánchez López, 1999).

Continuando con una breve reseña histórica, se advierte que recién en las últimas décadas comienzan a tomar ímpetu los enfoques transculturales, que intentan integrar el estudio de los valores desde una doble arista: la personal y la cultural, por lo que puede hablarse de un enfoque psicosocial (Ross, 2001). Este interés acrecentado puede atribuirse a factores científicos y culturales, principalmente en relación con la crisis en la que la sociedad actual se halla inmersa, puesto que el fin del siglo XX se caracterizó por estar teñido de atributos de transitoriedad e inestabilidad, contrastando con la permanencia de significados y creencias esgrimidos por las generaciones precedentes. Esta crisis valorativa podría explicarse apelando a conceptos tales como el relativismo moral y la muerte de las ideologías (Agnihorty, 1986; Feather, 1975; Hernando, 1997; Kluckhohn, 1951; Sagiv & Schwartz, 2001; Schwartz, 1996).

En los albores del siglo XXI se proponen dos dimensiones inseparables, que resultan útiles para explicar el desarrollo del *self* en todas las culturas: independencia e interdependencia. Este desarrollo tiene lugar a través de las interacciones sociales que son modeladas por los valores culturales acerca de la naturaleza de la existencia humana; de

esta manera, *individualismo* y *colectivismo* son entendidos como términos para clasificar dos sistemas valorativos culturales multidimensionales que modelan diferentes vías y objetivos de autodesarrollo a través del desempeño de distintos modos de independencia e interdependencia. Este enfoque resalta el papel del individualismo en la cultura occidental, investigando, por ejemplo, las interacciones entre padres e hijos que ilustran cómo ese atributo modela el desarrollo del self en términos de autonomía e interdependencia (Hofstede, 1980, 2001).

Desde las investigaciones de campo, en los últimos años, se han desarrollado una interesante variedad de trabajos sobre el tema valores: en ámbitos educativos (Kaukiainen, Salmivalli, Lagerspetz, Tamminen, Vauras, Maeki & Poskiparta, 2002), en el campo de la psicología evolutiva (Ahmed, 1998), de la psicología de la inteligencia (Boyle, 1989), desde el enfoque de la psicología social y cross – cultural (Harkness & Super, 1992; Mohan & Kaur, 1993; Rapoport & Lomsky-Feder, 2002; Schurmans & Dasen, 1992; Spees, 2001; Van Lange & Kuhlman, 1990, 1994; Van Lange & Liebrand, 1991), desde la psicología de la personalidad (Singh & Gupta, 1996) o desde una perspectiva psicobiológica (Mac Lennan, 1998). Los estudios sobre el desarrollo de los valores en la adolescencia no han arribado aún a conclu-

siones definitivas, ya que el momento de cristalización de la estructura valorativa en la personalidad de los individuos permanece aún en discusión, ubicándose según el autor en algún punto dado entre la adolescencia temprana y la adultez incipiente, aunque parece experimentar algunas modificaciones a lo largo de la vida adulta (Schwartz & Melech, 1999).

Sin subestimar la importancia de los trabajos antes mencionados, no puede dejar de citarse a Schwartz, (1994, 2001), una figura señera en este tópico, que intenta imponer una teoría universal sobre el significado y contenido de los valores humanos, a los que define en términos de metas deseables transituacionales, cuya importancia resulta variable y que cumplen el papel de principios rectores u orientativos en la vida de las personas o de las organizaciones sociales; así, ellos motivan los comportamientos, funcionan como criterios para juzgar y justificar acciones y su adquisición se concreta a través de la socialización en los valores de un grupo hegemónico por medio de aprendizajes personales. De esta manera, los valores representan las respuestas que individuos y grupos sociales deben dar, bajo la forma de metas conscientes, a lo que él identifica como tres requisitos universales: las necesidades biológicas de los sujetos, la coordinación de las acciones sociales y el correcto funcionamiento y supervivencia de los grupos. Así,

personas y grupos transforman sus necesidades, expresándolas en términos de valores específicos con el objeto de adaptarse a una realidad socio-cultural determinada (Schwartz & Sagie, 2000; Schwartz & Bardi, 2001; Schwartz, Melech, Lehman, Burgess, Harris & Owens, 2001).

Siguiendo esta línea de pensamiento, el aporte fundamental de esta teoría consiste en la caracterización de diez tipos motivacionales de valores, derivados de los tres requisitos antes nombrados, aunando una sólida base teórica y empírica basada en investigaciones realizadas con más de 25.000 sujetos provenientes de 44 naciones, utilizándose para el análisis de la validez convergente y discriminante de estos datos una matriz multimétodo – multirrasgo.

La estructura básica verificada en la mayor parte de los trabajos llevados a cabo se compone de los diez tipos motivacionales que se describen a continuación:

- Poder: implica la propensión hacia el poder social, la riqueza o la autoridad.
- Logro: se relaciona con el éxito personal, mediante la ejecución de competencias aceptadas socialmente.
- Hedonismo: resalta el placer y la gratificación personales.
- Estimulación: destaca los desafíos y la novedad.
- Autodirección: se vincula con el interés por el pensamiento autó-

nomio y la independencia en el accionar del individuo, especialmente en lo que hace a su expresión, la posibilidad de exploración y su creatividad.

- Universalismo: involucra atributos tales como la justicia social y la tolerancia hacia las diferencias, así como la conservación del ambiente.
- Benevolencia: implica la preservación y promoción del bienestar de los otros, la honestidad, la ausencia de rencor y la misericordia, junto con la capacidad para perdonar ofensas.
- Tradición: resalta la preservación de las costumbres, la cultura tradicional y la religiosidad.
- Conformismo: interesa el respeto por las normas sociales y las costumbres establecidas, así como la evitación de comportamientos que pudieran ser potencialmente ofensivos o hirientes para otros.
- Seguridad: propone la armonía, la seguridad y la estabilidad personal y social como metas a perseguir.

Este modelo postula que los valores se organizan en un continuo de motivaciones relacionadas, que asume la forma de una estructura circular. Por otra parte, sostiene que estos valores se agrupan en dos dimensiones bipolares que se encuentran ubicadas en cuatro puntos opuestos

de la circunferencia que representa gráficamente al modelo, de manera que un valor dado, cualquiera sea éste, no se identifica unívocamente con ninguna de estas cuatro dimensiones motivacionales, sino que es compartido –de forma más o menos preponderante- por dos de ellos, los que se hallen inmediatamente a la izquierda o a la derecha de una motivación dada. Estas dimensiones motivacionales son:

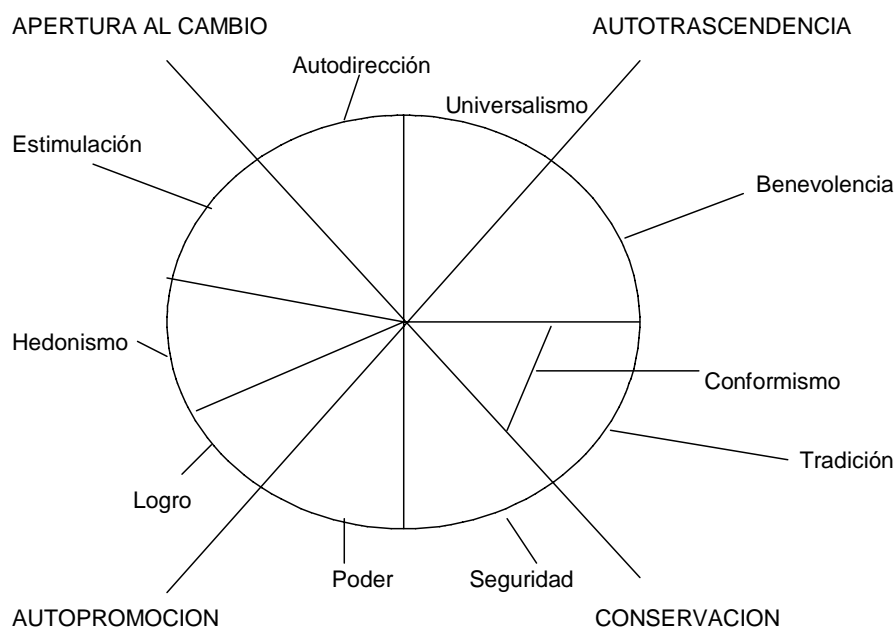
- Apertura al cambio versus Conservación
- Autotrascendencia versus Autopromoción (preocupación por los otros en tanto iguales / búsqueda del éxito y dominio personales).

Así, por ejemplo, el tipo valorativo Hedonismo se halla en un punto intermedio entre las motivaciones de Apertura al Cambio y Autopromoción, en tanto que el valor Tradición se encuentra a la izquierda del eje Conservación, pero también cercano al polo de Autotrascendencia (Fig. 1). La prosecución de cualquiera de estas metas valorativas puede resultar conflictiva o congruente con los otros valores integrantes de la estructura, según sea el caso. La disposición circular del modelo representa un continuo motivacional: los dos valores más cercanos en cualquier dirección alrededor del círculo implican las motivaciones más similares,

en tanto que los dos valores más distantes implican el mayor antagonismo en tales disposiciones motivacionales. Los conflictos y congruencias, examinadas desde los ejes, se reflejan en dos pares contrarios: Autopromoción versus Autotrascendencia oponen el poder y el logro al universalismo y la benevolencia, mientras que en Apertura al Cambio versus Conservación se enfrentan autodirección y estimulación a seguridad, conformismo y tradición, en tanto que hedonismo comparte elementos de Apertura al Cambio y Autopromoción.

Estos trabajos verificaron, en líneas generales, la universalidad de esta estructura en los países incluidos en el estudio, a pesar de que el 5% de las muestras analizadas se desviaba considerablemente de este patrón; se trataba, específicamente, de sujetos provenientes de países en vías de desarrollo, además de algunos grupos de adolescentes y de estudiantes universitarios: por ejemplo, en el caso de adolescentes tempranas ugandesas, la disposición circular de los valores variaba de manera tal que Universalismo y Seguridad, que expresan tanto intereses individuales como colectivos, se agrupaban en un sector del círculo, a la vez que los que primariamente involucran intereses individuales – autodirección, estimulación, hedonismo, logro y poder – se disponían juntos en otro sector (Schwartz, 1992).

**Figura 1 - Modelo teórico de la estructura valorativa
(Schwartz, 1994, 2001)**



Continuando con el enfoque de Schwartz, en nuestro medio se realizaron investigaciones relacionadas, diseñándose un instrumento para evaluar los valores en diferentes contextos - recreación y vida social, relaciones familiares y trabajo -, estudiándose los mismos en población civil y militar y verificándose que, en cuanto a las diferencias según contextos, la orientación valorativa es similar en los ámbitos laboral y familiar, comprobándose discrepancias para los grupos comparados en cuanto a los valores vinculados a la vida social (Castro Solano, 2005, en prensa; Casullo & Castro Solano, 2004).

En vista de la importancia que esta línea de investigación está cobrando en la comunidad científica en el curso de los últimos años, el desarrollo de instrumentos psicométricos válidos y confiables, a la vez que adaptados a las características de diversas poblaciones latinoamericanas, se vuelve un objetivo a perseguir, con el fin de estudiar adecuadamente este constructo en tales individuos y grupos.

Objetivos

El objetivo de este trabajo se centra en efectuar la adaptación y validación

de la Escala de Valores o Perfiles Personales de Schwartz (1994, 2001), - que fuera anteriormente puesta a prueba en sujetos adultos por Casullo (2002)- en una muestra de estudiantes adolescentes argentinos, residentes en la ciudad de Buenos Aires, incluyendo el análisis de la discriminación de los reactivos, un estudio de validez factorial y la determinación de la consistencia interna de los factores aislados. Así, a partir de la concreción de todos estos pasos, se ha llegado a la depuración del instrumento, conservándose aquellos ítemes que exhibieron la mejor calidad psicométrica. Por otra parte, la elección del método de análisis factorial se relaciona con el propósito de efectuar una comparación monorrango – heterométrico respecto de los resultados obtenidos por Schwartz mediante el método SSA (Small Space Analysis), que permitirá determinar si los hallazgos convergen a pesar de la diferencia metodológica.

MÉTODO

Muestra

Participaron 751 adolescentes de ambos sexos (50% de varones, 50% de mujeres), cuyas edades variaban entre los 12 y los 19 años ($\bar{X}_{edad} = 14.26$; $dt = 1.49$). Todos eran estudiantes del ciclo medio de enseñanza en la ciudad de Buenos Aires – en esta jurisdicción se mantiene el sistema anterior a la ley federal de educación, que posee siete

grados en la Educación General Básica y cinco años en el nivel medio. Estos alumnos asistían mayoritariamente a los dos cursos iniciales (65% al primer año, 24% al segundo), mientras que el 11% restante se repartía de manera equitativa entre los años tercero y cuarto, no habiéndose evaluado a los alumnos del último curso de estudios; es decir que se trataba, en su mayoría, de estudiantes que iniciaban el nivel secundario o medio. El 64% convivía con ambos padres y el 70% tenía hermanos.

Instrumento

Se utilizó la adaptación argentina realizada para sujetos adultos por Casullo (2002) de la escala de Perfiles Personales (Schwartz, Melech, Lehman, Burgess, Harris & Owens, 2001). Es un instrumento autoadministrable, formado por 40 reactivos que describen preferencias y características personales relacionadas con la orientación valorativa de las personas, que brinda diez puntuaciones independientes, correspondientes a cada uno de los diez tipos valorativos propuestos por Schwartz (2001). El sujeto debe decidir, en cada caso, cuán parecido es a esa descripción, según seis opciones de respuesta en formato likert, que varían desde 0 (No se parece nada a mí) hasta 5 (Se parece mucho a mí). Luego de una administración piloto realizada a 30 estudiantes adolescen-

tes, se verificó que el lenguaje utilizado, la consigna, los ítems y el estilo de respuesta solicitado no ofrecían dificultades a los examinados, por lo que se decidió mantener inalterada la versión adaptada por Casullo que, en el caso del presente estudio, es objeto de análisis, con el fin de efectuar las modificaciones que fueran necesarias y estudiar a fondo sus características psicométricas.

RESULTADOS

Teniendo en cuenta que el objetivo de adaptación de la técnica constaba de tres partes – análisis de discriminación de los ítems, estudio factorial y estudio de la consistencia interna –, se efectuó, en primer lugar, un análisis de la capacidad discriminativa de los elementos, divididos según las diez escalas que representan a las diez dimensiones valorativas propuestas

por Schwartz (2001), mediante el cálculo de la correlación de la puntuación arrojada por el ítem con la puntuación total de cada escala o dimensión valorativa, corregida. Como resultado de este procedimiento, en el que se adoptó un criterio de máxima exigencia, se conservaron solamente aquellos elementos que exhibieron coeficientes iguales o mayores a .30, (Hair, Anderson, Tatham & Black, 1999; Martínez Arias, 1995). De esta manera, quedaron eliminados los ítems 1, 8, 11, 15, 18, 21, 22, 25, 33, 34 y 38. En la Tabla 1 se consignan los valores de discriminación obtenidos inicialmente para cada escala o agrupamiento de ítems. Adviértase que la dimensión Autodirección desaparece por completo en virtud de la inadecuada capacidad de sus reactivos para discriminar individuos que se ubican en extremos altos y bajos de la distribución de puntuaciones.

**Tabla 1 - Perfiles Valorativos Personales para Adolescentes:
coeficientes de discriminación según escala original. Análisis inicial**

Conformismo		Benevolencia		Autodirección		Hedonismo		Poder	
Item	Disc.	Item	Disc.	Item	Disc.	Item	Disc.	Item	Disc.
7	.3711	12	.3020	<i>1</i>	<i>.1033</i>	10	.2999	2	.3965
16	.3882	<i>18</i>	<i>.2217</i>	<i>11</i>	<i>.1232</i>	26	.3060	17	.4204
28	.4364	27	.3475	<i>22</i>	<i>-.0133</i>	37	.4728	39	.4341
36	.3793	33	.0795	<i>34</i>	<i>.1670</i>				
Tradición		Universalismo		Estimulación		Logro		Seguridad	
Item	Disc.	Item	Disc.	Item	Disc.	Item	Disc.	Item	Disc.
9	.3138	3	.3065	6	.3199	4	.3988	5	.3007
20	.4205	<i>8</i>	<i>.2191</i>	<i>15</i>	<i>.2277</i>	13	.5138	14	.4997
<i>25</i>	<i>.2540</i>	19	.6086	30	.3199	24	.3156	<i>21</i>	<i>.15871</i>
<i>38</i>	<i>.1365</i>	23	.4987			32	.3315	31	.5897
		29	.6685					35	.5102
		<i>40</i>	.5335						

Los ítemes eliminados se consignan en negritas y cursivas

Respondiendo a la segunda parte del objetivo planteado – estudio de la validez factorial –, con los elementos de adecuada discriminación se calculó un análisis de componentes principales con normalización Kaiser, criterio de raíz latente y rotación Varimax, que evidenció correcto ajuste del procedimiento y adecuación muestral (KMO= .787; test de Esfericidad de Bartlett: $\chi^2= 682.314$; 153 gl; $p=.000$). El método de rotación se escogió en virtud de suponer la independencia de los factores que se confirmó al verificar que la solución más ade-

cuada desde el punto de vista teórico y que mostraba el mejor ajuste era la que se acompañaba de esta rotación ortogonal. La estructura aislada cuenta con cinco factores –en lugar de los diez propuestos por el autor original–, que explican el 58.12% de la varianza total, explicando cada factor el 20.11%, el 11.55%, el 10.26%, el 8.90% y el 7.30%, respectivamente. Habiéndose eliminado aquellos reactivos que presentaron saturaciones únicas inferiores a .40 o dobles iguales o superiores a esa cantidad, se conservaron 18 elementos (2, 5, 6, 9, 10,

13, 14, 19, 20, 23, 24, 27, 29, 30, 31, 35, 37 y 40) . Finalmente, puede apreciarse que la consistencia por factor varía entre .87 y .1150, siendo todos ellos aceptables valores, excepto el correspondiente al Factor 2 - .1150 - , que resulta muy bajo. El Alpha para el Factor 1 es .87, para el Factor 3, .57, para el Factor 4, .53 y para el 5, .43. Inmediatamente se aprecia que el Factor 1 es el más consistente aunque los valores de Alpha para los factores 3 a 5 surgen como correctos en virtud del escaso número de elementos que componen a cada uno – 3 para el Factor 3 y 2 para los factores 4 y 5 (Tabla 2). Cabe destacar que el Factor 2 se halla integrado por reactivos provenientes de las dimensiones originales

Estimulación, Hedonismo y Benevolencia, cuestión que tal vez esté influyendo en la baja consistencia obtenida. Sin embargo, la eliminación del ítem 27, representante de la última dimensión original, produce que la estructura se vuelva hartamente confusa y de difícil interpretación, resultado que hace preferible la decisión de adoptar la solución anterior como la más adecuada. Como se anticipó en párrafos anteriores, los tipos valorativos Autodirección y Conformismo desaparecen de la estructura factorial, el primero, en virtud de los incorrectos índices de discriminación exhibidos por sus ítems; el segundo, a raíz de recibir cargas únicas inferiores a .40 o dobles, superiores a esa cifra (Tabla 2).

**Tabla 2 - Perfiles Valorativos Personales para Adolescentes:
estructura factorial**

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
Item	Seguridad + Universalismo	Estimulación + Hedonismo + Benevolencia	Poder + Logro	Tradición	Seguridad
2			.683 Poder		
5					.799 Seguridad
6		.655 Estimulac.			
9				.763 Tradición	
10		.540 Hedonismo			
13			.683 Logro		
14	.750 Seguridad				
19	.769 Universalis				
20				.668 Tradición	
23	.674 Universalis				
24			.721 Logro		
27		.409 Benevolenc			
29	.811 Universalis.				
30		.673 Estimulac.			
31					.642 Seguridad
35	.629 Seguridad				
37		.730 Hedonismo			
40	.701 Universalis.				
Vza. Explicada	20.110%	11.549%	10.255%	8.894%	7.308%
Varianza total explicada	58.116%				
Alpha por factor	.8447	.1150	.5689	.5327	.4307
Componentes principales/Varimax/Kaiser/Raíz latente					
KMO= .787 X2Bartlett= 682.314; 153 gl; p= .000					

Las etiquetas que figuran junto a las cargas corresponden a las dimensiones originalmente propuestas por Schwartz, de la que cada ítem forma parte

La Tabla 3 resume las dimensiones halladas en el presente estudio factorial para los elementos que se han conservado en esta versión adaptada, consignando, además, el contenido de

los ítems que las forman, la carga en dicho factor, la discriminación hallada y la dimensión a la que originalmente pertenecía, según la propuesta de Schwartz.

**Tabla 3 - Perfiles Valorativos Personales para Adolescentes:
estructura factorial y discriminación según escala
(comparación con las dimensiones originales del modelo de Schwartz)**

Factor 1: Universalismo + Seguridad	Carga	Dimensión original	Discr
14. Es muy importante la seguridad de su país. Piensa que el estado debe mantenerse alerta ante las amenazas internas y externas.	.750	Seguridad	.4997
19. Cree firmemente que las personas deben proteger la Naturaleza, siendo importante el cuidado del medio ambiente.	.769	Universal.	.6086
23. Cree que todos los habitantes de la Tierra deberían vivir en armonía. Para él/ella es importante promover la paz entre todos los grupos del mundo.	.674	Universal.	.4987
29. Desea que todos sean tratados con justicia, incluso las personas a las que no conoce. Es importante proteger a los más débiles.	.811	Universal	.6685
35. Es importante para él/ella que haya un gobierno estable. Le preocupa que se mantenga el orden social	.629	Seguridad	.4927
40. Es importante adaptarse a la Naturaleza e integrarse en ella. Cree que la gente no debería alterar el medio ambiente.	.701	Universal.	.5335
Factor 2: Estimulación + Hedonismo + Benevolencia	Carga	Dimensión original	Discr
6. Piensa que es importante hacer muchas cosas diferentes en la vida. Siempre busca experimentar cosas nuevas.	.655	Estimulación	.3199
10. Busca cualquier oportunidad para divertirse porque considera importante hacer cosas que le resulten placenteras.	.540	Hedonismo	.3000
27. Es importante atender a las necesidades de los demás. Trata de apoyar a quienes conoce.	.409	Benevolenc.	.4450
30. Le gustan las sorpresas. Tener una vida llena de emociones es importante.	.673	Estimulación	.3199
37. El/ella realmente desea disfrutar de la vida. Pasarla bien es muy importante.	.730	Hedonismo	.4728
Factor 3: Logro + Poder	Carga	Dimensión original	Discr
2. Considera importante ser rico/a. Quiere tener mucho dinero y poder comprar cosas caras.	.683	Poder	.3965
13. Considera importante ser una persona muy exitosa. Le gusta impresionar a la gente.	.683	Logro	.5138
24. Piensa que es importante ser ambicioso/a. Desea mostrar lo capaz que es.	.721	Logro	.3156
Factor 4: Tradición	Carga	Dimensión original	Discr
9. Piensa que es importante no pedir más de lo que se tiene. Cree que las personas deben estar satisfechas con lo que tienen.	.763	Tradicición	.3431
20. Las creencias religiosas son importantes. Trata firmemente de hacer lo que su religión manda.	.668	Tradicición	.3431
Factor 5: Seguridad	Carga	Dimensión original	Discr
5. Le importa vivir en lugares seguros. Evita cualquier cosa que pudiera poner en peligro su seguridad.	.799	Seguridad	.3007
31. Tiene mucho cuidado de no enfermarse. Para él/ella es muy importante mantenerse sano.	.642	Seguridad	.3851

Efectuando un análisis factorial de segundo orden que mantuvo los procedimientos practicados en el de primer orden, se aislaron tres factores que explican el 60% de la varianza, agrupándose en el Factor I las dimensiones Tradición y Seguridad, adyacentes ambas al eje de Conservación; el Factor II se identifica con la dimensión Poder + Logro (Factor 3 en el análisis de primer orden), adyacente al eje de Autopromoción. Finalmente, en el Factor III se ubican las dimensiones de Seguridad + Universalismo (Factor 1 en el análisis de primer orden) y Estimulación + Hedonismo + Benevolencia (Factor 2 de primer orden), exhibiendo esta última cargas negativas en este Factor de Segundo Orden. En él, se aprecia que casi toda la mitad superior del círculo (Hedonismo, Estimulación, Universalismo y Benevolencia, excepto Autodirección que, como antes se ha referido, desaparece como dimensión) se agrupa en un solo factor, sumándose a Seguridad, que se halla en el polo opuesto, cuestión que más tarde se retomará en la Discusión.

DISCUSIÓN

Los resultados informados en el apartado anterior permiten apreciar que las diez dimensiones valorativas propuestas originalmente por Schwartz (1994, 2001) no aparecen reflejadas en la estructura factorial obtenida. De todas las soluciones de primer orden consideradas en los diversos ensayos

que se realizaron, se escogió la que ofrece el mejor ajuste del modelo, la mejor adecuación muestral en cuanto a balance de casos/reactivos, el mayor porcentaje de varianza total explicada y la mayor sencillez en la interpretación. Si bien ella consta de cinco factores (la mitad que los propuestos en el modelo original), ocho de las dimensiones originales se hallan presentes de alguna manera, puesto que algunos factores - 1, 2 y 3 -) están formados por la combinación de dos y hasta tres dimensiones originales. Cabe destacar, asimismo, que las dimensiones Autodirección y Conformismo desaparecen en la estructura obtenida en virtud del inadecuado poder de discriminación de sus ítemes o de la contingencia de cargar bajo (<.40) en alguno de los factores o, por el contrario, de recibir saturaciones dobles por encima de .40.

El valor Autodirección acentúa el pensamiento independiente, la libertad de acción, de expresión y de exploración, así como la creatividad. Su eliminación debería resultar llamativa si se considera la descripción de este tipo valorativo a la luz de que se trata de sujetos adolescentes que, teóricamente, deberían mostrarse más propensos que los adultos a enarbolar estos valores, aunque tal vez podría pensarse que sus reactivos han resultado confusos o incluso ajenos a los jóvenes examinados a raíz de su contenido más ligado al mundo adulto – recuérdese que los mismos han sido suprimidos por los magros resultados

obtenidos en cuanto a su capacidad discriminativa -.

Es importante tener presente el contenido de sus cuatro elementos, que rezan como sigue: 1. Tener ideas propias y ser creativo es importante; le gusta hacer las cosas de manera propia y original. 11. Es importante tomar sus propias decisiones acerca de lo que hace; le gusta tener la libertad de planear y elegir por sí mismo/a sus actividades. 22. Cree que es importante interesarse en las cosas; le gusta ser curioso/a y trata de entender toda clase de cosas. 34. Es importante para esta persona ser independiente; le gusta arreglárselas solo/a. Nótese que dos de ellos, 11 y 34, hacen referencia a atributos como la libertad, la autonomía y la independencia personales que, quizá, resulten alejados de la vida cotidiana de estos adolescentes que aún dependen de sus padres en muchos aspectos relativos a la toma de decisiones, especialmente en estos días, en que las dificultades económicas y de seguridad en las distintas ciudades de la Argentina – en este caso Buenos Aires –, hacen que los progenitores limiten más la movilidad y los horarios de sus hijos, así como sus gastos, recortados en virtud de factores económicos. Por otra parte, los ítemes 1 y 34 aluden a valores como la creatividad, la originalidad y el interés y la voluntad por entender diferentes cosas. Tal vez este par de reactivos esté vinculado con cuestiones más cognitivas que, a jui-

cio de estos adolescentes, no tengan que ver con la autonomía a la que hacen referencia los otros dos.

Atendiendo ahora a la dimensión Conformismo, que ha sido suprimida completamente, no por una deficiente discriminación de sus elementos sino por recibir cargas muy bajas o cargas altas dobles, es posible que haya quedado eliminada por las características más *radicales* que los jóvenes suelen exhibir en esta etapa evolutiva. Examinando el contenido de sus elementos, se aprecia que todos ellos acentúan comportamientos conservadores, acordes con las reglas y las costumbres establecidas, cuestión que tal vez sea opuesta al sentir y proceder adolescente que, en esta etapa evolutiva, busca distanciarse de estos aspectos para adoptar sus propias reglas, cuestionando las vigentes (7. Cree que las personas deben hacer lo que se les dice; opina que la gente debe seguir las reglas todo el tiempo, aún cuando nadie las esté observando. 16. Es importante comportarse siempre correctamente; procura evitar cualquier cosa que la gente juzgue incorrecta. 28. Cree que debe respetar siempre a sus padres y a las personas mayores; para esta persona es importante ser obediente. 36. Es importante ser siempre amable con todo el mundo; trata de no molestar o irritar nunca a los demás).

Repasando ahora los factores identificados en esta solución, se observa que el Factor 1 agrupa ítemes de las

dimensiones Seguridad y Universalismo. El Factor 2, que ofrece algunos inconvenientes, reúne elementos pertenecientes a los tipos valorativos Estimulación, Hedonismo y Benevolencia, cuestión que se retomará más adelante. El Factor 3 está formado por la combinación de Poder y Logro. Por último, los Factores 4 y 5 son los únicos que se conservan puros con respecto a los tipos valorativos originalmente planteados por Schwartz, sin combinarse con ítems de otras dimensiones, aunque, como el resto, han perdido algunos elementos en el transcurso de la depuración efectuada, ya sea por defectos en la discriminación o por su inadecuado comportamiento en el análisis factorial.

Atendiendo individualmente a cada factor aislado, con respecto al Factor 1 (Seguridad + Universalismo), se advierte que cumple un papel importante en la explicación de la varianza total – 20%-, a la vez que resulta el más consistente – Alpha= .87-. Sin embargo, llama la atención, desde el contenido de los ítems, la reunión de indicadores de estas dos dimensiones, aparentemente tan disímiles, teniendo en cuenta que la primera propone valores tales como la seguridad, la estabilidad y el papel protagonista del estado en el cuidado de sus fronteras y de la vida de los individuos; en cambio, la segunda se basa en el logro de la integración y la convivencia en armonía de todos los miembros del ecosistema humano. De

todas maneras, al examinar el contenido de los elementos que se han incluido en este Factor 1, se observa que los que aluden a la Seguridad, hacen referencia al rol del Estado en la garantía contra amenazas internas y externas, así como la estabilidad del gobierno y el orden social. Los reactivos correspondientes a Universalismo, por su lado, aluden a la protección del medio ambiente, la armonía entre los habitantes del planeta, la justicia y la protección de los débiles. De esta manera, se aprecia que este factor se refiere a la posibilidad de salvaguardar al individuo, a su entorno, a su nación y al planeta en general, de cualquier tipo de amenaza o inestabilidad. Es decir que a pesar de que el nombre Seguridad sugiera ideas asociadas popularmente al conservadurismo y a la tradición, los ítems que se han conservado en virtud de su buena calidad psicométrica responden todos a connotaciones más relacionadas con cierto cuidado y conservación de las mencionadas armonía y estabilidad del individuo y de su entorno inmediato y mediato. Tomando en cuenta el esquema circular propuesto por Schwartz (Fig. 1), estas dos dimensiones se ubican en cuadrantes espacialmente muy separados, hecho que, teóricamente, no debería permitirles unirse (Seguridad se halla inmediatamente a la izquierda del eje de Conservación y separado del de Autopromoción por la dimensión Poder, en tanto que Universalismo se

localiza inmediatamente a la izquierda del eje de Autotrascendencia y separado del de Apertura al Cambio por el valor Autodirección). Sin embargo, parecería que en nuestro medio, los adolescentes entienden de manera distintiva estos reactivos que cobran un nuevo sentido para ellos, ya sea por influencia de factores culturales o por razones evolutivas que, en última instancia, pueden ser entendidas también como culturales, puesto que las diferencias entre grupos pertenecientes a franjas de edad en una población más amplia, también involucran variables culturales: por ejemplo, el modo de comportarse y de expresarse verbalmente o por medio de íconos, vestimentas, tatuajes, adhesiones a grupos de rock o admiración hacia deportistas, implica desde el vamos la posibilidad de pensar el mundo adolescente como una subcultura en sí misma.

El Factor 2 ofrece algunas dificultades dado que agrupa reactivos de dos dimensiones que parecen tener puntos en común – Hedonismo y Estimulación – y de una tercera que no se relaciona fácilmente con aquellas –Benevolencia–: el tipo valorativo Hedonismo destaca la relevancia del placer y la gratificación personal, en tanto que el de Estimulación resalta la importancia de los desafíos y de la novedad; la Benevolencia, en cambio, implica la preservación e intensificación del bienestar de los otros, la honestidad, la ausencia de rencor y la

misericordia. Estas discrepancias parecen reflejarse en la escasa consistencia obtenida por el factor – Alpha= .1150-. Al intentar la eliminación del único ítem de la dimensión Benevolencia que se presenta aquí, el 27, los coeficientes empeoran y desbalancean la totalidad de la estructura, complicando aún más la interpretación de este factor y del resto de los mismos. En cuanto a su contenido, este elemento es el único presente en el factor que reza sobre la consideración de las necesidades ajenas y destaca el hecho de brindar apoyo a los demás. Todos los otros (de las dimensiones Hedonismo y Estimulación) resaltan la relevancia de experimentar cosas nuevas, placenteras, divertidas, sorprendentes, emocionantes. De todas maneras, es importante recordar la necesidad de continuar profundizando en el análisis de estos resultados, intentando verificar si los mismos se reiteran en posteriores replicaciones de este trabajo u obedecen a peculiaridades de la muestra considerada.

En cuanto al Tercer Factor, reúne dos ítems de la dimensión Logro y uno de Poder. Destaca la posesión y adquisición de bienes, el éxito y la ambición. Posee una consistencia de .57 según el coeficiente Alpha de Cronbach que, por el exiguo número de reactivos en juego – tres -, resulta más que adecuada (Martínez Arias, 1995). Lo mismo sucede con los factores 4 y 5, con dos elementos cada uno, que exhiben Alphas de .53 y .43.

El Factor 4 alude a la Tradición, haciendo énfasis en la satisfacción conservadora, relacionada con la aceptación de lo que se tiene, así como con las creencias y el comportamiento religioso. El quinto factor resalta la Seguridad, en cuanto a los lugares en los que se habita y al cuidado de la salud, evitando la enfermedad. Estos dos últimos factores se han mantenido puros, sin mezclarse sus ítemes con otras dimensiones originales, a diferencia de lo que ha sucedido con los tres primeros. Sin embargo, conviene recordar que el contenido de los estímulos agrupados en el Factor 3 – Poder + Logro – no resulta incoherente: se trata de aspectos íntimamente relacionados, vinculados al éxito y a la ambición, tanto económicos como personales.

Como ya se comentó, el Factor 1, a pesar de su aparente inconsistencia en cuanto al contenido que surge al examinar ingenuamente las denominaciones de las dos dimensiones que lo componen, - Universalismo + Seguridad -, incluye denotaciones que se refieren a la salvaguarda de la seguridad y de la integridad de los individuos y sus ecosistemas próximos, así como de su medioambiente más alejado. Finalmente, el problema mayor aparece en torno al Factor 2, que agrupa dos dimensiones sumamente coincidentes en cuanto al contenido, a la vez que suma un ítem de la escala de Benevolencia, resultando ésto en una consistencia disminuida - .12-; así-

mismo, la eliminación de este reactivo no mejora la consistencia y produce, asimismo, un desbalance que afecta en grado sumo la interpretabilidad de la estructura factorial.

En síntesis, se advierte que, aparte de las dificultades ya enunciadas con respecto al Factor 2, se observa un comportamiento adecuado de los estímulos conservados en esta versión adaptada en cuanto a su capacidad para discriminar sujetos que puntúan alto y bajo en los rasgos medidos, puesto que se han eliminado aquellos que mostraron un comportamiento inadecuado en este sentido. Por otra parte, a pesar de que la estructura factorial obtenida exhibe cambios respecto del modelo originalmente propuesto por Schwartz (1994, 2001), podría pensarse que la fusión de algunas de las dimensiones originales en un número menor de factores se explique por medio de peculiaridades culturalmente determinadas: parecería que en el caso de este grupo de adolescentes de la ciudad de Buenos Aires, los diez tipos valorativos propuestos por Schwartz se estructuran de manera diferente, produciéndose la desaparición de dos de ellos – Autodirección y Conformismo- y reagrupándose el resto en cinco dimensiones o factores que, si bien responden de manera aproximada al modelo de Schwartz, se combinan en una forma especial. Nótese que si se tiene en cuenta la división de los tipos valorativos originales en los cuatro cuadrantes cuyos polos se dividen en Apertura al

Cambio, Autotrascendencia, Conservación y Autopromoción, puede advertirse que, para el Factor 1, Universalismo y Seguridad se ubican casi en polos opuestos del modelo circular de Schwartz; en el Factor 2 sucede algo similar: mientras que Estimulación y Hedonismo están juntos en esta gráfica, entre Apertura al Cambio y Autopromoción, Benevolencia se encuentra en un lugar opuesto por el vértice central, entre Autotrascendencia y Conservación. El Factor 3 no ofrece problemas, ya que Poder y Logro poseen una localización adyacente, aunque no comparten el mismo cuadrante, separados por el eje de Autopromoción, así como tampoco se registran inconvenientes teóricos con los dos últimos factores – Tradición y Seguridad –, ya que éstos se han mantenido puros sin mezclarse con ninguna de las dimensiones originales.

En cuanto al análisis factorial de segundo orden, recuérdense los tres factores aislados, que explican el 60% de la varianza. En el Factor I de Segundo Orden se reúnen las dimensiones Tradición y Seguridad, ubicadas de manera adyacente al eje de Conservación; el Factor II de Segundo Orden reproduce exactamente la dimensión Poder + Logro (Factor 3 en el análisis de primer orden), adyacentes ambas al eje de Autopromoción. Por último, en el Factor III de Segundo Orden se agrupan las dimensiones Seguridad + Universalismo (Factor 1 en el análisis de primer orden) y

Estimulación + Hedonismo + Benevolencia (Factor 2 en el análisis previo), exhibiendo las primeras saturaciones positivas en este Factor de Segundo Orden, en tanto que Estimulación + Hedonismo + Benevolencia reciben cargas negativas. Así, se advierten varias contingencias: que el Factor I de Segundo Orden puede ser nombrado como Conservación (Tradición + Seguridad) y el Factor II de Segundo Orden, Autopromoción (Poder + Logro). En cuanto al Factor III de Segundo Orden, se observa que casi toda la mitad superior del círculo (Hedonismo, Estimulación, Universalismo y Benevolencia, excepto Autodirección que, como antes se ha referido, desaparece como dimensión) se agrupa en un solo factor, sumándose a Seguridad, que se halla en el polo opuesto. La adición de la dimensión Seguridad podría parecer extraña, dada su ubicación opuesta al cuadrante superior (Apertura al Cambio a Autotrascendencia, que integra las dimensiones del cuadrante superior, versus Conservación, que se ubica junto al valor Seguridad). Sin embargo, resulta importante tener en cuenta que en los estudios mencionados entre el 5% en los que la estructura valorativa se desviaba respecto del modelo teórico, más precisamente en la investigación realizada con niñas ugandesas de 13 a 15 años, los valores Universalismo y Seguridad se ubicaban en forma adyacente, representando

una dimensión en la que se contemplaban los intereses individuales y colectivos a la vez, en tanto que en el polo opuesto se reunían Autodirección, Estimulación, Hedonismo, Logro y Poder, todas ellas motivaciones que acentúan el interés del individuo. En este sentido, sería coherente que la dimensión Estimulación + Hedonismo + Benevolencia (Factor 2 en el análisis de primer orden) saturase negativamente en este Factor III de Segundo Orden, ya que sería, entonces, inverso, a los intereses individuales y colectivos representados por Universalismo + Seguridad (Factor 1 en el análisis de primer orden). Es decir que, por caso, podría nombrarse al Factor III de Segundo Orden como Individualismo – Colectivismo o Intereses Individualistas y Colectivistas.

De esta manera, se concluiría que en esta muestra de adolescentes de la Ciudad de Buenos Aires, la estructura valorativa exhibida no parece asumir la disposición prevista en el modelo original, manteniéndose tres factores: Conservación, Autopromoción e Intereses Individualistas y Colectivistas, recordando este último factor latente, las contribuciones de Hofstede (2001) en relación a las dimensiones individualismo - colectivismo. En este sentido, individualismo y colectivismo son definidos como ejes para clasificar sendos sistemas valorativos culturales multidimensionales que describen la naturaleza de la existencia humana los que, a la vez,

modelan diferentes caminos y metas de autodesarrollo a través del desempeño de diferentes estilos de independencia e interdependencia. Sin duda, y a pesar de ser éste un estudio preliminar, estos resultados adquieren importancia a partir de la relación que parecen plantear entre dos modelos teóricos, el de Schwartz (1994, 2001) y el de Hofstede (1980, 2001).

Si bien es necesario recordar que la discrepancia en los resultados puede deberse a la diferencia metodológica respecto de los estudios desarrollados por Schwartz, es importante efectuar comparaciones heterometodológicas como la presente con el fin de determinar si se confirman los hallazgos originales o si el método puede estar limitando dramáticamente los resultados.

Resulta fundamental, sin embargo, tener presente, que se trata de sujetos adolescentes, acerca de los que aún se discute en cuanto al momento evolutivo en que su estructura valorativa logra su cristalización y afianzamiento como para considerar que ésta se vuelve consistente en la guía de las orientaciones comportamentales del individuo (Schwartz & Melech, 1999). Por este motivo, puede hipotetizarse, incluso, que la estructura aquí discutida se halla aún en formación y deberá tomar su forma definitiva en los próximos años del desarrollo de estos jóvenes estudiantes. Indudablemente, la posibilidad de concretar estudios longitudinales con el fin de seguir este proceso evolutivo permitiría clarificar este punto en gran medida.

Investigaciones futuras que incluyan, por caso, entrevistas en profundidad, podrían echar más luz acerca de las posibles explicaciones para este peculiar agrupamiento de valores; por otro lado,

posibles replicaciones de estos análisis con muestras superiores en número permitirán corroborar o rechazar la posibilidad de hallar una invariancia factorial respecto de estos hallazgos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agnihorty, R. (1986). Human values vis-à-vis education. En S. P. Ruhela (Ed.), *Human values and education* (pp. 40 – 43). New Delhi: Sterling.
- Ahmed, R. A (1998). Psychology of aging. En R. A. Ahmed & U. P. Gielen (Eds.), (1998). *Psychology in the Arab countries*. (pp. 137 - 166). Menoufia, Egypt: Menoufia University Press.
- Boyle, R. C. (1989). Relationship between social intelligence and previously identified intellectual ability. *Dissertation Abstracts International*, 49 (11-B): 5015.
- Castro Solano, A. (2005, en prensa). La evaluación de los valores humanos. En A. Castro Solano (Ed.), *Técnicas de evaluación psicológica para ámbitos militares* (cap. 5). Buenos Aires: Paidós.
- Casullo, M. M. (2002). *La escala de valores de Schwartz, adaptación argentina*. Buenos Aires: Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires.
- Casullo, M. M. & Castro Solano, A. (2004). Valores humanos y contextos en población civil y militar. *Acción Psicológica*, 3 (1), 21 – 30.
- Feather, N. (1975). *Values in education and society*. New York: Free Press.
- Gorlow, L. & Barocas, R. (1964). Social values an interpersonal needs, *Acta Psychologica*, 22, 231 – 240.
- Harkness, S. & Super, C. M. (1992). Parental ethnotheories in action. En I. E. Sigel, A. V. McGillicuddy DeLisi et al. *Parental belief systems: The psychological consequences for children* (2nd ed.) (pp. 373 - 391). Hillsdale, NJ, US: Lawrence Erlbaum.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. & Black, W. C. (1999). *Análisis multivariante*. Madrid: Prentice Hall.
- Hernando, M. (1997). *Estrategias para educar en valores*. Madrid: CCS.
- Hofstede, G. (1980). *Culture´s consequences: International differences in work-related values*. Beverly Hills, California: Sage.
- Hofstede, G. (2001). *Culture´s consequences: comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. Beverly Hills, California: Sage.
- Kaukiainen, A., Salmivalli, C., Lagerspetz, K., Tamminen, M., Vauras, M., Maeki, H. & Poskiparta, E. (2002). Learning difficulties, social intelligence and self-concept: Connections to bully-victim problems. *Scandinavian-Journal-of-Psychology*, 43 (3), 269-278.
- Kluckhohn, C. (1951). Values and value-orientations in the theory of action: An exploration in definition and classification. En T. Parsons & E. Shils (Eds.), *Toward a general theory of action* (pp. 388 – 433). Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Inglehart, R. (1977). *The silent revolution: Changing values and political styles among western publics*. Princeton: Princeton University Press.
- Johnson, S. W. & Stiggins, R. J. (1969). A cross cultural study of values and needs. *Acta Psychologica*, 31, 277 – 284.
- Mac Lennan, B. J. (1998). Mixing memory and desire: Want and will in neural modeling. En K. H. Pribram (Ed.), *Brain and values: Is a biological science of values possible?* (pp. 31 - 42). Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum.
- Martínez Arias, R. (1995). *Psicometría. Teoría de los tests psicológicos y educativos*. Madrid: Síntesis.
- Maslow, A (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper and Row.
- Mohan, J. & Kaur, M. (1993). Adjustment, personality, intelligence, values & socio economic status of male/female university research scholars. *Social Science International*, 9 (1 - 2): 39 – 50.
- Rapoport, T. & Lomsky - Feder, E. (2002). 'Intelligentsia' as an ethnic habitus: The inculcation and restructuring of intelligentsia among Russian Jews. *British Journal of Sociology of Education*, 23(2): 233-248.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Ross, M., (2001). Psicología social de los valores : una perspectiva histórica. En M. Ross y V. Gouveia (Eds). *Psicología Social de los Valores Humanos* (pp. 27-49). Madrid: Biblioteca Nueva..
- Royce, J. & Powell, A. (1983). *Theory of personality and individual differences. Factors, systems and processes*. Englewood-Ciffs, NJ: Prentice-Hall.
- Sagiv, L. & Schwartz, S. H. (2001). National cultures: Implications for organizational structure and behavior. En N. N. Ashkanasy, C. Wilderom & M. F. Peterson (Eds.), *The handbook of organizational culture and climate* (pp. 417 – 436). Newbury Park, California: Sage.
- Sánchez Cánovas, J. & Sánchez López, M. P. (1999). *Psicología de la diversidad humana*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- Schurmans, M. N. & Dasen, P. R. (1992). Social representations of intelligence: Cote d'Ivoire and Switzerland. En M. von Cranach, W. Doise et al (Ed.), *Social representations and the social bases of knowledge. Swiss monographs in psychology, Vol. 1.* (pp. 144 - 152). Kirkland, WA, US: Hogrefe & Huber.
- 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 experimental social psychology* (Vol 25, pp. 1 – 65). San Diego: Academic Press.
- Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the structure and content of human values? *Journal of Social Issues*, 50, 19 - 45.

- Schwartz, S. H. (1996). Value priorities and behavior: Applying of theory of integrated value systems. En C. Seligman, J. M. Olson & M. P. Zanna (Eds.), *The psychology of values: The Ontario symposium* (Vol 8, pp. 1 – 24). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Schwartz, S. H. (2001). ¿Existen aspectos universales en la estructura y contenido de los valores humanos?. En M. Ros & V. Gouveia (Eds.), *Psicología Social de los Valores Humanos* (pp. 53 - 76). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Schwartz, S.H. & Bardi, A. (2001). Value hierarchies across cultures: taking a similarities perspective. *Journal of Cross – Cultural Psychology*, 32 (3), 268 – 290.
- Schwartz, S.H. & Melech, G. (1999). *Value development during adolescence*. Informe remitido al Ministerio Israelí de Educación.
- Schwartz, S.H., Melech, G., Lehmann, A., Burgess, S., Harris, M & Owens, V. (2001). Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement. *Journal of Cross – Cultural Psychology*, 32 (5), 519 – 542.
- Schwartz, S. H. & Sagie, C. (2000). Value consensus and importance: A cross – national study. *Journal of Cross - Cultural Psychology*, 31, 465 – 497.
- Singh, A. K. & Gupta, A. S. (1996). Some personality determinants of value and intelligence. *Indian Journal of Psychometry and Education*, 27(2): 111 – 114.
- Spees, E. K. (2001). Stimulating emotional and moral intelligence: Innovative values groups for adolescents. *Annals of the American Psychotherapy Association*, 4(1): 14-17.
- Van Lange, P. A. M & Kuhlman, D. M. (1990). Expected cooperation in social dilemmas: The influence of own social value orientation and other's personality characteristics. En P. J. D. Drenth, J. A. Sergeant et al. (Eds.), *European perspectives in psychology, Vol. 3: Work and organizational, social and economic, cross-cultural* (pp. 239 - 250). New York: John Wiley & Sons.
- Van Lange, P. A. M. & Kuhlman, D. M. (1994). Social value orientations and impressions of partner's honesty and intelligence: A test of the might versus morality effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67(1): 126 – 141.
- Van Lange, P. A. & Liebrand, W. B. (1991). Social value orientation and intelligence: A test of the Goal Prescribes Rationality Principle. *European Journal of Social Psychology*, 21(4): 273 – 292.