

VALORES HUMANOS Y CONTEXTOS EN POBLACIÓN CIVIL Y MILITAR

HUMAN VALUES AND CONTEXTS IN CIVIL AND MILITARY POPULATIONS

MARÍA MARTINA CASULLO
Universidad de Buenos Aires

ALEJANDRO CASTRO SOLANO
Colegio Militar de la Nación

Recibido 10-9-03

Aceptado 18-11-03

Resumen

Sobre la base de las propuestas de Schwartz (2001) se diseñó un instrumento para la evaluación de los valores en diferentes contextos (recreación y vida social, relaciones familiares y trabajo) y se recogieron datos en población argentina (n=882) en tres contextos diferentes: *a*) ámbito civil (n= 442); *b*) oficiales militares (n = 63) y *c*) estudiantes cadetes (n= 373). Se analizó si el instrumento diferenciaba los tipos de valores de los tres grupos (civiles, oficiales y cadetes) en relación con los contextos. El estudio verificó que la población civil es más consistente en las dimensiones de valores, predominando la apertura al cambio, comparada con la población militar. Esta última estaba más guiada por valores relacionados con la tradición, conformidad y la seguridad. En cuanto a las diferencias según contextos, la orientación valorativa es similar en los ámbitos laboral y familiar, existiendo discrepancias para los tres grupos en los valores relacionados con la vida social.

Palabras clave: Contexto, militares, población general, valores.

Abstract

Based on Schwartz's proposals (2001), an instrument was designed to assess human values in different contexts (recreation and social life, family and work). Data were gathered in an Argentinean population (n=882) in three different contexts: *a*) civil population (n = 442); *b*) military officials (n = 63) and *c*) cadet students (n = 373). Individual differences between human values for the three groups studied (civilians, officials and cadets) were analyzed. The study verified that civil population is more consistent in opening to change, compared to the military population. Participants from the army are mainly ruled by values related to tradition, conformity and security. As far as differences regarding the context, similar motivational types were found for work and family environments; there are discrepancies for the three groups in values related to social life.

Key words: Context, military population, general population, human values.

Correspondencia a: María Martina Casullo. Facultad de Psicología. Universidad de Buenos Aires. Consejo Nacional de Investigaciones Científicas. Argentina. e-mail: macasullo@speedy.com.ar

Introducción

El estudio de los valores humanos ha cobrado mayor relevancia en las últimas dos décadas. La cultura de finales de siglo XX estuvo identificada con lo inestable, lo efímero y lo transitorio en comparación con la permanencia y estabilidad tanto de creencias y significados de las generaciones pasadas. El pluralismo, la debilidad en las creencias, el relativismo moral y la carencia de ideologías son algunas de las características que explican la permanente crisis de valores en la que vivimos (Hernando, 1997).

Clásicamente el tema de los valores fue abordado desde un punto de vista filosófico. Los valores estaban muy ligados al estudio de las virtudes que consisten en la aplicación efectiva de las preferencias de valores al comportamiento humano concreto (Barylko, 2002). Recién a mediados del siglo XX los científicos sociales comenzaron a estudiar el tema y no es sino hasta finales de los 80 y durante los 90 cuando se comienzan a desarrollar teorías transculturales integradas sobre el análisis de los valores a nivel personal y cultural, con la finalidad de poder encontrar dimensiones comunes con significado equivalente que permitan la comparación entre personas y grupos sociales.

Existen perspectivas diferentes para el estudio de los valores: sociológica, psicológica y antropológica, pero, como lo señala Ros (1995) de la Universidad Complutense de Madrid, única publicación reciente y de relevancia sobre el tema en lengua castellana (2001), puede hablarse de un nivel psicosocial distintivo. También merece citarse lo publicado sobre el tema (Zlobina, 2004) en un texto en el que se alude a temas de psicología social, cultura y educación, del que participaron investigadores de las universidades del País Vasco, UNED, Burgos y Buenos Aires.

Desde el punto de vista psicológico cabe señalar como antecedentes las aportaciones de Maslow y Rokeach. Maslow (1954) enfatiza que los seres humanos tienen un sistema de necesidades jerárquicamente organizado. En la base de la pirámide están las necesidades básicas o fisiológicas, luego están las necesidades de seguridad y protección, las de pertenencia y amor, las de estima, las de actualización, las de

conocimiento y finalmente las estéticas. Para ascender en la escala, las necesidades más básicas tienen que estar satisfechas. Estas necesidades actúan como orientaciones motivacionales de las personas en función de cómo han sido satisfechas las necesidades de rango inferior. Así por ejemplo, una persona con necesidades básicas insatisfechas es imposible que esté guiada en su vida por valores estéticos o de conocimiento, sino que las necesidades predominantes serán mucho más básicas. Sobre esta teoría se asienta el modelo de Inglehart (1977) relativa a los valores políticos del materialismo y postmaterialismo. El autor sostiene que sólo en los países que han superado las necesidades de bienestar económico predominan los valores postmaterialistas de autorrealización.

Rokeach (1973) define a los valores como creencias transituacionales que se encuentran jerárquicamente organizadas y que sirven de guía para nuestro comportamiento; son el resultado de las demandas sociales y de necesidades psicológicas. Son el resultado de aprendizajes determinados por la cultura, la sociedad y las instituciones y, en conjunto, orientan las actitudes, juicios, elecciones, atribuciones y acciones de las personas. Los valores por tanto son creencias prescriptivas, nos indican qué es adecuado o no realizar, son bastante estables, se interiorizan durante el proceso de socialización y forman la base del autoconcepto personal (Ros, 2001). La función última de los valores es proveer de una serie de estándares para satisfacer nuestras necesidades. En el nivel individual éstos guían nuestras decisiones vocacionales y ocupacionales, en que gastar el dinero y por quien votar. En el nivel cultural los valores guían el accionar de diferentes instituciones que componen la sociedad. Rokeach sostiene que para identificar los valores de una sociedad debemos prestar especial atención a las artes, el sistema económico, el educativo, el uso del tiempo libre, las instituciones militares, la familia, la religión, la ciencia y la política. Propone dos tipos de valores: terminales e instrumentales. Los primeros son los que responden a las necesidades de la existencia humana y los otros son medios para alcanzar los primeros. Considera que las personas no son conscientes de su estructura valorativa, cuando son confrontadas con conductas que no son consistentes con su escala de valores, para reducir la

insatisfacción que trae aparejada la discrepancia, se produce un cambio en el orden de los valores.

Por lo tanto los valores son útiles en dos aspectos básicos. A nivel individual, nos dan una importante información sobre los comportamientos, actitudes e identidades de las personas. Los perfiles de valores de las personas son importantes predictores de comportamientos, intereses y actitudes, del rendimiento académico de los estudiantes, de los vínculos interpersonales o de la conducta de voto. Aquí es necesario considerar el término valor en la cúspide del sistema personalidad, como constructo molar que orienta todas las acciones de las personas. Los valores personales, desde esta perspectiva, son guías motivacionales de orden superior y pueden explicar todas las acciones y conductas de menor nivel (Royce y Powell, 1973, Sánchez Canovas y Sánchez López, 1994). En el nivel cultural, en cambio, los valores son tomados como variables dependientes, resultantes de factores políticos, sociales o económicos.

Schwartz (1994, 2000, 2001) propone una teoría universal sobre el significado y el contenido de los valores humanos. Su trabajo comenzó con el esfuerzo por resolver el aspecto de clasificar el contenido de los valores humanos. Define los valores como metas deseables, transituacionales, que varían en importancia y que sirven como principios en la vida de una persona o de otra entidad social. Podemos decir entonces que para Schwartz los valores sirven a los intereses de alguna entidad social, motivan las acciones, funcionan como criterios que hacen posible juzgar y justificar acciones, se adquieren tanto a través de la socialización de los valores de un grupo dominante como mediante experiencias personales de aprendizaje. Se considera que para poder adaptarse a la realidad socio-cultural los grupos y las personas transforman las necesidades propias de la existencia humana y las expresan en el lenguaje de los valores específicos sobre los que pueden comunicarse. Para Schwartz los valores representan, en la forma de metas conscientes, las respuestas que personas y grupos sociales deben dar a los que él denomina tres requisitos universales:

a) las necesidades de los individuos en su condición de seres biológicos;

b) la coordinación de las acciones sociales;

c) el funcionamiento correcto y la supervivencia de los grupos.

Los diez tipos motivacionales de valores que se derivan de estos tres requisitos son los siguientes:

Poder: interés por lograr poder social, autoridad, riqueza.

Logro: buscar el éxito personal poniendo en juego competencias que son socialmente aceptables.

Hedonismo: importan el placer y la gratificación personal, poder disfrutar de la vida.

Estimulación: importan la novedad y los desafíos.

Autodirección: interés por poder pensar de manera independiente, tener libertad de acción y exploración, poder ser creativo.

Universalismo: importan la tolerancia y la justicia social, la protección del medio ambiente.

Benevolencia: son importantes preservar e intensificar el bienestar de las personas, la honestidad y la ausencia de rencor.

Tradicición: interesa el respeto y el compromiso con las costumbres y la cultura tradicional así como la religiosa.

Conformidad: se valoran las normas sociales y se evitan los comportamientos que puedan herir o molestar a los demás, se respeta a los mayores.

Seguridad: interesan la seguridad, armonía y estabilidad sociales y personales.

Aunque la teoría diferencia entre tipos de valores, postula que a un nivel más básico ellos conforman un continuo de motivaciones relacionadas (Schwartz, 2001). Este continuo da lugar a una estructura circular. Los valores se organizan en dos dimensiones bipolares. Una contrasta Apertura al Cambio con Conservación; la otra Autotrascendencia con Autopromoción (preocupación por los otros en tanto iguales/búsqueda del éxito y dominio personales). Su gran aporte consiste en el diseño de una taxonomía con una sólida base teórica y empírica, sobre la base de haber evaluado más de 25.000 sujetos en 44 países. En

sus investigaciones el autor verificó la universalidad de esta estructura de 10 valores.

Existen tres métodos para la evaluación de los valores (Vera Martínez, 2001). 1) realizar inferencias sobre los comportamientos observables de las personas para determinar los valores a los que adhieren, 2) pedir a los sujetos que nos comuniquen directamente sus valores y 3) presentar a las personas una serie de estímulos valorativos agrupados en listas y cuestionarios a los cuáles los sujetos deben contestar y posicionarse. Tanto Hechter (1993) como Rokeach (1973) sostienen que la evaluación objetiva de los valores mediante la observación resulta inapropiada, ya que es una información difícil de categorizar y cuantificar y está bastante sesgada por los propios valores del que hace la interpretación. La segunda forma de evaluación comentada resulta en cierto modo dificultosa para los sujetos, ya que les preguntamos sobre cuestiones que tal vez no hayan reflexionado nunca. Existe en este caso la dificultad de las personas para expresar los valores humanos en palabras que pueda comunicar al entrevistador.

Una posición intermedia, sostiene que las personas tienen una serie de valores estables de moderada complejidad que ponen en práctica al enfrentarse con diferentes situaciones de la vida cotidiana. De esta forma tanto cuestionarios y encuestas resultan un instrumento útil, sencillo de aplicar, especialmente a grandes poblaciones. No obstante, estos instrumentos no están exentos de problemas; uno de los principales reside en que la formulación predeterminada de elementos no se adecue a ninguno de los valores de la persona o que los diferentes participantes den interpretaciones diferentes a los estímulos presentados. Vera Martínez (2001) sostiene considerar la amplitud del rango de respuesta y la formulación del ítem como aspectos fundamentales para la evaluación de los valores humanos.

La revisión bibliográfica realizada permitió constatar la inexistencia de investigaciones centradas en el estudio de la influencia que diversos contextos pueden tener en la primacía de valores diferentes, en los mismos sujetos, como metas orientadoras de sus comportamientos. En razón de ello, desarrollamos una escala para la evaluación de los valores en dominios específicos para población adulta. Basándonos en la

tipología de 10 valores de Schwartz se diseñó un instrumento para evaluar la estructura de valores de las personas en el trabajo, las relaciones familiares y la vida social. Diseñamos ítems de fácil comprensión que reflejan tareas o preferencias concretas y que pueden ser aplicados a un rango amplio de población, evitando el alto grado de abstracción de los instrumentos clásicos.

Planteamos como hipótesis de nuestro estudio que la orientación valórica de las personas puede diferir en función de: a) cambios de contextos para los mismos sujetos y b) entre la población general y una población específica como lo es la militar.

Se presentan los resultados preliminares obtenidos en población adulta civil y militar. Se analizan los perfiles de valores de ambos tipos de poblaciones y se examinan las diferencias individuales según contexto, sexo y edad de los participantes.

Método

Participantes

Trabajamos con muestras intencionales, la participación en el estudio fue voluntaria. En total participaron del estudio 882 personas. Las muestras se distribuyen de la siguiente manera:

a) Muestra 1 (población general): participaron 462 personas, varones y mujeres residentes en la Ciudad de Buenos Aires y el conurbano bonaerense. Las mujeres tenían en promedio 29,41 ($DE = 10,88$) y los varones 31,54 ($DE = 12,45$). Se trataba de una población de adultos jóvenes bastante educada. El 50% tenía entre 18 y 25 años. Un 25% tenía entre 25 y 35 años de edad. El resto de los participantes tenía entre 35 y 60 años. Un 26% tenía estudios universitarios completos y un 45% tenía estudios secundarios completos y estaba cursando alguna carrera universitaria. El 62% de los participantes se autoevaluaron como pertenecientes a la clase media. Un 22% se evaluó como ubicado en una clase socioeconómica media-baja.

b) Muestra 2 (cadetes): participaron 373 cadetes que cursaban sus estudios en una institución militar (cursantes del primer año= 173; Segundo año= 88 y tercer año=100). En su

mayoría se trataba de estudiantes varones. Tenían en promedio 20,88 años ($DE = 2.11$). Pertenecían a armas diversas. Estaban siguiendo un programa de entrenamiento militar combinado con una rutina académica de grado universitario.

c) Muestra 3 (oficiales jóvenes): participan 63 oficiales de carrera que revistaban en las FFAA. Se trataba de militares varones en su primer año de carrera y oficiales jóvenes en el primer tramo de su carrera militar. Tenían en promedio 26,74 años ($DE = 6.60$).

Instrumento

Cuestionario VAL (Casullo, Castro Solano, 2002)

Sobre la base de las propuestas de Schwartz, ya descritas en la introducción, diseñamos un instrumento con el propósito de evaluar los valores en contextos específicos (recreación y vida social, relaciones familiares y trabajo). Consideramos los 10 tipos de valores de Schwartz y formulamos un ítem para cada valor en cada una de las áreas consignadas (30 ítems). Cada frase describe una preferencia en función de un comportamiento específico en cada área particular. Cada persona tiene que autoevaluarse en relación con el comportamiento que la frase describe.

Se puede calcular una puntuación agregada para las tres dimensiones como indicador de la orientación motivacional del sujeto o se pueden

tomar los ítems de forma separada para revisar la orientación valorativa de cada persona en cada contexto. Estudios realizados permitieron determinar su validez y confiabilidad. (Casullo, 2002).

Los valores analizados son: poder, logro, hedonismo, estimulación, autodirección, universalismo, benevolencia, tradición, conformidad, seguridad.

Procedimiento

Las actividades fueron coordinadas por un Oficial del Colegio Militar de la Nación para las muestras 2 y 3. Para obtener la muestra 1 se solicitó la colaboración de pasantes universitarios en una etapa avanzada de su formación a cargo del segundo autor del trabajo. Estos estudiantes habían recibido un entrenamiento previo en la administración de las pruebas. De la implementación de este procedimiento resultaron los protocolos considerados en este estudio. Los datos fueron cargados en planillas Excell. Estas tareas estuvieron a cargo de personal administrativo y un becario universitario en la etapa inicial de su formación. Los datos fueron analizados con el paquete estadístico SPSS, versión 10.01.

Resultados

En primer lugar se calculó una puntuación promedio para cada uno de los 10 valores en función de las respuestas a la escala en cada

Tabla 1. Orientación valorativa de los participantes en los tres contextos

Valores	Población Civil <i>n</i> =462		Población Militar (Cadetes) <i>n</i> = 373		Población Militar (Oficiales) <i>n</i> = 63	
	Media	DT	Media	DT	Media	DT
Poder	2.72	0.85	2.53	0.77	2.52	0.84
Logro	3.50	0.65	3.74	0.63	3.51	0.68
Hedonismo	3.83	0.71	3.21	0.79	3.28	0.78
Estimulación	3.66	0.70	3.46	0.72	3.38	0.68
Auto-dirección	3.44	0.88	2.81	0.77	2.71	0.82
Universalismo	3.15	0.90	3.48	0.82	3.12	0.81
Benevolencia	3.60	0.92	3.80	0.71	3.61	0.76
Tradicón	2.69	1.04	3.85	0.72	3.69	0.73
Conformidad	3.74	0.78	3.84	0.65	3.53	0.61
Seguridad	3.98	0.81	4.19	0.59	3.89	0.68

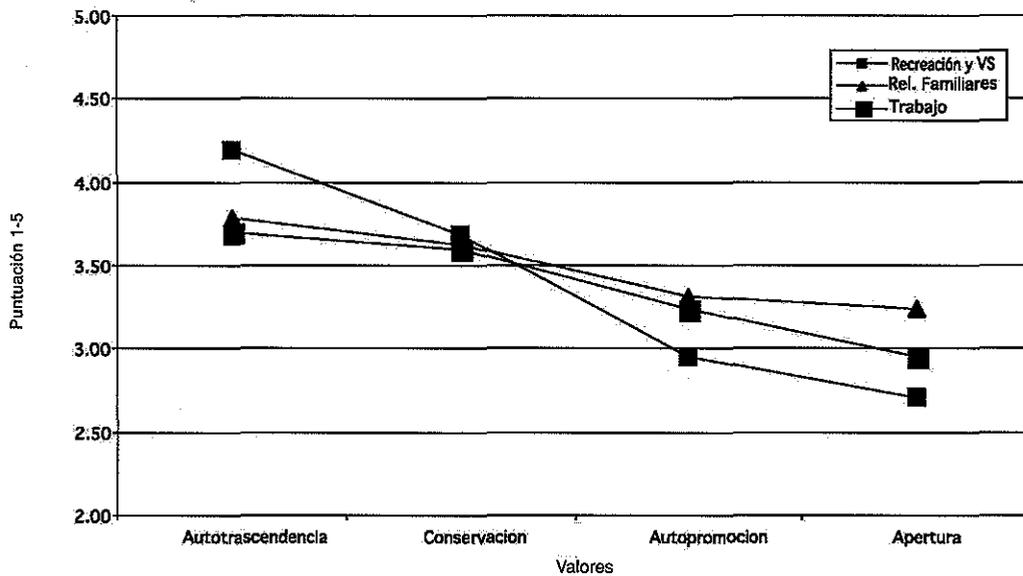


Figura 1. Perfil de valores por contexto para población civil

área, para población civil y militar (estudiantes y oficiales). Los datos presentados en la tabla 1 demuestran que para la población civil los valores que orientan los comportamientos de las personas están en relación con la seguridad, la conformidad y el hedonismo; la meta motivacional última de estos participantes está en relación con la estabilidad de la sociedad, de las relaciones con los demás y consigo mismo, el placer y la gratificación y el respeto de las normas sociales. El respeto por las costumbres y tradiciones y el estatus social sobre personas y recursos son los valores menos importantes para este grupo de sujetos (poder, tradición). Para la población militar (cadetes y oficiales) son valores predominantes seguridad, tradición, conformidad y benevolencia, relacionados con la conservación, el respeto y compromiso de normas y costumbres, la restricción de las acciones que puedan molestar a los demás, la estabilidad de las relaciones con los otros y consigo mismo. Autodirección y poder son valores menos importantes.

Para analizar cuáles son los valores que discriminan a los tres grupos, se llevó a cabo un análisis discriminante. Se obtuvieron dos funciones discriminantes de las cuales la primera explicaba un 70% de la varianza entre los gru-

pos y asimismo era significativa ($\lambda = 0.57$, $\chi^2 = 493$, $gl = 16$, $p < 0.001$). Los tipos de valores que diferencian más a los tres grupos son tradición (r con la función = 0.80), hedonismo (r con la función = 0.49) y autodirección (r con la función = 0.46). Los participantes civiles están más orientados hacia el pensamiento independiente, la libertad, el placer y la gratificación y menos hacia el respeto y compromiso de las costumbres e ideas que proporciona la cultura, comparados con los militares.

Luego agrupamos las orientaciones de valores en los cuatro tipos de Schwartz y llevamos a cabo un análisis discriminante para establecer qué dimensión diferenciaba a los tres grupos. Se obtuvieron dos funciones discriminantes de las cuales la primera explicaba un 45% de la varianza entre los grupos y asimismo era significativa ($\lambda = 0.69$, $\chi^2 = 327$, $gl = 4$, $p < 0.001$). Podemos apreciar que la dimensión que más diferencia las poblaciones es conservación/apertura al cambio. Los participantes de población general se autoperceben mucho más abiertos a nuevas experiencias y menos dispuestos a aceptar lo establecido comparados con la población militar. Los cadetes puntúan más alto en la dimensión conservación y sostienen los valores más conservadores.

Diferencias individuales en la población general según contexto.

En tercer lugar estudiamos si hay diferentes prioridades de valores para cada contexto específico (laboral, familiar, vida social). Examinamos para cada grupo las diferencias individuales tomando en cuenta los cuatro tipos motivacionales de Schwartz. Llevamos a cabo un análisis discriminante con el propósito de verificar si existían diferencias individuales en la orientación valórica según el contexto para los participantes de la población general. Se obtuvieron dos funciones discriminantes de las cuales la primera explicaba un 65% de la varianza entre los grupos y asimismo era significativa ($\lambda = 0.50$, $\chi^2 = 952$, $gl = 8$, $p < 0.001$). En población general podemos apreciar (ver Figura 1) que tanto en los contextos laboral como familiar las personas están orientadas por los mismos sistemas de valores. Los tipos motivacionales relacionados con la autopromoción (r con la función = -0.56) y la apertura al cambio (r con la función = 0.64) son los que mejor diferencian a los contextos: las orientaciones valóricas que orientan los comportamientos en los contextos laboral y familiar son muy similares. En la vida social se muestran más conservadoras y menos abiertas al cambio, prefiriendo actividades en donde se privilegia el grupo por sobre el individuo.

Diferencias individuales en la población militar de cadetes según contexto.

En cuarto término analizamos si existen diferentes prioridades de valores en los diferentes contextos para la población de cadetes militares. Llevamos a cabo un análisis discriminante con el propósito de verificar diferencias individuales en la orientación valorativa de los cadetes. Se obtuvieron dos funciones discriminantes de las cuales la primera explicaba un 82% de la varianza entre los grupos y asimismo era significativa ($\lambda = 0.48$, $\chi^2 = 806$, $gl = 8$, $p < 0.001$). Para el grupo de cadetes podemos apreciar que (Ver Figura 2) los tipos motivacionales relacionados con la apertura al cambio (r con la función = -0.72) y la conservación (r con la función = 0.68) son los que mejor diferencian a los contextos. En la vida social los cadetes son más abiertos al cambio comparados con las prioridades establecidas en la familia y en el trabajo.

Diferencias individuales en la población militar (oficiales) según contexto.

Entre los oficiales jóvenes observamos una configuración similar a la de los cadetes en la orientación de valores según los contextos (Ver

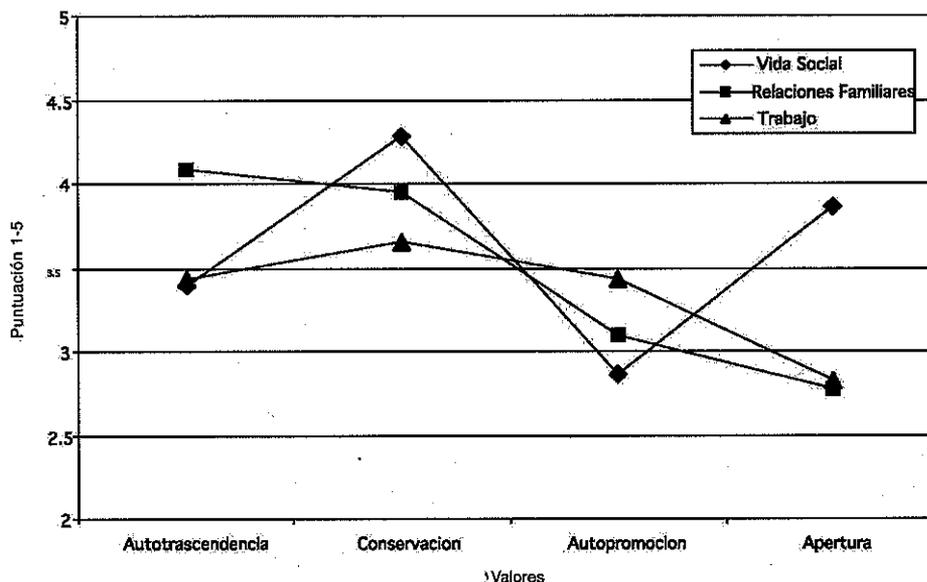


Figura 2. Perfil de valores por contexto para población de cadetes

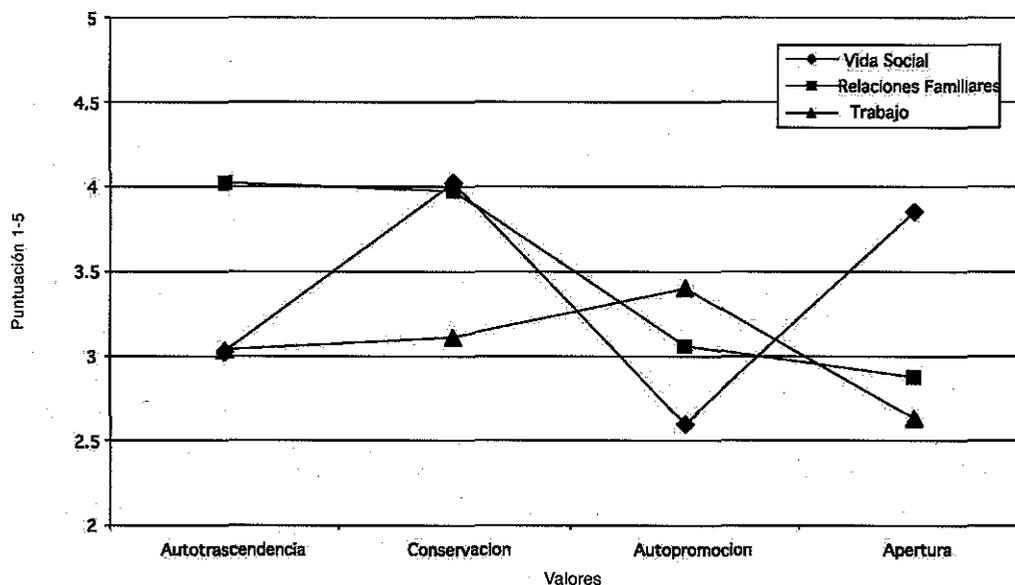


Figura 3. Perfil de valores por contexto para población de oficiales

Figura 3). Llevamos a cabo un análisis discriminante en el que obtuvimos dos funciones de las cuales la primera explicaba un 90% de la varianza entre los grupos y asimismo era significativa ($\lambda = 0.38$, $\chi^2 = 177$, $gl = 8$, $p < 0.001$). Los tipos motivacionales relacionados con la apertura al cambio (r con la función = 0.68) y la conservación (r con la función = 0.56) son los que mejor diferencian a los contextos para el grupo de oficiales. Este grupo es mucho más abierto al cambio en la vida social y bastante menos conservador en el trabajo que en la vida familiar.

Consistencia de los valores

En función de las discrepancias obtenidas entre los diferentes grupos de población militar y general se analizó el grado de consistencia en los tipos de valores que registraban los tres tipos de poblaciones. Se computó el coeficiente de consistencia (alpha de Cronbach) para cada una de las dimensiones de los tipos valorativos. Se calcularon las intercorrelaciones entre los valores dentro de cada tipo motivacional para cada uno de los grupos estudiados (cadetes, oficiales y población general). El citado análisis permite verificar que las dimensiones de con-

servación y autotrascendencia son las dimensiones más consistentes para los tres tipos de poblaciones (rango entre 0.60 y 0.70 aproximadamente). Las dimensiones de autopromoción y apertura (rango entre 0.50 y 0.60) son las menos consistentes para los tres tipos de poblaciones; no se observan grandes discrepancias. Respecto de las dimensiones de conservación y autotrascendencia podemos concluir que las personas de la población general son bastante más consistentes en sus sistemas de valores a través de los diferentes contextos comparados con la población militar, que es menos consistente. Tanto los cadetes como los oficiales registran orientaciones distintas según el contexto del que se trate.

Diferencias individuales según sexo y edad

Este análisis se llevó a cabo sólo para el grupo de población general. No se analizaron las diferencias por edad y sexo para la población militar mayoritariamente masculina y de un rango de edad homogéneo.

Para analizar las diferencias por edad y por sexo en cada una de los 10 tipos de valores se llevó a cabo un análisis multivariado

(MANOVA) con un diseño 2 (sexo = varón o mujer) x 4 (cuatro categorías de edades = 18 a 60).

En cuanto a la influencia del sexo el análisis no arrojó diferencias estadísticamente significativas entre los vectores de medias de ambos sexos ($\lambda = 0.99$, $F(10, 1.344) = 1.05$, $p > 0.05$, $\eta^2 = 0.08$). Por lo tanto puede afirmarse que de forma multivariada no existen diferencias entre la orientación de valores de los varones comparados con las mujeres.

El análisis tampoco muestra diferencias estadísticamente significativas entre los vectores de medias de los diferentes grupos de edades tomando en cuenta los resultados de forma agregada ($\lambda = 0.97$, $F(30, 3945) = 1.31$, $p > 0.05$, $\eta^2 = 0.01$). Por lo tanto puede afirmarse que los perfiles de valores se mantienen estables en los grupos estudiados y no están afectados por el rango de edad considerado. No se observó interacción entre los factores sexo y edad incluidos en el análisis.

Comentarios y Discusión

La hipótesis central que guía los estudios publicados sobre la base de las propuestas de Schwartz (1999) sostiene que existen aspectos universales transituacionales en la estructura y contenido de los valores humanos. Nuestro propio trabajo sobre los valores partió de pensar que si los valores son consistentes transituacionalmente, las personas deben orientar sus comportamientos según valores similares en ámbitos diferentes (familia, trabajo y vida social).

En términos generales verificamos que los individuos son menos consistentes que lo esperado; existen diferencias individuales según el tipo de población del que se trate y para cada una de ellas según los contextos en los que concretan sus comportamientos. Verificamos que las dimensiones autotranscendencia y conservación son mucho más consistentes tanto para población civil y militar comparados con la dimensión autopromoción y apertura.

La población general (civil) es más consistente en toda la gama de valores. Los militares que participaron del estudio revelan ser menos consistentes en las dimensiones conservación y autotranscendencia. Las personas orientadas por valo-

res relacionados con la conservación en un área (por ejemplo, familia) tienden a ser menos conservadores en otro contexto diferente y viceversa.

La escala de valores diseñada permite diferenciar adecuadamente la estructura de los valores de dos poblaciones, que se supone deben estar orientadas por tipos diferenciales. Los estudiantes militares y los oficiales estudiados (aunque en menor medida) adhieren a valores más orientados hacia la tradición, conformidad y la seguridad, que son precisamente los que se intentan socializar durante la formación militar. La población civil se muestra más orientada hacia la apertura al cambio.

En cuanto a las diferencias de valores según contextos específicos, se pudo verificar que la estructura de valores es similar en los ámbitos laboral y familiar. En la vida social y recreativa los participantes se perciben más conservadores y menos abiertos al cambio, prefiriendo actividades en donde se privilegia el grupo por sobre el individuo.

Se han encontrado diferencias interesantes entre civiles y militares: en los estudiantes militares se verifica una tendencia a realizar actividades más abiertas al cambio en relación con la recreación y el uso del tiempo libre comparados con sus pares civiles. Por otra parte, el grupo de oficiales se percibe mucho más abierto al cambio en la vida social y bastante menos conservador que en los ámbitos familiar y laboral. En el contexto laboral predominaban los valores relacionados con la autopromoción.

¿Se diferencian los sistemas de valores que orientan las conductas humanas en función del contexto? El estudio que se ha presentado permitió verificar que tomando en consideración las grandes metas motivacionales, en los tres grupos estudiados los valores relacionados con la familia y el trabajo tienden a coincidir. En los ámbitos de la vida social y la recreación las orientaciones valoricas son diferentes, se registran mayores discrepancias. En este sentido se considera que el estudio aporta datos de interés que deben ser replicados y contrastados en investigaciones futuras.

Referencias bibliográficas

- Barylko, J. (2000). *Los valores y las virtudes*. Buenos Aires: Emecé.

- Casullo, M.M. (2002). *Estudio sobre la confiabilidad y validez de la escala VAL*. Buenos Aires: Facultad de Psicología. UBA. Documento de cátedra.
- Hechter, M. (1993). Value research in the social and behavioral science. En: M. Hetcher, L. Nadel y R. Michod (Eds.), *The origin of values*, 1-28. New York: Aldine.
- Hernando, M. (1997). *Estrategias para educar en valores*. Madrid: Editorial CCS.
- Inglehart, R. (1977). *The silent revolution: Changing values and political styles among western publics*. Princeton: Princeton University Press.
- Maslow, A. (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper and Row Publishers
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Ros, M. y Schwartz, S.H. (1995). Jerarquía de valores en la Europa Occidental. Una comparación transcultural. *Revista Española de investigaciones Sociológicas*, 69, 69-88.
- Ros, M. (2001). Psicología social de los valores : una perspectiva histórica. En: M. Ros y V. Gouveia (Eds). *Psicología Social de los Valores Humanos*, 27-49). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Royce, J. y Powell, A. (1983). *Theory of personality and Individual Differences. Factors, systems and Processes*. Englewood-Ciffs, NJ, Prentice-Hall.
- Schwartz, S. (1994). Are there universal aspects in the structure and content of human values?. *Journal of Social Issues*, 50, 19-45.
- Schwartz, S. (1999). Cultural values differences: Some implications for work. *Applied Psychology: An International Journal*, 48, 23-47.
- Schwartz, S. y Sagie, G. (2000). Values consensus and importance: A Cross-National Study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 31, (4), 465-497.
- Schwartz, S. (2001). ¿Existen aspectos universales en la estructura y contenido de los valores humanos?. En: M. Ros y V. Gouveia (Eds), *Psicología Social de los Valores Humanos*, 53-76. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Vera Martinez, J. (2001). Procedimientos escalares para la medición de los valores. En: M. Ros y V. Gouveia (Eds), *Psicología Social de los Valores Humanos*, 129-150. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Zlobina, A. (2004). La teoría de los valores de S. Schwartz. En: D. Páez, I. Fernández, S. Ubillos, S y E. Zubieta, Cap. 4. *Psicología Social, Cultura y Educación*. Madrid: Pearson. Prentice Hall.