

Cristián David Expósito

Centro de Investigaciones Cuyo "Dr. Abelardo Pithod" CONICET.

Aceptado: Enero 2019

Datos del autor:

Cristián David Expósito. Doctor en Educación por la Universidad Nacional de Cuyo. Profesor en Ciencias de la Educación y Diplomado Universitario en Gestión Educativa por la misma Universidad. Referente jurisdiccional de Postítulos y Trayectos de Fortalecimiento Pedagógico por la Coordinación de Educación Superior de la Dirección General de Escuelas. Investigador del área de educación de la Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas (DEIE) del Ministerio de Economía del Gobierno de la Provincia de Mendoza – Argentina. Docente de posgrado en la Universidad Nacional de Cuyo y Docente de grado en la Universidad del Aconcagua. Dirección de correo electrónico: cdexposito@gmail.com

Perfiles Valorativos Transculturales: Una Aproximación al Modelo Axiológico de Shalom Schwartz

Resumen *En esta comunicación, presentamos una síntesis de la estructura axiológica transcultural desarrollada por Shalom Schwartz, quien propone un modelo circunflejo a partir de diez valores considerados básicos y operacionales, íntimamente relacionados con las motivaciones humanas, desde un plano psicológico y social. Su aplicación ha sido llevada a cabo en 82 países (Schwartz, 2012) dando cuenta de que cada uno de estos valores puede ser sistematizado y estudiado desde diferentes contextos culturales.*

Palabras Claves Axiología; valor; cultura; Sociología; Psicología social; Educación.

Transcultural Value Profiles: An Approach to the Axiological Model of Shalom Schwartz

Abstract: *In this paper, we present a synthesis of the transcultural axiological structure developed by Shalom Schwartz, who proposes a circumflex model based on ten values considered basic and operational, intimately related to human motivations, from a psychological and social level. Its application has been carried out in 82 countries (Schwartz, 2012), justifying the proposition that each of these values can be systematized and studied from different cultural contexts.*

Key words: *Axiology; Value; Culture; Sociology; Social Psychology; Education*

Introducción

Los valores son cualidades que nos permiten acondicionar el mundo para hacerlo habitable. Los valores (como la libertad, la solidaridad, la belleza) valen realmente porque nos permiten “acondicionar” el mundo para que podamos vivir en él plenamente como personas

Berrios Valenzuela y Buxarrais Estrada (2013, p. 246).

La cuestión de los valores es un tema que data de muchos siglos; sin embargo, en estos últimos 30 años se ha visto comprometida su conceptualización como consecuencia del avance de las tecnologías y del impacto social de la globalización en un mundo postmoderno.

Es sabido que cuando hablamos de valores surge una multiplicidad de perspectivas de análisis, ya sea filosófica, psicológica, sociológica o pedagógica, entre otras. Desde los primeros indicios de la filosofía grecolatina, existe un precedente de estudio y sistematización de los valores a través de las obras de los sofistas (s. V a.C.). Ellos destacan la dicotomía entre lo que es *valioso por naturaleza* y lo que es *considerado valioso por los hombres* (Messer, 1932). Con este planteo se da inicio a la extenuante polémica entre el valor *versus* la valoración que mantiene vigencia hasta nuestros días. Una de estas teorías considera al valor independientemente del sujeto, es decir, de su conciencia valorativa; por lo tanto, desde esta postura, el valor será objetivo. La otra sostiene que el

valor solo existe en tanto se relacione fisiológica o psicológicamente con quien valora; en este caso, el valor es subjetivo (Gervilla Castillo, 1991, 1998).

Posicionada en este segundo modelo filosófico, la psicología se ocupa de estudiar la relación que existe entre los valores y los intereses, rasgos, necesidades y actitudes de la persona. En esta línea, el modelo axiológico de Shalom Schwartz (1992; Schwartz et al., 2001) desarrolla una teoría transcultural que permite indagar y comparar, dentro de una serie de dimensiones con características específicas, los perfiles de diferentes personas y grupos sociales. De esta manera, es posible identificar el nivel de homogeneidad que existe en una determinada cultura como objeto de estudio (Ros García y Schwartz, 1995). Es así que la investigación se adentra en el campo de la Sociología axiológica, la cual aborda el estudio de los valores difundidos por el sistema social y de aquellos que le son propios a los diferentes subsistemas sociales. Por ejemplo, Henri Janne (1968) centró su trabajo en los valores propios de la cultura en la sociedad del momento y propuso un sistema axiológico que pudiera ser tomado como modelo (Parra Luna, 1983). Otros autores estudian la congruencia entre los valores de la familia y los de la sociedad en la que se encuadra; otros se ocupan de los valores de los grupos marginales, de la juventud (Porta, 2004), etc.

Ahora bien, cuando hablamos de valores, inmediatamente se los vincula con la acción pedagógica. Sin embargo, tradicionalmente la educación se ha entendido más como el medio para facilitar los aprendizajes desde la producción de conocimiento que como vía para el desarrollo de valores (Brezinka, 2006). Sin lugar a duda, son los valores los que conforman el núcleo de la personalidad, a tal punto que definen las decisiones que se toman; de ahí la importancia que merecen en el marco del diseño de las políticas educativas (Krishnan, 2008). Esto es, no existe educación que no sea en valores ya que su acción apunta a perfeccionar al hombre que la recibe, lo que la vuelve valiosa en sí (Gervilla Castillo, 2000).

En síntesis, los valores se presentan al hombre ordenados jerárquicamente y este debe elegirlos sin coacción alguna; debe preferirlos por lo que son y, si bien todos los bienes valen, no valen de la misma forma para todos, la fuerza en el orden jerárquico depende

de la conjunción entre sujeto, objeto y circunstancia. Se conforma así una jerarquía personal desde la que el sujeto vive y toma sus decisiones a través de actos libres. Con base en este planteo, se vuelve imprescindible contar con un modelo axiológico que nos permita verificar y analizar esta estructura valórica tanto en las personas como en los grupos sociales.

Aportes desde la psicología a la teoría de los valores transculturales

Como comentáramos, la cuestión de los valores data de siglos, aunque más bien ligada al campo filosófico o religioso, a cuyos actos valóricos se los denominaba virtud. Es recién en el siglo XX, más precisamente durante la década del '50, que se le comienza a dar un trato científico al tema y, a fines de los '80, surgen las teorías transculturales acerca de los valores a nivel individual y social (Casullo y Castro Solano, 2003).

Sin adentrarnos en el titánico debate filosófico sobre objetividad y subjetividad de los valores, las teorías transculturales tratan de generar una definición operativa universal sobre los valores (Brinkmann y Bizama, 2000), sentando las bases teóricas en los aportes de la psicología para el estudio de la axiología. Entre los precursores encontramos a Maslow, Inglehart, Brian Hall, Benjamín Tonna y Rokeach.

Abraham Maslow (1999), en su obra titulada *El hombre autorrealizado*, plantea que las necesidades de los hombres están jerárquicamente organizadas. Existe una relación evolutiva de los valores o necesidades que poseen un orden jerárquico que va desde los más básicos hasta los más complejos, desde las necesidades biológicas hasta las necesidades de autorrealización. Su teoría se fundamenta en una estructura piramidal, cuya base está compuesta por las necesidades esenciales, las cuales deben ser satisfechas para poder acceder a la satisfacción de las necesidades de orden superior.

Basado en la pirámide de necesidades de Maslow, Inglehart (1988) realiza un estudio transcultural comparando cuarenta y tres sociedades industrializadas. Los resultados de su trabajo indican que "(...) las diferentes sociedades tienden a ser caracterizadas por atributos culturales duraderos que tienen consecuencias políticas y económicas

importantes”² (Inglehart, 1988, p. 1203). Esta teoría nos propone dos valores nuevos: materialistas *vs.* postmaterialistas, íntimamente relacionados con los aspectos socioeconómicos y culturales de un país. “El autor [Inglehart] sostiene que sólo los países que han superado las necesidades de bienestar económico son aquellos en los que predominan los valores postmaterialistas de autorrealización” (Casullo y Castro Solano, 2003, p. 2).

El modelo axiológico de Brian Hall y Benjamín Tonna (*cf.* Elexpuru y Medrano, 1995) es sin duda uno de los más grandes aportes en el campo de la psicología social axiológica. Este explica que los valores son prioridades significativas de cada individuo y que, de una u otra manera, expresan lo que piensan y creen. Es decir que reflejan la vida interior de las personas que se pone de manifiesto a través de conductas y palabras. El modelo sostiene que los valores se relacionan con las etapas del desarrollo humano; en función de ello, existen valores denominados prioritarios que se van a manifestar en las diferentes etapas vitales.

Dado que son el nexo de unión entre los dos mundos (interior y exterior) en los que vivimos, a medida que la persona va atravesando los distintos estadios, las relaciones entre ambos difieren y también lo hacen los valores, que son los que conectan los dos mundos; por ende, el desarrollo de la consciencia y de los valores es simultáneo (Hall, 2006).

Señalan que los valores se recogen en las 125 categorías axiológicas, las que se distribuyen en cuatro modos de ver el mundo o fases: Supervivencia, Pertenencia, Autoiniciativa e Interdependencia. Cada una de estas visiones, a su vez, incluye tres aspectos: cómo percibe el sujeto al mundo, cómo se ve a sí mismo y cuáles son las necesidades que tiene que satisfacer en función de su forma de ver la realidad (Bunes et al., 1993).

² Original: “...different societies are characterized by durable cultural orientations that have major political and economic consequences”.

Milton Rokeach (cfr. Martí Vilar y Palma Cortés, 2010) plantea que el sistema de valores de una persona es una organización de reglas que, necesariamente, ha tenido que aprender para resolver problemas y tomar decisiones entre varias conductas y/o diferentes estados de existencia. Los valores le proporcionan al sujeto una serie de alternativas y normas de aceptabilidad que le permiten un cierto grado de satisfacción humana.

Para Rokeach son creencias de tipo descriptivo, patrones que utiliza la persona para valorar lo que desea obtener, sea esto un medio, fin, objetivo, conducta, etc. En función de ello Rokeach (cit. en Pfeil, 2016, p. 127) plantea que valor es "...una creencia duradera de un modo específico de conducta o estado final de existencia que es preferible personal o socialmente a otro modo de conducta o estado final de existencia"³. En este sentido, proveen una serie de estándares de satisfacción de necesidades tanto a nivel individual como social; los divide en valores terminales, que responden a las necesidades de la existencia humana, y valores instrumentales, que sirven de medio para alcanzar a los terminales (Casullo y Castro Solano, 2003).

Teoría de los valores humanos de Shalom Schwartz: análisis de los valores motivacionales de validez transcultural

El desarrollo del planteo metodológico de Schwartz (1994), desde un punto de vista transcultural, propone una teoría alternativa tomando de referencia la estructura de valores culturales de Rokeach, Hofstede y Triandis. Esta teoría permite una comprensión dinámica de los valores, relacionándolos con la motivación y dándoles un significado social y psicológico.

Para Schwartz (1994) los valores son:

³ Original: "...an enduring belief that a specific mode of conduct or end-state of existence is personally or socially preferable to an opposite or converse mode of conduct or end-state of existence".

...objetivos trans-situacionales deseables, que varían en importancia, que sirven como principios rectores en la vida de una persona o entidad social. Implícitos en esta definición de valores como objetivos se halla que (1) sirven a los intereses de alguna entidad social, (2) pueden motivar la acción, proporcionándole dirección e intensidad emocional, (3) funcionan como normas para juzgar y justificar la acción y (4) se adquieren tanto a través de la socialización de los valores del grupo dominante como por las experiencias únicas de aprendizaje de los individuos⁴ (p. 21).

El modelo axiológico de Shalom Schwartz plantea algunas críticas a la teoría de Rokeach por la relevancia que le otorga al aspecto transcultural de cada valor analizado, cuyos dominios son comunes o diferentes en las distintas culturas. Sin embargo, identifica tres necesidades básicas en todos los hombres de donde emanan los valores: las individuales –propias del organismo biológico–, las de interacción social y las de sobrevivencia y bienestar de los grupos (Schwartz y Boehnke, 2004). De estas tres necesidades humanas universales, los autores derivan diez tipos de motivaciones valóricas como resultado de consultar 210 muestras procedentes de 67 países (Schwartz y Sagie, 2000); la investigación posterior los verifica en 82 países (cfr. Schwartz, 2012).

Los diez valores básicos universales o transculturales son (cfr. Beramendi et al., 2013; Carrasco Delgado y Osses Bustingorry; Schwartz y Bilsky, 1990):

- 1) *Autodirección*: mediante este valor se busca la independencia en la acción y el pensamiento; implica la posibilidad de elegir, la exploración autónoma. Remite a la confianza en uno mismo y a la satisfacción provocada por las propias capacidades de decisión y acción. Se deriva de las necesidades orgánicas de control y dominio y de la necesidad de autonomía e independencia concretizada en la creatividad, la libertad, la elección de las propias metas, la curiosidad, el auto-respeto, la inteligencia, la privacidad.

⁴ Original: “I define values as desirable transsituational goals, varying in importance, that serve as guiding principles in the life of a person or other social entity. Implicit in this definition of values as goals is that (1) they serve the interests of some social entity, (2) they can motivate action-giving it direction and emotional intensity, (3) they function as standards for judging and justifying action, and (4) they are acquired both through socialization to dominant group values and through the unique learning experiences of individuals”.

- 2) *Estímulo*: es una necesidad que se relaciona con los requerimientos de los valores de autodirección. El objetivo motivacional, desde la necesidad orgánica, es la emoción, el entusiasmo, la novedad y el desafío en la vida, lo que implica la disposición a llevar una vida agitada, cambiante, apasionante, atrevida, llena de curiosidad.
- 3) *Hedonismo*: este dominio o tipo motivacional se deriva de las necesidades orgánicas y el placer que se vincula con su satisfacción. Refiere a la gratificación sensual para uno mismo; su meta es el logro del placer, el disfrute de la vida y de todo aquello que se sienta bien y saludable.
- 4) *Logro*: persigue el éxito personal mediante una demostración de competencias particulares, de acuerdo con las normas sociales. El desempeño competente, de calidad, genera recursos para que la persona sobreviva y, por consiguiente, para que los grupos y las instituciones puedan alcanzar sus objetivos. Los valores de logro resaltan esas competencias que, según las normas culturales, permiten la aprobación social como es el caso de la ambición, el éxito, las influencias, etc., las cuales se relacionan con la autoestima, el reconocimiento social y la inteligencia.
- 5) *Poder*: es el control o dominio sobre personas y recursos, implica estatus social y prestigio. Las instituciones sociales necesitan un cierto grado de diferenciación de estatus que se manifiesta a través de la sumisión y la dominación, el cual puede darse entre personas y culturas. Para que los miembros de una sociedad acepten el poder, este debe convertirse en un valor para ellos. Los valores de poder pueden ser también transformaciones de necesidades individuales de dominio y control. Esta categoría pretende alcanzar un alto nivel de status y prestigio social, implica poder controlar y manipular personas y recursos (autoridad, dinero, elevar la imagen social, dominio del espacio social, reconocimiento, influir socialmente). Tanto los valores de Poder como los de Logro están centrados en la estima social. No obstante, los segundos, como es el caso de la ambición, hacen foco en la demostración permanente de un desempeño exitoso en la acción concreta, mientras que los valores de Poder,

- como el caso de la autoridad, se refieren a la consecución o mantenimiento de una posición dominante en un sistema social.
- 6) *Seguridad*: busca establecer un nivel de armonía y equilibrio en el plano social, de relaciones con los demás y respecto de sí mismo como una proyección de las necesidades de los organismos de sobrevivir y evitar las amenazas a su integridad. Por ello, se distinguen dos subtipos: los referidos a la seguridad personal (e.g. la salud) y los referidos a los intereses de grupos sociales (e.g. la seguridad nacional). Ambos subtipos se pueden unificar en un valor más abarcador que implique el orden social, la seguridad familiar, la seguridad nacional, la limpieza, la salud, la solidaridad, etc. La seguridad social otorga al sujeto un sentido de pertenencia, implica moderación, orden y salud.
- 7) *Conformidad*: este dominio demanda que la persona inhiba sus inclinaciones antisociales en beneficio de la interacción y el funcionamiento del grupo social. Se trata de moderar las acciones, inclinaciones e impulsos que atenten contra los demás y violen las expectativas y normas sociales. La conformidad exige obediencia, autodisciplina, cortesía, honrar a padres y mayores, lealtad, responsabilidad.
- 8) *Tradicición*: El objetivo de este dominio es el respeto, el compromiso y la aceptación de las costumbres e ideas (inclusive las más abstractas) que la cultura o la religión de cada quien demanda. Toda cultura desarrolla prácticas, símbolos, ideas y creencias que contribuyen a su supervivencia y funcionamiento. A menudo toman la forma de ritos religiosos, creencias y normas de comportamiento teñidos por el respeto a la tradición, la humildad, la devoción, la aceptación, la moderación, el respeto a los padres y los mayores. Exige brindar una respuesta a las expectativas inmutables del pasado.
- 9) *Benevolencia*: se caracteriza por centrar la motivación en el cuidado del bienestar del prójimo a través de la interacción diaria. Los valores de benevolencia derivan de la exigencia básica para el buen funcionamiento del grupo e implican ser servicial, leal, indulgente, honesto, responsable, además de promover la amistad verdadera, el amor maduro, el sentido de pertenencia, la vida espiritual, y de

hallar el sentido de la propia vida. Estos valores, junto con los de conformidad, suscitan relaciones sociales de cooperación y apoyo. No obstante, los de benevolencia constituyen una base motivacional interiorizada del comportamiento; los de conformidad promueven la cooperación con el fin de evitar resultados negativos para la autodirección. Ambos valores pueden motivar el mismo acto útil, por separado o en conjunto.

- 10) *Universalismo*: se vincula con el concepto desarrollado por Maslow sobre la persona autorrealizada. El objetivo es la comprensión, el aprecio, la tolerancia y la búsqueda del bienestar para todas las personas, el cuidado de la naturaleza. Su motivación es el entendimiento, la apreciación, la tolerancia y la protección. La dimensión universalista contrasta con el enfoque estrecho de los valores de benevolencia; del universalismo derivan las necesidades de supervivencia de los individuos y los grupos. Sin embargo, la gente no reconoce estas necesidades hasta que se relaciona con personas ajenas a su grupo primario durante un tiempo prolongado, en el cual no se sienta aceptado ni tratado con justicia, o ante la escasez de recursos naturales. Las situaciones que se derivan a nivel individual pueden conducir a conflictos potencialmente mortales; a nivel natural, a la destrucción de la vida que depende de los recursos naturales. El universalismo, por lo tanto, combina dos subtipos de preocupaciones: por el bienestar de las personas en la sociedad y por el bienestar del mundo en función de la naturaleza. Los valores demandados implican la capacidad de una mente abierta, justicia social, igualdad, paz mundial, la belleza del mundo, la unidad con la naturaleza, la protección del medio ambiente. Todo esto implica armonía interior y una vida espiritual.

En la primera versión de su teoría, (Schwartz, 1992; cfr. también Schwartz, 2012) plantea la posibilidad de que *espiritualidad* constituya el undécimo valor como otro tipo de valor universal: según los teólogos, filósofos y sociólogos de la religión es una categoría fundamental para las creencias, tradiciones y costumbres, ya que dota de significado y coherencia a la vida frente al sinsentido existencialista (Gómez Navarro, 2011):

Si la respuesta a la pregunta sobre el significado último es una necesidad humana básica (Coles, 1990; Niebuhr, 1935; King, 1954), entonces los valores de espiritualidad pueden constituir otro tipo universal. El objetivo motivacional de tales valores sería el significado y la armonía interior a través de la trascendencia de la realidad cotidiana⁵ (Schwartz, 1992, p. 10).

Con base en estos principios, el *Portrait Value Questionnaire* (PVQ) (Schwartz, 1992) contenía posibles indicadores de espiritualidad que podían extraerse de determinadas fuentes como la vida espiritual, el sentido de la vida, la armonía interna, el desapego a las cosas materiales, el amor a la naturaleza, la devoción, etc. Sin embargo, esta categoría axiológica no mostró consistencia a través de las culturas estudiadas (Schwartz, 2012).

Schwartz (1992) argumenta que dos situaciones puntuales impiden sustentar la característica de universalidad para los valores espirituales. La primera tiene que ver con su complejidad, a nivel de pensamiento, lo que demanda la búsqueda del sentido espiritual. Este tipo de planteo pertenece al campo de la filosofía y la teología, lo que implica procesos de razonamientos sofisticados que la gran mayoría de las personas no practica habitualmente; por lo general, se busca la satisfacción de estas necesidades en los valores tradicionales que brindan seguridad y conformidad. En consecuencia, los valores de espiritualidad pueden ser inconsistentes como principios rectores para todos los miembros de las diferentes culturas e, incluso, de una misma cultura.

La segunda situación que plantea (Schwartz, 1992) remite a que el concepto de espiritualidad está representado por valores diferentes según los distintos grupos de personas. A partir de los estudios realizados sobre la bibliografía de religiones y teorías filosóficas orientales y occidentales, se llega a la conclusión que los valores espirituales adoptan formas muy diversas. Esta búsqueda de sentido y coherencia puede estar presente en lo sobrenatural o en la íntima unidad con la naturaleza, también puede residir en la acción social como miembro de un grupo o en el desprendimiento de todo

⁵ Original: “If answering the question of ultimate meaning is a basic human need (Coles, 1990; Niebuhr, 1935; King, 1954), then spirituality values may constitute another universal type. The motivational goal of such values would be meaning and inner harmony through the transcendence of everyday reality”.

lo material para encontrar el verdadero yo. En consecuencia, no existe un conjunto particular de valores espirituales universalmente distintivo, sino que hay varios tipos de espiritualidades. Los valores que inspira no son compartidos por las distintas culturas; en cambio, la noción de espiritualidad sí es universal.

Dados estos dos problemas, que decantan en la ausencia de un significado intercultural coherente, Schwartz decide eliminar la espiritualidad de la teoría, a pesar de la importancia que potencialmente tiene para muchas comunidades.

En la tabla 1 se sintetizan los diez dominios, a la vez que se los clasifica desde tres dimensiones: individualismo, mixta y colectivismo (*cf.* Tabla 1).

Todos los tipos de valores enunciados están definidos en función de su objetivo principal, los ejemplos expresan las actitudes de cada sujeto y los requisitos universales que son los que los originan.

Se verifican compatibilidades entre tipos de motivaciones de valores; en este sentido, Schwartz (1994) describe los siguientes grupos afines entre sí:

- 1) Poder y Logro: buscan la superioridad y la estima social.
- 2) Logro y Hedonismo: se ocupan del auto-acrecentamiento y expresan egocentrismo.
- 3) Hedonismo y Estímulo: ambos estimulan el surgimiento de la afectividad deleitable.
- 4) Estímulo y Autodirección: implican la motivación intrínseca en la novedad y el dominio.
- 5) Autodirección y Universalismo: en conjunto formulan la confianza en el propio juicio y adecuación respecto de la diversidad de la existencia.
- 6) Universalismo y Benevolencia: ambos se ocupan del mejoramiento de los demás y trascienden los intereses egoístas.
- 7) Benevolencia y Tradición: promueven la devoción por el propio grupo interno.
- 8) Benevolencia y Conformidad: aluden a un comportamiento normativo que promueve las relaciones cercanas.

Tabla 49:
Dimensiones y dominios de valor del modelo de Schwartz

Dimensión	Dominios	Definición	Ejemplo de valores	Fuentes
Individualismo	Poder	Estatus social sobre las personas y los recursos.	Poder social, autoridad, riqueza, reconocimiento social.	Interacción y Grupo
	Logro	Éxito personal mediante la demostración de competencia según criterios sociales.	Éxito, capacidad, ambición, inteligencia, prestigio.	Interacción y Grupo
	Hedonismo	Alcanzar gratificación sensual y placer para uno mismo.	Disfrute de la vida. Placer.	Organismo
	Estímulo	Entusiasmo, novedad y reto en la vida.	Osadía, vida variada, vida excitante.	Organismo
	Autodirección	Creatividad y exploración, pensamiento independiente y elección.	Creatividad, curiosidad, libertad, autorrespeto.	Organismo Interacción
Mixta	Universalismo	Comprensión, tolerancia, aprecio y protección del bienestar de todas las personas y de la naturaleza.	Tolerancia, justicia social, igualdad. Protección del medio ambiente, un mundo de belleza y de paz.	Grupo Organismo
	Seguridad	Seguridad, armonía y estabilidad de la sociedad, de las relaciones y de sí mismo.	Seguridad nacional, orden social, limpieza, seguridad familiar, salud, sentido de pertenencia.	Organismo Interacción Grupo
Colectivismo	Tradicición	Respeto, compromiso y aceptación de las costumbres e ideas que proporciona la cultura tradicional o la religión.	Humildad, devoción, aceptación de "mi parte" en la vida, respeto por la tradición, cumplimiento.	Grupo
	Conformidad	Restricción de las acciones, inclinaciones e impulsos que pudiesen molestar o herir a otros y violar expectativas o normas sociales.	Buenos modales, obediencia, honra a los padres y los mayores, autodisciplina.	Interacción Grupo
	Benevolencia	Preservación e intensificación del bienestar de las personas con las que uno está en contacto frecuente.	Ayuda, honestidad, ausencia de rencor, responsabilidad, lealtad, sentido de la vida.	Organismo Interacción Grupo

Fuente: Schwartz y Bilsky (1990, pp. 551-553).

- 9) Tradición y Conformidad: expresan la auto-restricción y la sumisión; algunos valores de Espiritualidad comparten este esfuerzo.
- 10) Tradición y Seguridad: implican la subordinación del yo en favor de las expectativas impuestas por la sociedad.
- 11) Conformidad y Seguridad: ponen énfasis en la protección del orden y en la armonía en las relaciones.
- 12) Seguridad y Poder: ambos evitan o superan la amenaza de incertidumbres controlando las relaciones y los recursos.

En su representación gráfica:

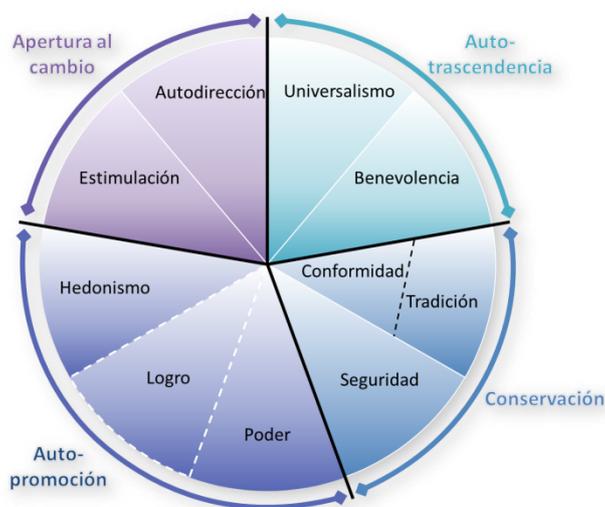


Figura 5: *Relaciones estructurales entre los diez tipos motivacionales de valores.* Fuente: Schwartz (2003, p. 270).

Schwartz (2001) también plantea que los valores se diferencian por las metas motivacionales que expresan, las cuales se corresponden con la respuesta a las tres condiciones básicas universales analizadas en párrafos anteriores: las necesidades de los individuos en tanto organismos biológicos, los requisitos de la interacción social coordinada y las exigencias para el correcto funcionamiento y supervivencia de los grupos.

Con base en este diseño, estructura los diez valores estudiados en dos dimensiones ortogonales (Schwartz, 2003). La primera integra aquellos valores que trascienden los intereses personales buscando favorecer el interés del grupo (Auto-trascendencia) en contraposición con aquellos valores que se ocupan de la satisfacción de necesidades e intereses particulares (Auto-promoción). Por otra parte, ubica los que aprecian la seguridad y buscan el orden (Conservación) en franca oposición con aquellos que se orientan a la libertad e independencia de acciones y pensamiento (Apertura al cambio).

Esta polaridad dimensional (cfr. Figura 2) está íntimamente relacionada con cuestiones de índole social y cultural. Esto es, los valores sobresalientes a nivel social son aquellos que se ajustan casi en su totalidad a las demandas de la comunidad y se los denomina “valores colectivistas”; por el contrario, a aquellos que se vinculan solo con el éxito personal y el desarrollo particular se los llama “valores individualistas”.

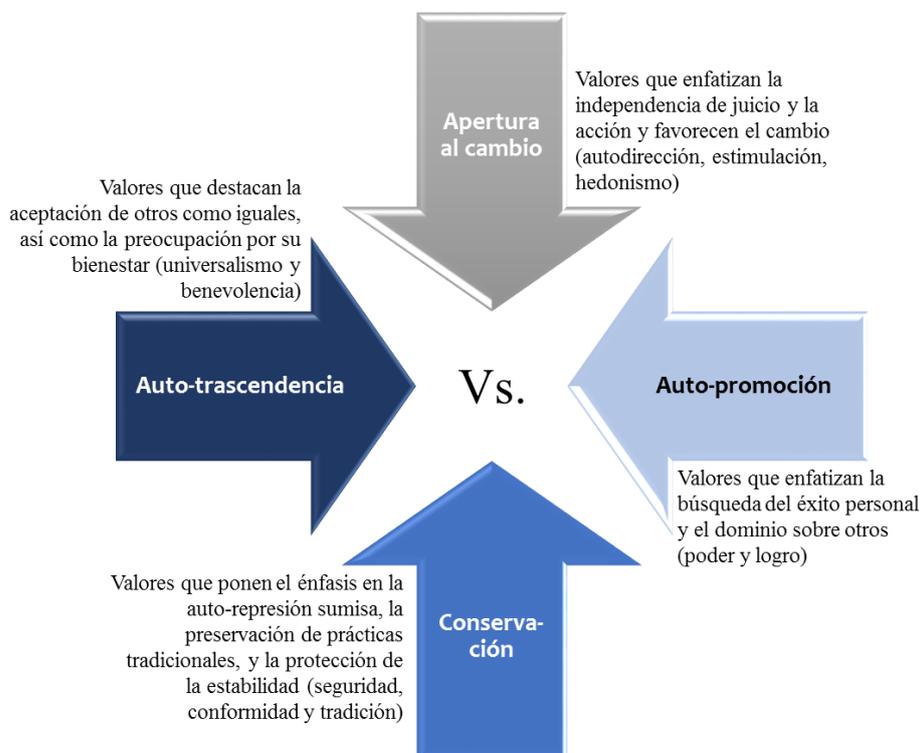


Figura 6: Dimensiones bipolares del modelo de valores de Schwartz. Fuente: Schwartz (2003, pp. 268-269).

Debido a que los sistemas axiológicos se estructuran en modelos prototípicos de oposiciones y compatibilidades entre los diferentes tipos de valores que se repiten en distintas culturas, Schwartz sostiene que, en los enlaces que se establecen entre valores y dimensiones, pueden surgir conflictos que afecten la jerarquía previa de valores que tiene cada persona. Desde el modelo expresado en la Figura 2, se definen dos dimensiones bipolares –Apertura al cambio *vs.* Conservación y Auto-trascendencia *vs.* Auto-promoción– en las que pueden situarse los diez tipos de valores individuales básicos identificados (Poder, Logro, Hedonismo, Estímulo, Autodirección, Universalismo, Seguridad, Tradición, Conformidad y Benevolencia), los que pueden representarse en un gráfico circular mediante el cual los tipos de valores opuestos se ubican de manera antagónica. En función de este planteo, Brinkmann y Bizama (2000) establecen las siguientes correspondencias y oposiciones:

- 1) Los valores relacionados con la Autodirección y el Estímulo se contraponen con los agrupados en los rangos de Conformidad, Tradición y Seguridad. Esto se debe a que los primeros destacan la importancia del juicio crítico y una libertad de acción; mientras que los otros tienden a una especie de limitación autoimpuesta con características de obediencia en pos de conservar prácticas tradicionales y protegiendo la estabilidad social (cfr. Figura 3).

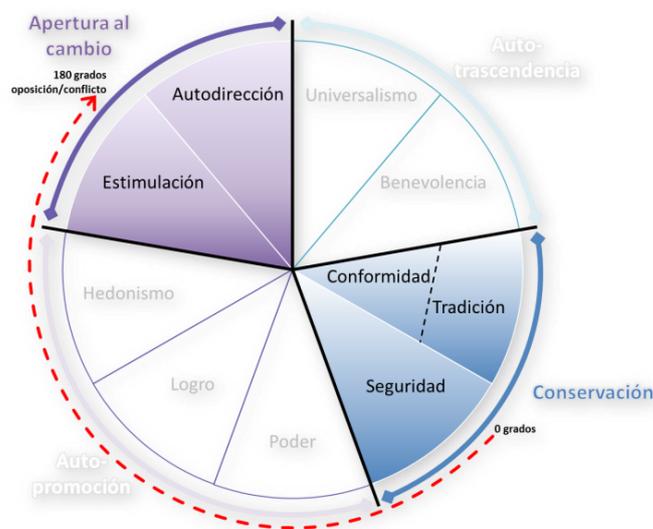


Figura 7: Relaciones estructurales entre Autodirección y Estimulación *vs.* Conformidad, Tradición y Seguridad. Fuente: Schwartz y Bilsky (1990, p. 554) – Brinkmann y Bizama (2000, p. 9).

- 2) Universalismo y Benevolencia se caracterizan por la necesidad de aceptar la igualdad de los demás y buscar su bienestar. Estas motivaciones son contrarias a las de Logro y Poder, ya que estas buscan el éxito personal y el sometimiento del otro (cfr. Figura 4).

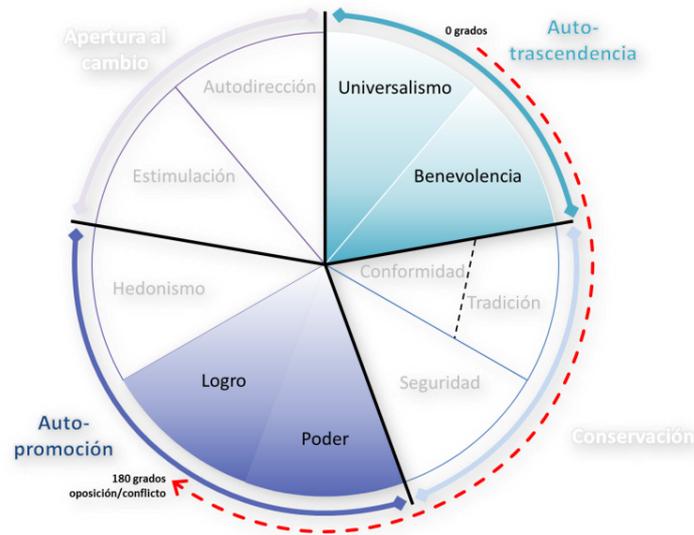


Figura 8: Relaciones estructurales entre Universalismo y Benevolencia vs. Logro y Poder. Fuente: Schwartz y Bilsky (1990, p. 554) – Brinkmann y Bizama (2000, p. 9).

- 3) El Hedonismo, que busca la autocomplacencia y la gratificación sensual, se enfrenta a la Conformidad y la Tradición, las cuales demandan al sujeto que sea templado para someter sus impulsos y reconocer los parámetros externos propios de la cultura predominante o del grupo de pertenencia (cfr. Figura 5).

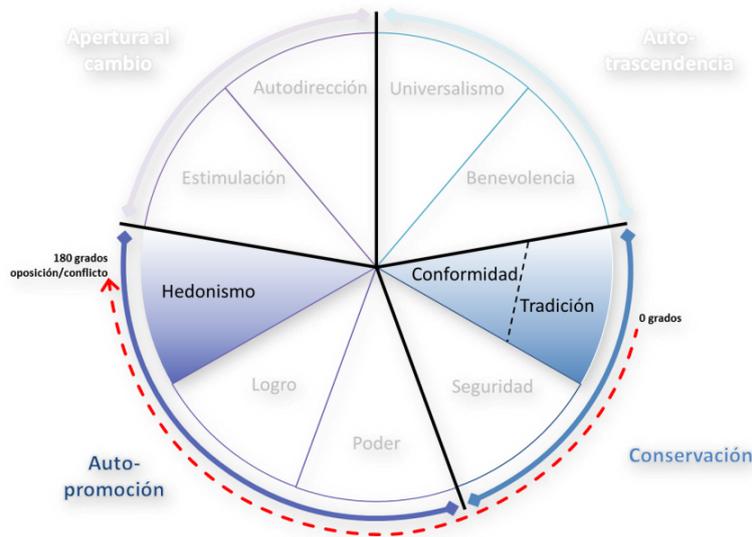


Figura 9: Relaciones estructurales entre Hedonismo vs. Conformidad, Tradición y Seguridad. Fuente: Schwartz y Bilsky, (1990, p. 554) – Brinkmann y Bizama (2000, p. 9)

4) Si recuperamos la Espiritualidad, esta confronta con Hedonismo, Poder y Logro, ya que la espiritualidad intenta encontrar el significado de la realidad y de la vida cotidiana, lo que es totalmente opuesto a la búsqueda del placer, el control sobre otras personas o recursos y las recompensas materiales o superficiales intrascendentes que son las motivaciones propias del Hedonismo, el Poder y el Logro (cfr. Figura 5).

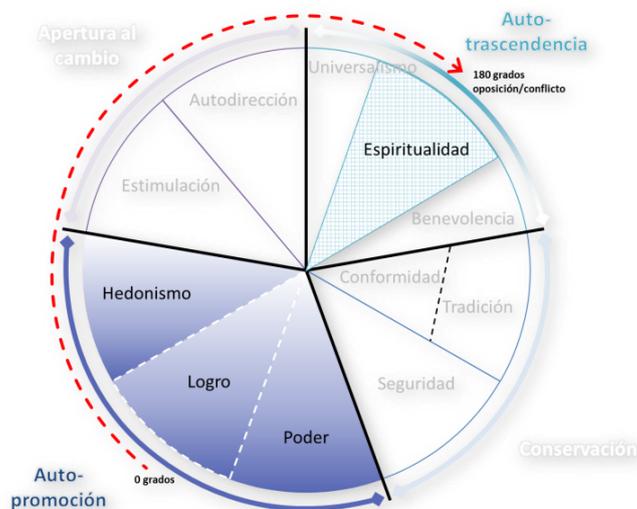


Figura 10: Relaciones estructurales entre Espiritualidad vs. Hedonismo, Logro y Poder. Fuente: Schwartz y Bilsky, (1990, p. 554) – Brinkmann y Bizama (2000, p. 9).

Tal como explicábamos anteriormente, Schwartz descarta a la espiritualidad de la estructura teórica de relaciones entre los tipos de valores motivacionales debido a que no logra probar su universalidad.

Los planteos precedentes sugieren dos posibles ubicaciones para la misma: entre la Benevolencia y la Tradición o entre la Benevolencia y el Universalismo (aquí la situamos nosotros, cfr. Figura 6). Sin embargo, todos los valores relacionados con la espiritualidad pueden ser absorbidos por alguno de estos tres dominios (Schwartz, 1992).

En suma, hemos analizado los valores siguiendo un orden de compatibilidad y contradicción entre los dos polos de las diferentes dimensiones. Consideramos que este modelo teórico permite una clara definición de perfiles valorativos, con una estructura axiológica bien definida y posible de ser sustentada científicamente.

Reflexión final

Los valores son un componente importante, especialmente central de nuestro ser y personalidad, distintos de las actitudes, creencias, normas y rasgos. Los valores son motivadores críticos de comportamientos y actitudes⁶ (Schwartz, 2012, p. 17).

El modelo axiológico de Shalom Schwartz logra identificar diez valores básicos que son motivacionalmente diferentes y reconocidos como tales por los miembros de todas las culturas donde el *Portrait Value Questionnaire* (PVQ) ha sido aplicado. Ello significa que esta teoría se aplica en la actualidad en todo el mundo con resultados muy similares en lo que respecta al orden de coincidencia y oposición existente entre los polos de las diferentes dimensiones. También son de carácter universal los conflictos entre valores

⁶ Original: “*Values are one important, especially central component of our self and personality, distinct from attitudes, beliefs, norms, and traits. Values are critical motivators of behaviors and attitudes*”.

específicos enfrentados en el modelo circunflejo (e.g. Poder *vs.* Universalismo, Tradición *vs.* Hedonismo), lo que da pie para desarrollar una teoría unificadora de la motivación humana (Schwartz, 2012).

La taxonomía propuesta por el autor nos permite identificar aquellos perfiles psicosociales que son propios de una determinada cultura. Mediante el PVQ (testado y validado internacionalmente), se hace posible el análisis de los valores personales, por ejemplo, en empleados públicos (Marsollier y Expósito, 2017), en poblaciones militares (Casullo y Castro Solano, 2003), en docentes universitarios de enfermería (Palencia et al., 2011), en alumnos de nivel superior (Expósito, 2016), en adictos a la cocaína (Saiz Galdós y Martínez Sánchez, 2010), entre otros.

Es por esta razón que consideramos relevante aplicar este modelo axiológico para interpretar el fenómeno educativo de nuestra región. Mendoza posee una cultura que aprecia la educación y en la que los valores son realmente importantes a la hora de relacionarlos con los intereses y necesidades de la sociedad y los diferentes procesos culturales. Al respecto, Díaz Barriga Arceo (2006) sostiene que la educación es un agente activo capaz de transformar la realidad socio-histórica presente y situada, siempre y cuando esté sustentada por un valioso legado histórico y cultural.

Referencias bibliográficas

- Beramendi, M., Espinosa, A., y Ara, S. (2013). Perfiles axiológicos de estudiantes de tres carreras universitarias: funciones discriminantes de tres lecturas de la teoría de Schwartz. *Liberabit*, 19(1), 45-54. <http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v19n1/a05v19n1.pdf>
- Berríos Valenzuela, LL., y Buxarrais Estrada, M. R. (2013). Educación en valores: análisis sobre las expectativas y los valores de los adolescentes. *Educación y Educadores*, 16(2), 244-264. <http://educacionyeducadores.unisabana.edu.co/index.php/eye/article/view/2754/3235>
- Brezinka, W. (2006). Educació en valors en una societat en crisi de valors. *Revista Catalana de Pedagogia*, 5, 165-182. <https://doi.org/10.2436/20.3007.01.11>

- Brinkmann, H., y Bizama, M. (2000). Estructura psicológica de los valores: Presentación de una teoría. *Sociedad Hoy*, 4, 125-134.
www2.udec.cl/~hbrinkma/estructura_psicologica_de_los_valores.pdf
- Bunes, M., Calzón, J., Elexpuru, I., Fañanas, L. T., Muñoz-Repiso, M., y Valle, J. M. (1993). *Los valores en la LOGSE. Un análisis de documentos a través de la metodología de Hall-Tonna*. Bilbao: ICE de la Universidad de Deusto.
- Carrasco Delgado, E., y Osses Bustingorry, S. (2008). Transformaciones del perfil valórico en estudiantes de la carrera de obstetricia y puericultura de la facultad de medicina de la Universidad de la Frontera durante su trayectoria académica. *Estudios Pedagógicos*, 34(2), 45-63.
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/estped/v34n2/art03.pdf>
- Casullo, M. M., y Castro Solano, A. (2003). La estructura de los valores humanos en población adulta argentina civil y militar. Una propuesta para su evaluación. *Revista Digital Universitaria*, 1(2), 1-16.
https://www.colegiomilitar.mil.ar/rediu/pdf/ReDiU_0102_art01-La%20estructura%20de%20los%20valores%20humanos.pdf
- Díaz Barriga Arceo, F. (2006). *Enseñanza situada: vínculo entre la escuela y la vida*. México: McGraw-Hill.
<https://www.uv.mx/rmipe/files/2016/08/Ensenanza-situada-vinculo-entre-la-escuela-y-la-vida.pdf>
- Elexpuru, I., y Medrano, C. (1995). Hall-Tonna y Kohlberg. El desarrollo de los valores en educación a través de un modelo integrado. *Aprender a pensar*, 12, 31-40.
- Expósito, C. (2016) *Axiología y educación integral en la formación del profesorado. Un análisis psicosocial de valores éticos y profesionales en estudiantes y egresados de carreras docentes*. (Tesis Doctoral). Universidad Nacional de Cuyo. Mendoza, Argentina.
- Gervilla Castillo, E. (1991). *El animador. Perfil y opciones*. Madrid: CCS.
- Gervilla Castillo, E. (1998). Educación y valores. En: *Filosofía de la educación hoy* (pp. 397-426). Madrid: Dykinson. www.ugr.es/~fjriros/pdf/Tice4-ValorEducacion.pdf
- Gervilla Castillo, E. (2000). Un modelo axiológico de educación integral. *Revista Española de Pedagogía*, 58(215), 39-57. <https://revistadepedagogia.org/wp-content/uploads/2007/06/215-02.pdf>
- Gómez Navarro, M. (2011). Rol de la universidad en la conformación de valores pro-sociales, un estudio transversal en la Universidad Autónoma de Santo Domingo (Tesis Doctoral). Universitat de Valencia. <http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/23090/Tesis%20Mabel%20Gomez%20enero%202012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Hall, B. P. (2006). *Values Shift: A Guide to Personal & Organizational Transformation*. Eugene, Oregon: Wipf and Stock Publishers.

- Inglehart, R. (1988). The renaissance of political culture. *American Political Science Review*, 82(4), 1203-1230.
- Janne, H. (1968). *Le système social. Essai de théorie générale*. Bruxelles: Institut de Sociologie de l'Université Libre de Bruxelles.
- Krishnan, V. R. (2008). Does Management Education Make Students Better Actors? A Longitudinal Study of Change in Values and Self-monitoring. *Great Lakes Herald*, 2(1), 35-48. <http://www.rkvenkat.org/2008glh.pdf>
- Marsollier, R. G., y Expósito, C. D. (2017). Los valores y el compromiso laboral en el empleo público. *Revista Empresa y Humanismo*, 20(2) 29-50. <https://doi.org/10.15581/015.XX.2.29-50>
- Martí Vilar, M., y Palma Cortés, J. (2010). Jerarquización y preferencia de valores en los estudiantes de secundaria. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 21(3), 603-616. <http://www.redalyc.org/pdf/3382/338230786004.pdf>
- Maslow, A. (1999). *El hombre autorrealizado, Hacia una psicología del ser*. Buenos Aires: Troquel.
- Messer, A. (1932). *La estimativa o la filosofía de los valores en la actualidad*. Madrid: Sindicato Exportador del Libro Español.
- Palencia, E., Piña, M., y Nuñez, C. (2011). Los docentes universitarios de enfermería y sus valores. *Enfermería Global*, 10(22), 1-8. <http://scielo.isciii.es/pdf/eg/v10n22/docencia1.pdf>
- Parra Luna, F. (1983). *Elementos para una teoría formal del sistema social* (2ª ed.). Madrid: Editorial Complutense.
- Pfeil, S. (2016). *Werteorientierung und Arbeitgeberwahl im Wandel der Generationen: Eine empirisch fundierte Analyse unter besonderer Berücksichtigung der Generation Y*. Berlin-Charlottenburg: Springer Gabler.
- Porta, L. (2004). Educación, valores y ciudadanía: los jóvenes frente al mundo actual. *Praxis Educativa*, 8, 42-49. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=153126089006>
- Ros García, M., y Schwartz, S. H. (1995). Jerarquía de valores en los países de la Europa Occidental: Una comparación transcultural. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 69, 69-87. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=758903>
- Saiz Galdós, J. S., y Martínez Sánchez, I. M. (2010). Relación del tratamiento por dependencia de la cocaína con los valores personales de apertura al cambio y conservación. *Adicciones*, 22(1), 51-58. <http://www.adicciones.es/index.php/adicciones/article/view/214/205>
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the Content and Structure of Values Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25(1), 1-65. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6)

- Schwartz, S. H. (1994). Are There Universal Aspects in the Structure and Contents of Human Values. *Journal of Social Issues*, 50(4), 19-45. <https://pdfs.semanticscholar.org/0131/5b84c630055a16e45f91b97509807680c70d.pdf>
- Schwartz, S. (2001). ¿Existen aspectos universales en la estructura y contenido de los valores humanos? En Ros, M. y Gouveia, V. (coords) *Psicología social de los valores humanos. Desarrollos teóricos, metodológicos y aplicados*, 53-77.
- Schwartz, S. H. (2003). A proposal for measuring value orientations across nations. *Questionnaire package of the european social survey*, 259(290), 261. https://www.europeansocialsurvey.org/docs/methodology/core_ess_questionnaire/ESS_core_questionnaire_human_values.pdf
- Schwartz, S. H. (2012). An overview of the Schwartz theory of basic values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), art.11. <https://scholarworks.gvsu.edu/orpc/vol2/iss1/11/>
- Schwartz, S. H., & Bilsky, W. (1990). Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross-cultural replications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(5), 878-891. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.58.5.878>
- Schwartz, S. H., & Boehnke, K. (2004). Evaluating the structure of human values with confirmatory factor analysis. *Journal of Research in Personality*, 38(3), 230-255. [https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(03\)00069-2](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(03)00069-2)
- Schwartz, S. H., & Sagie, G. (2000). Value Consensus and Importance: A Cross-national Study. *Journal of Cross-cultural Psychology*, 31(4), 465-497. <https://doi.org/10.1177/0022022100031004003>
- 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. <https://doi.org/10.1177/0022022101032005001>