

VALORES Y POLÍTICA. ANÁLISIS DEL PERFIL AXIOLÓGICO DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES (REPÚBLICA ARGENTINA)*

VALUES AND POLITIC. AXIOLOGICAL PROFILE ANALYSIS OF COLLEGE STUDENTS IN THE CITY OF BUENOS AIRES (ARGENTINA)

GISELA I. DELFINO** Y ELENA M. ZUBIETA***

*Este trabajo forma parte de la Tesis Doctoral de la primera autora.

**Doctora en Psicología. Profesora Adjunta de la Facultad de Psicología y Educación de la Pontificia Universidad Católica Argentina (UCA) y Becaria Postdoctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

Avda. Tte. Gral. Donato Álvarez 86 - 6º Piso Dpto. A - (C1406BNN) Ciudad Autónoma de Buenos Aires. República Argentina. E-Mail: gisela_delfino@uca.edu.ar

**Doctora en Psicología. Profesora Adjunta Regular de la Facultad de Psicología de la Universidad de Buenos Aires (UBA) y Miembro de la Carrera del Investigador Científico del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). E-Mail: ezubieta@psi.uba.ar

RESUMEN

Para Rokeach (1968), los *valores* son un concepto clave en las Ciencias Sociales, la principal variable dependiente en los estudios culturales sobre la sociedad y la personalidad y la principal variable independiente en el estudio de las actitudes y la conducta social. Distintas investigaciones en Psicología Política revelan a los valores como importantes para la explicación de los fenómenos políticos (e.g., Barnea & Schwartz, 1998; Caprara & Zimbardo, 2004; Delfino, Fernández & Zubieta, 2007). Las dimensiones postuladas o identificadas en los estudios relevantes sobre valores políticos también pueden ser localizadas dentro del marco de su teoría de los valores humanos.

Con el objetivo de conocer el perfil de valores de un grupo de jóvenes y sus variaciones en función del posicionamiento ideológico y de aspectos sociodemográficos, se realizó un estudio descriptivo-correlacional, de diseño no experimental transversal sobre la base de una muestra intencional de 500 *estudiantes universitarios*.

Se detectó una relación interesante entre las metas motivacionales, la *orientación política* y los valores de *igualdad* y *libertad*. Quienes optan por la libertad enfatizan valores de autodirección, hedonismo, logro y poder, mientras que quienes priorizan la igualdad valoran más la tradición y el universalismo. Quienes se inclinan por la libertad muestran mayor tendencia a la apertura al cambio y a la autopromoción -acento en la persona-, en tanto los que eligen la igualdad valoran en mayor medida la conservación y la autotranscendencia mostrando una mayor orientación hacia lo social.

Palabras clave: Valores; Libertad; Igualdad; Orientación política; Estudiantes universitarios.

ABSTRACT

Rokeach (1968) considers *values* as a key concept in Social Sciences: main dependent variable in cultural studies on society and personality, and main independent variable in

attitudes and social behaviour studies. The author defends values utility to represent different political positions. *Freedom* and equality values would reflect that representation due to the effect of unequal power distribution in society which leads people to perceive that some individuals have more freedom than others and relationships in a hierarchical order.

Different researches in Political Psychology reveal values as important factors in political phenomena explanation (e.g., Barnea & Schwartz, 1998; Caprara & Zimbardo, 2004; Delfino, Fernández, & Zubieta, 2007). In this line, Schwartz (2001) points out that identified dimensions in relevant studies on political values also can be localized in the frame of its theory of human values.

Caprara and collaborators (2006) analysed the relationship between values, personality traits, and vote in national election in Italy 2001 and found that left wing oriented participants show higher punctuations in universalism, benevolence and self-direction values compare with those right wing oriented participants. On the other side, more right oriented subjects show higher punctuations in security, power, achievement, conformity and tradition motives. It was also verify that values explained a major variance percentage than personality traits when predicting passed and future vote, and political option change.

With the aim of exploring values profiles in youth people and its variation in terms of ideological positioning and socio-demographical aspects, a descriptive study was carried out -non experimental transversal design- based on a convenience sample of 500 *college students* from Buenos Aires city and surroundings.

In terms of motivational preferences and coherent with previous studies findings -based on students and general population samples (Zubieta et al., 2006, 2007; Zubieta, Fillipi, & Báez, 2007)-, dimensions with major punctuations are self transcendence -others well being and selfish interest transcendence- and openness to change where hedonism and self direction are emphasize. Participants left oriented political position also reinforce previous findings revealing how *political orientation* varied in terms of college career. Those oriented to social sciences tend to have left oriented political position. In the same

sense, left political orientation is related to self transcendence values and has a lesser emphasis in conservation and self-promotion motives.

An interesting relationship was found between motives, political orientation, *equality* and freedom values. Participants who emphasize self-direction, hedonism, achievement, and power values prefer freedom instead of equality while those who emphasize tradition and universalism prefer equality instead of freedom. Students who prefer freedom show higher tendency to openness to change and self promotion values -individual focus- while those who prefer equality emphasize conservation and self transcendences values-social focus.

Following Rokeach (1968) postulation, it can be argued that values may not replace but complement political attitudes and behaviours comprehension in terms of left and right tendencies. Values are interceding factors in world vision framings. Individuals holding social instead of individual values orientations, stressing equality over freedom have attitudes and behaviours different to those who hold opposite ideas. In this sense, motivational goals are associated with institutional self selection or college career preferences which combined with factors such age and sex produce different cognitions and behaviours that can be translate, for instance, in freedom or equality preferences.

Key words: Values; Freedom; Equality; Political orientation; College students.

Según Rokeach (1968), los valores son un concepto clave en las Ciencias Sociales; constituyen la principal variable dependiente en los estudios culturales sobre la sociedad y la personalidad, y la principal variable independiente en el estudio de las actitudes y la conducta social. En lo que respecta a la utilización de los valores en el ámbito político, Rokeach sugiere que éstos podrían reemplazar el uso de la dimensión derecha - izquierda. Para este autor, esa dimensión presenta algunas dificultades: (a) no puede emplearse ahistóricamente o trans-

culturalmente, (b) no habiendo acuerdo respecto de cuales son las características que definen esa dimensión, existiría el riesgo de confundir los atributos de contenido con los de estilo y (c) es imposible realizar una evaluación precisa de los grupos políticos que se sitúan en un mismo polo de la dimensión.

De esta manera, Rokeach defiende la utilización de los valores para representar las diferentes posiciones políticas. Serían los valores de libertad y de igualdad los que servirían para esta tarea debido a que, según este autor, la distribución desigual del poder en la sociedad lleva a sus miembros a percibir que unos sujetos tienen más libertad que otros y que las relaciones tienen un orden jerárquico. Así, de acuerdo con este modelo bivalórico, el comunismo obtendría una puntuación elevada en igualdad, pero baja en libertad, el socialismo evaluaría alta la libertad y la igualdad, el capitalismo, alta la libertad pero baja la igualdad y el fascismo puntuaría bajo en los dos valores (Sabucedo & Arce, 1991).

De modo similar a lo planteado por Rokeach, Bobbio (1995) extrae un espectro político de cuatro categorías sobre la base de la conjunción de libertad e igualdad. Sin embargo, para este autor la libertad y la igualdad no hacen más que referir a la dimensión derecha - izquierda:

“La esencia de la distinción entre la derecha y la izquierda [...] es la diferente actitud que las dos partes [...] muestran sistemáticamente frente a la idea de igualdad: aquellos que se declaran *de izquierdas* dan mayor importancia en su conducta moral y en su iniciativa política a lo que convierte a los hombres en iguales, o a las formas de atenuar y reducir los factores de desigualdad; los que se declaran *de derechas* están convencidos de que las desigualdades son un dato ineliminable, y que al fin y al cabo ni siquiera deben desear su eliminación” (p. 15).

Por su parte, la libertad serviría para distinguir entre moderados y extremos tanto de

derecha como de izquierda. Así, en términos actitudinales, la posición frente a la igualdad haría referencia a la valencia (derecha o izquierda) y la libertad referiría a la intensidad (moderada o extrema).

Según Pastor Ramos (1986), el concepto de libertad se habría ido desplazando contemporáneamente hacia la derecha habiendo permanecido, en cambio, la igualdad como el valor máspreciado de las izquierdas. Stoetzel (1983) explica que quienes afirman que la igualdad es más importante que la libertad ocupan, como media, posiciones más a la izquierda en el continuo de orientación política y de forma contraria quienes se sitúan a la derecha eligen la libertad antes que la igualdad. Al mismo tiempo, los más favorecidos por la fortuna prefieren la libertad mientras los menos pudientes enfatizan, en cambio, la igualdad. Según Stoetzel (1983) en Europa, la libertad sería un elemento constitutivo de la ideología política de la derecha y la igualdad, un elemento constitutivo de la izquierda¹.

En el contexto argentino, D'Adamo y García Beaudoux (2002) encuentran que los diferentes posicionamientos de los individuos frente a la idea de la igualdad parecen

¹ Según Pastor Ramos (1986), la utilización del binario *derecha - izquierda* es la forma más extendida y común de clasificar ideologías. Carballo (2005) explica que la auto-ubicación ideológica que los sujetos realizan suele ser un indicador útil para entender sus preferencias políticas y Bobbio (1995) recuerda que a pesar de que la diada sea continuamente rebatida desde distintas posiciones y con diversos argumentos, los términos *derecha* e *izquierda* siguen estando vigentes en el lenguaje político a la vez que las encuestas confirman la presencia continuamente operante y discriminatoria de la diada (Bobbio, 1995; D'Adamo & García Beaudoux, 1999, 2002; Harding et al., 1986; Stoetzel, 1983). Para un análisis de los argumentos a favor y en contra de la utilización de este binomio tipológico y de su evaluación bajo el formato de autopoición puede verse Pastor Ramos (1986, pp. 74-76).

constituir un útil criterio diferenciador entre la derecha y la izquierda. Así,

“el 92% de los individuos de izquierda considera fundamental defender los derechos de las minorías, mientras que sólo un 48% de los encuestados de derecha se manifestó de acuerdo con dicha idea. De la misma manera, un 96% de los sujetos de izquierda considera que una sociedad es justa sólo si asegura la libertad, la igualdad y la eliminación de cualquier clase de privilegios; mientras que el 78% de los individuos de derecha cree que la existencia de las jerarquías y diferencias sociales es un hecho “natural” de toda sociedad organizada” (p. 305).

En base a los estudios realizados por Rokeach (1973) y desde la perspectiva de los valores, Schwartz (1992) desarrolla la Teoría de los Valores Humanos, que aparece como la perspectiva estándar elegida por los investigadores en Psicología Social de las últimas dos décadas (Zubieta, 2008).

TEORÍA DE LOS VALORES HUMANOS DE SCHWARTZ

Schwartz define a los *valores* como

“metas deseables y transituacionales, que varían en importancia y que sirven como principios en la vida de una persona o de otra entidad social” (1994, p. 21).

De esta definición de los valores como metas se deduce que: (a) sirven a los intereses de alguna entidad social, (b) pueden motivar la acción, dándole dirección e intensidad emocional, (c) funcionan como criterios para juzgar y justificar la acción y (d) se adquieren tanto a través de la socialización en los valores del grupo dominante como a través de la experiencia personal de aprendizaje. Según este autor, el aspecto fundamental del contenido que diferencia los valores es el tipo de meta motivacional que expresan. De esta forma, los valores representan,

en forma de metas conscientes, las respuestas que todos los individuos y sociedades deben dar a tres requisitos universales:

- a.- las necesidades de los individuos en tanto organismos biológicos,
- b.- los requisitos de la interacción social coordinada y
- c.- los requisitos para el correcto funcionamiento y supervivencia de los grupos.

Schwartz (1992) distingue 10 tipos de valores que son definidos por el tipo motivacional al que sirven (ver Anexo) y hay evidencia de

“que capturan de forma razonablemente exhaustiva, los diferentes valores motivacionales más importantes reconocidos a través de los grupos culturales” (Fontaine, Poortinga, Delbeke & Schwartz, 2008, p. 347).

La estructura según la cual los valores se ordenan refleja las relaciones de conflicto y congruencia entre las motivaciones que subyacen a los 10 valores. De esta forma, Schwartz (1992) encuentra que el sistema de valores puede representarse a través de un círculo (ver Figura 1). En éste, los tipos de valores en competición emanan en direcciones opuestas del centro y los tipos compatibles se encuentran próximos a lo largo del círculo.

Si bien la teoría diferencia entre tipos de valores, postula que a nivel más básico, los valores forman un continuo de motivaciones relacionadas presentándose un cambio paulatino en el propósito o meta a medida que se pasa de un valor al valor adyacente a éste, dando así lugar a la estructura circular.

Los pares de valores que se presentan a continuación serían congruentes ya que:

- 1.- Poder y Logro enfatizan la superioridad y la estima social,
- 2.- Logro y Hedonismo se centran en la satisfacción personal,
- 3.- Hedonismo y Estimulación implican el deseo del despertar afectivo,
- 4.- Estimulación y Autodirección com-

Valores y política

parten el interés intrínseco por la novedad y la maestría,

5.- Autodirección y Universalismo expresan confianza en el propio juicio y confort con la diversidad de la existencia,

6.- Universalismo y Benevolencia se ocupan del bienestar de los demás y de trascender los intereses egoístas,

7.- Benevolencia y Conformidad demandan el comportamiento normativo que promueve las relaciones cercanas,

8.- Benevolencia y Tradición promueven la devoción al propio endogrupo,

9.- Conformidad y Tradición implican subordinación del *self* a favor de expectativas sociales impuestas,

10.- Tradición y Seguridad destacan la preservación de los acuerdos sociales existentes para dar seguridad a la vida,

11.- Conformidad y Seguridad enfatizan la protección del orden y la armonía en las relaciones y

12.- Seguridad y Poder subrayan la evitación o la superación del miedo a las incertidumbres mediante el control de las relaciones y de los recursos.

Además, los siguientes valores no serían congruentes y podrían estar en conflicto:

1.- Autodirección y Estimulación versus Conformidad, Tradición y Seguridad,

2.- Universalismo y Benevolencia versus Logro y Poder y

3.- Hedonismo versus Conformidad y Tradición (Schwartz, 1992).

En un nivel mayor de abstracción, el autor distingue cuatro valores de orden superior que se organizan en dos dimensiones bipolares: los valores de Autotrascendencia (Benevolencia y Universalismo) se oponen a los valores de Autopromoción (Poder y Logro), y los valores de Apertura al Cambio (Autodirección, Estimulación y Hedonismo) se oponen a los valores de Conservación (Tradición, Conformidad y Seguridad).

Más cercano a nuestros días, Schwartz (Fontaine et al., 2008) propone una forma alternativa de conceptualizar la misma estructura bidimensional. Ésta agrupa a los valores

en aquellos que regulan la expresión de los intereses y características personales (*centrados en la persona*: Autodirección, Estimulación, Hedonismo, Logro y Poder) versus los que regulan las relaciones con otros y los efectos sobre ellas (*centrados en lo social*: Universalismo, Benevolencia, Tradición, Conformidad y Seguridad). De forma simultánea, agrupa los valores en aquellos que expresan la autoexpansión sin preocupación (*valores de crecimiento*: Autodirección, Universalismo, Benevolencia, Estimulación y Hedonismo) versus los que expresan autoprotección con preocupación (*valores de protección*: Seguridad, Poder, Logro, Conformidad y Tradición)². Según explican Fontaine y colaboradores (2008), esta última formulación es compatible con la original, dado que los cuatro cuadrantes de la representación bidimensional corresponden a los cuatro valores de orden superior de Autopromoción versus Autotrascendencia y Apertura al Cambio versus Conservación.

Distintas investigaciones en Psicología Política revelan a los valores como importantes para la explicación de los fenómenos políticos (e.g., Barnea & Schwartz, 1998; Caprara & Zimbardo, 2004; Delfino, Fernández & Zubieta, 2007; Feldman, 2003; Zubieta, 2008). Tal como afirma Schwartz (1994), las dimensiones postuladas o identificadas en los estudios relevantes sobre valores políticos también pueden ser localizadas dentro del marco de su teoría de los valores humanos.

En relación a la propuesta de Rokeach (1973) sobre la igualdad y la libertad como dimensiones ortogonales para el contraste de ideologías políticas, Barnea y Schwartz (1998) explican que los fenómenos políticos se entienden mejor si se contemplan dos dimensiones:

a.- una dimensión liberal relativa a la disposición para el cambio social y las liber-

² En inglés, *person-focused values* versus *social-focused values* y *growth values* versus *protection values*.

tades y derechos individuales (liberalismo clásico) y

b.- una dimensión socioeconómica relativa al nivel de igualdad económica o de diferenciación entre la gente (igualitarismo económico).

En lo relativo a la dimensión Liberalismo Clásico, el apoyo a partidos políticos que suscriben posiciones más liberales se basaría en la importancia que se otorga a valores que apoyan la autonomía individual, la sinceridad, la tolerancia y la aceptación de la gente y estilos de vida que son diferentes o poco comunes. Esto se plasmaría en los valores de Autodirección, Universalismo y, aunque en menor medida, en los de Estimulación. En oposición, quienes valoren más la Conservación apoyarían partidos más autoritarios o no liberales. Por otro lado, en lo concerniente a la dimensión Igualitarismo Económico, el apoyo a partidos que adhieren a una posición igualitaria se basaría en atribuir importancia a valores que promueven la preocupación por los demás y el bienestar de los otros, esto es, los valores de Universalismo y Benevolencia (de forma contraria, la Autopromoción estaría relacionada con posiciones no igualitarias).

Trabajando con una muestra representativa de Israel, Barnea y Schwartz (1998) verificaron que los adherentes a distintos partidos políticos pueden ser diferenciados en función de sus valores y que las prioridades a nivel de valores predisponen a los sujetos a votar por un partido político en particular como respuesta a sus símbolos y mensajes ideológicos. La contribución de los valores al voto sería más pronunciada cuando el ambiente político hace que la diferenciación en la dimensión ideológica entre los partidos sea clara (esta diferenciación también determinaría que las variables Interés por la Política y Nivel Educativo resulten menos significativas). Asimismo concluyen que no sólo la igualdad, la libertad, la seguridad nacional, el mundo en paz y otros valores son políticamente importantes. De hecho, todos los tipos de valores identificados en la

teoría de Schwartz serían relevantes en diferentes circunstancias³. La importancia de algunos tipos particulares de valores en el voto sería una función del contenido ideológico del discurso político.

Caprara y Zimbardo (2004) refieren que la política moderna se ha vuelto personalizada en tanto las características individuales de quienes votan y de los candidatos presentan mayor importancia en el discurso político. Explican que distintos estudios muestran el rol importante que tienen los rasgos de personalidad, pero que es necesario entender a los valores como predictores clave de la conducta de voto. Según estos autores, las variables sociodemográficas tradicionales en la actualidad, no resultan útiles para diferenciar entre los votantes de las principales coaliciones políticas y tanto los rasgos de personalidad como los valores han mostrado ser predictores efectivos. Además, los valores explican mayor porcentaje de variancia que los rasgos de personalidad y todas las variables sociodemográficas combinadas. En lo que hace a la relación entre valores y orientación política, Caprara y Zimbardo (2004) exponen que los votantes de centro - derecha puntúan más alto en poder y seguridad y menos en universalismo y benevolencia, en comparación con los de centro - izquierda. Para los autores, esto expresa el interés que la derecha tradicionalmente ha manifestado con respecto al reconocimiento de los logros individuales y el orden social, y la izquierda con respecto a la igualdad y la justicia social.

Las investigaciones actuales están enfatizando el rol central de los valores en la política indicando que a todos los sistemas de creencias políticas subyacen valores funda-

³ Por ejemplo, en el caso de Israel, la posición en la dimensión ideológica Estado versus Religión sería central, mientras que la dimensión de valores Autotrascendencia versus Autopromoción no sería tan importante.

Valores y política

mentales que especifican el estado final de la política pública. Los valores permiten a las personas organizar sus evaluaciones políticas de una manera relativamente consistente (Feldman, 2003; Zubieta, 2008).

ANTECEDENTES EMPÍRICOS

Caprara, Schwartz, Capanna, Vecchione y Barbaranelli (2006) estudiaron la relación entre valores, rasgos de personalidad y voto en las elecciones nacionales de Italia del año 2001. Hallaron que quienes presentaban una orientación política hacia la izquierda puntuaban más alto que quienes se orientaban hacia la derecha en Universalismo, Benevolencia y Autodirección, y más bajo en Seguridad, Poder, Logro, Conformidad y Tradición. Verificaron que los valores explicaban un porcentaje significativamente mayor de variancia que los rasgos de personalidad a la hora de predecir el voto pasado o futuro y el cambio en la opción política.

En un estudio desarrollado en el contexto de los atentados del 11-M, Espinosa Pezzia y Calderón Prada (2006) encontraron que la orientación política hacia la derecha presentaba dos dimensiones: una relacionada con los valores de Seguridad, Conformidad y Tradición y otra relacionada con el valor de Poder. Por su parte, la orientación política hacia la izquierda se asociaba al valor de Benevolencia y a manifestaciones y rituales políticos como estrategia de afrontamiento.

Calvo y Montero (2005) explicaron que el análisis de la estructura de los valores básicos resulta fundamental para entender las actitudes, las opiniones y, en última instancia, las pautas de comportamiento de una sociedad. Los ciudadanos y las sociedades se definen por los valores a los que dan prioridad. Según exponen,

“la ESE [Encuesta Social Europea, ESS] incorpora la escala desarrollada por Shalom Schwartz (1992), un instrumento fiable e innovador que ofrece una instantánea precisa de los valores dominantes en una sociedad” (p. 148).

La prioridad dada a cada una de las 10 metas motivacionales en Europa es muy similar a la dada en España. En los primeros cuatro lugares se ubican Benevolencia, Universalismo, Seguridad y Autodirección. Los valores que menos importancia presentan son hedonismo, logro, poder y estimulación.

En el contexto argentino, tres estudios (población general: Zubieta, Mele & Casullo, 2006; estudiantes universitarios: Zubieta, Filippi & Báez, 2007; Zubieta, Delfino & Fernández, 2007) indican que las metas motivacionales con mayor peso son: Autodirección, Hedonismo, Benevolencia y Universalismo; y las menos valoradas son: Logro, Conformidad, Poder y Tradición. Zubieta y otros (2006) verificaron diferencias en función de la edad: los más jóvenes presentaban valores más altos en Estimulación, Hedonismo y Logro; en el grupo de mayores de 30 años eran significativamente más altos Conformismo, Tradición, Benevolencia, Universalismo y Seguridad. En estudiantes universitarios se detectaron diferencias en función de la carrera de estudio: quienes estudiaban Ciencias Económicas tendían a valorar más la Auto-promoción y la Conservación, mientras que los que estudiaban Ciencias Humanísticas valoraban más la Autotrascendencia y la Apertura al Cambio (Filippi & Zubieta, 2003; Zubieta, Filippi & Báez, 2007).

Con el objetivo de conocer el perfil de valores de un grupo de estudiantes universitarios y sus variaciones en función del posicionamiento ideológico y aspectos sociodemográficos se realizó un estudio descriptivo-correlacional, de diseño no experimental transversal.

MÉTODO MUESTRA

La muestra fue no probabilística intencional y estuvo compuesta por 500 estudiantes universitarios. El 35.4% eran hombres y el 64.6%, mujeres. La media de edad fue de 21.37 ($DE = 3.95$. Mín. = 18; Máx. = 35). El 92.4% era soltero, el 6.6% estaba casado o convivía con su pareja y un 1% estaba sepa-

rado o divorciado. Sólo el 4.8% tenía hijos. En relación al lugar de residencia, el 13% residía en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (República Argentina), el 75.4% en el sector sur del cordón urbano circundante, el 9% en el sector oeste y el 2.6% en el sector norte. Del total de los estudiantes, el 47.4% además de estudiar trabajaba, y de éstos, un 84% lo hacía en el ámbito privado. Con respecto a la carrera que cursaba, el 47.6% estudiaba una carrera perteneciente a las Ciencias Sociales o Humanas, el 26.8% a las Ciencias Económicas, el 17% a las Ciencias Médicas y un 8.6% al Derecho. En lo que hace al momento de la carrera en que se encontraban, el 65% estaba en la etapa inicial, el 22% en la etapa media y el 13% en la etapa final.

INSTRUMENTO

El cuestionario utilizado fue de formato autoadministrado y estuvo integrado por una sección de datos personales, evaluada al final del mismo y por adaptaciones de distintas escalas de las cuales aquí se presentan sólo dos.

El ítem que se utilizó para evaluar Libertad versus Igualdad es una adaptación realizada a partir de Sabucedo, Arce y Rodríguez (1992). Los sujetos debían optar entre dos posibilidades:

1.- 'Creo que tanto la libertad como la igualdad son importantes; pero, si tuviese que decidirme por una u otra, consideraría más importante la *libertad* personal, es decir, que todo el mundo pueda vivir en libertad y desarrollarla sin obstáculos.'

2.- 'Creo que tanto la libertad como la igualdad son importantes; pero, si tuviese que decidirme por alguna de las dos, consideraría a la *igualdad* más importante, es decir, que ninguno tenga menos que los demás y que las diferencias entre clases sociales no sean tan fuertes.'

Para evaluar el perfil de valores humanos se aplicó el *Portrait Values Questionnaire* (PVQ) de Schwartz (Schwartz et al., 2001) que en el contexto argentino cuenta con la adaptación y validación realizada por Castro

Solano y Nader (2006). La escala está compuesta por 40 ítems que describen características de las personas (por ejemplo: *Le parece importante tener ideas nuevas y ser creativo/a. Le gusta hacer las cosas de manera propia y original*) y el participante debe evaluar en qué medida lo descrito en cada ítem se parece a él o ella (1 = No se parece nada a mí; 2 = No se parece a mí; 3 = Se parece poco a mí; 4 = Se parece algo a mí; 5 = Se parece a mí; 6 = Se parece mucho a mí). Cada frase es un valor de la taxonomía del autor que luego se agrupan en los 10 tipos motivacionales básicos.

Los coeficientes de consistencia interna de las subescalas son los siguientes: Conformismo: α de Cronbach = .65; Tradición: α = .47; Benevolencia: α = .57; Universalismo: α = .75; Autodirección: α = .54; Estimulación: α = .63; Hedonismo: α = .74; Logro: α = .77; Poder: α = .65; Seguridad: α = .64.

Por último, en lo que hace a la *orientación política*, los participantes debieron situarse en una escala donde 1 indica Derecha, 4 Centro y 7 Izquierda.

PROCEDIMIENTO

La aplicación del cuestionario se realizó de forma colectiva. Se contactó a profesores universitarios que cedieron una hora de sus clases y los estudiantes fueron invitados a participar voluntaria y anónimamente.

ANÁLISIS DE DATOS

Para describir el perfil axiológico de los estudiantes universitarios se efectuaron análisis de frecuencias, reportándose los porcentajes y, cuando fue pertinente, la media y el desvío estándar. A fin de conocer las posibles diferencias entre los distintos grupos definidos en función de las variables socio-demográficas y para analizar la relación entre los valores de Schwartz, la preferencia por la libertad o la igualdad y la orientación política, se utilizó, según el caso, alguno de los siguientes estadísticos: *t* de Student,

Valores y política

ANOVA de un factor y Chi-cuadrado. Asimismo, cuando resultó pertinente se calculó el coeficiente de correlación (r de Pearson o Rho de Spearman, según el caso).

RESULTADOS

LIBERTAD VERSUS IGUALDAD

A la hora de optar entre la libertad o la igualdad, todos los sujetos, a excepción de 6 (1.2%), pudieron decidir entre una y otra. Si bien los porcentajes de quienes se inclinaron por la libertad (43%) o por la igualdad (56.8%), son bastante próximos, quienes lo hicieron por la segunda opción son mayoría.

Los sujetos de 10 países europeos de principios de la década de 1980 (Harding, Phillips & Fogarty, 1986) también habían contestado esta pregunta. La mitad de ellos se había orientado por la libertad, mientras que sólo uno en tres por la igualdad y el 16% no decidió entre una u otra. Sin embargo, en España, Italia y la antigua Alemania Federal, el valor de la igualdad era más aceptado que el de la libertad. Los jóvenes de Galicia a principios de la década de 1990 (Sabucedo et al., 1992) también habían preferido la igualdad por sobre la libertad.

Los datos de la Encuesta Mundial de Valores (WVS) del año 2002 para Argentina (Carballo, 2005) indican que el 58% se inclina por la igualdad, el 35% por la libertad y que el 7% permanece indeciso. Según el autor, la tendencia a priorizar la igualdad es más elevada en las personas más jóvenes, en la clase media y media baja y entre quienes poseen educación superior. Los estudiantes aquí analizados presentan, en lo que hace a la igualdad, un porcentaje similar al indicado por Carballo para la población general, pero el porcentaje que se decidió por la libertad es mayor, disminuyendo el porcentaje de indecisos.

VALORES HUMANOS DE SCHWARTZ

La Tabla 1 presenta las medias y desvíos estándar obtenidos para cada uno de los tipos motivacionales y las cuatro dimensiones.

El valor que está más presente entre los sujetos analizados es la Autodirección. Esto resulta lógico, ya que es de esperar que, entre los estudiantes universitarios, el tener ideas nuevas y creativas, la libertad de acción, la curiosidad y la independencia sean valores estimados. Muy cercano, le sigue el hedonismo: hacer cosas divertidas, placenteras, pasarla bien. Es posible que aquí esté influyendo la edad (son todos jóvenes). Así la dimensión Apertura al Cambio es una de las dos que más presencia tienen en el perfil de valores de los estudiantes analizados. La otra dimensión que se destaca es la Autotranscendencia. Los sujetos dicen que consideran importante ayudar a quienes los rodean, tener en cuenta sus necesidades, ser leales a los amigos, perdonar y no guardar rencor, que todos tengan las mismas oportunidades en la vida, escuchar a quienes son distintos, proteger la naturaleza y adaptarse a ella sin alterarla, promover la justicia, la paz y la protección de los más débiles.

De forma coherente, las dimensiones de Conservación y Autopromoción son las que, comparativamente, tienen menos peso a la hora de conformar el perfil de valores de los estudiantes universitarios. De este modo, los valores que ponen el énfasis en la auto-represión sumisa, la preservación de prácticas tradicionales, la protección de la estabilidad, la búsqueda del éxito personal y el dominio sobre otros, serían poco apreciados.

La importancia que los estudiantes analizados dan a cada una de las metas motivacionales coincide en línea general, con lo encontrado por Zubieta y otros (2006) para población general y por Zubieta, Filippi y Báez (2007) y Zubieta, Delfino y Fernández (2007) para estudiantes universitarios de la ciudad de Buenos Aires.

RELACIÓN ENTRE VARIABLES

Se constató que quienes optan por la libertad presentan puntuaciones más altas en Autodirección, Hedonismo, Logro y Poder, mientras que quienes priorizan la igualdad valoran más la Tradición y el Universalismo. Así, al analizar la relación entre la preferen-

cia por la libertad o la igualdad y los cuatro valores de orden superior se halló que quienes se inclinan por la libertad presentan puntuaciones más elevadas en Apertura al Cambio y Autopromoción mostrando una preferencia por los valores que ponen el acento en la persona, mientras que los que eligen la igualdad valoran en mayor medida la Conservación y la Autotrascendencia orientándose hacia metas motivacionales centradas en lo social (ver Tabla 2).

CREENCIAS Y VALORES SEGÚN ORIENTACIÓN POLÍTICA VALORES DE SCHWARTZ Y ORIENTACIÓN POLÍTICA

La Tabla 3 muestra la relación entre orientación política y los valores de Schwartz. Se encontró que la orientación política de derecha se relaciona con una mayor valoración de la seguridad, la conformidad, la tradición, el hedonismo, el logro, el poder y las dimensiones de Conservación y Autopromoción. La orientación política de izquierda se relacionó con el universalismo y con la dimensión de Autotrascendencia. Esto, en línea general, coincide con lo reportado por Caprara y Zimbardo (2004), confirmando el interés de la derecha por los logros individuales y el orden social y la preferencia de la izquierda por la igualdad y la justicia social.

Al reagrupar a los sujetos en los tres grupos de orientación política (Derecha, Centro e Izquierda) no se encontraron otras diferencias más que las reportadas utilizando el coeficiente de correlación.

LIBERTAD VERSUS IGUALDAD Y ORIENTACIÓN POLÍTICA

Aún cuando las puntuaciones respecto de la orientación política giran en torno a una posición de centro, se observa una tendencia a preferir la igualdad en los participantes que se auto-clasifican más cerca de la izquierda (4.51) y un mayor énfasis por la Libertad en quienes se mueven en su auto-posicionamiento más a la Derecha [$t(470) = -4.709; p = .000$]. Estas diferencias significativas con respecto a la dimensión

Libertad versus Igualdad están en línea con lo hallado por Stoetzel (1983).

A principio de los años 90, Sabucedo y colaboradores (1992) también habían encontrado que la orientación política hacia la izquierda se relacionaba con la preferencia de la Igualdad por sobre la Libertad.

Teniendo en cuenta lo planteado por Bobbio (1995) en relación a que la izquierda sería igualitaria, mientras que la derecha sería no igualitaria, se procedió a reagrupar a los sujetos en Derecha, Centro e Izquierda. Se encontró que dos de cada tres sujetos que se declararon como de Derecha prefieren la Libertad por sobre la Igualdad y que la misma proporción de sujetos de Izquierda prefiere la Igualdad por sobre la Libertad [$\chi^2(2) = 28,370; p = .000$] (ver Tabla 4). Por su parte, aunque quienes se ubicaron como de Centro prefieren la Igualdad por sobre la Libertad, la diferencia entre los que optan por una u otra opción es mucho menor.

Siguiendo la hipótesis de Bobbio (1995), de que lo que distingue a los moderados y los extremos tanto de Derecha como de Izquierda es la importancia dada a la Libertad, se procedió a realizar los análisis correspondientes. Sin embargo, no se encontraron diferencias al comparar a quienes siendo de Izquierda o de Derecha se ubican más cerca del Centro (moderados) con quienes lo hacen en el extremo.

INCIDENCIA DE LAS VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS VALORES DE SCHWARTZ Y SEXO

Se constató que los hombres, al ser comparados con las mujeres, valoran más la restricción de acciones o impulsos que pueden molestar a los demás o transgredir normas sociales (Conformismo), el entusiasmo, la novedad y el reto en la vida (Estimulación), el placer y gratificación sensual (Hedonismo), el éxito personal mediante la demostración de competencia según criterios sociales (Logro), el estatus social sobre las personas y los recursos (Poder) y las dimensiones de Apertura al Cambio y Autopromoción. Por su parte, las mujeres, en comparación con los

Valores y política

hombres, le dan más importancia a la seguridad, armonía y estabilidad (Seguridad), la preservación e intensificación del bienestar de las personas cercanas (Benevolencia), la comprensión, aprecio, tolerancia y protección del bienestar de las personas y de la naturaleza (Universalismo) y a la dimensión de Autotranscendencia (ver Tabla 5).

Al confrontar con otros estudios desarrollados en la región, se halló que Zubieta y colaboradores (2006), trabajando con población general, también habían encontrado que los hombres valoran más el Logro, mientras que las mujeres puntúan más alto en Benevolencia. En lo que hace a muestras de estudiantes universitarios, Filippi y Zubieta (2003), de forma consistente con lo reportado en el presente estudio, explicaban que los hombres presentaban puntuaciones más altas en Estimulación y Poder, mientras que las mujeres lo hacían en Seguridad, Benevolencia y Universalismo.

No se detectaron diferencias en la dimensión Libertad versus Igualdad en función de sexo, confirmando lo reportado por Sabucedo y colaboradores (1992).

EDAD

LIBERTAD VERSUS IGUALDAD Y EDAD

Se encontró que quienes prefieren la Igualdad son más jóvenes (21.03 años) que aquellos que prefieren la Libertad [21.85 años; $t(423.380) = 2.192$; $p = .029$].

VALORES DE SCHWARTZ Y EDAD

Se verificó que quienes tienen mayor edad puntúan más alto en Universalismo -protección del bienestar de todas las personas y de la naturaleza- ($r = .179$; $p = .000$) y en la dimensión Autotranscendencia ($r = .105$; $p = .021$).

Por su parte, los más jóvenes son quienes más puntúan en Estimulación (novedad y reto en la vida) ($r = -.092$; $p = .039$), Hedonismo (placer y gratificación sensual para

uno mismo) ($r = -.131$; $p = .003$) y en la dimensión Apertura al Cambio ($r = -.097$; $p = .031$).

Zubieta y otros (2006), trabajando con población general, también habían encontrado que los más jóvenes presentaban valores más altos en Estimulación y Hedonismo y que los sujetos de mayor edad puntuaban más alto en Universalismo; sin embargo, habían verificado que los menores de 30 años puntuaban más alto en Logro y que los mayores de 30 años lo hacían en Tradición, Benevolencia y Seguridad.

ÁREA DE ESTUDIO

LIBERTAD VERSUS IGUALDAD Y ÁREA DE ESTUDIO

Se encontró que los estudiantes de Ciencias Sociales muestran una marcada tendencia a favor del valor de la Igualdad, mientras que las otras áreas de estudio no muestran una preferencia clara por uno u otro valor político [$\chi^2(3) = 9,047$; $p = .029$] (ver Tabla 6).

VALORES DE SCHWARTZ Y ÁREA DE ESTUDIO

La Tabla 7 presenta los valores para los que se encontraron diferencias en función del área de estudio.

Según puede observarse, quienes estudian Ciencias Económicas o Derecho, al ser comparados con quienes estudian Ciencias Sociales, presentan puntuaciones más altas en el tipo motivacional Hedonismo y en las dimensiones Conservación y Autopromoción. Asimismo, en contraposición a los estudiantes de Ciencias Sociales, los estudiantes de Derecho puntúan más alto en la dimensión Apertura al Cambio y los estudiantes de Ciencias Económicas valoran más el Conformismo, la Tradición, el Logro y el Poder. Por su parte, quienes estudian Medicina, al ser confrontados con quienes estudian Ciencias Económicas, presentan puntuaciones más altas en la dimensión Autotranscendencia y en su tipo motivacional Universalismo.

MOMENTO DE LA CARRERA

VALORES DE SCHWARTZ Y MOMENTO DE LA CARRERA

Se halló que al avanzar en su carrera, los estudiantes valoran más la dimensión Autotranscendencia ($r = .094$; $p = .038$) y el tipo motivacional Universalismo ($r = .137$; $p = .002$) y menos la dimensión Autopromoción ($r = -.106$; $p = .018$) y el tipo motivacional Poder ($r = -.098$; $p = .029$).

No se encontró relación entre el momento de la carrera y la dimensión Libertad versus Igualdad.

En lo que hace a la dimensión 'trabaja y estudia' versus 'sólo estudia', no se detectaron diferencias en las dos escalas analizadas.

DISCUSIÓN

Los estudiantes universitarios de la muestra prefieren la Igualdad por sobre la Libertad, aunque los porcentajes de quienes optan por uno u otro valor se encuentran bastante próximos. Es de destacar para tener en cuenta en futuros estudios que el ítem utilizado para medir estos valores, al ser único y dicotómico, presenta limitaciones psicométricas entre las que se encuentra la imposibilidad de establecer su consistencia interna. Aún así, los resultados reportados están en línea con lo constatado por Sautu y Dalle (2004) en un estudio desarrollado en el año 2002 con habitantes de clase media de la ciudad de Buenos Aires, en el que, entre las consecuencias de la crisis argentina, la preocupación por la creciente desigualdad social y de ingreso se ubicaba primera y el 40% de los consultados refería efectos negativos sobre la equidad social.

En términos de preferencias motivacionales, consistentemente con lo encontrado en investigaciones previas efectuadas tanto con estudiantes universitarios como con población general de la región (Zubieta et al., 2006; Zubieta, Delfino & Fernández, 2007; Zubieta, Fillipi & Báez, 2007), las dimensiones con mayores puntajes son Autotrans-

cendencia (bienestar de los demás y trascender los intereses egoístas) y Apertura al Cambio, donde se destacan el Hedonismo (placer y gratificación sensual para uno mismo) y la Autodirección (pensamiento independiente con libertad de acción).

Un tema que no puede faltar en el análisis del perfil axiológico de los estudiantes universitarios es el de las variaciones en función de su orientación política o ideología política. En la sección INTRODUCCIÓN se hizo referencia a distintos estudios previos que destacan la influencia de esta variable sobre los valores de los sujetos. Coincidiendo con lo hallado por aquellos estudios, la orientación política de izquierda se relaciona con una mayor valoración de la Autotranscendencia, y una menor estimación de la Conservación y Autopromoción. Asimismo, los participantes autoposicionados en una tendencia más de centro - izquierda parecen enfatizar la Igualdad sobre la Libertad en comparación con quienes tienden a una postura más de centro - derecha, en coherencia con el supuesto clásico de que una de las dimensiones para dar cuenta de izquierdas y derechas, es justamente el posicionamiento diferencial con respecto a la importancia dada a la Igualdad por sobre la Libertad y viceversa.

En este sentido, los resultados obtenidos en el estudio realizado refuerzan el interés por continuar indagando en algunas dimensiones relevantes. Rokeach (1968) planteaba que en el ámbito político, los valores podrían reemplazar el uso de la dimensión derecha - izquierda. Para este autor, los valores que sustituirían a la clásica dimensión política serían la Libertad y la Igualdad, que presentarían una relación ortogonal. En la teoría de los valores humanos de Schwartz (1992) la igualdad queda incluida dentro de la meta motivacional de Universalismo y la libertad en la meta motivacional de Autodirección, quedando situadas en la representación gráfica de forma adyacente. Asimismo, al analizar las preferencias motivacionales de quienes dicen preferir la Igualdad sobre la Libertad y de quienes se inclinan por la opción contraria, se comprobó que la Libertad se relaciona con la Autodirección, el Hedonismo y la Apertura al Cambio.

nismo, el Logro y el Poder, esto es, con valores que ponen el centro en la persona, mientras que la Igualdad se asocia con la Tradición y el Universalismo, valores que ponen el acento en lo social.

En la línea planteada por Rokeach (1968) se puede decir que los valores pueden no sustituir pero sí complementar la comprensión de las actitudes y comportamientos políticos en términos de Derecha e Izquierda. Es decir, los valores son factores que intervienen en moldear la visión del mundo, haciendo por ejemplo que los individuos tengan una orientación más hacia lo social o hacia la persona o que las personas defiendan más enfáticamente la Igualdad por sobre la Libertad y la inversa.

Si bien el análisis de las variables socio-demográficas no resulta suficiente para explicar de forma adecuada las preferencias de los sujetos, sí resulta necesario. De hecho, los estudiantes pertenecientes a las distintas categorías sociodemográficas exhiben preferencias axiológicas diferentes y relevantes de destacar.

En línea con estudios previos desarrollados en Argentina (Zubieta et al., 2006; Fillipi & Zubieta, 2003), se detectó una inclinación de los hombres por la Autopromoción y la Apertura al Cambio, mientras que las mujeres valoran en mayor medida la Autotranscendencia. De esta forma, los hombres aprecian la restricción de las acciones que pudiesen ir en contra de las expectativas sociales -Conformismo-, el entusiasmo, novedad y reto en la vida -Estimulación-, el placer y la gratificación sensual para uno mismo -Hedonismo- y la superioridad y la estima social -Logro y Poder-, mientras que las mujeres le otorgan más importancia a la seguridad, armonía y estabilidad, al bienestar de los demás y al trascender los intereses egoístas -Seguridad, Benevolencia y Universalismo-.

Zubieta y colaboradores (2006) encontraron que los más jóvenes presentaban puntuaciones más altas en Estimulación, Hedonismo y Logro (tres valores que ponen el acento en la persona) y que los mayores de 30 años valoraban más las cinco metas motivacionales que ponen el centro en lo social:

Seguridad, Conformidad, Tradición, Benevolencia y Universalismo. Si bien los datos de este estudio no exhiben diferencias en todos estos valores, se confirma la inclinación por la protección del bienestar de todas las personas y la naturaleza -Universalismo- entre los participantes de mayor edad, y la mayor estimación por la novedad y el reto en la vida -Estimulación- junto con el placer y la gratificación sensual para uno mismo -Hedonismo- en los más jóvenes. Asimismo, se constató que con la edad tiende a aumentar la estimación de la libertad.

Según explican Pratto, Sidanius, Stallworth y Malle (1994) las personas que favorecen ideologías y políticas que refuerzan la jerarquía tenderán a ser miembros de instituciones y elegir roles que mantienen o incrementan la desigualdad social, mientras que las personas que tienden a favorecer ideologías y políticas destinadas a atenuar la jerarquía formarán parte de instituciones y elegirán roles que reducen la desigualdad⁴. De acuerdo con los autores, también los valores de las personas con respecto a la igualdad o la desigualdad de los grupos son importantes para el funcionamiento de las instituciones sociales de las que son miembros y de los roles que deben desempeñar. Así, los miembros de instituciones que refuerzan la jerarquía tienden a ser anti-igualitarios, en tanto los integrantes de instituciones atenuantes de jerarquías se muestran relativamente igualitarios en sus visiones acerca de las relaciones esperadas entre los grupos sociales. De esta forma, se trataría de un proceso con dos caras complementarias: por un lado, están las selecciones institucionales y por otro, los procesos de auto-selección. Es esperable que las instituciones seleccionen personal compatible con las funciones

⁴ Sidanius y Pratto (1999, Pratto, Sidanius & Levin, 2006) desarrollaron la Teoría de la Dominancia Social que postula que la discriminación grupal tiende a ser sistemática porque las ideologías sociales ayudan a coordinar las acciones de instituciones e individuos.

de jerarquía de las mismas, al mismo tiempo que en sus elecciones, los individuos opten por roles compatibles con sus orientaciones con respecto a la igualdad o desigualdad de los grupos. Precisamente, Sidanius, Levin y Pratto (1996) encontraron diferencias en las orientaciones hacia las relaciones intergrupales en los estudiantes que cursan distintas carreras en el ámbito de la universidad. En lo que hace a estudios previos desarrollados con estudiantes argentinos y también chilenos, Zubieta y colaboradores (2007; Zubieta, Filippi & Báez, 2007) encontraron diferencias en la orientación política de los sujetos en función de la carrera universitaria elegida.

En concordancia con lo antedicho, en la muestra analizada en esta investigación se observó que quienes estudian Ciencias Sociales prefieren la igualdad antes que la libertad. Además, los estudiantes de Ciencias Económicas, al ser comparados con los de Ciencias Sociales, valoran en mayor medida el Conformismo, la Tradición, el Hedonismo, el Logro y el Poder y las dimensiones de Conservación y Autopromoción. Asimismo, quienes estudian Derecho, al ser contrapuestos con los que estudian Ciencias

Sociales, estiman más el Hedonismo y las dimensiones de Apertura al Cambio, Conservación y Autopromoción. Por su parte, los estudiantes de Medicina, en contraposición a los de Ciencias Económicas, exhiben puntuaciones más elevadas en el tipo motivacional Universalismo y en la dimensión Autotrascendencia.

Además, se pudo verificar que conforme van avanzando en sus estudios, tal vez influidos por su inserción en la estructura universitaria, los sujetos tienden a valorar más la Autotrascendencia, a la vez que le asignan menor importancia a la Autopromoción.

Una línea interesante de análisis se abre para profundizar en el estudio de la relación de los valores con las actitudes y comportamientos en general y con los del ámbito político en particular. Las metas motivacionales se asocian a factores como la autoselección institucional o la elección de una carrera de estudio, a la vez que se combinan con aspectos tales como la edad y el sexo generando cogniciones y comportamientos diferenciales que pueden plasmarse por ejemplo en la preferencia de los individuos por la libertad o la igualdad.

FIGURA 1
ESTRUCTURA CIRCULAR DE LOS VALORES (SCHWARTZ, 1992; FONTAINE ET AL., 2008)

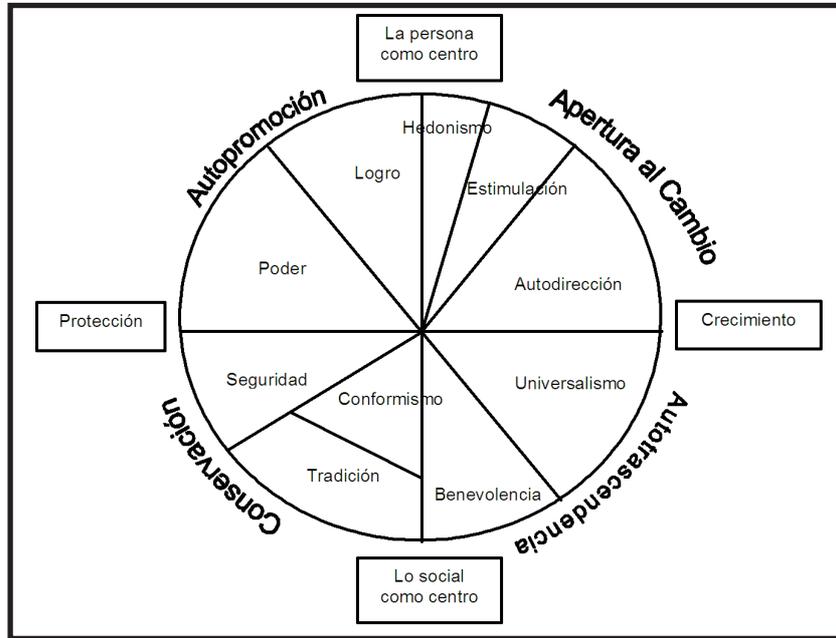


TABLA 1
MEDIAS Y DESVIOS ESTÁNDAR EN VALORES DE SCHWARTZ

Tipo motivacional	<i>M</i>	<i>DE</i>
Conservación	3.8967	.69910
Seguridad	4.4125	.88327
Conformismo	3.8705	.93891
Tradicón	3.4276	.85757
Autotranscendencia	4.9048	.62118
Benevolencia	4.9498	.68457
Universalismo	4.859	.77159
Apertura al Cambio	4.7763	.62904
Autodirección	5.0131	.65977
Estimulación	4.3166	.95757
Hedonismo	4.9980	.82864
Autopromoción	3.4858	1.02119
Logro	3.8256	1.14021
Poder	3.1499	1.12922

TABLA 2
DIFERENCIAS EN VALORES DE SCHWARTZ SEGÚN DIMENSIÓN LIBERTAD VERSUS IGUALDAD

Tipo motivacional	Libertad	Igualdad	t	gl	p
Conservación	3.8008	3.9689	-2.628	481	.009
Seguridad	4.3542	4.4698		ns	
Conformismo	3.8028	3.9170		ns	
Tradición	3.2687	3.5361	-3.468	489	.001
Autotrascendencia	4.8028	4.9865	-3.239	479	.001
Benevolencia	4.9269	4.9682		ns	
Universalismo	4.6698	5.0115	-4.927	424.736	.000
Apertura al Cambio	4.8573	4.7112	2.556	483	.011
Autodirección	5.1050	4.9413	2.733	487	.007
Estimulación	4.3659	4.2734		ns	
Hedonismo	5.0986	4.9194	2.387	488	.017
Autopromoción	3.7325	3.2979	4.750	484	.000
Logro	4.0397	3.6676	3.636	488	.000
Poder	3.4233	2.9406	4.800	488	.000

TABLA 3
RELACIÓN ENTRE ORIENTACIÓN POLÍTICA Y VALORES DE SCHWARTZ

Valores	Orientación política <i>r</i>
Conservación	-.243**
Seguridad	-.221**
Conformismo	-.186**
Tradición	-.167**
Autotrascendencia	.094*
Benevolencia	.014
Universalismo	.156**
Apertura al Cambio	-.046
Autodirección	.046
Estimulación	-.042
Hedonismo	-.096*
Autopromoción	-.260**
Logro	-.221**
Poder	-.245**

* $p < .05$

** $p < .01$

TABLA 4
RELACIÓN ENTRE DIMENSIÓN LIBERTAD VERSUS IGUALDAD Y ORIENTACIÓN POLÍTICA

Orientación política	Libertad %	Igualdad %
Derecha	63.6	36.4
Centro	42.5	57.5
Izquierda	31.4	68.6
Total	43.4	56.6

TABLA 5
DIFERENCIAS EN VALORES DE SCHWARTZ SEGÚN SEXO

Tipo motivacional	Hombres	Mujeres	<i>t</i>	<i>gl</i>	<i>p</i>
Conservación	3.9071	3.8908		ns	
Seguridad	4.2972	4.4767	-2.098	326.770	.037
Conformismo	4.0028	3.7970	2.307	494	.022
Tradición	3.4148	3.4346		ns	
Autotrascendencia	4.7685	4.9793	-3.628	485	.000
Benevolencia	4.8233	5.0188	-3.056	491	.002
Universalismo	4.7188	4.9366	-3.030	492	.003
Apertura al Cambio	4.8748	4.7212	2.611	489	.009
Autodirección	5.0128	5.0133		ns	
Estimulación	4.4896	4.2215	3.017	497	.003
Hedonismo	5.1281	4.9258	2.620	494	.009
Autopromoción	3.7445	3.3429	4.248	490	.000
Logro	4.0862	3.6810	3.843	494	.000
Poder	3.3962	3.0156	3.631	494	.000

TABLA 6
RELACIÓN ENTRE LIBERTAD VERSUS IGUALDAD Y ÁREA DE ESTUDIO

Orientación política	Libertad %	Igualdad %
Ciencias Sociales	36.7	63.3
Medicina	52.4	47.6
Ciencias Económicas	49.2	50.8
Derecho	46.3	53.7
Total	43.5	56.5

TABLA 7
DIFERENCIAS DE MEDIA EN VALORES DE SCHWARTZ SEGÚN ÁREA DE ESTUDIO

Valor	Ciencias Sociales	Medicina	Ciencias Económicas	Derecho	F	gl	p
Conservación	3.7607 ^a	3.9685	4.0426 ^b	4.0621 ^b	6.090	3, 485	.000
Conformismo	3.7122 ^a	3.9315	4.0489 ^b	4.0854	4.798	3, 492	.003
Tradición	3.2860 ^a	3.5618	3.5508 ^b	3.5581	4.162	3, 493	.006
Autotrascendencia	4.9048	5.0708 ^a	4.8009 ^b	4.8963	3.244	3, 483	.022
Universalismo	4.8667	5.1265 ^a	4.6629 ^b	4.9070	6.460	3, 490	.000
Apertura al Cambio	4.6849 ^a	4.8438	4.8306	4.9802 ^b	3.829	3, 487	.010
Hedonismo	4.8624 ^a	5.0627	5.1003 ^b	5.2946 ^b	4.894	3, 492	.002
Autopromoción	3.2721 ^a	3.4614	3.7945 ^b	3.7639 ^b	8.934	3, 488	.000
Logro	3.5710 ^a	3.8125	4.2015 ^b	4.0833	10.015	3, 492	.000
Poder	2.9762 ^a	3.1124	3.3939 ^b	3.4341	4.988	3, 492	.002

Nota:

Sólo se presentan los valores para los que se encontraron diferencias significativas. En cada fila, los promedios con distinto superíndice son significativamente diferentes según la prueba post-hoc Scheffe con $p < .05$, excepto para el caso de Conservación y Hedonismo donde la prueba post-hoc es T3 de Dunnett.

ANEXO
TIPOS MOTIVACIONALES DE VALORES (SCHWARTZ, 1994)

Valor	Definición
Poder	Estatus social sobre las personas y los recursos.
Logro	Exito personal mediante la demostración de competencia según criterios sociales.
Hedonismo	Placer y gratificación sensual para uno mismo.
Estimulación	Entusiasmo, novedad y reto en la vida.
Autodirección	Pensamiento independiente y elección de la acción, creatividad, exploración.
Universalismo	Comprensión, aprecio, tolerancia y protección del bienestar de todas las personas y la naturaleza.
Benevolencia	Preservación e intensificación del bienestar de las personas con las que uno está en contacto personal frecuente.
Tradición	Respeto, compromiso y aceptación de las costumbres e ideas que proporciona la cultura tradicional o la religión.
Conformismo	Restricción de las acciones, inclinaciones e impulsos que pudiesen molestar o herir a otros y violar expectativas o normas sociales.
Seguridad	Seguridad, armonía y estabilidad de la sociedad, de las relaciones, de sí mismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barnea, M.F. & Schwartz, S.H. (1998). Values and voting. *Political Psychology*, 19(1), 17-40.
- Bobbio, N. (1995). *Derecha e izquierda* [Left and right]. Madrid: Taurus.
- Calvo, K. & Montero, J.R. (2005). Valores y religión. En M. Torcal, L. Morales & S. Pérez-Nievas (Eds.), *España: Sociedad y política en perspectiva comparada* [Spain: Society and politics in comparative perspective], (pp. 147-170). Valencia: Tirant lo Blanch.
- Caprara, G.V., Schwartz, S., Capanna, C., Vecchione, M. & Barbaranelli, C. (2006). Personality and politics: Values, traits, and political choice. *Political Psychology*, 27(1), 1-28.
- Caprara, G.V. & Zimbardo, P.G. (2004). Personalizing politics. A congruency model of political preference. *American Psychologist*, 59(7), 581-594.
- Carballo, M. (2005). *Valores culturales en el cambio de milenio* [Cultural values in the

Valores y política

- new millennium]. Buenos Aires: Nueva Mayoría.
- Castro Solano, A. & Nader, M. (2006). La evaluación de los valores humanos con el *Portrait Values Questionnaire* de Schwartz [The assessment of the human values with Schwartz's *Portrait Values Questionnaire*]. *Interdisciplinaria*, 23(2), 155-174.
- D'Adamo, O. & García Beaudoux, V. (1999). Derecha e izquierda: ¿Dos cajas vacías? En L.A. Oblitas Guadalupe & A. Rodríguez Kauth (Coords.), *Psicología política* [Political Psychology], (pp. 197-218). México: Plaza y Valdés.
- D'Adamo, O. & García Beaudoux, V. (2002). Actitudes políticas. En F. Morales, D. Páez, A.L. Kornblit & D. Asún (Coords.), *Psicología social* [Social Psychology], (pp. 287-307). Buenos Aires: Pearson Educación.
- Delfino, G.I., Fernández, O.D. & Zubieta, E.M. (2007). Participación política no convencional, valores culturales e ideología política. Un estudio con estudiantes universitarios [Non conventional political participation, cultural values, and political ideology. A study with collage students' sample]. *Investigaciones en Psicología*, 12(2), 69-88.
- Espinosa Pezzia, A. & Calderón Prada, A. (2006). Ideología política, valores culturales y miedo a la muerte. Su impacto después de los atentados del 11 de marzo [Political ideology, cultural values and fear of death. Its impact after the attacks of March 11th]. *Psicología Política*, 32, 33-58.
- Feldman, S. (2003). Values, ideology, and the structure of political attitudes. En D.O. Sears, L. Huddy & R. Jervis (Eds.), *Oxford handbook of Political Psychology* (pp. 477-508). New York: Oxford University Press.
- Filippi, G. & Zubieta, E.M. (2003). Valores y trabajo: Un estudio con estudiantes universitarios [Values and work: A study with college students]. *Anuario de Investigaciones*, 11, 91-99.
- Fontaine, J.R., Poortinga, Y.H., Delbeke, L. & Schwartz, S.H. (2008). Structural equivalence of the values domain across cultures. Distinguishing sampling fluctuations from meaningful variation. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 39 (4), 345-465.
- Harding, S., Phillips, D. & Fogarty, M. (1986). *Contrasting values in Western Europe: Unity, diversity and change*. London: Macmillan.
- Pastor Ramos, G. (1986). *Ideologías. Su medición psicosocial* [Ideologies. Its psychosocial measurement]. Barcelona: Herder.
- Pratto, F., Sidanius, J. & Levin, S. (2006). Social dominance theory and dynamics of intergroup relations: Taking stock and looking forward. *European Review of Social Psychology*, 17, 271-320.
- Pratto, F., Sidanius, J., Stallworth, L.M. & Malle, B.F. (1994). Social dominance orientation: A personality variable predicting social and political attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 741-763.
- Rokeach, M. (1968). *Beliefs, attitudes and values: A theory of organization and change*. San Francisco: Jossey Bass.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Sabucedo, J.M. & Arce, C. (1991). *Actitudes sociales y comportamiento político de la población juvenil gallega* [Social attitudes and political behaviour of the Galician youth]. Informe de Investigación. Facultad de Psicología, Universidad de Santiago de Compostela.
- Sabucedo, J.M., Arce, C. & Rodríguez, M.L. (1992). *Xuventude e política en Galicia* [Youth and politics in Galicia]. Santiago de Compostela: Universidade.
- Sautu, R. & Dalle, P. (2004). La democracia argentina: Crisis, corrupción y derechos ciudadanos. En R. Sautu (Comp.), *Catálogo de prácticas corruptas* [Catalogue of corrupt

- practices], (pp. 170-189). Buenos Aires: Lumiere.
- 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, 1-65.
- Schwartz, S.H. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values? *Journal of Social Issues*, 50(4), 19-45.
- Schwartz, S., Melech, G., Lehman, 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.
- Sidanius, J., Levin, S. & Pratto, F. (1996). Consensual social dominance orientation and its correlates within the hierarchical structure of American society. *International Journal of Intercultural Relations*, 20, 385-408.
- Sidanius, J. & Pratto, F. (1999). *Social dominance: An intergroup theory of social hierarchy and oppression*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Stoetzel, J. (1983). *¿Qué pensamos los europeos?* [What do Europeans think?]. Madrid: Mapfre.
- Zubieta, E.M. (2008). Valores humanos y conducta social. En M.M. Casullo (Comp.), *Prácticas en psicología positiva* [Practices in Positive Psychology], (pp. 201-229). Buenos Aires: Lugar Editorial.
- Zubieta, E.M., Delfino, G.I. & Fernández, O.D. (2007). Dominancia social, valores y posicionamiento ideológico en jóvenes universitarios [Social dominance, values and ideological position in college students]. *Psicodebate*, 8, 151-169.
- Zubieta, E.M., Filippi, G. & Báez, X. (2007). Valores y creencias asociadas al trabajo en estudiantes universitarios de Argentina y Chile [Values and beliefs associated to work in college students of Argentina and Chile]. *Suma Psicológica*, 4(2), 81-98.
- Zubieta, E.M., Mele, S. & Casullo, M.M. (2006). Estructura de valores y religiosidad en población adulta urbana argentina [Values structure and religiosity in urban adults argentinian]. *Psicodiagnosticar*, 16, 53-60.

Instituto de Investigaciones
Facultad de Psicología
Universidad de Buenos Aires (UBA)

Fecha de recepción: 21 de enero de 2010
Fecha de aceptación: 25 de enero de 2011