XII Jornadas de Investigación y Primer Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2005.

Estudio sobre los valores en adolescentes de Buenos Aires: un análisis psicométrico.

Fernández Liporace, Mercedes, Ongarato, Paula y Saavedra, Elena.

Cita:

Fernández Liporace, Mercedes, Ongarato, Paula y Saavedra, Elena (2005). *Estudio sobre los valores en adolescentes de Buenos Aires: un análisis psicométrico. XII Jornadas de Investigación y Primer Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: https://www.aacademica.org/000-051/437

ARK: https://n2t.net/ark:/13683/ewYf/6po

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto*. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: https://www.aacademica.org.*

ESTUDIO SOBRE LOS VALORES EN ADOLESCENTES DE BUENOS AIRES: UN ANÁLISIS PSICOMÉTRICO

Fernández Liporace, Mercedes; Ongarato, Paula; Saavedra, Elena
Universidad de Buenos Aires - CONICET

Resumen
Se presenta un análisis psicométrico efectuado sobre la adaptación de la escala de Perfiles Valorativos Personales de Schwartz, administrada a una muestra de adolescentes, alumnos de escuelas públicas de la ciudad de Buenos Aires, Argentina. El análisis factorial ha aislado ocho de los diez tipos valorativos descriptos por el autor, combinados de manera diferente a la propuesta por el modelo, resultando en una estructura de cinco factores y tres factores de segundo orden, eliminándose las dimensiones Conformismo y Autodirección. En esta nueva versión se han conservado 18 ítemes de los 40 originales, que cumplen con los estándares más exigentes en cuanto a capacidad discriminativa.

Palabras Clave
Valores, Adolescentes

Abstract
PSYCHOMETRIC ANALYSIS ON VALUES IN ADOLESCENTS FROM BUENOS AIRES
A psycometric analysis on the adaptation of the Portrait Values Questionnaire is presented. It was made on a sample of adolescent students of Junior High School from Buenos Aires city, Argentina. Factor analysis isolated five factors and three second-order-factors, instead of ten valorative types from the original model. In spite of this, eight of these original dimensions still appear in the solution obtained. Two original dimensions - Conformity and Self Direction- have been deleted. Highest discrimination power is showed by the 18 remaining items.

Key words
Values, Adolescents

Introducción:
A partir de la segunda mitad del siglo XX la Sociología y la Psicología comenzaron a estudiar científicamente los *valores* (e.g. Gorlow & Barocas, 1964; Inglehart, 1977; Johnson & Stiggins, 1969; Maslow, 1954; Rokeach, 1973; Ross, 2001). Schwartz, (1994, 2001), una figura fundamental en este tema, sostiene una teoría sobre el significado universal de los valores humanos, a los que define como metas deseables transituacionales, con importancia variable, que cumplen un papel rector u orientativo en el comportamiento de individuos y organizaciones (Schwartz & Sagie, 2000; Schwartz & Bardi, 2001; Schwartz, Melech, Lehman, Burgess, Harris & Owens, 2001). En investigaciones realizadas sobre 25.000 sujetos de 44 países, verificó la presencia de diez tipos motivacionales de valores, salvo en el 5% de las muestras analizadas: *Poder, Logro, Hedonismo, Estimulación, Autodirección, Universalismo, Benevolencia, Tradición, Conformismo* y *Seguridad*. Ellos se organizan en un continuo atravesado por dos ejes con dos polaridades: Apertura al cambio vs. Conservación y Autotrascendencia vs. Autopromoción (Schwartz, 1992). Otro modelo teórico (Hofstede, 1980, 2001) postula que *individualismo* y *colectivismo* son definidos como ejes para clasificar sendos sistemas valorativos culturales multidimensionales que describen la naturaleza de la existencia humana. Ellos modelan diferentes caminos y metas de autodesarrollo a través del desempeño de diversos estilos de independencia e interdependencia.

Objetivos: adaptar y validar de la Escala de Perfiles Valorativos Personales (Schwartz, 1994, 2001; Schwartz, Melech, Lehman, Burgess, Harris & Owens, 2001), -anteriormente puesta a prueba en adultos por Casullo (2002)- en una muestra de estudiantes adolescentes argentinos, residentes en la ciudad de Buenos Aires y sus alrededores. La depuración del instrumento se ha logrado a partir del análisis de la discriminación de los reactivos y de un estudio de validez factorial, conservándose aquellos ítems con la mejor calidad psicométrica.

Método: se trabajó sobre una muestra de 751 adolescentes de ambos sexos (50% cada uno), entre 12 y 19 años (edad= 14.26; dt= 1.49), estudiantes del ciclo medio de enseñanza en la ciudad de Buenos Aires y alrededores. Se utilizó la adaptación argentina para adultos (Casullo, 2002) de la Escala de Perfiles Valorativos Personales, autoadministrable, formada por 40 reactivos con respuesta likert que describen preferencias y características relativas a la orientación valorativa.

Resultados y Discusión:
Se conservaron aquellos items que cumplían con los más estrictos estándares en cuanto a poder discriminativo(ritem/ptotal, corregida$\geq$.30). El análisis de componentes principales con criterio Kaiser, raíz latente y rotación Varimax, aisló una estructura de cinco factores, que explica el 58% de la varianza, en la que ocho de las diez dimensiones originales se han combinado, eliminándose dos: Autodirección y Conformismo. Los factores obtenidos son: Seguridad + Universalismo (Factor 1), Hedonismo + Estimulación + Benevolencia (Factor 2), Poder + Logro (Factor 3), Tradición (Factor 4) y Seguridad (Factor 5). El análisis factorial de segundo orden mostró tres factores que explican el 60% de la varianza. El Factor I reúne las dimensiones Tradición y Seguridad, adyacentes al eje de Conservación; el Factor II reproduce exactamente la dimensión Poder + Logro (F3 de primer orden), adyacentes ambas al eje Autopromoción. El Factor III agrupa las dimensiones Seguridad + Universalismo (F1 de primer orden) y Estimulación + Hedonismo + Benevolencia (Factor 2 en el análisis previo), exhibiendo las primeras saturaciones positivas en este Factor de Segundo Orden, en tanto que Estimulación + Hedonismo + Benevolencia recibe cargas negativas. Así, el Factor I de Segundo Orden puede ser nombrado como Conservación (Tradición + Seguridad), el Factor II de Segundo Orden, Autopromoción (Poder + Logro). El Factor III de Segundo Orden no concuerda con el modelo original, comportándose de manera similar a algunas de las muestras - 5% - que en los trabajos de Schwartz no verificaban sus hipótesis, pudiendo nominarse, por caso, como Individualismo - Colectivismo o Intereses Individualistas y Colectivistas, asemejándose más al enfoque de Hofstede (1980, 2001) que al de Schwartz (1994, 2001).

REFERENCIAS

Casullo, M. M. (2002). *La escala de valores de Schwartz, adaptación argentina*. Buenos Aires: Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires.

Gorlow, L. & Barocas, R. (1964). Social values an interpersonal needs, *Acta Psychologica, 22*, 231 - 240.

Hofstede, G. (1980). *Culture´s consequences: International differences in work-related values.* Beverly Hills, California: Sage.

Hofstede, G. (2001). *Culture´s consequences: comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations.* Beverly Hills, California: Sage.

Inglehart, R. (1977). *The silent revolution: Changing values and politycal styles among western publics.* Princeton: Princeton University Press.

Johnson, S. W. & Stiggins, R. J. (1969). A cross cultural study of values and needs. *Acta Psychologica, 31*, 277 - 284.

Maslow, A (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper and Row.

Rokeach, M. (1973). *The nature of human values.* New York: Free Press.

Ross, M., (2001). Psicología social de los valores : una perspectiva histórica. En M. Ross y V. Gouveia (Eds). *Psicología Social de los Valores Humanos* (pp. 27-49). Madrid: Biblioteca Nueva..

Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. En M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol 25, pp. 1 - 65). San Diego: Academic Press.

Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the structure and content of human values? *Journal of Social Issues, 50*, 19 - 45.

Schwartz, S. H. (2001). ¿Existen aspectos universales en la estructura y contenido de los valores humanos?. En M. Ros & V. Gouveia (Eds.), *Psicología Social de los Valores Humanos* (pp. 53 - 76). Madrid: Biblioteca Nueva.

Schwartz, S.H. & Bardi, A. (2001). Value hierarchies across cultures: taking a similarities perspective. *Journal of Cross - Cultural Psychology*, *32* (3), 268 - 290.

Schwartz, S.H., Melech, G., Lehmann, A., Burgess, S., Harris, M & Owens, V. (2001). Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement. *Journal of Cross - Cultural Psychology, 32* (5), 519 - 542.

Schwartz, S. H. & Sagie, C. (2000). Value consensus and importance: A cross - national study. *Journal of Cross - Cultural Psychology, 31*, 465 - 497.