

CENTRO DE INVESTIGACIÓN
INTERDISCIPLINAR EN VALORES
INTEGRACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL



UCA
Pontificia Universidad Católica Argentina

FACULTAD
TERESA DE ÁVILA

SERIE

Cuadernos de PSICOLOGÍA y PSICOPEDAGOGÍA

APORTES DESDE LA PSICOLOGÍA AL ESTUDIO DE LOS VALORES

Dra. Raquel Adriana Sosa

Profesora Titular e Investigadora en la Facultad de Artes y Ciencias de la
Universidad Católica de Salta (UCASAL).

Especialista en Psicología Clínica. Psicoterapeuta.

Dr. José Eduardo Moreno

Profesor Consulto de la Universidad Católica Argentina.

Investigador del Centro de Investigación Interdisciplinaria en Valores, Integración y
Desarrollo Social, Facultad "Teresa de Ávila", UCA – Sede Paraná.

4

Este documento está disponible en el **Repositorio Institucional UCA** desarrollado por la Biblioteca Central "San Benito Abad". Su objetivo es difundir y preservar la producción intelectual de la Institución. La Biblioteca posee la autorización del autor y de la editorial para su divulgación en línea.

Cómo citar el documento:

Sosa, Raquel Adriana y Moreno, José Eduardo. Aportes desde la Psicología al estudio de los valores. Paraná: Facultad "Teresa de Ávila". Centro de Investigación Interdisciplinar en Valores, Integración y Desarrollo Social, 2021. (Cuadernos de Psicología y Psicopedagogía; 4)

Sosa, Raquel Adriana y Moreno, José Eduardo. Aportes desde la Psicología al estudio de los valores. SERIE Cuadernos de PSICOLOGÍA y PSICOPEDAGOGÍA N°4

Edición por Centro de Investigación Interdisciplinar en Valores, Integración y Desarrollo Social, Facultad Teresa de Ávila, UCA Paraná. Buenos Aires 239

Editor General Dr. Lucas Marcelo Rodriguez

ISSN 2718 - 7454

Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada o transmitida en cualquier forma o por cualquier medio, ya sea electrónico o mecánico, incluyendo fotocopiado, grabación o cualquier otro sistema de archivo y recuperación de la información, sin mención de la fuente.

Los autores del presente estudio ceden sus derechos en forma no exclusiva a la Universidad Católica Argentina para que pueda incorporar la versión digital del mismo a su Repositorio Institucional, así como también a otras bases de datos que considere de relevancia académica.

Los capítulos publicados son responsabilidad de los autores y no comprometen la opinión de la Universidad Católica Argentina.

Índice

Autores

Un estudio de los valores en jóvenes universitarios

Dra. Raquel Adriana

Sosa

Introducción

Marco Teórico

- *Axiología. Problema del valor en Max Scheler*
- *Valores y noción de persona en la Logoteoría*
- *Valores según Viktor Emil Frankl*

Investigación

- *Introducción*
- *Metodología*
- *Resultados*

Valores relativos al trabajo

Dr. José Eduardo

Moreno

Introducción

- *Acerca de la evaluación de los Valores en la Psicología*
- *Valores y trabajo*

Escala de Valores relativos al Trabajo

- *Construcción y validación*
- *Investigaciones sobre Valores relativos al Trabajo*

Lectura de reflexión

Vocación del Hombre, Valores e Ideales. Descubrimiento del valor y encarnación en forma de ideal. Aportes de Héctor Delfor Mandrioni (Selección de textos).

Autores

Raquel Adriana Sosa

- Licenciada en Psicología y Profesora para la Enseñanza Media y Universitaria en Psicología de la Universidad Católica de Salta (UCASAL).
- Magister en Educación (UCASAL).
- Doctora en Psicología de la Universidad del Salvador (USAL).
- Especialista en Psicología Clínica (Colegio de Psicólogos de Salta).
- Ex Jefa de la carrera de Psicología, Ex Vicedecana y Decana de la Facultad de Artes y Ciencias (UCASAL).
- Profesora Titular de Psicología Evolutiva I y II; Adjunta de Psicología Clínica II y Práctica Preprofesional Educacional (UCASAL).
- Evaluadora CONEAU 2013, 2014, 2017.
- Investigadora UCASAL.
- Miembro del Comité Académico y docente de la Maestría en “Intervención e Investigación Social y Comunitaria”.
- Entrenadora en EMDR (2010-2011).
- Psicoterapeuta
- Correo electrónico: raqueladrianasosa@gmail.com
- rsosa@ucasal.edu.ar

José Eduardo Moreno

- Licenciado en Psicología (Universidad de Buenos Aires, Argentina).
- Doctor en Psicología (Universidad del Salvador, Argentina).
- Profesor Consulto de la Pontificia Universidad Católica Argentina.
- Investigador del Centro de Investigación Interdisciplinar en Valores, Integración y Desarrollo Social, Facultad “Teresa de Ávila”, Universidad Católica Argentina – Sede Paraná.
- Profesor Emérito de la Universidad del Salvador (Argentina).

- Investigador Independiente (CIIPME –CONICET), jubilado.
- Especialista en Psicología del Desarrollo Humano. Valores y desarrollo social, moral y religioso.

Correo electrónico: centro_valores@uca.edu.ar



Los autores en el campus Castañares de la Universidad Católica de Salta.

Un estudio de los valores en jóvenes universitarios¹

Dra. Raquel Adriana Sosa

“Acercarse al hombre, conocerlo, entenderlo significa siempre interpretar el mundo de significado o valores a través de los cuales todo hombre se expresa, siente y vive”.

Ortega y Mínguez (2015)

Introducción

Este trabajo se constituyó mediante un marco teórico filosófico y psicológico a partir de la convergencia de los conceptos logoterapéuticos de Viktor Emil Frankl y de la axiología fenomenológica de Max Scheler.

Desde la perspectiva psicológica nos apoyamos teóricamente en Viktor Emil Frankl, quien postula una noción de persona como sujeto inacabado que, como característica definitoria, posee una dimensión espiritual. La Logoterapia es una de las escuelas terapéuticas de la línea filosófica existencial que concibe al hombre como un *ser-ahí* (existencia), en una situación espacio temporal única que le es propia (*Dasein*). Para Frankl, este modo de ser propio del ser humano (*Dasein*) está movido por valores.

Desde la óptica filosófica recurrimos a la Axiología como disciplina que estudia los valores (Scheler, 1941, 2004) y a la corriente humanista existencial que provee la plataforma de análisis para ambas miradas.

¹ Este artículo está basado en la tesis doctoral de la autora: “Los valores de los jóvenes universitarios en la provincia de Salta (2017-2018)”, dirigida por la Dra. Marta Beatriz Guberman y codirigida por la Dra. Patricia Francica, defendida en el año 2021 en la Facultad de Psicología y Psicopedagogía de la Universidad del Salvador. En este trabajo se incluyó el marco teórico resumido y modificado, como también la investigación realizada, pero seleccionando los principales resultados y profundizándolos en algunos aspectos, según sugerencias del Dr. José Eduardo Moreno.

En la actualidad nos preguntamos si estas posturas, de la Logoterapia frankliana y de la Axiología de Max Scheler, aportan a la comprensión del modo de interpretar y relacionarse de los jóvenes que están transitando su vida en la compleja sociedad posmoderna, caracterizada por la fluidez y lo cambiante (Morin, 1994; Grinberg, 2002; Sinay, 2009; Bauman, 2003 y 2013).

Todas las épocas tienen aristas fructíferas o desalentadoras de acuerdo con las circunstancias del momento histórico. A nadie escapa la complejidad de los intercambios humanos dentro de un mundo atravesado por la inmediatez de las redes sociales pero, paradójicamente, con un incremento cada vez mayor de sentimientos de soledad y vacío existencial.

Nos interesa profundizar las temáticas que rodean al tema axiológico de los jóvenes universitarios: qué entienden por valor y disvalor; cómo jerarquizan los valores seleccionados por ellos y en qué áreas de sus vidas los encarnan. También nos importa ahondar en cuestiones relacionadas con los conceptos de libertad, de responsabilidad, de visión de futuro, de su percepción sobre el uso de la violencia, la ecología y qué aspectos de la vida les proporcionan mayor felicidad.

Elegimos para dicho estudio, el ámbito universitario, porque partimos de la premisa que estos jóvenes ya demuestran con su iniciativa de ingresar a la universidad un propósito profesional, una toma de decisiones de acuerdo determinados valores. Nos interesa indagar qué valores los han guiado hasta esta etapa y si actúan congruentemente con los mismos.

Nos propusimos como objetivos: 1) estudiar los valores a los que se adhiere la juventud universitaria en la ciudad de Salta, 2) describir la jerarquización de valores de estos estudiantes, 3) explorar las áreas de la vida en las que encarnan sus valores y 4) conocer cómo perciben los valores y disvalores de los demás jóvenes salteños.

Consideramos que los resultados de esta investigación ayudan a conocer mejor cuáles son los valores que guían las conductas de nuestros jóvenes universitarios, haciendo factible el conformar estrategias a fin de promover una mejor comunicación, conocimiento y comprensión con ellos. Siendo, por otra parte, importante el difundir dichos resultados en los ámbitos educativo, social, cultural, político y familiar.

Marco teórico

La mayoría de las personas creen que compartimos un mismo sistema de valores o que saben bien a qué hacen referencia los valores. Frecuentemente se hace alusión a ellos, no sólo en los ámbitos académicos, sino también en la charla cotidiana. No obstante, apenas uno dialoga con jóvenes e indaga acerca de sus conceptos en relación a los valores, encuentra una pluralidad de significados que convierten al término en ambiguo y polisémico, e inclusive a veces, contradictorio.

De hecho, la temática axiológica se viene estudiando en el espacio universitario hace tiempo en muchos países, puesto que pareciera que cada generación trae consigo interrogantes sobre los valores que rigen en su época y determina nuevos que terminan siendo rectores del comportamiento en los períodos subsiguientes. Al respecto Carlos Augusto Cullen (1998) señala que a comienzos de la década del '70 Manfred Riedel publicó una recopilación de trabajos a la cual denominó *Rehabilitación de la filosofía práctica*. A partir de entonces fue ganando espacio en las discusiones teórico-filosóficas todo aquello que tuviera que ver con la acción humana, sus motivaciones, su sentido, sus condicionamientos, sus normas, sus valores. Así, se retornó a estudiar y trabajar temas y problemas que habían sido descalificados para la reflexión, como por ejemplo: decisiones éticas, la felicidad, la subjetividad moral, las normas éticas universales, el deber, el bien, entre otros.

Axiología. Problema del valor en Max Scheler

Nos interesa rescatar la "ética material de los valores" de Max Scheler por dos motivos: por un lado, estudia, analiza y jerarquiza todos los valores como un aspecto relevante del ser humano; por el otro lado, este es uno de los autores que toma Viktor Frankl como un antecedente filosófico dentro del ámbito axiológico (Frankl, 1966).

Max Scheler (1874 - 1928) utiliza el método y enfoque fenomenológico para estudiar los valores, en controversia con la concepción de Immanuel Kant. Para él, los valores son objetivos, no se les puede derivar de otros entes o esencias, son independientes de que se les capte o no, y tienen el carácter de "objetos ideales".

Los valores se captan en un "*a priori valoral*", en una evidencia o intuición según el "primado del amor" (en la dimensión de lo volitivo, no de lo cognitivo). De allí su

frase tan conocida: "Las cosas son percibidas, los conceptos son pensados, los valores son sentidos."

Scheler elaboró una "ética material del valor" y afirma que existe una evidencia intuitiva de tipo no-deductivo que se muestra en la ordenación jerárquica de los valores. La relatividad de los valores se daría sólo en referencia a la limitación (ceguera al valor) del sujeto. En lo humano hay valores personales, en lo material hay valores de bienes. En tanto realidad individual esta esfera queda fuera de la discusión estrictamente filosófica (metafísica).

Max Scheler ha intentado una clasificación de estas formas de concebir el valor o teorías sobre el valor, pero concluye finalmente que los valores no se justifican en las teorías, donde es posible confundir la axiología como sistema de valores con un sistema de preferencias estimativas. Es decir, Scheler rechaza cualquier tipo de "constructivismo" valorativo o ético y considera los valores como fenómenos "objetivos", aunque de objetividad distinta de la de las cosas, dados al sujeto valorante de una forma *a priori*, pero no en el sentido formal kantiano (vacío de contenido), sino con contenidos concretos: lo *agradable*, es el valor que se realiza en el nivel de lo sensible, lo *noble* se realiza en la vitalidad y la energía humana, lo *bello, bueno y verdadero* se cumplen en la actividad espiritual, y lo *sagrado* se percibe en una especie de super-amor. Para Scheler, el bien moral consiste en elegir el valor objetivo más elevado percibido. Esa percepción o relación al valor la describe Scheler, retomando el concepto de Pascal sobre el "*ordre de coeur*" contrapuesto al de la razón, en una síntesis de lo sensible-emocional con lo racional-espiritual. En esa percepción, a diferencia de lo que sucede con las evidencias lógicas, la persona no se ve obligada a asentir, siempre le queda un margen de libertad para responder de una u otra forma (Scheler, 2004).

En esta ética del valor, la respuesta moral se dirige no a cosas, sino a otras personas ante las que debe realizar un valor más elevado: fidelidad, sentido del sacrificio, amor. En tales situaciones puede darse una colisión de obligaciones morales, un estado de cosas en que no es posible afirmar definitivamente qué es lo que se debe o no debe hacer y frente a quienes. En este planteamiento se termina entonces en una cierta aporía, que abrirá el camino a la actitud ética existencialista.

Este autor sostiene que la vida emocional tiene tres capas:

Sentimiento puro: es la especie más característica de la intencionalidad emocional. Aquí se abre el universo de los valores: el bien y el mal, lo sagrado y lo profano, etc. Se experimenta el sentimiento de la belleza ante una puesta de sol, sin percibir su grado de relación con los otros valores.

Actos de preferencia y de repugnancia: por medio de ella se intuyen los grados de cada valor y el orden de los valores. La preferencia o repugnancia intuitiva es la que decide si el valor de una persona es superior al valor de otra; si los valores vitales son inferiores a los valores espirituales, etc. Para Scheler preferir lo bello a lo agradable es un acto de preferencia pura (Scheler, 2004).

Actos de amor y de odio: son los actos supremos de la intencionalidad emocional. Cuando alguien siente amor percibe valores y cualidades que no ve el que no siente amor. El acto de amor prepara al sujeto para percibir lo que puede ser invisible, o sea que actúa como guía.

La jerarquía de los valores tiene en consideración cuatro rangos:

- lo agradable y lo desagradable
- lo vital y no vital
- lo espiritual y lo no espiritual (donde se distinguen la estética, los valores del derecho y los del puro conocimiento)
- lo sagrado y lo profano (son el fundamento de los demás valores, se dirigen a lo Trascendente)

Dentro de cada rango hay toda una gradación entre los términos extremos, de positivo a negativo: de lo útil a lo menos útil, pasando por gradaciones intermedias.

Los axiomas que formula Scheler son la base de la moral. EL DEBER SER se apoya en los valores positivos, y el NO DEBER SER en valores negativos. El DEBER SER se refiere a la realización de la existencia del valor sobre el que se funda; es intermedio entre el valor, al que supone, y la existencia de ese valor, a la que tiende.

Los valores morales están relacionados con los actos que tienden a realizar la existencia o la no-existencia de todos los demás valores.

La jerarquía que el autor concibe tiene que ver con que los valores superiores exigen la realización de los valores inferiores y que será moral todo valor que tenga en cuenta la realización de los valores superiores.

Finalmente, la persona fundamenta a la moralidad y no al revés. Los valores morales están unidos a actos, ya que son ellos quienes muestran el ser mismo de la persona. Persona y moralidad pasarían a ser casi una misma cosa.

Aunque en su última etapa filosófica, este autor haya retocado esta perspectiva, la Logoterapia también coincide con esta antropología filosófica. Parafraseemos la frase “Con los pies en la tierra, pero con la mirada en lo alto” de Santa Teresa de Ávila, para reforzar la *imago hominis* de base:

- Valores religiosos (Amor a lo Trascendente, el Super - Amor)
- Valores estéticos –espirituales (lo bello, bueno y verdadero)
- Valores vitales y energía humana (lo noble)
- Valores sensibles (lo agradable)

Para Scheler, el bien moral consiste en elegir el valor objetivo más elevado percibido (Scheler, 2004).

Valores y noción de persona en la Logoteoría

La Logoterapia, al considerarse una Pedagogía de la conciencia y una Pedagogía del Sentido, entiende que la motivación básica del hombre es buscar sentido y para ello cuenta con la *voluntad de sentido*, que está regida por ciertos valores que la persona descubre en su propia vida.

Viktor Emil Frankl (1950) sostenía que la tríada valorativa (trabajo, amor y actitud ante el dolor) es el camino para encontrar el sentido a la vida. Dichos tres valores constituyeron los pilares fundamentales sobre los que edificó su base teórica.

Este trabajo se propone bucear sobre los valores que sostienen a los jóvenes universitarios de Salta, partiendo del supuesto que la salud mental, la calidad de vida y los valores, son los que orientan el logro interior de sentido, el “para qué” de Frankl (1988).

A fin de abordar los conceptos centrales de nuestra investigación, necesitamos especificar, primero, el concepto de persona y, posteriormente el de los valores. A tal

efecto, tomaremos la conceptualización que de dichos términos sostiene Víktor Frankl.²

Su trabajo se construyó básicamente a partir del pensamiento existencial. Sus ideas se centraron siempre en buscar el *para qué* del ser humano, y más específicamente, en el significado que posee la vida para cada uno (Frankl, 1950).

Para graficar una idea básica de su pensamiento, retomamos una frase de Frankl en una clase de Logoterapia y Análisis Existencial dada en la Policlínica de Viena, en el aula de la Universidad: *“El Ser Humano está animado por una voluntad hacia el sentido, por una nostalgia ancestral, de comprender su vida en un contexto de sentido [...] Alegría y sentimientos de gozo son el efecto del cumplimiento de un sentido aspirado [...]”* (Fabry y Luckas, 2002, pág. 14).

Introducimos estos conceptos para entender, cómo define a la *persona*. Sería “[...] aquello que puede comportarse libremente, cualesquiera que sean las circunstancias. La persona espiritual es aquella parte del hombre que puede confrontarse siempre y en cualquier momento” (Frankl, 1990, pág. 100). Dirá nuestro autor que el hombre “se” decide, que en última instancia lo decisivo es la toma de posición de la persona, ella por su esencia “espiritual” trasciende su dimensión psicofísica y esta distancia fundamenta el antagonismo psiconoético.³

Para él la persona es una posibilidad permanente de salud psico-espiritual, abierta a la trascendencia, buscadora de sentido. Misión ineludible y particular de cada ser humano. De esta persona es la que trata el Análisis Existencial (antropofilosofía) y la Logoterapia (psicoterapia basada en el *logos* o sentido).

La persona es un individuo, es una unidad y totalidad. La persona no puede ser dividida, o escindida, ni aún en las patologías psiquiátricas graves; es una unidad. El hombre representa un punto de interacción, es cruce de tres niveles de existencia: lo físico, lo psíquico y lo espiritual, pues es unidad.

²Víktor Frankl (1905-1997), psiquiatra vienés creador de la Logoterapia y de la 3° Escuela Vienesa de Psicoterapia. Un dato sustantivo es que Frankl sobrevivió a cuatro campos de concentración en la Segunda Guerra Mundial.

³ Antagonismo psiconoético: “Capacidad de oposición del espíritu con respecto a los condicionamientos somatopsíquicos y las circunstancias sociales. Esta fuerza de obstinación del espíritu es una posibilidad, una facultad que le permite al hombre ubicarse a una distancia fecunda para tomar una posición, que no es siempre necesaria y que se contrapone al paralelismo psicofísico (Diccionario de Logoterapia, 2005, pág. 179).

Cada persona es absolutamente un ser nuevo. Con cada persona que llega al mundo se suma a la existencia un nuevo ser, que tiene una existencia espiritual distinta a la de sus padres. Con un hijo emerge un nuevo “Tú”, que puede llamarse a sí mismo “Yo”.

La persona es dinámica y es espiritual. Es un continuo acontecer activo. Es aquella dinámica que no se cansa en la búsqueda. Mediante su capacidad de distanciarse de lo psicofísico permite al hombre descubrir su dimensión espiritual *existir*, que significa poder salirse de sí mismo. Sólo este autodistanciamiento de sí como organismo psicofísico constituye a la persona espiritual como tal. Es lo que le permite a la persona dialogar consigo misma y desglosar lo espiritual de lo físico. Es capaz de trascender y enfrentarse a sí mismo.

La persona es existencial. La dignidad de la persona se mantiene incondicional y se basa en los valores que ya ésta ha realizado (Frankl, 1988, pág. 107). Es un ser facultativo, un ser responsable y libre, que implica un “para qué”; en la responsabilidad se incluye el para qué de la libertad humana. A favor de qué o contra qué se decide.

La persona no se comprende a sí misma sino desde el punto de vista de la trascendencia: Es fuerza que puede liberarse de toda atadura a sí mismo o a otros y sólo es persona en la medida que la trascendencia lo hace persona. Esta llamada de la trascendencia la recibe en la conciencia. La fe del hombre en un sentido, viene a ser una categoría trascendental. La existencia del hombre implica vivir de acuerdo a un sentido, aunque para el hombre le sea desconocido. En la base de la “voluntad de sentido” hallamos una premonición del sentido; si lo quiere o no, el hombre cree en un sentido mientras vive.

En su proceso de autorrealización, la persona consciente de sí y de su mundo circundante sólo puede llevar a cabo su proyecto en la vida mediante la puesta en práctica de las categorías de libertad y responsabilidad.

La persona es el centro de los actos espirituales y de ella brotan dichos actos. De modo tal que la unidad del hombre no se halla en las dimensiones físicas o psíquicas, sino más bien en la espiritual, la *noética*, que es inherente a todo hombre, incluso en aquel que no es religioso.

La raíz de la libertad se encuentra en la espiritualidad, que se expresa existiendo, es este accionar el que le permite a la persona ir forjando su propio destino.

El destino se presenta ante la persona en tres formas: como sus “disposiciones”, como su “situación”, y por último integrando las anteriores, hallamos “la posición”. Es decir que estamos hablando de adoptar una actitud ante cada una de estas formas, que hará evidente una posición tomada, para el enfrentamiento de las mismas.

Los destinos posibles ante los cuales tomar una postura son:

- Las *disposiciones*, que constituyen el “destino biológico” del hombre, es toda la información que trae desde el punto de vista biológico, de modo tal que incluye aquellos casos en los que se hace presente algún tipo de condicionamiento a nivel físico, que actúa como un obstáculo, poniendo ello en marcha el uso de la propia libertad frente al acaecer orgánico padecido.

- Las *situaciones*, que constituyen el “destino sociológico” del hombre en el que se hayan aquellas circunstancias sociales. Dentro de la trama social nace, crece y se desenvuelve la persona, lo cual conlleva diversos condicionamientos que actúan sobre el individuo y su finalidad social.

- Por último nos encontramos ante las *posiciones* que conforman el “destino psicológico”, entendiendo por tal la actitud psíquica del hombre, los condicionamientos psicológicos que forman parte de su historia personal y que pueden tener diferentes grados de enfermedades. Esto implica que a mayor grado de factores anímicos enfermos, es menor la posibilidad de expresión de la libertad, que queda resguardada en su forma potencial, ya que carece del vehículo necesario para expresarse (Guberman y Pérez Soto, 2005).

La existencia humana se caracteriza por la autotranscendencia, porque el hombre se encuentra *siendo en el mundo*, lo que implica ir más allá de sí mismo, estar vuelto hacia alguien o algo; es decir que la autotranscendencia es provocada por la intencionalidad que acompaña sus actos. “El hecho antropológico fundamental es que el ser humano remite siempre más allá de sí mismo, hacia algo que no es él, hacia algo o hacia alguien, hacia un sentido. El ser humano se realiza a sí mismo en la medida que se trasciende” (Frankl, 1990, págs. 45 y 59).

La existencia humana también se caracteriza por el autodistanciamiento, que implica el poder salirse de sí mismo y observarse críticamente. Es así que el ser humano se mueve constantemente en una suerte de tensión dialéctica, generada por

la búsqueda de sentido y significado de su propia existencia, llevándolo esto a realizar un determinado fin en la vida (Frankl, 1950).

A los valores, un sentido muy general desde el punto de vista axiológico, los entendemos como todo aquello que rompe nuestra indiferencia, lo que anteponemos y preferimos, lo que enciende nuestras estimaciones e impregna nuestro esfuerzo por su consecución o realización, porque lo estimamos mejor que su contrario, porque le reconocemos alguna dignidad (Marín Ibañez, 1976).

Es difícil pensar una persona que no guíe su comportamiento según una escala de valores personal que, para ella, adquiera el carácter de impulsor o agente motivador para sus actos (consciente o inconscientemente). Esto por supuesto, se pone de manifiesto en todo accionar humano, cualquiera sea su ámbito profesional – ocupacional.

Valores según Viktor Emil Frankl

Obviamente en el contexto del humanismo existencial, la temática del valor es de importancia troncal, ya que es el objeto de la consciencia ontológica y es presentado por Frankl como “transubjetivo” (1950, pág. 82), término que toma de Rudolf Allers, y que se refiere al valor como objetivo y subjetivo simultáneamente.

El valor, por lo tanto, es una cualidad exhibida por un bien y a su vez una cualidad adjudicada a un bien, lo que hace que un mismo valor sea actualizado de modo diferente por cada persona, según el modo que vale para ella en el contexto de su historia personal, ya que se percibe y se expresa según la persona y según la situación que atraviesa esa persona.

Además se debe tener en cuenta que cada persona es un ser creatural, es decir no puede haber dos personas iguales, cada ser humano es único e irrepetible.

El Hombre entonces es:

- Un ser relacional y dialogal.
- Un ser-siendo-con-los-otros.
- El Yo sólo se constituye en relación con el Tú.
- Es un ser ético.
- Es presencia y compromiso con el otro.

- Es un ser valorante en todas sus acciones.

Es indiscutible a la simple observación que somos seres valorantes, ya que al percibir lo hacemos valorativamente y de ese modo jerarquizamos lo percibido y lo “almacenamos” según el valor que le adjudicamos.

En esta valoración se plasma la idiosincrasia de la cultura a la que pertenecemos y las valoraciones de los grupos de pertenencia más pequeños, como la familia o los amigos.

Justamente esto es lo que hace del hombre un ser ético, ya que todas sus acciones, sus obras, son cargadas de una valoración personal. Esto es lo que rige el modo de relación y diálogo con todo lo creado, con las otras personas, con las situaciones y con las cosas (Ortega Ruiz, Mínguez Vallejos, 2001).

Desde esta valoración es que el hombre puede elegir obrar o no, su presencia y compromiso con el otro.

Este dato es fundamental a la hora de pensar en la formación integral de las personas en el plano de la educación formal y no formal, constituyéndose en la clave de la formación de la personalidad.

La formación en valores, entonces, es siempre un reto en un mundo de un considerable pluralismo axiológico, ya que la persona debe aprender a distinguir y elegir entre lo muchos bienes valorados que se le presentan (Ortega, Mínguez y Gil, 1996). Aquí se pone en juego la libertad de la persona y la consecuente responsabilidad al hacerse cargo de las consecuencias de sus actos.

La capacidad de oposición del espíritu ante los condicionamientos que pueda sufrir y el volver consciente lo espiritual, hace que el hombre se esfuerce por cobrar conciencia de su responsabilidad, y perciba en ella el fundamento esencial de la existencia humana.

Dentro del marco existencial del ser humano, cada hombre es insustituible. El existir humanamente consiste en ser responsable y en ser el único autor de su propio destino. Así despliega la libertad de la que goza con exclusividad indescriptible ante el afrontamiento de cada situación, ante la confrontación de su destino (Frankl, 1986).

El hombre no está determinado por cualquier afección en las dimensiones que lo constituyen (bio-psico-social) sino, más bien que, éstas cumplen con la función de condicionantes en su vida. Es desde su núcleo más íntimo y central, desde el que apela

a su capacidad de oposición del espíritu, que el hombre puede asumir una posición ante el enfrentamiento de cualquier condicionamiento.

Viktor Emil Frankl plantea en su libro “La presencia ignorada de Dios” (Frankl, 1977) la existencia de un inconsciente espiritual, que constituye el centro o *axis* espiritual de la persona, su dimensión espiritual. No desconoce la existencia del inconsciente impulsivo freudiano, sólo que éste pertenece a una dimensión más externa a la persona, como es la dimensión psicológica.

Por eso plantea que la persona es espiritual y posee un organismo psicofísico, remarcando que es una unidad antropológica en la multiplicidad ontológica, ya que cada dimensión acusa de una esencia diferente.

En el inconsciente espiritual forman parte de él: la inteligencia, la voluntad, el amor, la ética, la estética, la libertad, la responsabilidad, el Yo ontológico, la persona profunda, la presencia de Dios como el proto Tú (que lo constituye como Yo), la religiosidad, la relacionalidad Yo-Tú y la consciencia ontológica.

A esta consciencia ontológica, que distingue de la consciencia psicológica, la llama órgano de sentido, ya que es la que puede percibir el valor y construir así una escala de valores consciente, que siempre estará en comparación con el criterio de la jerarquía de valores del inconsciente espiritual, que constituye la ética, que es improntada por Dios y por eso es única para todo ser creado (Naranjo y Sosa, 2009).

Este inconsciente espiritual es pura realidad de ejecución, ya que es facultativo y consiste en lo potencial a ser actualizado en el hombre, por eso dice que es irreflejo por ser irreflexionable. La dinámica de este inconsciente es la de la existencia, (*existere*, estar fuera de la causa) (Ferrater Mora, 2000, pág. 134), que llama capacidad de oposición del espíritu, oposición a los condicionamientos que se plantean desde las dimensiones psíquica y corpórea y aún del medio social de la persona.

Define este inconsciente espiritual como creado por Dios, siguiendo la tesis de la asunción eminente y de allí su presencia “ignorada” en él, y por esta misma razón considera esta dimensión como la reserva de salud en el hombre a la que se debe apelar ya que nunca puede enfermar (por ser coparticipada).

Tipo de Valores

Cada hombre posee un sentido en la vida, el cual debe ser buscado y descubierto por él mismo, a través de la permanente deducción de los significados que

halla en su existencia (valores). El hombre se encuentra permanentemente invocado en la vida por el sentido de su propia existencia, el cual es específico para cada uno por su condición de ser único, singular e irrepetible.

Haremos una diferencia entre sentido y valor.

Sentido “es lo que se oculta en una situación concreta afrontada por una persona concreta. Es siempre un sentido potencial, es decir, que necesita ser actualizado por la persona en cuestión, la cual se siente invitada a escuchar la “llamada” de la situación que afronta. El sentido es así el valor encarnado, siendo así único, singular en cada situación, alcanzándose a través de un proceso de búsqueda” (Guberman y Pérez Soto, 2005, pág. 127).

El valor es un “ente ideal o universal abstracto que ejerce atracción sobre el hombre para que éste lo realice o lo encarne como sentido. Los valores tienen sus raíces en lo más profundo de la personalidad, y el hombre los intuye merced a su autocomprensión axiológica prerreflexiva” (Guberman y Pérez Soto, 2005, pág. 145).

Dentro de la categoría de valores hay tres caminos por los cuales se puede llegar al sentido, estos son: el amor, el trabajo y el sufrimiento. Es necesario que la persona posea plasticidad suficiente que le permita moverse con libertad de uno a otro camino (Frankl, 1986).

Si bien el sentido debe ser descubierto por la persona, la podemos orientar a encontrarlo a través de la realización de tres tipos de valores:

a. ***Valores creativos o el sentido del trabajo.***

Estos valores se refieren a "llevar a cabo un acto". Son aquellas actividades que nos ayudan a expresarnos de manera abierta, donde podemos encontrar un espacio dentro de nuestra existencia.

Es comprometerse con algún proyecto, con un sueño, una tarea y perseguirlos con todas las fuerzas. Esta realización a través de un acto, puede ir desde aspiraciones nobles, hasta pequeñas obras que marcan la diferencia. Tanto puede encontrarlo aquel que sueña con la creación de alguna asociación en pro de algo, como aquellos padres que se consagran y comprometen en la educación de los hijos. Es dejar una huella en la vida, una impronta creativa en el trabajo, o el quehacer personal. Son en esas obras donde podemos encontrar nuestro sentido de vida. A veces para

conseguirlo hay que atravesar situaciones poco placenteras, pero la motivación es suficiente para continuar con aquella función que creemos nos pertenece.

b. **Valores experienciales** o vivenciales o el sentido del amor.

La segunda forma de descubrir nuestro sentido de vida es a través de los valores experienciales, es decir, poder disfrutar de algo que nos ofrece la naturaleza, el arte o la acción y presencia de otro.

Valores experienciales implican poder disfrutar de algo o de alguien.

¿Cuántas veces hemos disfrutado de una puesta del sol, o de la contemplación de niños jugando, o una obra de arte? Los valores experienciales nos dan la oportunidad de poder vivir, de experimentar, de sentir, de disfrutar, de querer. Pero el ejemplo más relevante es el experimentar el valor de otra persona a través del amor, pues a través de experimentar el amor hacia una persona inducimos al “otro” amado a desarrollar un sentido que seguro redundará en beneficio de ambos también. En este orden del dar, se grafica la experiencia trascendente del encuentro humano, en la amistad y en el amor. Así que el poder experimentar, disfrutar, agradecer, vivir plenamente, es una manera de encontrar nuestro sentido de vida., tanto recibiendo de la naturaleza lo que nos ofrece para deleitarnos, como dándonos en el amor a otro.

Para Martín Buber los sentimientos acompañan al hecho metafísico y metapsíquico del amor, “pero no lo constituyen” (Buber, 1969, pág. 19). El amor es un hecho que se produce. El amor es una acción cósmica. Hace a cada uno único, se miran y se transforman en un Tú. El amor es la responsabilidad de un Yo por un Tú.

Chirinos (1987) dice que la “solidaridad”, “concordia” y “compromiso afectivo” favorecen el vínculo entre las personas. El amor es dador de sentido y es fundamento de alianza entre los seres humanos. En ese vínculo se conserva la identidad de cada uno, pero se produce la posibilidad de la interacción y del compartir.

Tanto desde una perspectiva intelectual, científica como desde la dimensión espiritual o religiosa, la importancia del amor se constituye como factor o categoría fundante en un normal desarrollo del proceso de personificación.

c. **Valores de actitud** o sentido del sufrimiento.

Surgen en el horizonte cuando el ser humano se ve imposibilitado de descubrir el sentido a través de la experiencia de dar y del recibir, ante lo que debe asumir una posición frente a lo irremisible como lo es, por ejemplo, la muerte o el sufrimiento.

Los valores de actitud surgen cuando el hombre se ve imposibilitado de descubrir el sentido. De tal modo que se apunta, a la conciencia y a la responsabilidad que la persona debe tener ante una situación de sufrimiento inevitable. Esto lleva implícito una elección; ya que, en cada momento cabe la posibilidad de orientarse hacia este grupo de valores, o de tomar una postura diferente en la vida, elige compadecerse y sentirse víctima o asumir una postura erguida y digna frente a ese dolor irremediable. El ejemplo más famoso es el logro del sentido de la vida de Viktor Frankl a través del sufrimiento en los campos de concentración. Cuando la persona se enfrenta a una situación difícil, inevitable, límite, por ejemplo, una enfermedad incurable; es cuando se presenta la oportunidad de cumplir el sentido más profundo como el ser responsable de la actitud que se tomará frente a esa realidad ineludible.

La responsabilidad es siempre responsabilidad ante un deber, el cual es interpretado partiendo de una vida, es decir, de la vida concreta y particular de cada ser humano. Por ello, se plantea que no es el hombre quien debe cuestionar a la vida, sino que es ella quien cuestiona al hombre. La persona debe responder ante los cuestionamientos para ir develando en su transcurso su misión en la vida, el sentido de la misma, ese sentido único y particular que solo esa persona podrá realizar.

Si pretendemos ampliar la perspectiva frankliana y utilizamos los valores como sinónimos de virtudes a alcanzar para la autoperfección del ser humano, nos encontramos con un sinnúmero de ellos entre los que podemos remarcar: la prudencia, la amistad, la audacia, la flexibilidad, la generosidad, la humildad, la laboriosidad, la lealtad, la obediencia, el optimismo, el orden, la paciencia, el patriotismo, la perseverancia, la prudencia, el pudor, la sencillez, la sinceridad, la sobriedad, la sociabilidad, entre otros valores. Los estudiosos suelen decir que en un contexto social no suele haber más de 60 o 70 valores (Rueda Alcántara, 2002).

A continuación, señalaremos algunos valores claves, que consideramos pueden hallarse presentes en las vidas de las personas (en mayor o menor medida), y a la vez constituir diversas clasificaciones axiológicas (dado que cada ser humano construye la propia):

- **Amor al prójimo:** percepción del otro como igual en su dignidad y necesidad de cuidarlo y respetarlo como persona.

A través de todos los tiempos se ha enfatizado que el amor es la tendencia natural que busca la unión con los otros. Es una actitud definida como “tender hacia los demás” en la que se observa sentimientos de atracción respecto a los otros y un mecanismo de identificación espiritual con la condición humana. Por supuesto que existen diferentes niveles en estas relaciones, desde el más primitivo hasta el más evolucionado, y diferentes modalidades como ser la conyugal, fraternal, amistad, caridad, entre otras.

El sentido de amor al prójimo deviene fundamentalmente de la concepción antropológica cristiana y como resultado del mandamiento “Ama a tu prójimo como a ti mismo”. Por ello la noción de hermano está también supuesta, lo que connotaría que toda persona independientemente de su situación existencial, pasa a ser alguien tan digno de respetar y amar como uno mismo al ser todos hijos de Dios. El sufrimiento de otros de alguna manera, simbolizaría el propio sufrimiento.

Podríamos incluir en este valor al amor de caridad del que habla Georges Cruchon (1960), el cual integra los aspectos: a) es un amor no ligado a los sentidos, su motivación son los valores espirituales del otro. Toma por objeto la humanidad entera sin exceptuar a nadie. No se detiene ante ningún obstáculo y es gratuita. b) da por supuesto los postulados de la justicia, las personas son valores en sí, igualmente derivados de Dios y c) este amor es totalmente respetuoso de la libertad del otro. En definitiva, este tipo de amor produce una unión fuertemente implicada y profundiza la identificación espiritual entre las personas (Finkler, 1991).

- **Autoestima:** es el sentimiento básico de ponderarse, estimarse o apreciarse a sí mismo, en su justa medida. Se refiere a la propia valoración psico-ontológica. También en este valor se refleja la correcta aplicación del valor anterior.

La autoestima es una experiencia personal, que surge de la necesidad natural de ser valorado a nivel existencial. La posibilidad de estimarse y valorarse como una persona digna y merecedora de afecto y respeto se va logrando a través del proceso evolutivo y luego se pondrá de manifiesto en los distintos tipos de vínculos y comportamientos. Es muy conocida la frase “Nadie da lo que no tiene” y en el aspecto afectivo principalmente se expresa con mayor claridad. Quien no ha sido amado no podrá relacionarse espontáneamente ni en forma positiva con los demás.

En la conformación de la autoestima intervienen procesos como el aceptarse en todas sus posibilidades y limitaciones en las diferentes facetas y procesos, desde lo corporal hasta lo existencial, para lograr integrar los aspectos negativos y conflictivos en una personalidad única.

Sabemos que este concepto está íntimamente relacionado con el autoconcepto (concepto básicamente psicosocial) y éste a la vez con el esquema corporal (estructura predominantemente somato-psíquica). La síntesis de ellos incluye componentes somáticos, psicoemocionales, sociales y espirituales, los cuales finalmente repercutirán en una estima equilibrada de sí mismo. Cuando la autoestima es muy reducida o muy exacerbada lo que se observa son distorsiones, conflictos, ansiedades y hasta angustias neuróticas que afectan la propia vida y la de los demás.

- **Amistad:** se refiere a una relación de intimidad, por lo tanto, es necesario que para que pueda desarrollarse la persona debe descubrir su propia intimidad y aprender luego a compartirla con otros. Se observa en todas las edades de la vida, pero más profundamente a medida que la persona evoluciona y valora al otro ser humano, como otro distinto e irrepetible.

Entre las características se encuentran que debe pre existir una buena comunicación y, a la vez, intereses o alguna experiencia en común. Dice David Isaacs (1976, pág. 214) que cuando esto se da “es factible que las personas compartan interés el uno por el otro y se logre una mayor madurez personal; se notará en el hecho de que comparten sentimientos, experiencias pensamientos y proyectos”.

- **Justicia:** según Altarejos (1998) se refiere a la facultad de poder comunicar el saber con veracidad, tratando a los alumnos con equidad y obrando con rectitud en cada momento (Altarejos, 1998, pág. 113). La persona se esfuerza continuamente para dar a los demás lo que es debido, de acuerdo con el cumplimiento de sus deberes y de acuerdo con sus derechos como personas (a la vida, a los bienes materiales, culturales, morales y espirituales), como docentes, padres, ciudadanos, gobernantes, etc. y a la vez, intenta que los demás hagan lo mismo.

Tanto Altarejos (1998) como Isaacs (1976), se refieren a la necesidad de conocer a nivel práctico las tres formas que puede adquirir la justicia: a- Las relaciones de los individuos entre sí o *justicia conmutativa*, b- las de la comunidad para con los

individuos o *justicia distributiva*, y c- Las del individuo con la comunidad, o *justicia legal o general*.

Todas ellas recién pueden observarse interiorizadas y concientemente asumidas alrededor de los 20 años en adelante. Como todos los valores se comienzan a intuir y aprehender desde la niñez, pero se van perfeccionando a medida que se alcanza la madurez moral. Mediante la voluntad se puede acceder a la justicia, comprender lo que es justo en cada momento y con cada persona. Es interesante, como nos dice Isaacs, que la Sagrada Escritura habla de 800 veces de la justicia y del “justo”, expresión esta última de la que el lenguaje bíblico se vale para nombrar al “bueno” y al “santo” (Isaacs, 1976, pág. 314).

- **Confianza:** se refiere a la creencia que de que se logrará aquello que se persigue, que se espera, tanto con el propio esfuerzo como con la ayuda de otros. Muchas veces suele este valor ir más allá de lo que muestran los hechos, porque puede “ver” interiormente en el otro sus potencialidades.

Gabriel Marcel (1954, 1958) descubre en la confianza la forma más “auténtica” de la esperanza. “Una es condición fundamental de otra, o un componente constitutivo de la misma” (Pereyra, 1997, pág. 102).

Rotter (1967) afirma que la necesidad de confiar en los demás es fundamental para la supervivencia del individuo y de las agrupaciones sociales, demostrando que la “confianza interpersonal” se relaciona con las expectativas futuras. Carla Sacchi (1993) continúa con esta línea afirmando que la idea que tenga una persona de su propia capacidad para lograr un cambio y de la necesidad de apoyo que experimente necesario para alcanzarlo, nos permite explicar su fracaso o éxito” (Pereyra, 1997, pág: 102).

Desde la psicología evolutiva, a través de Erik H. Erikson sabemos que la “confianza básica” adquirida durante el primer año de vida es el sentimiento necesario que se instaura en el niño hacia el mundo externo, el cual le permitirá abrirse a los demás y desarrollar la capacidad de amar.

Mario Pereyra (1997, pág. 104) hipotetiza que “los desesperanzados se encuentran entre los desconfiados y en el otro extremo veríamos entonces a los llenos de esperanza”. Según Jenni y Westermann (1985) es importante constatar que, en hebreo, las palabras *esperanza* y *espera* están muy cerca de la acepción de *confianza*.

- **Compromiso y responsabilidad con su labor:** significa hacerse cargo de sus decisiones y de las consecuencias de las mismas, las cuales deben tender al logro de un mejor autoconcepto y aceptación de la propia vida.

Asumir nuestra responsabilidad con nosotros mismos significa confiar en nuestra facultad para evaluar y hasta para crear nuestra realidad. Lo importante es que cuando actuemos lo hagamos desde nuestra propia conciencia, sin adjudicarle a los otros u otras circunstancias los posibles errores o consecuencias negativas.

- **Saber:** se refiere al disfrute por el saber en todas sus dimensiones y también al consiguiente afán por la disciplina en el caso del estudiante universitario. Se relaciona además con la actitud del que desea conocer la realidad en toda su magnificencia y hondura, como también en la posterior donación de ese saber.

El amor, como dice Buber (1969), implica tener la experiencia de algo, y en esa relación puede darse un intercambio interesado con algo, como por ejemplo con el conocimiento, la ciencia y sus avances, además de con otros seres humanos. En este punto hablaríamos de amor a la verdad.

El que posee la actitud de búsqueda de la verdad en todas sus facetas y complejidades, exige por parte de sí una posición flexible que implica modificar ideas, prejuicios y hasta cosmovisiones si fuera necesario.

Este proceso continuo que se produce como resultado del afán de conocer y saber requiere de un gran y previo valor de integridad y humildad, que serán los que permiten respetar los nuevos datos, teorías e ideas.

- **Tolerancia:** Este término introducido durante los siglos XVI y XVII, período de guerras entre católicos y protestantes, se refería principalmente a la convivencia entre ellos. Se trata de un término que proviene de la palabra en latín “tolerare”, la que se traduce al español como “sostener”, o bien, “soportar”.

Se lo define como: “respetar y defender el derecho a la libre expresión de las opiniones y modos de vida, respetuosos de los valores humanos de todos, aunque no sean compartidos por nosotros” (Ortega Ruiz y Míguenz Vallejos, 2001, pág. 75).

Siempre está primero la persona y luego las ideas o creencias que ella posea. A la tolerancia se la suele considerar como un valor primordial porque tiende a evitar los conflictos entre las personas. Aun así, si ocurren conflictos, la posibilidad del diálogo,

consenso y respeto a la dignidad del otro llevan a una buena integración final y acuerdo entre las partes.

- **Diálogo interpersonal:** siguiendo a Guberman y Pérez Soto, (2005, pág. 42) el diálogo interpersonal se refiere al “Encuentro entre un *Yo* y un *Tú* que para ser auténtico debe incluir el *logos*, es decir, un referente intencional. Representa la cualidad por excelencia de la existencia humana: su dimensión dialógica.”

Siguiendo a Buber el *Yo* no se completa sino a través de un *Tú*, y sólo se realiza en un encuentro. Es en la esfera relacional que podemos ser cada vez más personas auténticas y con la posibilidad del aprender. En el diálogo se ponen de manifiesto las potencias, las carencias, las fortalezas y la capacidad de aceptar los límites y errores en cada uno de los interlocutores. Sólo se avisa la verdad si se la va construyendo mediante el proceso dialogal.

Las condiciones del diálogo podríamos resumirlas en: “se requiere una actitud de respeto a las diferentes opiniones; la intención de buscar la verdad y, a la vez, no imponer “mi verdad”; reconocimiento de la igual dignidad de todos los involucrados; esta verdad se busca desde la voluntad de la propia congruencia y este diálogo es, además, un encuentro con el otro a través de la palabra, gestos y presencia” (Ortega Ruiz y Mínguez Vallejos, 2001, pág. 48).

- **Respeto:** procede del latín *respectus*, que significa “acción de mirar atrás”, “consideración, atención”; implica poder aceptar y comprender las percepciones de otros, reconocerlos como personas, aunque no se tenga la misma perspectiva o forma de mirar las cosas. Es necesario para poder convivir, para lograr la paz y tranquilidad entre las personas.

Pertenece también al reino de lo moral dado que, cuando se respeta a una persona o cosa, se la cuida y se la suele tratar de la misma manera que es deseado ser tratado. Es reconocer el derecho ajeno y se pone de relieve cuando se entiende que la libertad de uno debe tener en cuenta la del otro.

El respeto pone de manifiesto que las personas son iguales en dignidad y se les debe un trato igualitario a todas; por ejemplo, en las familias, ámbitos laborales, amistades, entre tantas esferas de la vida cotidiana.

Es básico, que la persona se respete a sí misma, para poder hacerlo también con otros, con la naturaleza, con las normas sociales, con los orígenes, con los otros seres vivos.

- **Democracia:** si se valora la democracia como el mejor sistema de gobierno, se espera de ella la igualdad, la participación, la justicia social, la fraternidad, el gobierno de la mayoría, etc. Recordemos que *demos* del griego es “pueblo”, y *kratos*, significa “poder, superioridad, autoridad”.

Se refiere a obtener la capacidad de participar activamente durante toda la vida en un proyecto de sociedad. Cada miembro de la sociedad debe asumir su responsabilidad para con los demás en los distintos ámbitos en los que se encuentre. Trabajar para que cada persona pueda contribuir al bienestar general y ayudar a otros cuando fuere necesario.

Dado que las personas son libres y conscientes de su libertad, tienen entonces por naturaleza la facultad de decidir y elegir. Aparece el sistema democrático como la forma de organización social y política que mejor garantiza el respeto de la dignidad de las personas humanas y de su promoción para alcanzar su plenitud.

- **Solidaridad:** *solidaridad* proviene de *in solidum* (por entero, obligación a cumplir íntegramente, es un término jurídico). El Diccionario de la Lengua Española la define como: 1. modalidad de una obligación en común; 2. adhesión circunstancial a la causa o a la empresa, y 3. entera comunidad de intereses y responsabilidades.

La solidaridad implica sensibilidad ante el dolor o necesidad de los otros; implica un compromiso con la especie humana sintiéndose cada uno integrante de ella.

Según García Roca (1994) el concepto de solidaridad posee tres componentes: *compasión*: sentimiento que supone ver las cosas con los “ojos del corazón”, *reconocimiento*: se da cuando se reconoce al otro en su dignidad de persona, y *universalidad*: que es el lugar propio de la acción solidaria, espacio más propicio, que trasciende fronteras (Ortega Ruiz y Mínguez Vallejos. 2001).

Queda claro que nos acercamos al concepto de red de vínculos y sentimientos que tienen por objetivo reconocer la dignidad del otro y hacer causa común con sus intereses y situaciones vulnerables o de sufrimiento. Ningún ser humano nos es ajeno

o extraño, por lo tanto, se debe ser consciente de los problemas que aquejan a la humanidad y cuya solución nos compete a todos.

- **Ecología:** Hablamos de una nueva relación entre el hombre y la naturaleza. Al hombre se lo entiende mejor si lo vemos en y desde el medio físico donde vive y a partir de cómo percibe y siente ese medio. Se intenta formar ciudadanos responsables, con el objeto de mejorar la calidad de vida a través de la incorporación de valores ecológicos y convivencia democrática.

Es nuestra responsabilidad como habitantes de “esta única casa”, de esta casa común, hacer un territorio más limpio y protegido, casas más habitables, respeto por los procesos naturales, conservación del entorno, entre tantos objetivos en relación con la naturaleza.

No se puede seguir ignorando que las actuaciones de hoy sobre la naturaleza y el planeta tienen repercusiones no sólo en estas generaciones, sino en las futuras. Esto implica una nueva ética comunitaria que se impone crear urgentemente. Nos incluye a todos en el tipo de decisiones que tomamos, como seres morales. (Ortega Ruiz y Míguenz Vallejos, 2001).

“El desafío urgente de proteger nuestra casa común incluye la preocupación de unir a toda la familia humana en la búsqueda de un desarrollo sostenible e integral, pues sabemos que las cosas pueden cambiar. El Creador no nos abandona, nunca hizo marcha atrás en su proyecto de amor, no se arrepiente de habernos creado. La humanidad aún posee la capacidad de colaborar para construir nuestra casa común. Deseo reconocer, alentar y dar las gracias a todos los que, en los más variados sectores de la actividad humana, están trabajando para garantizar la protección de la casa que compartimos (...) Los jóvenes nos reclaman un cambio. Ellos se preguntan cómo es posible que se pretenda construir un futuro mejor sin pensar en la crisis del ambiente y en los sufrimientos de los excluidos” (Papa Francisco, 2015, p. 12-13).

- **Paz:** no es ausencia de guerra (como muchos dicen) sino de violencia en las relaciones humanas. En esta sociedad moderna se han incorporado nuevas formas como la exclusión social, la violencia bélica, económica, moral, emocional o doméstica. Desde el punto de vista positivo la paz supone la existencia de justicia, armonía social, respeto al otro como persona, es libertad y tolerancia a las ideas y personas.

Este concepto está unido a las libertades y respeto de los derechos de las personas, realmente ejercidos. Es un proceso, una tarea. Implica, como se dijo, justicia, esperanza, fraternidad, gratuidad, compasión compasiva. Estos conceptos son importantes porque estos valores si están desprovistos de afecto, constituyen una forma fría y deshumanizada.

“La paz interior de las personas tiene mucho que ver con el cuidado de la ecología y con el bien común, porque, auténticamente vivida, se refleja en un estilo de vida equilibrado unido a una capacidad de admiración que lleva a la profundidad de la vida. La naturaleza está llena de palabras de amor, pero ¿cómo podremos escucharlas en medio del ruido constante, de la distracción permanente y ansiosa, o del culto a la apariencia?” (Papa Francisco, 2015, p. 170)

- **Trascendencia:** alude a la facultad ontológica de creer y confiar en un Ser Trascendente, del cual reconoce su filiación. Nos estamos refiriendo aquí a un Valor Absoluto. En el caso de las personas creyentes en Dios personal significaría “abandonarse en”, vivir de una manera religada con el Creador. La trascendencia es un aspecto difícilmente aprehendido por el intelecto humano. A través de la experiencia mística con Dios es que la persona puede vinculase con Él.

Viktor Frankl a través de la línea analítico-existencial sostiene que existe un “inconsciente espiritual” donde se oculta “la presencia ignorada de Dios”.

Este fenómeno no tiene que ver con el hecho de declararse creyente o ateo, sino que existiría en la dimensión espiritual, desde una estructura inconsciente la manifestación divina a través de la “voz de la conciencia”. Esto significa que la filiación y religación con Dios – en cualquier forma que sea concebido- constituye un vínculo natural y esencial entre ambos términos; por lo tanto, son comprensibles y esperables en toda aspiración y búsqueda de plenitud, en la potencial unión con lo Absoluto.

- **Empatía:** implica la posibilidad de “sentir con”, de ponerse en el lugar y punto de vista del otro, sin perder el propio, buscando un bien conjunto. Disposición a comprender y responder en conformidad. De esta manera, se puede llegar a reconocer las dificultades y proponer e implementar posibilidades de solución en cualquier circunstancia.

Bravo Donoso (2001, pág. 214) habla de la importancia del marco de referencia, el cual está conformado por: edad, sexo, cultura, educación, instrucción, personalidad

(lo heredado más lo adquirido), estructura familiar (familia grande o pequeña), experiencia de vida, raza, religión, ideas políticas, costumbres, valores, normas; hiper, media o hipo sensibilidad; inteligencia, percepción, profesión o actividades; estatus social y económico; contextura física, salud (física, mental y social), hobbies y gustos; necesidades diferentes. Es una tarea grandiosa tratar de ponerse en el lugar del otro, y lograr ver al otro desde su óptica (Sosa, 2007).

- **Disfrute:** Este es un concepto difícil de definir pues contiene muchos componentes subjetivos. No es posible la generalización. Se impone pensar que cada persona deberá extraer de su propia vida cual es el sentido y qué es aquello que le produce un disfrute, que lo invita a continuarlo o perseguirlo como bien a obtener (la felicidad en Aristóteles). Ocurre que en muchas personas se observa sensación de vacío, frustración, inapetencia ante todo lo que la vida ofrece.

El origen del significado de la palabra disfrutar evoca etimológicamente a aprovechar el fruto de a dos. Esto retrotrae a una relación de dos, por lo que la respuesta se acerca a una cuestión relacional. Puede darse entonces entre las personas y con los otros seres vivos y no vivos. Por ejemplo, el placer de disfrutar una caída del sol, tocar música, ayudar a otros, entre otros.

De hecho, en lo relacional nos limitamos a las relaciones que entablamos con los seres humanos, con los seres vivos y no vivos.

Seguramente este concepto de disfrute se halla íntimamente unido a la concepción de vida de cada uno y a valores de tipo estético, ético, axiológico, y epistemológico. Seguramente dicha relación constituirá un disfrute en su vida si funciona como sostén afectivo y esencial de su propia vida y el hecho en sí no implicará daño a sí mismo, ni a otros.

En un extremo de esta búsqueda de disfrute o placer vital, podremos encontrarnos con los **hedonismos**, que son los excesos de una tendencia natural del ser humano a gozar de las cosas buenas de la vida. Cuando aparece una exageración y exaltación de esta característica yoica de la persona, en desmedro de la relación e intereses del otro ser humano, hablaríamos del hedonismo, rasgo cada vez más usual en este tiempo.

Recordemos que el hedonismo es una doctrina de la filosofía que considera al placer como la finalidad última o el objetivo de la vida. Los hedonistas, por lo tanto,

viven para disfrutar de los placeres e intentan evitar el dolor. El placer es el principal objetivo de la vida de estas personas, en contraposición a otras en que el placer se busca pero subordinado a valores superiores.

La filosofía hedonista se basa en gran medida en el filósofo griego Epicuro de Samos, que vivió en el periodo comprendido entre los siglos IV y III a.C.

Hemos considerado unos valores importantes, los cuales, (como dijimos anteriormente) deben seguramente algunos estar incluidos en las valoraciones de los jóvenes universitarios de hoy.

Valores y sentido de vida

Frankl pone énfasis en la búsqueda del sentido de la vida y que cuando no se encuentra, se puede caer en el vacío existencial y hasta en la neurosis noógena, que es la neurosis basada en la falta de sentido, característica de las últimas décadas (desde mitad del siglo XX en adelante).

Este sentido es el motivo, la razón que tiene la persona para vivir, que se encuentra guiada por una escala de valores que orientan las decisiones cotidianas, desde las más pequeñas a las más importantes.

En la época actual pareciera que muchos de los mensajes en los medios de comunicación apuntan a que la vida sólo tiene sentido si es vivida con éxito y placer, o logrando los propósitos con las menores dificultades y obstáculos. Tienden a promover la superficialidad o vida light donde nada duela, moleste, o promueva la reflexión personal y el autoanálisis. Si esto sucediera, seguramente la persona daría un gran paso a la aprehensión libre y responsable de cada acto que realice. Esto implica hacerse cargo de la voz de conciencia y “tomarse la vida en serio” con todas sus vicisitudes y dificultades.

Estas decisiones de las personas, y especialmente de los jóvenes, se verán reflejadas en los valores que guíen su vida, que podrán estar reflejados en los ámbitos de la laboriosidad, la creatividad, las vivencias del amor y las actitudes adoptadas ante las situaciones irremediables e irreversibles.

Recordemos que estas posibles vías de significado son las que, según la Logoterapia, constituyen el sentido de la vida de las personas, el cual cambia de una persona a otra, de un día para otro, dado que es situacional. No hay sentidos en

abstracto, cada persona debe llevar a cabo un cometido concreto, pero debe él descubrirlo. Como dice Frankl (1992, pág. 107): "... lo que importa no es el sentido de la vida en términos generales, sino el significado concreto de la vida de cada individuo en un momento dado".

Descubrir y realizar el sentido de la vida es lo que nos resguarda de enfermarnos y posibilita vivir con plenitud y ser feliz.

En nuestra investigación, se puede ver qué lugar ocupa el valor del trabajo, amor y de la consideración del sufrimiento en las escalas axiológicas de los jóvenes indagados.

Investigación

Introducción

Este estudio de campo intenta responder a las siguientes preguntas:

¿Cuál es el concepto de “valor” que tienen los estudiantes universitarios de la ciudad de Salta? ¿De qué modo los jerarquizan? ¿Cómo ellos los practican en su vida cotidiana? ¿Cómo perciben los valores y disvalores de los jóvenes salteños?

Objetivo general

Conocer los valores actuales de los estudiantes universitarios de entre 18 y 26 años de la ciudad de Salta.

Objetivos específicos

Describir la jerarquización de los valores de los estudiantes universitarios de la ciudad de Salta.

Explorar cuáles son las áreas de su vida en las que encarnan sus valores.

Evaluar la percepción que tienen de los valores y disvalores de los jóvenes salteños en general.

Metodología

Muestra

La muestra, no probabilística de carácter intencional, está constituida por estudiantes de entre 18 y 26 años, de dos universidades salteñas (Universidad Nacional de Salta, UNSA y Universidad Católica de Salta, UCASAL). Se administró en los años 2017 y 2018 a un total de 842 alumnos (ver tabla 1).

Se seleccionó los cursos de 2° a 4° o 5° año de las carreras con más alumnos de cada facultad, aproximadamente al 20 % de la cantidad de alumnos por año. En la UNSA, son seis facultades y las carreras donde se aplicaron las encuestas fueron: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Ingeniería Industrial, Licenciatura en Análisis de Sistemas, Contador Público Nacional, Licenciatura en Nutrición, Licenciatura en Recursos Naturales. En la UCASAL las facultades son siete y las carreras seleccionadas fueron: Psicología, Abogacía, Arquitectura, Ingeniería Civil, Licenciatura en Higiene y Seguridad, Ciencias Económicas y Veterinaria.

Tabla 1. Descriptivos de la Muestra

Carreras	Mujeres		Varones		Totales por carrera y universidad	
	f	%	f	%	f	
Abogacía	60	70,59	25	29,41	85	UCASAL N=545
Contador Público	52	46,43	60	53,57	112	
Higiene y Seguridad	40	59,70	27	40,30	67	
Ingeniería Informática	9	17,31	43	82,69	52	
Psicología	57	77,03	17	22,97	74	
Veterinaria	54	58,69	38	41,31	92	
Arquitectura	34	53,97	29	46,03	63	
<hr/>						
Análisis de Sistema	8	16,33	41	83,67	49	UNSA N=297
Cs. Comunicación	36	63,16	21	36,84	57	
Contador Público	14	18,18	63	81,82	77	
Ingeniería Industrial	14	31,82	30	68,18	44	
Nutrición	25	73,53	9	26,47	34	
Recursos Naturales	21	58,33	15	41,67	36	
Totales	424		418		842	

Instrumento y procedimientos

Se utilizó una encuesta *ad hoc* con preguntas abiertas y algunas cerradas. En este trabajo se presentan los resultados de las preguntas en que se obtuvieron respuestas a las que se consideró que son de mayor interés para describir las características de los universitarios salteños en lo referente a los valores.

Cabe señalar que las preguntas abiertas son preguntas de discusión que generan una gama amplia de respuestas demasiado variadas y numerosas como para incluirlas en un listado y ser tabuladas, procesadas e interpretadas. Por eso la necesidad de un proceso de convertir las respuestas individuales en categorías, el que es denominado codificación y que supone un análisis del contenido mediante jueces. La primera etapa consistió en elaborar un código preliminar analizando una parte de la muestra, para luego hacer corresponder cada respuesta de la totalidad de la muestra a uno o varios códigos o categorías, y si era necesario incorporar nuevas categorías no contempladas por la codificación preliminar. Las reglas que definen la atribución de una respuesta a una categoría deben ser explicitadas, definidas, y deben dejar el mínimo espacio posible de arbitrariedad al juicio del codificador.

Las preguntas abiertas también llamadas "preguntas libres" son un tipo de pregunta que permite obtener detalles más profundos en las respuestas de los encuestados. Las respuestas que se pueden recopilar contienen información más detallada y descriptiva, esto a diferencia de las preguntas cerradas, las cuales arrojan respuestas estrechas y limitadas.

De la evaluación de las respuestas participaron tres jueces o expertos. Para incluir a cada respuesta dada respecto de lo preguntado en una categoría determinada, se adoptó como criterio la existencia de un consenso unánime de los tres jueces.

Resultados

Concepto de valor

Respecto a la pregunta sobre "qué se entiende por valor", los jueces evaluaron las respuestas y las agruparon en 9 categorías. Se excluyeron para el análisis de las respuestas a este ítem a aquellas categorías que solo tuvieron frecuencias iguales o menores a cinco alumnos. En la tabla 2 se enumeran las categorías junto con ejemplos de respuestas.

En primer lugar están las respuestas que se categorizaron como *Pautas, pilares y reglas* (29,69%), es decir que los alumnos relacionan la noción de valor a la idea de normativa, de precepto a seguir (tabla 3).

En 2° lugar están las respuestas en que mencionan *actitudes, acciones y conductas que permiten el desarrollo personal* (20,31%). Supone una conceptualización más pragmática de valor referida a la idea de acciones concretas, o actitudes que reflejan lo que la persona considera que es correcto o moral para tomar decisiones y/o ir desarrollándose como persona.

En 3° lugar le siguen las *cualidades y atribuciones* (14,25%). La idea del valor como cualidad o atribución de las cosas supone una perspectiva más subjetiva, donde la persona le otorga cualidades a los objetos o personas.

En 4° lugar las *enseñanzas recibidas* (10,45%) que hace referencia a los contenidos transmitidos por la escuela y la familia.

Tabla 2. Categorías para el análisis de las respuestas a la pregunta sobre “qué se entiende por valor?”

Categorías	Respuestas textuales de alumnos
Pautas, pilares, reglas, principios	<p>“Principios de vida”. “Guías que tomamos de otros o del lugar que venimos, los apropiamos y de allí los utilizamos como parámetros para actuar”. “Normas internas”</p> <p>“Principios que se enseñan y que uno adopta como propios para desempeñarlos con interés”.</p> <p>“Pautas que cada uno tiene que nos van formando, que nos hace distinguir entre lo bueno, lo malo, etc.”.</p>
Actitudes y conductas tendientes al crecimiento personal	<p>“Conductas o acciones que forjan nuestra manera de actuar”</p> <p>“Son actitudes que todas las personas deben tener, para poder vivir mejor en sociedad”</p> <p>“Actitudes importantes que hacen a una persona”</p>
Cualidades y Atribuciones	<p>“Aptitudes o características que pueden poseer las personas y que actúan en la vida guiándonos de manera que nos relacionemos con el mundo de acuerdo a los valores que tenga cada uno”</p> <p>“Es una cualidad sobre la que nos basamos para guiarnos o afrontar la vida”</p> <p>“Son aquellas cualidades, que te inculcan los padres y que luego puedes adquirir otras con experiencias nuevas.”</p>
Enseñanzas recibidas	<p>“lo que adquirimos a través de enseñanzas y que nos ayuda a tener una mejor calidad de vida”</p> <p>“lo que nos transmiten nuestros padres desde pequeños para hacer que en cierta forma podamos convivir y llevar el trato adecuado con los demás”.</p> <p>“Son lo que nos inculcan nuestros padres de chicos, para convivir en una sociedad”.</p>
Modos de ser, esencia	<p>“son los que determinan tu manera de ser”.</p> <p>“Son una parte de cada uno de nosotros no sólo como sociedad sino también como personas únicas que hablan de lo más íntimo de nosotros mismos”.</p> <p>“Es lo que me define como persona, es como actúo en la vida”</p>
Costumbres, hábitos y virtudes	<p>“Para mí son costumbres y hábitos, que cada persona de acuerdo a su personalidad y forma de ser, hace prevalecer”</p> <p>“Son las costumbres y modos de enfrentar situaciones diarias”</p> <p>“Son virtudes que uno toma de afuera y las internaliza”</p>
Conceptos ético - morales	<p>“Lo que hace que alguien juzgue lo bueno y lo malo”</p> <p>“Son la ética y moral que tiene una persona en cuanto a su comportamiento”.</p> <p>“Principios éticos enseñados por la gente en la cual crecimos”</p>
Creencias y pensamientos	<p>“Conjunto de creencias que poseen determinada valoración para una persona en relación a características de una situación”</p> <p>“Creencias que las personas toman como falsas o verdaderas”.</p> <p>“Son un conjuntos de creencias, pensamientos y sentimientos que posee una persona”</p>
Ideales	<p>“Es a lo que hay que apuntar para ser buena persona”. “Son ideales”</p> <p>“Son las metas o referencias que nos indican cómo actuar en determinada situación”</p> <p>“Son parámetros de acción de una persona”.</p>

En 5° el modo de ser (10,09%), las características esenciales, lo que define a cada persona como ser diferente, singular.

Tabla 3 (4). Frecuencias y porcentajes, por submuestras de universidad y muestra total, de las respuestas a la pregunta sobre “qué se entiende por valor?”

Concepto de Valor Categorías		UCASAL		UNSA		TOTAL	
		N=545		N=297		N=842	
		f	%	f	%	f	%
1	Pautas, pilares, reglas, principios	132	24,22	118	39,73	250	29,69
2	Actitudes y acciones tendientes al crecimiento personal	132	24,22	39	13,13	171	20,31
3	Cualidades, atribuciones	80	14,67	40	13,46	120	14,25
4	Enseñanzas recibidas	71	13,02	17	5,72	88	10,45
5	Modo de ser, esencia	81	14,86	4	1,34	85	10,09
6	Costumbres, hábitos y virtudes	50	9,17	16	5,38	66	7,83
7	Conceptos ético-morales	38	6,97	20	6,73	58	6,88
8	Creencias y Pensamientos	6	1,10	5	1,680	11	1,30
9	Ideales	4	0,73	2	0,67	6	0,71

Valores más importantes

Respecto a los **valores considerados más importantes** para los jóvenes, en la tabla 4 se pueden observar los resultados, los más significativos son:

1° **Respeto y trato digno** (43%). Alumnos que hacen referencia a que el respeto es un valor que consideran básico para todo tipo de vínculo (personal, familiar, social). Ser tratados como personas, dignamente.

2° **Honestidad, honradez y sinceridad** (34%). Valoran el ser auténticos.

3° **Caridad y solidaridad** (31%). Son alumnos que dicen valorar el poseer la cualidad de tener presente al prójimo, el considerar las necesidades ajenas, incluyen la

⁴ Cabe señalar que los participantes al contestar una pregunta abierta pueden brindar contenidos que pueden codificarse en más de una categoría. Los porcentajes son de la frecuencia de cada categoría respecto de las submuestra y la muestra total. Por eso la sumatoria de las columnas de porcentajes no es igual a 100%. Este criterio se aplica también a las siguientes tablas de este trabajo.

dimensión social. Quieren ser bondadosos y benevolentes en sus vínculos interpersonales.

4° **Responsabilidad, compromiso, esfuerzo y perseverancia** (18%). Hacen referencia a valores necesarios en la consecución de metas y al hacerse cargo de su comportamiento.

5° **Amistad y Compañerismo** (13,65%)

Cabe señalar que no necesariamente estos son los valores que ellos encarnan en sus vidas, sí los que aspiran tener y demandan de los otros.

Tabla 4. Valores que cada estudiante considera que son más importantes para él. Frecuencias y porcentajes, por submuestras de universidad y muestra total

Valores	UCASAL N=568		UNSA N=298		Total N=842	
	f	%	f	%	f	%
1- Respeto y trato digno	222	39,08	148	46,66	370	43,94
2- Honestidad, honradez y sinceridad	177	31,16	114	38,25	291	34,56
3- Caridad y solidaridad	208	36,61	63	21,14	271	32,18
4- Responsabilidad, compromiso, esfuerzo y perseverancia	82	14,43	78	26,17	160	19,00
5- Amistad y compañerismo	61	10,73	54	17,78	115	13,65
6- Amor	49	8,62	15	5,03	64	7,60
7- Verdad	46	8,09	18	6,04	64	7,60
8- Humildad	62	10,91	0	0	62	7,36
9- Tolerancia, paciencia	36	6,33	19	6,37	55	6,53
10- Libertad	43	7,57	0	0	43	5,10
11- Empatía y comprensión	18	3,16	24	8,05	42	4,98
12- Belleza	38	6,69	0	0	38	4,51
13- Educación	37	6,51	0	0	37	4,39
14- Ecologismo, cuidado del medio ambiente	33	5,80	0	0	33	3,91
15- Igualdad	27	4,47	0	0	27	3,20
16- Justicia	17	2,99	0	0	17	2,01
17- Lealtad	0	0	9	3,02	9	1,06

Encarnación de los valores

La familia, los estudios universitarios y sus compañeros y amigos son los ámbitos en los que focalizan la mayoría de los participantes su compromiso con los valores que dicen asumir (ver tabla 5).

Un 20,07% afirma que intenta tener en cuenta su escala personal de valores cuando se comporta en todos los ámbitos de su vida cotidiana.

Tabla 5. Frecuencias y porcentajes, por submuestras de universidad y muestra total, de las respuestas a la pregunta: ¿En qué áreas de tu vida observás que ejercitás los valores más importantes para vos?

Áreas	UCASAL N=568		UNSA N=298		Total N=842	
	f	%	f	%	f	%
Estudios, Universidad	195	34,33	124	41,61	319	37,88
Familia	183	32,21	121	40,60	304	36,10
Amigos	125	22	88	29,53	213	25,29
En toda mi vida diaria	96	16,9	73	24,49	169	20,07
Trabajo	67	11,79	34	11,40	101	11,99
Social	80	14,08	9	3,02	89	10,57
Deportes	11	1,93	20	6,71	31	3,69
Pareja	29	5,1	2	0,67	31	3,69
Espiritual	5	0,88	7	2,34	12	1,42

Disvalores, antivalores o contravalores

Las respuestas abiertas acerca de lo que consideran como contrario u opuesto a los valores, nos permiten observar no sólo las metas o ideales que movilizan su actuar, descritos en las preguntas anteriores, sino también nos agregan cual es la polaridad axiológica que pone en juego cuando toma decisiones.

Definen a los disvalores fundamentalmente como una falta de interés hacia ellos, por su ausencia (ver tabla 6).

La mentira, la falta de respeto y el egoísmo son contravalores que claramente rechazan y que se contraponen a los muy jerarquizados por ellos, los valores de honestidad, dignidad, amistad, compañerismo y solidaridad.

Tabla 6. Frecuencias y porcentajes, por submuestras de universidad y muestra total, de las respuestas a la pregunta: ¿Qué cosas considerarás como lo contrario de un valor?

Qué es lo contrario a los valores	UCASAL N=568		UNSA N=298		Total N=842	
	f	%	f	%	f	%
1- Desinterés por los valores, falta de valores, amoralidad	62	10,91	40	13,42	102	12,11
2- Disvalor, defecto	48	8,45	40	13,42	88	10,45
3- Mentira	69	12,14	15	5,03	84	9,97
4- Falta de respeto	40	7,04	34	11,41	74	8,78
5- Egoísmo	46	8,09	9	3,02	55	6,53
6- Falta de educación	29	5,1	21	7,05	50	5,93
7- Malas costumbres y actitudes	35	6,16	14	4,7	49	5,81
8- Maldad, odio	16	2,81	17	5,7	33	3,91
9- Vicio, adicciones	5	0,88	12	4,03	17	2,01
10- Violencia y conductas antisociales	11	1,93	4	1,34	15	1,78
11- Corrupción	12	2,11	0	0	12	1,42
12- Prejuicios, discriminar	0	0	10	3,36	10	1,18
13- Engaño, traición	0	0	3	1	3	0,35

Valores de los jóvenes salteños. Percepción por parte de los estudiantes universitarios salteños

Indagados sobre “qué valores mueven a los jóvenes salteños”, responden:

1° **Solidaridad** (25%) Coincide el valor de la solidaridad con los descritos como más importantes para ellos.

2° **Amistad, los amigos** (13%) y el **compañerismo**.

Como disvalor la **falta de responsabilidad y de respeto** (9%), facilismo, ocio, violencia, la carencia de valores, egoísmo, adicciones, materialismo.

Tabla 7. Valores de los jóvenes salteños. Frecuencias y porcentajes, por submuestras de universidad y muestra total

Valores y disvalores de los jóvenes salteños	UCASAL N=568		UNSA N=298		Total N=842	
	f	%	f	%	f	%
1- Solidaridad	147	25,88	68	22,81	215	25,53
2- Amistad y compañerismo	65	11,44	64	21,47	129	15,32
3- Respeto	30	5,28	8	2,68	38	4,51
4- Amor	22	3,87	12	4,02	34	4,03
5- Superación personal, pasión por algo	6	1,05	8	2,68	14	1,66
6- Diversión	6	1,05	0	0	6	0,71
7- Familia	0	0	3	1	3	0,35
8- Lealtad, fidelidad	0	0	3	1	3	0,35
1- Falta de responsabilidad y de ansias de superación	48	8,45	29	9,73	77	9,14
2- Falta de valores	32	5,63	12	4,02	44	5,22
3- Facilismo	26	4,57	6	2,01	32	3,80
4- Violencia y conductas antisociales	5	0,88	12	4,02	17	2,01
5- Ocio	0	0	9	3,02	9	1,06
6- Materialismo	7	1,23	0	0	7	0,83
7- Egoísmo	6	1,05	0	0	6	0,71
8- Adicciones	5	0,88	0	0	5	0,59
N/C	78	13,7	68	22,81	146	17,33

Jóvenes salteños. Percepción de malos comportamientos de sus pares

Ante la pregunta: ¿Te preocupan algunos comportamientos en especial de las personas de tu edad? (ver tabla 8), es interesante observar que en primer lugar los jóvenes universitarios encuestados consideran que parte de los jóvenes salteños, tanto estudiantes como no escolarizados, se caracterizan por la falta de compromiso, de metas de vida, de expectativas (22,8%). Estas características también se relacionan con la descripción de sus pares como superficiales y banales (5,81%). Aunque en un porcentaje muy bajo (1,78%) van incluso más allá de estas descripciones y señalan que sus pares están desmotivados, tiene un desinterés por todo.

Tabla 8. Frecuencias y porcentajes, por submuestras de universidad y muestra total, de las respuestas a la pregunta: ¿Te preocupan algunos comportamientos en especial de las personas de tu edad?

¿Qué te preocupa de los jóvenes salteños?	UCASAL N=568		UNSA N=298		Total N=842	
	f	%	f	%	f	%
Falta de compromiso, objetivos y expectativas	105	18,48	87	29,19	192	22,80
Falta de respeto	99	17,42	74	24,83	173	20,54
Vicios, adicciones, corrupción	78	13,73	69	23,15	147	17,46
Falta de educación	36	6,33	32	10,73	68	8,07
Superficialidad, banalidad	22	9,87	27	9,06	49	5,81
Violencia, agresión sexual	17	2,99	29	9,73	46	5,46
Irresponsabilidad	19	3,34	0	0	19	2,25
Egoísmo	7	1,23	12	4,02	19	2,25
Desinterés por todo	15	2,64	0	0	15	1,78
Descontrol	10	1,76	0	0	10	1,18
Deslealtad y deshonestidad	3	0,52	3	1	6	0,71

Estas apreciaciones coinciden en gran medida con las reflexiones de Enrique Rojas cuando hace referencia al hombre *light* y a una sociedad indiferente, así dice que el hombre *light* es un ser vacío, hedonista, sin ideales, evasivo y contradictorio, y por eso vulnerable. Padece de una soledad que carece de dimensiones profundas y en la que existe “banalidad, porque no se interroga nada trascendente que le obligue a replantearse la existencia de otro modo. Es una soledad sin rebelión personal y sin análisis” (Rojas, 1992, págs. 93-94).

La cultura posmoderna tiene ideales de libertad asociados a actitudes individualistas, lo que tiende a generar una predisposición cada vez más egoísta en los jóvenes y en la población en general. Se suele decir que a los jóvenes de la generación actual les preocupa su propio desarrollo individual, y pareciera que no tienen motivaciones solidarias respecto tanto de sus redes íntimas (familia y/o amigos) como de las redes sociales más amplias. Sin embargo, observamos en esta muestra que un grupo considerable de jóvenes valoran la solidaridad, la amistad y el compañerismo, el amor, la empatía, todos ellos valores prosociales.

Conclusiones

Los jóvenes universitarios salteños definen a los valores en su mayoría como principios, metas y guías que orientan las actitudes y las conductas, así como también el desarrollo y perfeccionamiento personal.

Relacionan los valores con la educación y la familia para su transmisión.

Está presente en sus respuestas la relación de los valores con la ética, la moral y las costumbres, con el discernimiento acerca de lo que es bueno o malo. Es importante señalar que no hacen claras referencias a lo espiritual, lo religioso, lo político o lo estético, pero sí a los valores personales, sociales y éticos.

Los valores más importantes son los característicos de los adolescentes y jóvenes: Honestidad, Sinceridad, Amistad y compañerismo. Pero es interesante observar una gran valoración de lo social y de la solidaridad, como también de la cultura del esfuerzo, del compromiso y la responsabilidad.

Existe una preocupación y reclamo por ser tratado con respeto, dignamente. Les preocupa la violencia y las adicciones de muchos de sus pares.

Referencias bibliográficas

- Altarejos, F. (1998). El ethos docente: una propuesta deontológica. En: F. Altarejos, J. A. Ibáñez-Martín, J. A. Jordán y G. Jover, *Ética Docente*. Barcelona: Ariel Educación.
- Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida* (2a reimp.). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Zygmunt (2013). *Sobre la educación en un mundo líquido: conversaciones con Ricardo Mazzeo*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Bravo Donoso, Nina (2001). *Valores humanos. Por la senda de una ética cotidiana*. Santiago de Chile: RIL editores.
- Buber, Martín (1969). Yo y tú. *Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires*.
- Chirinos, R. (1987) *La trascendencia del amor*. Buenos Aires: Vinciguerra
- Cruchon, Georges (1960). Psychologie dynamique et Pastorale. *Gregorianum*, 41(4), 620-646.

- Cullen, Carlos Augusto (1998). El debate ético contemporáneo. *ENOIKOS, en busca de la ética perdida, revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA*, 6(13), 27-32.
- Fabry, J. y Lukas, E. (2002). *Tras las huellas del logos*. Buenos Aires: San Pablo.
- Ferrater Mora, F. (2000). *Diccionario de Filosofía*. Barcelona: Ariel Filosofía.
- Finkler, P. (1991). *Dignidad humana y calidad de vida*. Buenos Aires: Paulinas.
- Frankl, Viktor Emil (1950). *El hombre en busca de sentido*. Barcelona: Editorial Herder.
- Frankl, Viktor Emil (1966). Self-transcendence as a human phenomenon. *Journal of Humanistic Psychology*, 6(2), 97–106.
<https://doi.org/10.1177/002216786600600201>
- Frankl, Viktor Emil (1977). *Presencia ignorada de Dios. Psicoterapia y Religión*. Barcelona: Herder.
- Frankl, Viktor Emil (1986). *Ante el vacío existencial*. Barcelona: Editorial Herder.
- Frankl, Viktor Emil (1988). *La voluntad de sentido*. Barcelona: Editorial Herder.
- Frankl, Viktor Emil (1990). *Logoterapia y análisis existencial*. Barcelona: Editorial Herder.
- Frankl, Viktor Emil (1992). *Teoría y terapia de las neurosis*. Barcelona: Editorial Herder.
- García Roca, Joaquín (1994). *Solidaridad y voluntariado*. Santander: Editorial Sal Terrae.
- Grinberg, Miguel (2002). *Edgar Morin y el pensamiento complejo*. Madrid: Campo de Ideas.
- Guberman, Martha y Pérez Soto, E. (2005). *Diccionario de Logoterapia*. Buenos Aires: Lumen.
- Isaacs, David (1976). *La educación de las virtudes humanas y su evaluación*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra, EUNSA.
- Jenni, E., & Westermann, C. (1985). *Diccionario teológico manual del Antiguo Testamento*. Ediciones Cristiandad.
- Marcel, Gabriel (1954). *Prolegómenos para una metafísica de la esperanza*. Buenos Aires: Editorial Nova.
- Marcel, Gabriel (1958). *Un cambio de esperanza: al encuentro del rearme moral*. Buenos Aires: Guillermo Kraft Limitada.

- Marín Ibáñez, Ricardo (1976). *Valores, objetivos y actitudes en educación*. Valladolid: Miñón.
- Morin, Edgar (1994). *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Naranjo, E. y Sosa, Raquel (2009). *Logoterapia, cuando el sentido es salud y vida*. Texto del Curso de Postgrado (Módulo 1. Modalidad a Distancia), UCASAL.
- Ortega Ruiz, P. y Mínguez Vallejos, R. (2001). *Los valores en la educación*. Barcelona: Ariel Educación.
- Ortega, P., Mínguez, R. y Gil, R. (1996). *Valores y educación*. Barcelona: Ariel Educación.
- Papa Francisco (2015). *Carta encíclica 'Laudato SI' (Alabado seas del Santo Padre Francisco sobre el cuidado de la casa común)*. Madrid: Ediciones Palabra.
- Pereyra, Mario (1997). *Psicología de la esperanza*. Buenos Aires: Psicoteca.
- Rojas, Enrique (1992). *El hombre light. Una vida sin valores*. Madrid: Ediciones Temas de Hoy.
- Rotter, J. B. (1967). A New Scale for the Measurement of Interpersonal Trust. *Journal of personality*, 35(4), 651-665.
- Rueda Alcántara, J. M. (2002). *Convivencias cristianas para jóvenes*, Madrid: Editorial CCS.
- Sacchi, Carla (2004). Interpersonal trust in different ages. *Interdisciplinaria*, (99), 87-107.
- Scheler, Max (1941). Ética. Nuevo ensayo de fundamentación de un personalismo ético. *Revista de Occidente* (tomo I).
- Scheler, Max (2004). *El puesto del hombre en el cosmos*. Buenos Aires: Editorial Losada.
- Sinay, Sergio (2009). *La sociedad que no quiere crecer. Cuando los adultos se niegan a ser adultos*. Buenos Aires: Ediciones B.
- Sosa, Raquel (2007). *Los valores en la formación del futuro psicólogo desde la concepción y la praxis docente en la Universidad Católica de Salta*. Tesis de Maestría. UCASAL.

Valores relativos al trabajo

Dr. José Eduardo Moreno

Introducción

La línea de investigación principal del Centro de Investigación Interdisciplinar en Valores, Integración y Desarrollo Social (Facultad “Teresa de Ávila”, UCA – Paraná) se orienta a evaluar los valores en determinados ámbitos, situaciones y en su jerarquización a lo largo del ciclo vital. Es decir, que el tema central de investigación lo constituyen los sistema de valores, sus instrumentos de evaluación y su aplicación a diversos campos, incluyendo el ámbito laboral - ocupacional.

En este artículo, a modo de un manual breve, resumimos el proceso de construcción y validación de esta escala y algunas de las investigaciones realizadas mediante la aplicación de la misma. También se anexa la versión definitiva con los procedimientos para su tabulación (Moreno y Caramés, 2011; Moreno y Marcaccio, 2012, 2014, 2015, 2021).

Acerca de la evaluación de los valores en la Psicología

Gordon W. Allport (Allport & Allport, 1921; Allport, 1937) inició el estudio de los valores, desde la perspectiva psicológica, en el momento que advirtió que el esquema de valores es el eje central del desarrollo de la personalidad. Por eso considera que el poder evaluar los valores de una persona es la mejor forma de comprender la personalidad, dado que el esquema de valores es el núcleo de la personalidad. A los valores los conceptúa como las fuerzas motivacionales centrales en el desarrollo de la dinámica de la conducta y ellos tienen un papel central en la configuración unificada de la personalidad.

Allport y Vernon (1931; Allport, Vernon & Lindzey, 1970) construyeron un instrumento de medición conocido como *Estudio de los Valores. Una escala para la medición de los intereses dominantes de la personalidad*, que evalúa las preferencias relativas de los seis valores fundamentales de la personalidad: teórico, económico, estético, social, político y religioso. Se basaron en la clasificación de los tipos humanos formulada por el filósofo alemán Eduard Spranger (1921) en su obra *Formas de Vida*. Según Allport, en cada uno de estos tipos humanos subyace un interés central que dirige al individuo en su forma de orientarse en la vida y de interpretar su mundo y que unifican la personalidad humana. Define a esos tipos humanos como: a- *Teórico (Racional, lógico)*. Hace referencia a un conjunto de valores e intereses que expresan la preferencia de las personas por el mundo de las ideas y del conocimiento. Son personas orientadas hacia la búsqueda de la verdad. Su motivo central es el conocimiento y la comprensión intelectual del mundo; b- *Económico (Utilitario, hedonista)*. La persona se orienta preferencialmente por aquello que es útil. Este tipo de valor o interés se fundamenta o tiene su origen en la satisfacción de necesidades corporales, pero incluye también necesidades sociales y económicas: es la búsqueda del triunfo del conocimiento aplicado y práctico; c- *Estético (Belleza, armonía)*. Se orienta fundamentalmente por el valor de la armonía y la forma. Valora y vivencia su relación con las personas, los objetos y las situaciones desde el punto de vista de la belleza, la armonía, entre otros. Tiende al individualismo y a la autosuficiencia, no le interesa tanto el conocimiento como su forma de expresión y la vivencia del mismo; d- *Social (Relaciones personales y sociales)*. El valor central y último es el de las relaciones con otras personas. Este modelo de hombre en su forma más pura es aquel que se olvida de su propia conveniencia, y es en consecuencia bueno y altruista; e- *Político (Poder, dominio)*. Guiado por la búsqueda y obtención de poder. Su conducta está siempre orientada por el dominio y el poder: son personas altamente competitivas; buscan el prestigio y el reconocimiento social; y f- *Religioso (Unidad, trascendencia)*. Estas personas gobernadas por motivos religiosos orientan su comportamiento en función de sus creencias espirituales y éticas. Se identifican con una entidad sobrenatural y superior a través de la cual vivencia el valor de unidad y trascendencia.

Este cuestionario de valores consta de 30 ítems en su primera parte y de 15 en la segunda. La primera parte está compuesta por preguntas dicotómicas, por ejemplo, el

ítem “¿Cuál de estos libros escogería?” incluye las opciones de respuesta: “Historia de la religión” o “Historia del desarrollo industrial”. La segunda parte contiene planteamientos con cuatro opciones de respuesta que se deben ordenar en función del grado de preferencia relativo. Así, en el ítem “¿Qué tema preferiría tratar en una reunión con amigos íntimos?” la tarea propuesta es ordenar jerárquicamente las opciones: “El significado de la vida”, “Las últimas novedades científicas”, “La literatura” y “El socialismo”. Durante casi 50 años el *test* de Allport fue uno de los cuestionarios más utilizados para evaluar los valores.

Posteriormente, Milton Rokeach (1968) retoma esta temática integrando a los valores en el concepto de sistema de creencias. Señaló la importancia de los mismos para la integración de las ciencias sociales y para una mejor aproximación a sus objetos de estudio. Según Rokeach, los valores están estructurados jerárquicamente constituyendo un sistema. El sistema de valores se define como un mapa cognitivo constituido por una red jerárquica de valores (Moreno y Mitre de Lorenzi, 1996).

Rokeach plantea la existencia de dos tipos de valores: 1- *instrumentales*, los cuales se relacionan con modos de conducta (por ejemplo, ser honesto, afectivo, obediente, creativo o imaginativo), y 2- *finales o terminales* referidos a estados finales de existencia (por ejemplo, belleza, dignidad, felicidad, fraternidad, igualdad, justicia, libertad, mundo en paz, placer o religión).

Rokeach (1967, 1973) construyó la prueba *Estudio sobre Valores* (Rokeach Value Survey, R.V.S.). Raquel Migone de Faletty y José Eduardo Moreno (1982) tradujeron al castellano esta prueba y la adaptaron y validaron para la Argentina. En esta prueba se presentan a los sujetos dos listas, una con 18 valores instrumentales y otra con 18 valores terminales, en donde el evaluado debe enumerar del 1 a 18 de acuerdo al grado de preferencia que otorga a los valores presentados.

Shalom Schwartz es el principal discípulo de Rokeach, pero desarrolló luego un pensamiento propio e instrumentos nuevos de evaluación. Para Ros, Schwartz y Surkiss (1999, p. 24) “los valores son concepciones de lo deseable, que guían el modo como los actores sociales (líderes, políticos, personas comunes) seleccionan acciones, evalúan personas y eventos y explican sus acciones y evaluaciones”. Schwartz (Schwartz & Bilsky, 1990, Schwartz, 2005a y 2005b) propuso una teoría de los valores

humanos que establece 10 tipos motivacionales diez tipos motivacionales de valores a saber:

1- **Hedonismo**. Constituido por valores cuya meta es la búsqueda del placer y de gratificaciones sensuales.

2- **Autorrealización**. La meta es el éxito personal alcanzado mediante el esfuerzo y la capacidad que suele estar acompañado de un reconocimiento social. (capacidad, influencia).

3- **Poder social**. La sociedad exige la división de funciones y responsabilidades surgiendo de este modo relaciones de dominación y sumisión. Para justificar esto, el poder es transformado en valor. La meta de este tipo de valores es la búsqueda de status, prestigio y control social sobre las personas y los recursos (autoridad, riqueza).

4- **Autodeterminación**. La constituyen valores cuya meta es la independencia de pensamiento, acción y opción (libertad, creatividad).

5- **Conformidad**. La meta es el control de los impulsos y del propio comportamiento de acuerdo con las normas y expectativas sociales (obediencia, buenos modales).

6- **Benevolencia**. Es la preocupación y el interés por el bienestar de las personas más cercanas afectivamente (amor, amistad).

7- **Universalismo o filantropía**. Abarca los valores tendientes a aceptar y comprender a los demás, a preocuparse por el bienestar común y el planeta en el que vivimos. (igualdad, justicia social).

8- **Tradicición**. Apunta al respeto y aceptación de los ideales y costumbres de la sociedad. (Respeto por la tradición, humildad).

9- **Seguridad**. Tiene como meta resguardar la integridad personal, así como de los grupos de pertenencia. Tiende a preservar la estabilidad de sí mismo y de la sociedad. (Orden social, seguridad nacional).

10- **Estimulación**. Comprende las metas motivacionales dirigidas a la búsqueda de excitación, de novedad y de cambio, necesarias para poder mantener un buen nivel de funcionamiento. (Una vida apasionante, una vida variada).

Estos tipos motivacionales están integrados en dos dimensiones bipolares: a- Autotrascendencia vs. Autopromoción, en esta dimensión se contraponen la búsqueda del bienestar de la humanidad y de los seres queridos con la búsqueda del éxito

personal y el poder; y b- Apertura al cambio vs Conservadurismo, en esta dimensión se contraponen la búsqueda de independencia y autonomía a la búsqueda de límites a favor de la estabilidad del grupo.

Según los resultados de las investigaciones de este autor, los tipos motivacionales postulados explican todos los valores evaluados en las diversas culturas y mantienen relaciones dinámicas entre sí.

Valores y Trabajo

El trabajo tiene un enorme significado en la vida de las personas y sus familias, ya que es la principal fuente de ingresos en la mayoría de los hogares y es una de las actividades que más organiza la vida cotidiana y contribuye a la realización personal. La vida laboral de las personas está guiada por sus valores, en especial por aquellos relativos al trabajo. Los valores relativos al trabajo se destacan del sistema personal de valores cuando una persona debe tomar decisiones en el ámbito laboral - ocupacional. Conocer estos valores permite pensar acerca del significado que el trabajo tiene para las personas y completar la pregunta acerca de las motivaciones que subyacen a las decisiones, actitudes y conductas.

El análisis de los valores relativos al trabajo constituye una herramienta útil para comprender el mundo del trabajo y elaborar políticas organizacionales y estrategias que favorezcan el bienestar de los trabajadores y de la organización. Se ha destacado la utilidad de evaluar los valores individuales y organizacionales para estimar y promover el ajuste entre los valores de los trabajadores y de la organización, así como la coherencia con el sistema individual y organizacional de valores. Es decir, el estudio de las variables individuales en el trabajo se entrecruza con el estudio de las variables organizacionales. Cuando desde la Psicología Organizacional y Ocupacional cuestionamos el compromiso entre las organizaciones y los trabajadores tenemos que atender a las variables relacionadas con el sentido mismo del trabajo y de la tarea.

Ros, Schwartz y Surkiss (1999) propusieron un modelo para el estudio de los valores laborales integrado a la teoría de los valores generales. Analizaron la literatura sobre valores relativos al trabajo y sugirieron que los valores laborales debían repetir la estructura propuesta para los valores generales. Observaron la presencia de tres de los cuatro tipos propuestos: a) Valores intrínsecos asociados a la apertura al cambio, b)

Valores extrínsecos o materiales asociados al conservadurismo, c) Valores sociales o afectivos asociados a la autotranscendencia. El tipo Autopromoción no fue encontrado en dicho estudio.

Posteriormente, estos autores desarrollaron y validaron un instrumento en el cual fueron cuatro los factores identificados: Intrínseco (se refiere a las metas obtenidas en la realización de su trabajo, en la tarea misma), Extrínseco (se refiere a las metas alcanzadas por los resultados obtenidos mediante su trabajo), Social (se refiere a las metas de relacionamiento social y de contribución al desarrollo social) y Prestigio (se refiere a las metas de obtener poder y prestigio mediante el trabajo).

Porto y Tamayo (2003, p. 146) definen los valores relativos al trabajo como *“principios o creencias acerca de las metas o recompensas deseadas, jerárquicamente organizados, que las personas buscan por medio del trabajo y que guían su comportamiento, las evaluaciones sobre sus resultados, el contexto y la elección de alternativas laborales”*. De este modo los valores relativos hacia el trabajo suponen componentes cognitivos, motivacionales y jerárquicos; cognitivos porque los valores son un conjunto de creencias acerca de lo que las personas desean, motivacionales porque expresan deseos individuales, y jerárquicos porque las personas elaboran jerarquías de valores en base a la importancia que le atribuyen a cada uno de ellos (Porto y Tamayo, 2003; Porto, Pilati, y Mendes Teixeira, 2006).

El sistema de valores remite al sentido de la vida (Frankl, 1946) y se puede definir al valor como lo que favorece la plena realización del hombre. Para Frankl el trabajo es la forma particular en la que el hombre se enlaza con la comunidad, se siente parte de ella, y adquiere un compromiso con los demás. Los valores de creación son una vía para encontrar sentido en la vida, lo que implica un acto creador en el que se realizan acciones y se ejecutan obras que dejan huellas en la personalidad del que las realiza. Mientras los valores creadores o su realización ocupan el primer plano en la misión de la vida del hombre, el campo de su realización concreta coincide generalmente con el del trabajo profesional. Pero lo significativo a tener en cuenta, es que lo realmente importante no es la profesión sino la obra. No es lo que se hace (siempre y cuando sea digno) sino que es el cómo se lo hace; de allí que es tan valiosa la actividad de un barrendero como la de un médico. Se pondrán de manifiesto en sus conductas los valores que acompañan a su quehacer. La profesión por sí misma no

hace al hombre feliz, sino el modo como se la ejerce. Para Frankl lo peculiar y único del hombre se pone de manifiesto en el obrar concreto, y así es como nosotros le damos el valor particular a nuestro trabajo con nuestro sentimiento. O sea, lo irremplazable e insustituible depende entonces del hombre mismo, de quien lo haga y de cómo lo haga, no de lo que se haga.

Escala de Valores relativos al Trabajo (EVT-Argentina)

Construcción y validación

Cabe señalar que la primera versión de la Escala de Valores hacia el Trabajo (EVT) fue desarrollada por Porto y Tamayo (2003, 2006, 2007) y tomó como base teórica el modelo de valores humanos de Shalom Schwartz (Schwartz y Bilsky, 1990; Schwartz y Tamayo, 1993).

Respecto de la Escala de Valores relativos al Trabajo, la versión en castellano resultante difiere en gran medida de la versión original en portugués, tanto de la primera versión (Porto y Tamayo, 2003) como de la versión revisada, debido a que los estudios factoriales realizados en nuestro país pusieron en evidencia la existencia de otras dimensiones en la población argentina, además fue necesario la exclusión de varios ítems por ser ítems complejos o de baja carga factorial.

La escala de Valores hacia el Trabajo – Versión Argentina (Moreno y Caramés, 2011) es una traducción, adaptación y modificación de la *Escala Revisada de Valores Relativos ao Trabalho* – EVT-R (Porto & Pilati, 2010). Esta prueba de 46 ítems originalmente y de 36 en la versión revisada en portugués, consta de 6 factores o tipos motivacionales conforme a la teoría de Schwartz (2005a, 2005b): Autodeterminación, Seguridad, Realización, Universalismo, Poder y Conformidad.

La traducción al castellano y la adaptación definitiva en nuestro país no confirmó las dimensiones del test original, por lo que se construyó a partir de los correspondientes estudios factoriales una nueva prueba (EVT-Argentina) que incluye 20 ítems de la escala original y posee 4 dimensiones.

Los factores obtenidos luego de los estudios factoriales fueron interpretados como:

1- **Realización Personal:** Hace referencia a sentir que se tienen experiencias en el trabajo que favorecen el desenvolvimiento de las competencias individuales. Son sujetos que buscan desarrollarse personalmente, ser creativos y ser autores de su vida (Ítem 4: “Demostrar que soy competente en mi labor”).

2- **Altruismo:** Hace referencia a sentirse socialmente útil y procurar el bien común incluso a costa del propio. Son personas que necesitan sentir que su trabajo mejora la vida de otros seres humanos y beneficia a la sociedad en general (Ítem 1: “Ayudar a otros”).

3- **Reconocimiento Social:** Hace referencia a sentirse reconocido por el resto de la sociedad, ser famoso o admirado por la labor. Buscan prestigio (Ítem 8: “Ser reconocido por la profesión u ocupación que tengo”).

4- **Aspiraciones Económicas:** Hace referencia a sentir independencia financiera. Son individuos que buscan mejorar sus condiciones de vida mediante el trabajo y obtener logros materiales (Ítem 5: “Obtener estabilidad económica”).

Los sujetos deben marcar el grado de acuerdo, en una escala de cuatro categorías (“Totalmente de acuerdo”, “De acuerdo”, “Un poco de acuerdo”, “Para nada de acuerdo”), que tienen respecto a los valores relativos al trabajo que se detallan en 20 afirmaciones. Así, por ejemplo, debe responder a: Me gustaría tener un trabajo que me permita “Ayudar a otros” (Altruismo); “Ganar dinero” (Aspiraciones económicas); “Realizar una labor interesante” (Realización personal) y “Ser reconocido por la profesión u ocupación que tengo” (Reconocimiento social) (Ver consigna y escala en el Anexo).

El coeficiente alfa de Cronbach para las cuatro subescalas es muy satisfactorio. Los resultados ponen en evidencia la consistencia interna del instrumento: Reconocimiento Social ($\alpha=.801$), Altruismo ($\alpha=.824$), Aspiraciones Económicas ($\alpha=.788$) y Realización Personal ($\alpha=.763$).

Investigaciones sobre Valores relativos al Trabajo

1) ***Valores hacia el trabajo y motivaciones ocupacionales en estudiantes secundarios***

El objetivo de este trabajo de J. E. Moreno y G. Caramés (2011) fue estudiar los valores hacia el trabajo, las elecciones vocacionales para seguir estudios universitarios y las motivaciones ocupacionales en adolescentes del denominado segundo cordón de la periferia de la ciudad de Buenos Aires. La muestra, no probabilística (intencional), comprendió a 333 jóvenes (113 varones y 220 mujeres) de 15 y 19 años de edad. Se administraron los siguientes instrumentos: 1- un cuestionario ad hoc sobre preferencias vocacionales, 2- el Cuestionario de Motivaciones Ocupacionales (Migone de Faletty & Moreno, 2015) y 3- la traducción y adaptación argentina (Moreno & Caramés, 2011) del Cuestionario de Valores hacia el Trabajo (Porto & Pilati, 2009).

En el cuestionario ad hoc en una de las preguntas tenían que poner los estudios u ocupaciones que preferían elegir y se los agrupó en cuatro categorías: 1- humanidades y ciencias sociales, 2- económicas, 3- biomédicas y 4- ciencias exactas y carreras técnicas.

Se realizaron análisis multivariados de varianza (MANOVA) para determinar las diferencias de medias en las escalas del CUMO y de la prueba de valores hacia el trabajo EVT, en los alumnos de las 4 submuestras antes señaladas (ver tabla 1).

En las escalas del CUMO en el análisis multivariados de varianza se obtuvo un F de Hotelling $(15, 701) = 5,14$ $p=.0001$, es decir que las diferencias entre las medias de las escalas según áreas de carrera son significativas. Analizando los F univariados se observa que tres son las escalas que determinan dichas diferencias, a saber: Altruismo ($p=.0001$), Satisfacción laboral ($p=.01$) y Éxito y prestigio ($p=.03$). En cuanto a los contrastes multivariados entre las carreras fueron significativos los siguientes: la motivación de Éxito y prestigio es mayor en los que eligen ciencias económicas que en los de humanidades y ciencias sociales ($M_{ce} = 33,36$; $M_{hycs} = 29,34$; $p=.03$); la motivación altruista es mayor en los alumnos que eligen carreras biomédicas ($M = 34,62$) que en los alumnos que eligen humanidades y ciencias sociales ($M = 29,34$; $p=.003$), ciencias económicas ($M = 23,97$; $p=.000$), y ciencias exactas y carreras técnicas ($M = 26,98$; $p=.001$); y finalmente la motivación altruista es mayor en los alumnos que eligen las carreras de humanidades y ciencias sociales que los de ciencias económicas ($M_{hycs} = 29,34$; $M_{ce} = 23,97$; $p=.004$). Es decir que las diferencias de mayor significación se encuentran en las motivaciones altruistas y es el área de las carreras biomédicas la que se distingue en mayor medida respecto de las demás.

Tabla 1. Diferencias de medias y desvíos de las motivaciones ocupacionales y de los valores relativos al trabajo según áreas de carreras y ocupaciones. Análisis multivariado de varianza (Manova).

CUMO Motivaciones ocupacionales	Humanidades y Cs Sociales		Económicas		Biomédicas		Ciencias Exactas y- carreras técnicas		F	p
	M	DE	M	DE	M	DE	M	DE		
	Futuro	35,87(2)	8,24	37,17(1)	5,92	37,20(2)	6,57	37,02(1)		
Éxito y Prestigio	29,23(4)	8,49	33,36(3)	7,26	31,22(4)	8,30	30,87(3)	9,01	2,84	0,03
Altruismo	29,34(3)	8,59	23,97(5)	8,44	34,62(3)	8,07	26,98(5)	9,01	19,98	0,000*
Dependencia	24,82(5)	9,84	25,35(4)	9,93	27,31(4)	9,81	27,09(4)	10,83	0,98	0,40
Satisfacción laboral	36,18(1)	7,22	36,30(2)	6,15	38,89(1)	4,75	35,29(2)	7,87	3,76	0,01*
EVT. Valores relativos al trabajo (5)										
Reconocimiento Social	2,75(4)	7,31	2,83(3)	6,50	3,01(4)	6,05	2,76(4)	8,09	2,04	0,10
Altruismo	2,88(3)	6,10	2,73(4)	5,73	3,05(3)	5,26	2,81(3)	6,50	4,04	0,008*
Aspiraciones Económicas	3,59(1)	4,80	3,73(1)	3,42	3,47(1)	4,89	3,56(1)	4,23	4,08	0,007*
Realización personal	3,06(2)	4,67	3,18(2)	5,05	3,23(2)	4,21	3,18(2)	5,40	1,72	0,16
n	67		66		80		31			

* $p \leq 0.01$ Entre paréntesis se presenta el rango de la media de cada escala

En las escalas de valores hacia el trabajo en el análisis multivariados de varianza se obtuvo un F de Hotelling $(12, 704) = 2,88$ $p = .001$, es decir que las diferencias entre las medias de las escalas según áreas de carrera son significativas. En los F univariados se observa que dos son las escalas que determinan dichas diferencias, a saber: Altruismo

⁵ Cabe señalar que en el período preliminar de uso de esta escala, se multiplicaba por 100 a los resultados obtenidos en cada subescala, pero en esta publicación en las tablas se ponen las medias de las dimensiones de acuerdo a la versión definitiva. Es una aclaración para quienes consulten los trabajos previos; se pueden comparar los resultados publicados con anterioridad dado que solo se modifica la posición de la coma, cambian los valores relativos pero no los absolutos de los puntajes de las subescalas.

($p=.008$) y Aspiraciones económicas ($p=.007$). En cuanto a los contrastes multivariados entre las carreras fueron significativos los siguientes: el valor altruismo o benevolencia es mayor en los que eligen carreras biomédicas que en los de ciencias económicas ($M_{bio}= 3,05$; $M_{ce}= 2,73$; $p=.01$); por el contrario, las aspiraciones económicas son mayores en los alumnos que eligen las carreras de ciencias económicas que los de biomédicas ($M_{ce}= 3,73$; $M_{bio}= 3,47$ $p=.008$). Nuevamente los que eligen las carreras biomédicas y de ciencias económicas son los que tienen perfiles de valores diferentes.

En la muestra total de estudiantes secundarios, en cuanto a las dimensiones de la Escala de Valores relativos al Trabajo (EVT- Argentina), los sujetos las jerarquizaron según el siguiente orden de rango: 1º Aspiraciones económicas, 2º Realización personal, 3º Altruismo o benevolencia y 5º Reconocimiento Social.

Tabla 2. Medias y desvíos de las dimensiones de la Escala de Valores relativos al Trabajo de la muestra total de estudiantes secundarios

Escala de valores relativos al trabajo		Media	DE
1-	Aspiraciones Económicas	3,58	0,42
2-	Realización personal	3,14	0,47
3-	Altruismo o benevolencia	2,90	0,59
4-	Reconocimiento Social	2,89	0,66
			N= 333

Conclusiones

Los resultados muestran que el 23,7% de los alumnos prefiere estudiar carreras del área biomédica, el 20,4% de humanidades y ciencias sociales y el 20,1% de ciencias económicas. Solamente un 10,2% prefiere ingeniería o profesiones técnicas.

La satisfacción laboral (CUMO) es la principal motivación en la elección de una carrera u ocupación. La aspiración económica (EVT) es el principal valor a tener en cuenta en un trabajo y en segundo lugar la posibilidad que brinda la profesión u ocupación para la realización personal. El altruismo está más jerarquizado por quienes seleccionaron el área biomédica. Es de tener en cuenta el alto porcentaje que desea proseguir estudios, aunque muchos de ellos no están en condiciones económicas de

afrontarlos, además es alto el porcentaje de quienes prefieren cursar carreras tradicionales y no de carácter técnico.

Los resultados de este estudio nos plantean importantes cuestiones acerca de la orientación vocacional y ocupacional en la población del conurbano bonaerense. Es de tener en cuenta el alto porcentaje de alumnos, casi la totalidad, que desean proseguir estudios universitarios o eligen ocupaciones que requieren de algún tipo de formación o estudios previos. Este dato contrasta con la realidad de este distrito en que muchos de estos alumnos, probablemente, no puedan proseguir sus estudios por no estar en condiciones económicas para afrontar a los mismos aunque sean gratuitos. Respecto a las opciones de carreras a elegir, se observa un perfil de elección bastante tradicional y poco relacionado con actividades productivas y con lo tecnológico, como se podría suponer en un sector de bajos recursos económicos y que dado a su pertenencia a la zona de cordón industrial tiene una oferta laboral mayor en estos rubros.

Llama la atención los porcentajes de 12,6% en ciencias sociales, 7,8% en humanidades y 3,6% en actividades artísticas, que totalizan un 24% (Humanidades y Ciencias Sociales) de la muestra; es decir 1 de cada 4 alumnos eligen carreras de difícil inserción laboral, aún más para jóvenes de bajos recursos económicos y que provienen en su mayoría de hogares de bajo nivel educativo y cultural.

Por todo lo antes señalado, podría suponerse que los alumnos de esta investigación no consideran de un modo realista la demanda laboral de las profesiones y ocupaciones. Pero, por otra parte, existe una clara preocupación por un trabajo que les brinde estabilidad y satisfacción económica. Así, contradictoriamente con sus aspiraciones de estudio aparentemente basadas más en aspectos y preferencias personales que en el contexto social y laboral, se observa en los resultados de la escala de valores hacia el trabajo que las aspiraciones económicas ocupan el primer lugar para la elección de un puesto de trabajo. Es interesante observar en este nivel social diferencias entre motivaciones para elegir una carrera u ocupación y valores relativos al trabajo a los que se adhiere como ideal.

II) Valores hacia el trabajo en médicos aspirantes a ingresar a residencias médicas

Moreno y Marcaccio (2021) realizaron un estudio que tenía como objetivo evaluar los valores hacia el trabajo en postulantes a residencias médicas, como también comparar estos valores en las especialidades con mayor número de postulantes (cirugía, clínica y psiquiatría).

La mayoría de los estudiantes de medicina no tienen definida la especialidad que van a hacer cuando entran en la facultad y a lo largo de la carrera van variando sus preferencias, tomando una decisión por una especialidad generalmente después de cursar asignaturas y realizar rotaciones en las diversas especialidades. En Argentina, como en la mayoría de los países del mundo, las residencias constituyen el dispositivo de formación y especialización más importante para médicos de graduación reciente.

Se administró individualmente la Escala de Valores relativos al Trabajo a las personas que estaban participando del concurso de residencias médicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina), mientras aguardaban que se realizara el acto de adjudicación. Participaron aquellos que aceptaron responderla voluntariamente y fue de carácter anónimo.

La muestra resultante comprendió a 217 postulantes a residencias médicas, 145 mujeres (66,82%) y 72 varones (33,18%).

En la muestra total (ver tabla 3) los valores hacia el trabajo se jerarquizaron del siguiente modo: 1°- Altruismo (M= 3,43), 2°- Realización personal (M= 3,38), 3°- Aspiraciones económicas (M= 3,37) y 4°- Reconocimiento social (M= 2,66).

En la muestra de mujeres los valores hacia el trabajo se jerarquizaron del siguiente modo: 1°- Altruismo (M= 3,46), 2°- Realización personal (M= 3,40), 3°- Aspiraciones económicas (M= 3,39) y 4°- Reconocimiento social (M= 2,66).

Tabla 3. Medias y desvíos en las dimensiones de la Escala de Valores relativos al Trabajo de los aspirantes a residencias médicas según sexo y muestra total. Manova según sexo.

EVT – Argentina Dimensiones	Total		Mujeres		Varones		F	p=
	M	DS	M	DS	M	DS		
1. Altruismo	3,43	0,47	3,46	0,47	3,36	0,47	2,39	0,12
2. Realización personal	3,38	0,48	3,40	0,48	3,31	0,49	1,52	0,22
3. Aspiraciones económicas	3,37	0,48	3,39	0,47	3,32	0,49	1,14	0,28
4. Reconocimiento Social	2,66	0,72	2,66	0,75	2,66	0,66	0,01	0,98
N	217		145		72			

En la muestra varones los valores hacia el trabajo se jerarquizaron del siguiente modo: 1°- Altruismo (M= 3,36), 2°- Aspiraciones económicas (M= 3,32), 3°- Realización personal (M= 3,31) y 4°- Reconocimiento social (M= 2,66).

Si bien desde el punto de vista del rango de los valores se observa que las mujeres jerarquizan en mayor medida, en segundo lugar, a la dimensión Realización personal, a la cual los varones la jerarquizan en tercer lugar, cabe señalar que esta diferencia de rangos según sexo desde el punto de vista de las diferencias de medias no es estadísticamente significativa. Así, en el análisis multivariado de varianza según sexo de las dimensiones del EVT-Arg en los postulantes se obtuvo un F de Hotelling (4, 212) = 0,76 p= .55, es decir que las diferencias de medias no son significativas.

En la tabla 4 se pueden observar las medias y desvíos de las dimensiones de la EVT-Arg de las tres especialidades médicas en que consiguió submuestras de 25 o más postulantes. Cabe señalar que la submuestra denominada clínica comprende medicina general y familiar, y la submuestra de cirugía abarca cirugía infantil y general.

Tabla 4. Medias y desvíos de los aspirantes a residencias médicas según especialidad.

EVT – Argentina Dimensiones	Clínica		Cirugía		Psiquiatría	
	M	DS	M	DS	M	DS
Altruismo	3,54 (1)	0,44	3,43 (2)	0,50	3,51 (2)	0,48
Realización personal	3,34 (2)	0,47	3,42 (3)	0,48	3,54 (1)	0,51
Aspiraciones económicas	3,23 (3)	0,51	3,46 (1)	0,48	3,49 (3)	0,49
Reconocimiento Social	2,40 (4)	0,82	2,84 (4)	0,61	2,75 (4)	0,74
N	53		34		25	

Entre paréntesis figura el rango de cada valor según especialidad

Se realizaron estudios multivariados de varianza en los que se obtuvieron diferencias significativas entre la submuestra de clínica y la de cirugía ($F = 4,01$ $p = .01$). Analizando los F univariados se observa que esas diferencias significativas se deben a las diferencias de medias en las dimensiones de Reconocimiento social ($F = 6,98$ $p = .01$; $M_{clínica} = 2,40$ y $M_{cirugía} = 2,84$) y de Aspiraciones Económicas ($F = 4,42$ $p = .03$; $M_{clínica} = 3,23$ y $M_{cirugía} = 3,46$). Es decir que los postulantes de cirugía jerarquizan en mayor medida que los de clínica al ser reconocidos socialmente y además poseen más aspiraciones económicas.

También se obtuvieron diferencias significativas entre la submuestra clínica y la de psiquiatría ($F = 2.38$ $p = .05$), la diferencia significativa entre ambas submuestras se debe a la diferencia de medias en la dimensión Aspiraciones Económicas ($F = 4,43$ $p = .03$; $M_{clínica} = 3,23$ y $M_{psiquiatría} = 3,48$).

Si nos centramos en los rangos de cada valor según especialidad, se observa que el valor más jerarquizado es Altruismo para clínica, Aspiraciones económicas para cirugía y Realización personal para psiquiatría. En segundo lugar Realización personal para clínica, y Altruismo para cirugía y para psiquiatría. El tercer lugar Aspiraciones económicas para clínica y psiquiatría, y Realización personal para cirugía. En cuarto lugar Reconocimiento Social para las tres especialidades.

Si bien el Reconocimiento social figura como cuarto valor para las tres especialidades médicas comparadas, cabe señalar que este reconocimiento está

garantizado por la formación de grado. Ya habiendo obtenido el título los graduados como médicos gozan de mayor prestigio que los de muchas otras carreras y la elección de especialidad parecería no tener una valoración especial.

El hecho que la dimensión altruismo haya tenido una alta valoración es esperable en todas las profesiones de ciencias de la salud.

III) Valores hacia el trabajo. Perfiles profesionales: contabilidad y administración, marketing y ventas, y recepción

Este estudio de Moreno y Marcaccio (2014) se basa en una muestra no probabilística que incluyó a 425 sujetos (40% varones y 60% mujeres) que se encontraban buscando un cambio de empleo o un nuevo empleo, 243 de ellos aplicaron para trabajar en el área contable, 115 de ellos en marketing y 67 (en su totalidad mujeres) en el área de recepción. El 39,3% de ellos poseía estudios terciarios o universitarios completos, el 44,4% poseía estudios terciarios o universitarios incompletos, el 15,8% estudios secundarios completos y secundarios incompletos 0,5%.

Se evaluaron, en primer lugar, los perfiles de los postulantes a cargos de ventas y comercialización y de los postulantes a empleos contables. Esta comparación se realizó con el total de las submuestras dado que en ambas la proporción hombres-mujeres era semejante y cercana al 50% para cada categoría. Marketing 58 varones y 57 mujeres; Contabilidad 112 varones y 131 mujeres.

Se realizó un análisis multivariado de varianza (MANOVA) para determinar las diferencias de medias en las dimensiones de la prueba de valores hacia el trabajo (EVT-Arg), entre los sujetos de las submuestras de Marketing y Contabilidad (ver tabla 5). En el análisis multivariado de varianza se obtuvo un F de Hotelling $(4, 351) = 4,53 p \leq .001$, es decir que las diferencias entre las medias de los valores hacia el trabajo según estas ocupaciones son significativas. Analizando los F univariados se observa que solamente el valor Realización personal explica dichas diferencias ($p = .002$), siendo más jerarquizado por los sujetos de marketing. No se observan diferencias según sexo ($F = 1.42 p = .22$) ni interacción sexo – ocupación entre ambas submuestras ($F = 0.27 p = .89$).

Tabla 5. Escala de Valores Relativos al Trabajo. Análisis Multivariado de Varianza (MANOVA), diferencias de medias y desvíos típicos de los valores según perfil profesional.

Valores relativos al trabajo	Marketing (n=115)		Contabilidad (n=243)		F	p
	Media	Desvío	Media	Desvío		
Realización personal	3,62 (1)	0,39	3,48 (2)	0,36	9,68	0,002*
Aspiraciones económicas	3,59 (2)	0,45	3,56 (1)	0,40	0,39	0,53
Altruismo	3,20 (3)	0,56	3,27 (3)	0,51	1,49	0,22
Reconocimiento Social	2,90 (4)	0,54	2,88 (4)	0,52	0,09	0,75

* $p \leq .01$ Entre paréntesis figura el rango de las medias para cada una de las muestras.

En segundo lugar (ver tabla 6) evaluamos los perfiles de los postulantes a cargos de ventas y comercialización, de empleos contables y de recepcionistas en submuestras de mujeres, dado que para el cargo de recepcionista la totalidad de las postulantes eran mujeres. Recepcionistas (n=67), Contabilidad (n=131), Marketing (n=57).

Se realizó un análisis multivariado de varianza (MANOVA) para determinar las diferencias de medias en las dimensiones de la prueba de valores hacia el trabajo (EVT), entre los sujetos de las submuestras de Marketing, Recepcionistas y Contabilidad (ver tabla 2). En el análisis multivariado de varianza se obtuvo un F de Hotelling $(8, 496) = 2,46$ $p \leq .01$, es decir que las diferencias entre las medias de los valores hacia el trabajo según estas ocupaciones son significativas.

Analizando los F univariados se observa que solamente el valor Realización Personal explica dichas diferencias ($p \leq .01$), siendo más jerarquizado por los sujetos de marketing y en menor medida por las recepcionistas. En los contrastes multivariados del valor Realización Personal son significativas las diferencias entre Marketing y

Contabilidad y entre Marketing y Recepcionista. En ambos casos Marketing obtuvo mayores promedios.

TABLA 6. Escala de Valores Relativos al Trabajo. Análisis Multivariado de Varianza (MANOVA), diferencias de medias y desvíos típicos de los valores según perfil profesional en muestra de mujeres.

EVT – Argentina Dimensiones	Marketing (n=57)		Contabilidad (n=131)		Recepcionista (n=67)		F	p
	Media	Desvío	Media	Desvío	Media	Desvío		
Reconocimiento Social	2,93 (4)	0,52	2,88 (4)	0,52	2,89 (4)	0,51	0,15	0,85
Altruismo	3,17 (3)	0,52	3,25 (3)	0,56	3,39 (3)	0,49	2,67	0,07
Aspiraciones económicas	3,65 (1)	0,37	3,57 (1)	0,39	3,56 (1)	0,40	0,94	0,39
Realización personal	3,62 (2)	0,32	3,46 (2)	0,39	3,44 (2)	0,41	4,23	0,01*

* $p \leq 0.01$ Entre paréntesis figura el rango de las medias para cada una de las muestras.

El trabajo en marketing se divide en dos grandes áreas: aquellas que implican un elevado nivel de análisis, como la realización de investigaciones de mercado, la realización y lectura de métricas, o la evaluación de presupuestos; y aquellas que favorecen el diseño creativo como el trabajo en desarrollo de producto, comunicación y medios. Las primeras tareas se encuentran directamente relacionadas con la toma de decisiones comerciales y las segundas con un trabajo en el que resalta el aporte personal y las ideas del sujeto. Es decir, existen reconocimientos personales sobre el desempeño. Para cumplir con cualquiera de estas tareas las personas con perfil profesional de marketing y ventas deben estar atentas a la interacción con consumidores, a empresas de la competencia y a los diferentes departamentos de la compañía. De este modo las tareas en marketing y ventas favorecen el desenvolvimiento de las competencias individuales. Es esperable que aquellos con

perfil profesional de marketing y ventas valoran más la Realización Personal en el trabajo que aquellos que deben realizar tareas en gran medida rutinarias o tareas en las que no se suele premiar el desempeño.

En el orden de rangos las personas con perfil profesional de administración y contabilidad valoran más las Aspiraciones Económicas. Un valor que se encontró en segundo orden en el perfil profesional de marketing y ventas.

Habiéndose realizado un estudio que incorporaba un perfil profesional diferente, el de recepcionista, en una muestra compuesta por mujeres se confirma que las personas con perfil profesional de marketing y ventas valoran la Realización Personal en el trabajo más que otros perfiles profesionales.

Si bien no es significativo se observa una tendencia en el perfil profesional de recepcionistas y atención al cliente a valorar en mayor medida el Altruismo particularmente respecto del perfil profesional de marketing y ventas. Estas observaciones se ajustan un poco a los perfiles esperados y a estudios previos. En un estudio realizado utilizando la escala de valores interpersonales de Gordon las recepcionistas valorizaron en mayor medida tener un buen vínculo con el otro en el desempeño de su tarea y tendieron a adecuarse en mayor medida a las normas sociales. En el mencionado trabajo los profesionales de marketing valoraron más el Liderazgo, es decir, se orientaron a alcanzar puestos de mando con autoridad sobre las otras personas (Marcaccio y Moreno, 2013).

Respecto a que no se encontraron en nuestro estudio diferencias significativas según sexo en las submuestras de contabilidad y marketing es interesante tener en cuenta estudios longitudinales sobre perfiles de valores en estudiantes de escuela de negocios (Kumar, Nonis & Thibodeaux, 1997). Es posible que la población en general asocie un grupo de valores con el género femenino pero que las mujeres del área de contabilidad y marketing ya no los prioricen.

Resumiendo, los principales resultados fueron: 1) Existen diferencias en el valor Realización Personal entre los perfiles profesionales de Marketing y Contabilidad; 2) Las personas con perfil profesional de Marketing valoran más la Realización Personal que las personas con perfil profesional de Contabilidad y Recepción; 3) Sólo se encontraron diferencias en Realización Personal, una de las cuatro subescalas que componen la Escala Argentina de Valores Relativos al Trabajo. En las subescalas

Reconocimiento Social, Altruismo y Aspiraciones Económicas no se observaron diferencias.

IV) Un estudio sobre Valores y Motivaciones hacia el Trabajo en bomberos voluntarios y remunerados

Florencia Rocío Piedimonte y Pablo Domingo Depaula (2018) realizaron una investigación que comprende las variables psicológicas de Motivación y Valores relativos al Trabajo en Bomberos Voluntarios y Bomberos Remunerados de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina). La problemática que aborda surge de la reflexión acerca de la importancia que tiene la función y el rol de los bomberos en la sociedad, como también de la complejidad psicosocial que se entrama al riesgo e incertidumbre ligados a la ocurrencia de accidentes, desastres o catástrofes y a los niveles de vulnerabilidad social de las comunidades potencialmente afectadas (Natenzon & González, 2010), lo cual legitima el analizar los valores y motivaciones “bomberiles” conforme a sus condiciones laborales.

El objetivo de este estudio es relacionar los tipos de motivación y valores humanos dirigidos al trabajo en bomberos voluntarios y remunerados de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina). Los autores se plantearon las siguientes hipótesis:

- H1: Los bomberos remunerados poseen una mayor aspiración económica que los bomberos voluntarios.
- H2: Existe una relación positiva entre la motivación y los valores relativos al trabajo.

Estos autores utilizaron la Escala de Valores relativos al Trabajo – Argentina (Moreno y Marcaccio, 2012) y la Escala de Motivación en el Trabajo (R- MAWS) originalmente construida por Gagné, Forest, Gilbert, Aubé, Morin y Malorni (2010) y adaptada luego al idioma español por Gagné et al. (2012). Es un instrumento de medida multidimensional diseñado para evaluar, no sólo la intensidad de la motivación al realizar una actividad, sino también, permite observar cómo las personas se motivan. La estructura factorial de ésta escala presentó un modelo de cuatro

dimensiones inicialmente (regulación externa, introyectada, identificada y motivación intrínseca), pero su validación en 10 idiomas incluyó la dimensión de desmotivación, presentándose, por tanto, un modelo de cinco dimensiones. En este estudio se utilizó la versión peruana validada por Karla Gisella Gastañaduy (2013), la cual contiene 19 ítems y cuenta con un formato de respuestas tipo Likert que va del 1 (“Totalmente en desacuerdo”) al 7 (“Totalmente de acuerdo”). Las evidencias de validez y confiabilidad del instrumento fueron determinadas por Gastañaduy en el 2013 en una muestra de 188 bomberos en dos grupos, el primer grupo realizaba sus labores de manera voluntaria y el segundo grupo recibía una remuneración económica. Los 19 ítems de esta versión adaptada y validada al idioma español se obtuvieron realizando un Análisis Factorial Confirmatorio (AFC), del que resultaron cinco factores: Motivación Intrínseca (3 ítems), Regulación Externa (6 ítems), Regulación Identificada (3 ítems), Regulación Introyectada (4 ítems) y Desmotivación (3 ítems). Ejemplo de ítems de estas dimensiones:

Desmotivación (Me esfuerzo poco, porque no creo que valga la pena esforzarse para realizar un trabajo.)

Regulación Externa (Para obtener la aprobación de otras personas, por ejemplo: mis compañeros, los directores, mi familia).

Regulación Introyectada (Porque tengo que probarme a mí mismo que yo puedo hacerlo.)

Regulación Identificada (Porque el poner esfuerzo en este trabajo tiene un significado personal para mí)

Motivación Intrínseca (Porque me divierto haciendo un trabajo.)

Dicha validación analizó también la correlación ítem-test de todos los reactivos de la escala y obtuvo un puntaje superior a .60, es decir que es adecuado. Se determinó la confiabilidad de las dimensiones del instrumento mediante el alfa de Cronbach, obteniendo como resultado los siguientes coeficientes: .62 para desmotivación, .78 para regulación externa, .56 para regulación introyectada, .61 para regulación identificada y .76 para motivación intrínseca.

Para verificar las hipótesis se utilizó la prueba U de Mann-Whitney para comparar las dos muestras con características diferentes en relación al ejercicio de su rol bomberil (Remunerados vs. Voluntarios).

El análisis comparativo de ambos grupos de bomberos arrojó diferencias significativas entre la condición de realizar la actividad voluntariamente o recibiendo una paga monetaria. Los Bomberos Remunerados presentaron puntuaciones más elevadas en relación a valores basados en Aspiraciones Económicas ($U = 1431.500$; $p = .001$; $r = .279$). Tal hallazgo indica la presencia de un mayor interés asociado al logro de independencia financiera mediante la actividad laboral que aporte mejoras a las condiciones de la vida personal. Lo cual confirmó la hipótesis 1 que se plantearon.

Asimismo, los Bomberos Remunerados evidenciaron puntuaciones más elevadas en la dimensión de Desmotivación ($U = 1823.500$; $p = .041$; $r = .18$). Dicho resultado indica relativamente la ausencia de significado o incentivo motivacional al momento de realizar una labor, quedando el desarrollo de su actividad sostenida por la paga recibida a cambio. Lo cual confirma la hipótesis 2 que se plantearon.

Los autores señalan que es recomendable la realización de estudios vinculantes que continúen analizando la Motivación y los Valores Relativos al Trabajo en diferentes grupos de voluntarios y personal remunerado.

Además en este estudio se evaluaron las correlaciones entre Motivación en el Trabajo y Valores relativos al Trabajo en bomberos. Se calcularon los coeficientes de correlación de Spearman, arrojando los siguientes resultados significativos:

- 1- existe una asociación positiva y significativa entre la *Regulación Externa* y el valor *Reconocimiento Social* ($r = .287$; $p = .001$), es decir que un comportamiento es en mayor medida ejecutado por el motivo de obtener una recompensa externa de tipo social, tal como la búsqueda del reconocimiento por parte de la sociedad o bien la búsqueda de prestigio profesional.
- 2- la *Desmotivación* se correlacionó con el valor *Reconocimiento Social* ($r = .264$; $p = .002$), evidenciando que las personas que carecen de motivación por su trabajo bomberil tienden a buscar también el reconocimiento de sus pares a los fines de poder realizar las tareas que le demanda dicho rol, refugiándose en el sentimiento de que su labor resulta debidamente valorada por la sociedad a la que presta su servicios cotidianamente.
- 3- la *Regulación Identificada* se asoció con los valores *Altruismo* ($r = .379$; $p = .000$) y *Realización Personal* ($r = .433$; $p = .000$), evidenciando que los bomberos motivados extrínsecamente atribuyen de modo autónomo y deliberado significados a sus

acciones basándose en el logro personal, la propia autodeterminación o autopercepción de competencia y, sobre todo, de «utilidad social» (i.e., Altruismo), siendo su labor acorde a sus expectativas de bienestar personal, pero a la vez procurando mejorar la vida de sus pares sociales. En suma, un alto nivel de motivación extrínseca dada en términos de regulación identificada se asociaría a una marcada necesidad de sentir que la labor bomberil satisface el bien común por encima de los intereses o aspiraciones personales económicas y del reconocimiento o la admiración social.

4- la *Motivación Intrínseca* se asoció con los valores *Altruismo* ($r = .369$; $p = .000$), *Realización Personal* ($r = .466$; $p = .000$) y con *Aspiración Económica* ($r = .175$; $p = .046$), lo que indica comportamientos motivados por el placer inherente a la ejecución de la tarea en sí misma y a la búsqueda de autonomía mediante el desarrollo de competencias individuales y la búsqueda de independencia económica.

No se obtuvieron correlaciones significativas con la variable de motivación *Regulación Introyectada*.

Referencias bibliográficas

Allport, Floyd Henri, & Allport, Gordon Willard (1921). Personality traits: Their classification and measurement. *Journal of Abnormal Psychology and Social Psychology*, 16, pp. 6–40.

Allport, Gordon Willard (1937). *Personality: A psychological interpretation*. New York: Holt.

Allport, Gordon Willard, & Vernon, Philip Ewart (1931). *A study of Values*. Boston, MA: Houghton Mifflin.

Allport, Gordon Willard, Vernon, Philip Ewart, & Lindzey, Gardner (1970). *A study of Values* (Revised 3rd ed.). Chicago: Riverside Publishing.

Frankl, Viktor Emil (1946). *El hombre en busca de sentido*. Barcelona: Editorial Herder.

- Gagné, M., Forest, J., Gilbert, M. H., Aubé, C., Morin, E., & Malorni, A. (2010). The motivation at work scale: Validation evidence in two languages. *Educational and psychological measurement, 70*(4), 628-646.
- Gagné, M., Forest, J., Vansteenkiste, M., Crevier-Braud, L., Van den Broeck, A., Aspel, A. K., & Westbye, C. (2014). The multidimensional work motivation scale: Validation evidence in seven languages and nine countries. *European Journal of Work and Organizational Psychology, 24*(2), 178-196. doi: 10.1080/1359432X.2013.877892
- Gastañaduy, K. (2013). *Motivación Intrínseca, Extrínseca y Bienestar Psicológico en Trabajadores Remunerados y Voluntarios*. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú).
- Migone de Faletty, Raquel y Moreno, José Eduardo (1982). *Estudio de Valores. Traducción y adaptación. Informe técnico*. Buenos Aires: Dirección de Orientación Vocacional de la UBA.
- Moreno, José Eduardo y Caramés, G. A. M. (2011). Valores hacia el trabajo y motivaciones ocupacionales en estudiantes secundarios del segundo cordón bonaerense. En M. C. Richaud de Minzi y V. Lemos (Comps.), *Psicología y otras ciencias del comportamiento. Compendio de investigaciones actuales*. Tomo I. (pp. 157-172). Libertador San Martín: Universidad Adventista del Plata y Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas.
- Moreno, José Eduardo y Marcaccio, Antonela (2012). Escala de valores relativos al trabajo. Propiedades psicométricas de una versión en castellano revisada. *Praxis. Revista de Psicología de la Universidad Diego Portales, 14*(22), 65-78.
- Moreno, José Eduardo y Marcaccio, Antonela (2014). Perfiles profesionales y valores relativos al trabajo. *Ciencias Psicológicas, 8*(2), 129-138.
- Moreno, José Eduardo y Marcaccio, Antonela (2015). Escala Argentina de Valores Relativos hacia el Trabajo. En José Eduardo Moreno y Raquel Migone de Faletty (Comps.). *Claves para la evaluación y orientación vocacional* (pp. 281-287). Buenos Aires: Lugar Editorial.

- Moreno, José Eduardo y Migone de Faletty, Raquel (Comps.) (2015). *Claves para la evaluación y orientación vocacional*. Buenos Aires: Lugar Editorial.
- Moreno, José Eduardo y Mitrece de Ialorenzi, Myriam S. (1996). *Los valores. Una aproximación desde la psicología*. Buenos Aires: Ediciones de la Universidad Católica Argentina, EDUCA.
- Moreno, José Eduardo y Marcaccio, Antonela (2021). Valores hacia el trabajo. Un estudio en postulantes a residencias médicas. *Revista de Educación y Desarrollo*, 56, 31-37. Recuperado de: https://www.cucs.udg.mx/revistas/edu_desarrollo/anterioresdetalle.php?n=56
- Natenzon, C. E. y González, S. G. (2010). Riesgo, vulnerabilidad social y construcción de indicadores. Aplicaciones para Argentina. En M. Arroyo y P. Zusman (Eds.), *Argentina e Brasil: posibilidades e obstáculos no processo de integração territorial* [Argentina y Brasil: posibilidades y obstáculos en el proceso de integración territorial], (pp. 195-217). São Paulo: Humanitas.
- Piedimonte, Florencia Rocío y Depaula, Pablo Domingo (2018). Motivación y valores relativos al trabajo en bomberos voluntarios y remunerados argentinos. *LIBERABIT. Revista Peruana de Psicología*, 24(2), 277-294.
- Porto, J. B. & Pilati, R. (2010). Escala Revisada de Valores Relativos ao Trabalho: EVT-R. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 23(1), 73-82.
- Porto, J. B. & Tamayo, A. (2006). Influencia dos Valores Laborais do Pais sobre os Valores Laborais dos Filho. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 19(1), 151-158.
- Porto, J. B. & Tamayo, A. (2007). Estrutura dos valores pessoais: a relação entre valores gerais e laborais. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 23(1), 63-70.
- Porto, J. B., & Tamayo, A. (2003). Escala de valores do trabalho: EVT. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 19(2), 145-152.
- Porto, J. B., Pilati, R. & Mendes Taixeira, M. L. (2006). Análise Fatorial Confirmatória da Escala de Valores Relativos ao Trabalho. 30º Encontro da Anpad. 23 a 27 de setembro de 2006- Salvador/ BA – Brasil.

- Rokeach, Milton (1967). *Value Survey*. Sunnyvale, California: Halgren Tests.
- Rokeach, Milton (1968). *Beliefs, attitudes, and values: A theory of organization and change*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Rokeach, Milton (1973). *The nature of Human Values*. New York: The Free Press.
- Ros, M., Schwartz, S. H., & Surkiss, S. (1999). Basic individual values, work values, and the meaning of work. *Applied psychology, 48*(1), 49-71.
- Schwartz, S. H. (2005a). Robustness and fruitfulness of a theory of universals in individual values. *Valores e trabalho, 56-85*.
- Schwartz, S. H. (2005b). Validade e aplicabilidade da teoria de valores. In A. Tamayo & J. B. Porto (Eds.), *Valores e comportamento nas organizações* (pp. 56-95). Petrópolis, RJ: Vozes.
- Schwartz, S. H., & Tamayo, A. (1993). Estrutura motivacional dos valores. *Psicologia: Teoria e Pesquisa, 9*(1), 78-92. 1993.
- 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*, 878-891.
- Spranger, Eduard (1921). *Lebensformen. Geisteswissenschaftliche Psychologie und Ethik der Persönlichkeit*; Halle [1966, *Formas de vida. Psicología y ética de la personalidad*. Madrid: Revista de Occidente].

ANEXO

Escala de Valores relativos al Trabajo – Argentina (EVT-Argentina)

Marcar el casillero que corresponda según el grado de acuerdo que usted tenga con cada uno de los valores hacia el trabajo que a continuación se detallan:

ITEMS. Me gusta tener un trabajo que me permita:	Para nada de acuerdo 1	Algo de acuerdo 2	De acuerdo 3	Totalmente de acuerdo 4
1. Ayudar a otros.				
2. Colaborar en el desarrollo de la sociedad.				
3. Proponer nuevas ideas en el mismo.				
4. Demostrar que soy competente en mi labor.				
5. Obtener estabilidad económica.				
6. Ganar dinero.				
7. Ser admirado por mi labor.				
8. Ser reconocido por la profesión u ocupación que tengo.				
9. Combatir las injusticias sociales.				
10. Mantenerme económicamente.				
11. Realizar una actividad innovadora (que uno pueda hacer cosas nuevas, mejorar lo que uno hace).				
12. Ser económicamente independiente.				
13. Ser útil a la sociedad.				
14. Comprometerme socialmente, ayudar a los demás.				
15. Expresar mis conocimientos.				
16. Ser original, proponer ideas propias.				
17. Alcanzar fama.				
18. Tener mejores condiciones de vida.				
19. Tener prestigio.				
20. Ser reconocido socialmente por mi profesión u ocupación.				

Dimensiones de la Escala de Valores relativos al Trabajo - Arg:

RS - **Reconocimiento Social** = Media (ítem7, ítem8, ítem17, ítem19, ítem20).

ALT - **Altruismo** = Media (ítem1, ítem2, ítem9, ítem13, ítem14).

AE - **Aspiraciones Económicas** = Media (ítem5, ítem6, ítem10, ítem12, ítem18).

RP - **Realización Personal** = Media (ítem3, ítem4, ítem11, ítem15, ítem16).

A la suma de los ítems de cada subescala o dimensión se la divide por 5 (cantidad de ítems de cada dimensión).

Cabe señalar que en los períodos preliminares del uso de esta escala se multiplicaba por 100 a los resultados obtenidos en cada subescala. Es una aclaración para quienes consulten trabajos previos, de cualquier manera se pueden comparar los resultados publicados dado que solo se modifica la posición de la coma, cambian los valores relativos pero no los absolutos de los puntajes de las subescalas.

Escala de Motivación en el Trabajo (R-MAWS, Gagné, Forest, Gilbert, Aube, Morin & Malorni, 2010). Traducción en español, versión peruana (Karla Gisella Gastañaduy Fiestas, 2013).

Instrucciones: Los enunciados de la siguiente escala se orientan a conocer las razones por las que usted se desempeña en su trabajo (o voluntariado). Indique en qué medida cada enunciado corresponde actualmente a una de las razones por las que usted está haciendo su trabajo.

Coloque una equis (X) sobre la letra de su elección, y trate de contestar de acuerdo con el enunciado que mejor lo describa. No existe respuesta correcta o incorrecta.

- A- Totalmente de acuerdo
- B- De acuerdo
- C- Levemente de acuerdo
- D- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- E- Levemente en desacuerdo
- F- En desacuerdo
- G- Totalmente en desacuerdo

¿Por qué pones o pondrías mucho esfuerzo en tu trabajo							
1. Porque tengo que probarme a mí mismo que yo puedo hacerlo.							
2. Me esfuerzo poco, porque no creo que valga la pena esforzarse para realizar un trabajo.							
3. Para obtener la aprobación de otras personas (por ejemplo, mis compañeros, los directores, mi familia).							
4. Porque el poner esfuerzo en el trabajo va con mis valores personales.							
5. Porque me hace sentir orgulloso de mí mismo.							
6. Porque me divierto haciendo un trabajo.							
7. Porque si no me sentiría mal respecto a mí mismo.							
8. Porque otras personas me van a ofrecer más seguridad sólo si pongo el suficiente esfuerzo al hacer un trabajo.							
9. Para evitar que otras personas me critiquen (por ejemplo, mis compañeros, los directores, mi familia).							
10. Porque otras personas me van a respetar más (por ejemplo, mis compañeros, los directores, mi familia).							

¿Por qué pones o pondrías mucho esfuerzo en tu trabajo							
11. Porque yo personalmente considero que es importante poner esfuerzo en este trabajo.							
12. Porque el trabajo que llevo a cabo es interesante.							
13. Porque lo que hago en mi trabajo es emocionante.							
14. Porque me arriesgo a perder mi trabajo si no pongo el suficiente esfuerzo							
15. No me esfuerzo, porque siento que estoy malgastando mi tiempo.							
16. No sé por qué hago este trabajo, puesto que no le encuentro sentido							
17. Porque otras personas me van a reconocer, sólo si pongo el suficiente esfuerzo en mi trabajo							
18. Porque el poner esfuerzo en este trabajo tiene un significado personal para mí							
19. Porque si no sentiría vergüenza de mí mismo.							

Ítems de la dimensiones de la Escala de Motivación en el Trabajo (R-MAWS)

Desmotivación 2, 15, 16

Regulación Externa 3, 8, 9, 10, 14, 17

Regulación Introyectada 1, 5, 7, 19

Regulación Identificada 4, 11, 18

Motivación Intrínseca 6, 12, 13

Lectura de reflexión

Vocación del Hombre, Valores e Ideales. Descubrimiento del valor y encarnación en forma de ideal. Aportes de Héctor Delfor Mandrioni (Selección de textos)

Héctor Mandrioni enseñó con la pedagogía del ejemplo, apuntando a los valores eternos que encarnó en su vida, tal como lo describió en el “modelo ideal” de su texto “La vocación del Hombre” (Griffa, 2011).

Para Mandrioni tanto el conocimiento sensible como el intelectual y su interrelación con las tendencias sensibles y la voluntad, abren al hombre al horizonte de la libertad, del Amor, de los “otros”, del “Otro”, es decir, desde esta concepción la persona humana respira la atmósfera del Espíritu.

“¿lo humano se diferencia de lo vivo, de lo psíquico? Y la respuesta es “sí”, por el Espíritu. Mandrioni (1965) siguiendo a Scheler (1928) afirma que el hombre posee tres características fundamentales: a- *Independencia, libertad, o autonomía, o desvinculación de lo orgánico*, es decir, percibir y conocer el ser-así de las cosas con independencia de las necesidades orgánicas del sujeto cognoscente; b- *Objetividad*, como la posibilidad de ser determinado por el modo de ser de los objetos, a diferencia del animal que queda incrustado en su medio y no puede abrirse al mundo y aprehenderlo en su objetividad; c- *Conciencia de sí mismo* como acto de recogimiento en sí, como una re-flexión y concentración de su existencia” (Griffa, 2011).

“El hombre con su inteligencia descubre valores, juzga situaciones, discierne el sentido de las cosas y en la medida que se orienta hacia determinadas metas, esas sus aspiraciones se van convirtiendo en los ‘móviles’ de su comportamiento” (Mandrioni, 1976, pág. 81).

La persona es y deviene históricamente y en ese movimiento elige y vive su “Vocación”, un proyecto, el sentido de su vida entendida como “especie de toma de conciencia gracias a la mediación del ‘otro’, de la imagen ideal, que el hombre debe realizar libremente” (Mandrioni, 1964, pág. 15). La vocación implica una toma de

conciencia a través de la cual el hombre discierne y aprende los contenidos de valor que asumirá en su vida.

“El ideal encierra el contenido y el sentido de la existencia. (...) A su vez, el sentido integral de la existencia surge del contenido que el ideal encarna. Dicho con el lenguaje grato a los fenomenólogos personalistas: el ideal contiene al valor. Los valores que, en parte, coinciden con lo que los escolásticos llaman el Bien, constituyen los grandes reflejos terrestres, o las participaciones posibles al hombre, del Sumo Bien”.

“(...) se trata del simple reconocimiento y aceptación de una determinada tabla de valores, eterna y objetiva. Este sería el momento teórico, indispensable, pero insuficiente. El ideal representa el valor en una etapa evolutiva posterior en su proceso de encarnación; representa el momento de apropiación personal. No se trata de un valor simplemente reconocido y en cierta manera distanciado, debido al elemento de objetivación implicado en todo conocimiento. No se trata de la simple aceptación abstracta a través de una fría decisión volitiva. (El ideal) Es el valor en su trayectoria de interiorización y personalización”.

“Así en la historia de cada persona existen momentos o períodos de tiempo en los que “un valor o una determinada constelación de valores, poco a poco o de un modo fulminante, cobra relieve en el fondo de su aprecio, se destaca del grupo de valores afines y se lo siente como más entrañable, íntimo, propio y único”. (...) “Es como si nos apercibiéramos de pronto que, ya desde antes, nuestro ser esencial estuviese hecho para la realización de esos determinados valores. Como “(...) algo ya en nosotros instalado, antes que se estableciera el encuentro consciente con ellos. Algo que madura ‘en’ nosotros y ‘con’ nosotros y que ahora se nos muestra como aquello que deberá definirnos y diferenciarnos. Es en esta vivencia donde se experimenta el aspecto objetivo y subjetivo del valor. Por una parte es sentido como algo que viene a nosotros, como algo recibido, como algo que solicita ser reconocido y apropiado, y a la vez atrae y exige. Pero, por otra parte es experimentado como algo para llegar a ser, depende de nuestra decisión, de nuestro empeño y compromiso. (...) El valor nos esencializa, pero nosotros lo existencializamos. El valor nos determina

finalísticamente, pero nosotros lo determinamos eficientemente; él nos da un rostro diferenciado, pero nosotros le otorgamos un rostro viviente en esta tierra, en esta nuestra historia, en esta determinada circunstancia” (Mandrioni, 1976, págs. 73-75).

“El ideal es en sí mismo una traducción subjetiva y personal del valor. Los valores como tales exigen ser realizados; como encarnaciones arquetípicas del Bien (...) encuentran en el ideal su rostro personal”.

El ideal, por una parte representa el ‘bien-en-sí’, por lo tanto es objetivo, persistente y universalmente valioso. Pero por otra parte, en cuanto es un ‘bien-para-mí’, debido a los rasgos específicamente personales que aporto, sólo me convoca a mí”. Existen “una diversidad de matices con los que un mismo valor puede ser actualizado en distintas personas” (Mandrioni, 1976, pág. 76).

Para Mandrioni cuando el ideal se instala en el centro de la persona y se convierte en una imagen interior que se torna en una presencia constante, sentida y orientadora, entonces “todo lo que en el hombre no se ajusta a sus exigencias normativas, debe eliminarse o transmutarse. En este sentido, significa un verdadero nacimiento para el hombre: el principio generador del organismo moral y de la auténtica personalidad psicológica” (Mandrioni, 1976, págs. 78-79).

“El ideal, además de ejercer una función unificante, se constituye como principio directivo” (Mandrioni, 1976, pág. 85).

“El *ideal* está llamado a dar sentido y contenido a la vocación, éste es el valor más alto que ese sujeto puede alcanzar a diferencia de los falsos ideales de vida, es decir, los *ídolos* (cuando se produce un falseamiento del valor, se elige lo que debe ser pospuesto, no por carencia real de posibilidades, sino por el desorden que implica) y las *ilusiones* (la persona coloca como valor más alto algo que excede sus talentos). Las sociedades actuales son proclives a los autoengaños, a proponer como ideales los valores subordinados, o bien aquellos que están más allá de las posibilidades del sujeto. De esta manera, la vida entregada a un ídolo o a una ilusión, se destruye vanamente” (Griffa, 2011, pág. 103).

“La grandeza del hombre estriba en la capacidad de llegar a ser en su vida aquello que ‘decide’ ser, en consonancia con sus posibilidades y con las exigencias axiológicas” (Mandrioni, 1965, p. 141).

Referencias bibliográficas

Griffa, María Cristina (2011). H. D. Mandrioni y la Psicología Homenaje al Maestro. *Revista de Psicología. Universidad Católica Argentina*, 7(13), págs. 91-112.

Mandrioni, Héctor Delfor (1964). *Introducción a la Filosofía*. Buenos Aires: Editorial Kapelusz.

Mandrioni, Héctor Delfor (1965). *Max Scheler. El concepto de ‘Espíritu’ en la antropología scheleriana*. Buenos Aires: Itinerarium.

Mandrioni, Héctor Delfor (1976). *La vocación del hombre*. Buenos Aires: Editorial Guadalupe.

Scheler, Max (1928). *Die Stellung des Menschen im Kosmos. (El puesto del hombre en el cosmos*. Buenos Aires: Editorial Losada, edición en español, 1967).

