

JERARQUÍA DE VALORES ENTRE ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DE COLEGIO RELIGIOSO Y COLEGIO LAICO DE LIMA

HIERARCHY OF VALUES BETWEEN RELIGIOUS HIGH SCHOOL STUDENTS AND SECULAR ONES IN LIMA

Raiza García Anchorena*, Mirian Grimaldo Muchotrigo**
y Eduardo Luis Manzanares Medina***

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú

Recibido: 25 de julio de 2016

Aceptado: 10 de octubre de 2016

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue comparar la jerarquía de valores entre estudiantes de secundaria, según tipo de colegio (religioso y laico) y sexo. La muestra estuvo conformada por 250 alumnos de secundaria (60.4 % varones, 52 % colegio religioso). Las edades correspondientes se encuentran en el rango de 14 a 17 años ($M = 15.47$, $DE = 0.63$). Se administró el Cuestionario de Valores de Schwartz (2001), cuyo análisis de estructura y consistencia interna resultó satisfactorio. Para comparar la jerarquía de valores entre los grupos, se utilizaron correlaciones *top down* (r_{id}). De acuerdo a los resultados, se halló mayor asociación (similitud) entre la jerarquía de valores según el tipo de colegio ($r_{id} = .82$) y, en menor grado, según el sexo ($r_{id} = .69$). Los resultados comparativos por sexo mostraron diferencias significativas, siendo las mujeres quienes presentaron mayores puntajes en Benevolencia, Autodirección, Estimulación y los hombres en Logro. Se discuten las implicancias de los resultados comparativos.

Palabras clave: Jerarquía de valores, educación secundaria, estudiantes.

ABSTRACT

The purpose of this research was to compare the hierarchy of values among high school students, according to type of school (religious and secular) and sex. The sample was composed by 250 high school students (60.4% male, 52% religious school). The ages are in the range of 14 to 17 years ($M = 15.47$, $SD = 0.63$). The instrument used was the Portrait Value Questionnaire by Schwartz (2001), whose analysis of structure and internal consistency was satisfactory. To compare the hierarchy of values between the groups, *top down* correlations (r_{id}) were used. According to the results, greater association (similarity) was found between the hierarchy of values depending on the type of school ($r_{id} = .82$) and, to a lesser degree by sex ($r_{id} = .69$). The comparative results show greater Benevolence, Self-Direction, Stimulation among women and Achievement among men. The implications of the comparative results are discussed.

Keywords: Hierarchy of values, high school education, students

* mgrimaldo2001@yahoo.com

** pcsemam@upc.edu.pe

LIBERABIT: Lima (Perú) 22(2): 229-238, 2016

ISSN: 1729-4827 (Impresa)

ISSN: 2233-7666 (Digital)

Introducción

En la actualidad, se suele hablar de una crisis de valores en la sociedad peruana. Según una encuesta realizada por el Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú (IOP, 2008) con el objetivo de conocer la percepción que tienen los ciudadanos peruanos sobre los valores que caracterizan a dicha población, se halló una incongruencia entre lo deseable para el desarrollo moral de los hijos y lo que sucede en la práctica diaria de los adultos, lo cual se asociaría a la percepción social de falta de principios.

Esta contradicción entre lo esperado y el comportamiento cotidiano en relación a los valores es inculcada a los propios hijos, quienes muestran dificultades para aplicarlos. Así, un estudio hecho en Lima con una muestra de estudiantes de secundaria entre los 11 y 18 años reportó que los adolescentes no encuentran en los padres, ni en otros grupos sociales, el ejemplo para vivenciarlos y aplicarlos en su vida diaria (Balarezo, 2006); incluso señalan que la causa de los problemas en el Perú constituye «la falta de valores» (p. 29). Por ello, se entiende que la denominada crisis de valores se extiende a varios ámbitos de la sociedad, entre ellos, la clase política, los medios de comunicación, las instituciones educativas e, inclusive, la familia (Díaz, 2006).

Fragoso y Canales (2009) afirman que una de las fases importantes dentro del proceso de formación de valores es la socialización que se da en la escuela. En ese sentido, los autores mencionados consideran que la escuela se convierte en el espacio en donde las personas establecen relaciones con otros que tienen sus formas particulares de actuar y de ver el mundo, y de esta manera la complementan con su visión del mundo. Además, la escuela es el espacio en donde pueden aprender a respetar y ser respetados (Martínez, Esteban y Buxarrais, 2011).

Sin embargo, existen diferencias entre los centros educativos según su tipología, ya que en función a ello se genera la misión, visión y los valores. Es así que desde la educación religiosa escolarizada se persigue promover, desde la fe y el compromiso social, valores específicos como el respeto, la justicia, la solidaridad y el amor (Guzmán y Arias, 2009), mientras que diversos documentos internacionales y políticas educativas hacen

referencia a la importancia de la escuela como promotora de la enseñanza de los valores cívicos, es decir, como un agente socializador en la formación de la ciudadanía de las personas (Cifuentes, 2008; Delors, 1996; Figueroa, 2013).

Debido al rol del colegio dentro de la formación y promoción de valores, es necesario conocer las diferencias según el tipo de colegio. Así, los resultados de esta investigación permitirán ahondar en los valores que promueve cada tipo de institución educativa y ofrecer un aporte teórico, pues daría luces para que se realicen otras investigaciones más amplias, sobre el grado real de influencia que tiene la escuela en el desarrollo integral de los estudiantes.

Desde la perspectiva psicológica, los valores son creencias o representaciones mentales duraderas, referidos a modos de conducta y estados deseables o finales de existencia (Rokeach, 1973; Schwartz, 1992). No tienen la propiedad de ser rígidos, sino que son flexibles en el tiempo, pues de lo contrario sería muy poco probable el cambio de las sociedades (Enríquez, 2007). Sin embargo, el cambio requiere un proceso de resocialización.

Tal como lo señala Schwartz (1992), los valores son metas transituacionales que varían en importancia y surgen de las necesidades fundamentales en todo ser humano, las cuales son biológicas, de interacción y de mantención del grupo. Se caracterizan por (a) ser creencias relacionadas a las emociones, (b) estar referidos a objetivos motivacionales, (c) trascender las acciones, (d) ser como estándares y (e) formar una jerarquía (Schwartz, 2006b); además expresan intereses (Cieciuch, Schwartz y Davidov, 2015). Schwartz, a partir de los diversos estudios realizados, señala que existen diez valores que se encuentran presentes en todas las culturas estudiadas, los cuales se agrupan en dos dimensiones bipolares: (a) la autotranscendencia frente a la autopromoción o autoengrandecimiento y (b) la conservación, frente a la apertura al cambio (Schwartz et al., 2012).

Dentro de dichas polaridades se observan diez valores motivacionales propuestos por Schwartz (2006a, 2006b): (a) Poder (orientado hacia el control social), (b) Logro (búsqueda del éxito personal), (c) Hedonismo (búsqueda de la gratificación personal y placer), (d) Estimulación

* mgrimaldo2001@yahoo.com

** pcsemam@upc.edu.pe

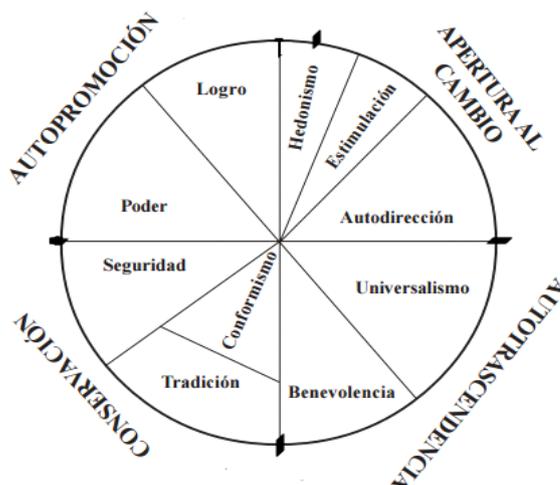


Figura 1. Estructura Circular de los valores propuestos por Schwartz tomado de Delfino y Zubieta (2011)

(centrado en los desafíos), (e) Autodirección (capacidad de pensar de manera independiente), (f) Universalismo (preocupación por el bien común), (g) Benevolencia (orientado hacia el bienestar de las personas cercanas a su entorno), (h) Tradición (tendencia a respetar las costumbres), (i) Conformidad (orientado al respeto por valorar las normas sociales), y (k) Seguridad (interés por la estabilidad).

La teoría de Schwartz ha sido aplicada en diferentes poblaciones, demostrando así su vigencia y universalidad. En el contexto nacional, Escurra (2003) exploró los valores en escolares limeños y encontró que los alumnos de nivel medio valoran el poder; los estudiantes de nivel alto valoran la benevolencia y ambos niveles, enfatizan los valores de autodirección, hedonismo y logro. Según el sexo, los valores de benevolencia, universalismo y seguridad fueron jerarquizados por el grupo de mujeres, y el logro y poder, por los hombres.

En una investigación realizada por Díaz (2006) se concluye que, si bien la formación de valores es un problema que tiene origen desde las políticas educativas, también tendría origen en la misma institución educativa, pues son los profesores quienes brindan un conjunto de aprendizajes acerca de estos y los materializan dentro del aula. Se entiende que el colegio es un espacio en el cual se desarrollan los diferentes tipos de valores, los cuales

son fomentados por la misma institución. Por lo tanto, de acuerdo a la institución en la que se encuentre una persona se tratará de fomentar ciertos valores más que otros. Por ello, el objetivo principal de la presente investigación es comparar la jerarquía de valores entre estudiantes de secundaria de un colegio religioso y de un colegio laico de Lima. Por otro lado, los objetivos específicos son comparar la jerarquía de valores según el sexo y comparar los valores de cada prueba según tipo de colegio y sexo.

El presente estudio parte de la hipótesis de que existen diferencias en la jerarquía de valores entre estudiantes de secundaria de colegio religioso y colegio laico pertenecientes a la ciudad de Lima. Dicha hipótesis se basa en el estudio realizado por Pérez-Delgado (1995) en una muestra de jóvenes adolescentes con el objetivo principal de averiguar la relación existente entre la actitud religiosa y las preferencias axiológicas en un grupo de adolescentes religiosos y no religiosos. Se halló que los que se declaraban *religiosos* daban mayor importancia a los valores de Salvación y tendían a apreciar de manera importante los valores de Educado, Obediente, Honrado y Limpio. Estudios realizados con poblaciones adultas, muestran resultados similares. Pérez-Delgado (1992) realizó un estudio con adultos *religiosos* y *no religiosos* utilizando las mismas pruebas mencionadas anteriormente. Los resultados obtenidos, mostraron que los que eran *religiosos* preferían más los valores de Salvación,

* mgrimaldo2001@yahoo.com

** pcpcsemam@upc.edu.pe

Obediencia y Amistad, mientras que los *no religiosos* preferían más los valores relativos a una vida Confortable, Placer, Autorrealización, Independiente (como se citó en García-Alandete y Pérez-Delgado, 2005). Por lo tanto, de acuerdo a los resultados hallados en dichas investigaciones, se puede inferir, que el sistema de valores en las personas que están influenciadas por la religión sería distinto al de las personas que no son pertenecientes a un contexto religioso.

Método

Participantes

El muestreo es de tipo no probabilístico. La muestra estuvo conformada por 250 estudiantes de secundaria de ambos sexos: mujeres (39.6 %) y varones (60.4 %), específicamente de cuarto (50.4 %) y quinto año (49.6 %). Las edades correspondientes se encuentran en el rango de 14 a 17 ($M = 15.47$, $DE = 0.63$). De dicha muestra, el 52 % de estudiantes ($n = 130$; 51.5 % cuarto año) pertenecen al colegio religioso, mientras que el 48 % restante ($n = 120$; 50.8 % quinto año) al colegio laico. Como criterio de inclusión se consideró la pertenencia a la institución educativa desde el primer año de secundaria, pues es importante que hayan incorporado los valores promovidos por dichos centros educacionales.

Dentro de las consideraciones éticas, se respetó la confidencialidad de cada uno de los participantes, quienes fueron informados acerca de la forma de participación, así como del objetivo del estudio. Cada uno de ellos aceptó participar de forma voluntaria. Por lo tanto, se respetó la libertad en el proceso de investigación. Todo lo anterior se realizó de acuerdo al Código de Ética Profesional del Psicólogo Peruano (1995).

Instrumento

Cuestionario de Valores de Schwartz (PVQ, 2001, adaptado por Ecurra, 2003). El objetivo de este instrumento es determinar la jerarquía de valores a partir de la teoría de Schwartz (1992). Consta de 40 enunciados cortos que permiten describir 29 diferentes tipos de personas en función a los siguientes valores, tal como lo señala Ecurra (2003): Hedonismo, Seguridad, Poder, Logro, Autodirección, Conformidad, Universalismo, Estimulación, Tradición y Benevolencia. En cuanto a las alternativas de

respuesta, se utiliza una escala de 1 = «no se parece nada a mí» a 6 = «se parece mucho a mí».

Para obtener evidencias de validez relacionadas a la estructura interna de las medidas del Cuestionario de Valores, se realizó un análisis previo. Se estimaron las medidas de adecuación muestral, la cual dio como resultado un KMO de .71, que es un valor aceptable (Kaiser, 1974). Asimismo, la prueba de esfericidad de Bartlett resultó estadísticamente significativa ($\chi^2 [45] = 762.347$, $p < .001$). Por lo tanto, se asume que la matriz de correlaciones de los ítems puede ser sometida a un análisis factorial, ya que estos están intercorrelacionados. Como resultado del análisis de ejes principales, se obtuvo dos componentes con autovalores mayores a 1, y con 51.38 % de la varianza total explicada. El primer componente obtuvo un autovalor de 3.094 y explica el 30.94 % de la varianza, mientras que el segundo componente, un autovalor de 2.044 y explica el 20,44 % de la varianza adicional.

Como siguiente paso, se realizó el método de rotación Oblimin, en el que se obtuvo en el primer factor a los valores de logro, poder, hedonismo (dimensión promoción personal), autodirección y estimulación (dimensión apertura al cambio), con cargas factoriales que oscilan entre .66 y .74. A este componente se le denominó *dimensión de Apertura al cambio-promoción personal*. Finalmente, en el segundo factor estuvieron agrupados los ítems que conforman los valores de universalismo, benevolencia (dimensión trascendencia), conformidad, tradición y seguridad (dimensión conservación), los cuales tienen cargas factoriales que oscilan entre .57 y .80. A este segundo componente se le denominó *dimensión Autotrascendencia-conservación* (ver Tabla 1). Cabe mencionar que dichos resultados coinciden con el análisis de validez de constructo realizado por Ecurra (2003) en una muestra de escolares.

Por otro lado, se utilizó el método de consistencia interna para estimar la confiabilidad de las puntuaciones de los dos componentes del cuestionario, para lo cual se calcularon los coeficientes alfa de Cronbach. Para el primer componente de Apertura al cambio-Promoción Personal, se obtuvo un coeficiente alfa de .74 y las correlaciones ítem-test oscilaron entre .46 y .58, mientras que en el

* mgrimaldo2001@yahoo.com

** pcpsam@upc.edu.pe

LIBERABIT: Lima (Perú) 22(2): 229-238, 2016

Tabla 1
Matriz de Componente Rotado del Cuestionario de Valores de Schwartz

Valores	F_1	F_2	M	DE
1. Logro	.74		4.58	.89
2. Poder	.72		3.49	1.02
3. Hedonismo	.68		5.03	.73
4. Autodirección	.67		4.93	.65
5. Estimulación	.66		4.87	.81
6. Universalismo		.80	4.92	.65
7. Conformidad		.76	4.37	.74
8. Tradición		.74	3.97	.77
9. Seguridad		.65	4.47	.75
10. Benevolencia		.57	5.02	.67

Nota: F_1 = Dimensión de Apertura al cambio-promoción personal;
 F_2 = Dimensión Autotrascendencia-conservación

segundo componente de Autotrascendencia-Conservación se obtuvo un alfa de Cronbach de .75 y las correlaciones ítem-test fluctuaron entre .39 y .63. Estos valores fueron mayores a .70, lo que indica que las puntuaciones son aceptables o confiables (Prieto y Delgado, 2010).

Procedimiento

Se entregó el Consentimiento Informado en días previos al día de la evaluación a los alumnos para que este sea firmado por sus padres o apoderados, de tal manera que pudieran o no participar en la aplicación de la prueba. Luego, a los alumnos que entregaron el documento, se les dio el asentimiento informado, en el cual el menor aceptaba o no a participar de la evaluación, seguidamente la ficha demográfica y, finalmente, se les dio el Cuestionario de Valores de Schwartz (2001) y se procedió a leer y explicar las indicaciones de la evaluación para que las resuelvan de manera correcta. A continuación, se realizó la calificación del cuestionario, para luego elaborar una base de datos en el programa estadístico SPSS versión 22.

Para el análisis de datos, previamente se evaluó la estructura interna de CVS (Schwartz, 2001) mediante un análisis de ejes principales con rotación Oblimin, pues se asumió la relación entre las dimensiones (valores) que conforman el instrumento. Seguidamente se analizó la

confiabilidad de las puntuaciones a través del coeficiente alfa de Cronbach y las correlaciones ítem-test corregidas. Para la comparación de la jerarquía de valores, en primer lugar, se obtuvo la puntuación promedio en cada valor y de acuerdo al tipo de colegio y sexo. Luego, estas medias de los ítems fueron transformadas en *rankings*, asignando 1 al valor con mayor puntuación promedio. En segundo lugar, se aplicó una correlación *top down* (r_{td} , Conover y Iman, 1985; Iman y Conover, 1987), la cual hace énfasis en los primeros *rankings* de dos variables. Con esta metodología se pueden ponderar más o menos uno de los extremos de la distribución del *ranking* (Merino y Grimaldo, 2015). En la presente investigación, a los primeros lugares del ranking se les asignó una mayor ponderación.

Finalmente, para la comparación de los valores de forma independiente, se analizaron con el estadístico T de Student y U Mann Whitney, dependiendo del análisis previo de normalidad, mediante la prueba de Kolmogorov Smirnov.

* mgrimaldo2001@yahoo.com

** pcsemam@upc.edu.pe

Resultados

Análisis comparativo de Jerarquía de Valores (Rankings)

Se realizaron los análisis correspondientes para tener los resultados descriptivos de la jerarquía de valores pertenecientes a la dimensión de Autotrascendencia-conservación y a la dimensión Apertura al cambio-promoción personal, de acuerdo al tipo de colegio.

Seguidamente, se analizó el grado de asociación de la jerarquización de valores entre ambos colegios mediante la correlación *top down* (r_{td}). El coeficiente toma valores entre 0 y 1; cuando el valor es cercano a 1 ($> .90$), el grado de similitud entre ambas jerarquizaciones serán altas, mientras que, si es cercano a 0, la similitud entre las jerarquías será baja. Si la asociación resultara cercana a -1, la asociación entre las jerarquías sería altamente opuesta.

Tabla 2
Análisis descriptivo y ranking de la jerarquización de los valores

Dimensión	Valores	Religioso		Laico	
		Media	Ranking	Media	Ranking
Autotrascendencia-conservación	Conformidad	4.39	8	4.36	8
	Tradición	3.97	9	3.98	9
	Benevolencia	5.04	1	4.99	2
	Universalismo	4.98	3	4.86	5
	Seguridad	4.51	7	4.43	7
Apertura al cambio-promoción personal	Autodirección	4.94	4	4.93	3
	Estimulación	4.81	5	4.93	4
	Hedonismo	4.98	2	5.09	1
	Logro	4.55	6	4.62	6
	Poder	3.51	10	3.47	10

Nota: $N = 250$

Del análisis realizado, se obtuvo un coeficiente de correlación *top down* de $r_{tp} = .82$ ($p < .001$), lo que indica que existe un fuerte grado de asociación, es decir, la jerarquización de los valores en ambas instituciones es cercanamente similar, aunque con ligeras variaciones en los primeros lugares del *ranking*. Por ejemplo, en el grupo del colegio religioso, el primer valor escogido es el de Benevolencia que corresponde a la dimensión de Autotrascendencia-Conservación, mientras que en el colegio laico el primer valor escogido es Hedonismo que corresponde a la dimensión de Apertura al cambio-promoción personal.

Por otro lado, se realizaron los análisis correspondientes para tener los resultados descriptivos comparativos de la jerarquía de valores, según el sexo de los estudiantes.

Posteriormente, se comparó la jerarquización entre ambos grupos, en el cual se obtuvo un coeficiente de correlación *top down* de $.69$ ($p < .001$), lo que indica que hay cierta diferenciación en la jerarquía entre hombres y mujeres, principalmente en los primeros lugares del *ranking*. Dentro de las diferencias encontradas, se puede observar que en el grupo de mujeres los tres primeros valores fueron: Benevolencia, Autodirección y Hedonismo, el primero de los cuales pertenece a la dimensión de Autotrascendencia-conservación, mientras que en el grupo de hombres fueron Hedonismo, Benevolencia y Universalismo, el primero de los cuales pertenece a la dimensión de Apertura al cambio-promoción personal.

Adicionalmente se realizó la comparación de los puntajes obtenidos en cada valor de forma independiente, según el tipo de colegio. De acuerdo al análisis de

* mgrimaldo2001@yahoo.com

** pcpsmam@upc.edu.pe

Tabla 3
Análisis descriptivo y ranking de la jerarquización de los valores

Dimensión	Valores	Religioso		Laico	
		Media	Ranking	Media	Ranking
Autotrascendencia-conservación	Conformidad	4.36	7	4.38	8
	Tradición	3.93	9	4.00	9
	Benevolencia	5.16	1	4.92	2
	Universalismo	4.97	5	4.89	3
	Seguridad	4.35	8	4.54	7
Apertura al cambio-promoción personal	Autodirección	5.05	2	4.86	4
	Estimulación	4.99	4	4.78	5
	Hedonismo	5.05	3	5.02	1
	Logro	4.40	6	4.70	6
	Poder	3.38	10	3.57	10

normalidad, se empleó la prueba no paramétrica de U de Mann Whitney. En dicho análisis no se identificaron diferencias estadísticamente significativas para los diez valores.

Sin embargo, al realizar las mismas comparaciones según el sexo de los participantes se observó que (a) para el valor de Benevolencia se encontraron diferencias estadísticamente significativas ($Z = -3.11, p < .001, r = .20$), en donde las mujeres presentarían mayores puntajes ($Me = 5.25$) que los hombres ($Me = 5.00$); (b) con respecto al valor de Autodirección también se encontraron diferencias estadísticamente significativas ($Z = -2.70, p < .001, r = .17$), en donde las mujeres obtienen puntajes mayores ($Me = 5.25$) con respecto a los varones ($Me = 4.75$); (c) en el valor de Logro se halló diferencias estadísticamente significativas ($Z = -2.53, p = .01, r = .16$), en la cual los hombres obtuvieron mayores puntuaciones ($Me = 4.75$) en relación con las mujeres ($Me = 4.50$); (d) finalmente, para el valor de Estimulación se halló diferencias estadísticamente significativas ($Z = -2.04, p = .02, r = .13$), en las que las mujeres obtuvieron mayores puntuaciones ($M = 4.99$) respecto de los hombres ($Me = 4.78$). Si bien es cierto que se han encontrado diferencias en estos valores, la magnitud de estas ha sido pequeña ($r < .20$).

Discusión

Tal como se mencionó, los estudiantes del colegio católico ubicaron a la benevolencia en primer lugar y al valor del hedonismo en segundo lugar, mientras que los estudiantes del colegio laico ubicaron estos valores en posición inversa. Ambos grupos ubicaron los mismos valores en los dos primeros lugares. Estos hallazgos coinciden con los encontrados por Escura (2003) en un estudio realizado con estudiantes de quinto de secundaria de nivel socioeconómico medio en la ciudad de Lima, quienes también ubicaron al hedonismo entre los primeros lugares. De la misma manera, Medrano, Cortés y Palacios (2009) encontraron que el hedonismo y la benevolencia presentaban las medias más altas en estudiantes de tercer año de educación secundaria en España. En esa misma línea, otros estudios han encontrado que los adolescentes valoran el hedonismo (Serrano, Godás, Rodríguez y Mirón, 1996; Vera, Martín y Fuentes, 2003). Sin embargo, tal como lo señalan Medrano et al. (2009), en el caso de los adolescentes existe un debate entre «la contraposición de los valores personales individualistas y los colectivistas» (p. 56). Lo anterior se observa también en el estudio desarrollado por Pérez-Latre y Bringué (2005) en jóvenes entre 14 y 19 años, quienes priorizan valores materialistas además de la solidaridad.

* mgrimaldo2001@yahoo.com

** pcpsam@upc.edu.pe

Es así como, la etapa evolutiva en la que se encuentran los participantes, la adolescencia, podría ser una explicación de estos hallazgos. Esta etapa es entendida como una «transición evolutiva» (Zacarés, Iborra, Tomás y Serra, 2009, p. 317) que da paso a la adultez. Según la teoría psicosocial, es la etapa en la que se debe de construir la identidad, de lo contrario existe una confusión de roles o de identidad (Bordignon, 2005). El adolescente trata de explorar las fuentes de reconocimiento sensorial, emocional y social, lo que estaría más relacionado con el placer a lo que le sucede, es decir, con el valor hedonismo (Krauskopof, 1999; Martí y Palma, 2010). En un estudio realizado por Foller-Mancinni, Heusser y Bussing (2015) encontraron que existen niveles de egocentrismo en adolescentes, quienes al ser cuestionados sobre si estarían dispuestos al compromiso voluntario hacia los demás, el 57 % mencionó que no o estaban indecisos.

Sin embargo, en su condición de adolescentes, se encuentran en un proceso de cambio y aprendizaje, por ello, se observa también que, en ambos grupos, uno de los primeros valores es benevolencia, valor relacionado a la ayuda de su entorno más cercano (Schwartz, 2012). Una fase previa a la formación de la identidad es justamente esta etapa de autocuestionamiento y constituye la base sobre la cual se construye la adultez (Schwartz, 2007).

Si bien, no se comprueba la hipótesis, en la medida que las diferencias encontradas han sido pequeñas, esto puede deberse al grupo de edad de la muestra. Al observar los resultados del estudio de García-Alandete y Pérez-Delgado (2005), se ve que corresponde básicamente a un estudio en universitarios, mientras que el estudio de Pérez-Delgado (1992) se trata de adultos.

En cuanto a la similitud en relación a los resultados en ambos grupos muestrales, al parecer podría deberse a que se trata de estudiantes de una misma generación y del mismo nivel evolutivo de desarrollo. Es probable que ambos centros educativos promuevan valores orientados a la autotranscendencia (benevolencia) y, por ello, se obtuvieron estos resultados.

A nivel específico, se buscó comparar la jerarquía de valores según el sexo, y se encontraron diferencias significativas al comparar cada valor entre mujeres y hombres. Se halló que en los valores de Benevolencia y

Autodirección, las mujeres presentaron mayor puntaje, mientras que en el valor de Logro, los hombres obtuvieron mayores puntuaciones.

De acuerdo a la teoría de rol de género, los resultados son los esperados, pues los roles femeninos se caracterizan por el cuidado de la familia, las amistades, la calidez y la comprensión (Royo-Vela, Aldas-Manzano, Küster y Vila, 2008). Dichas características están relacionadas con el valor Benevolencia, el cual tiene que ver con la mejora y mantenimiento del bienestar de las personas, la honestidad y la ausencia del rencor, todo ello relacionado hacia el entorno más cercano. En cuanto a lo hallado en el presente trabajo, Ecurra (2003) observó que las mujeres puntuaron alto en los valores de Benevolencia, Seguridad y Universalismo. En ese mismo sentido, Grimaldo (2011) encontró que el valor primordial en las mujeres es del Amor, el que tiene que ver con el afecto, ternura, preocupación y cuidado al entorno.

En cuanto al valor de Autodirección, este puede ser explicado bajo el contexto actual social, en el cual hay una mayor participación de la mujer en la sociedad y, con ello, el deseo de ser independiente y de realizar sus metas y priorizar logros. Dicho valor está justamente relacionado a ello, pues se refiere a capacidad de pensar de manera independiente, tener libertad para actuar, tener creatividad (Velandia y Rozo, 2009). En el estudio realizado por Grimaldo y Merino (2009) se encontró que las mujeres estudiantes puntuaban más alto en el valor Estimulación, valor que se encuentra dentro de la dimensión Apertura al cambio y Conservación y que está relacionado también con la necesidad de asumir nuevas situaciones en la vida.

Los resultados del presente estudio coinciden con los encontrados por Ecurra (2003), en donde los hombres obtuvieron mayores puntajes en los valores de logro y poder. Asimismo, Grimaldo y Merino (2009) encontraron que los hombres puntuaron más alto en el valor Hedonismo, que está relacionado con la búsqueda del placer y la gratificación personal, el cual se encuentra dentro de la dimensión de Apertura al cambio y Conservación, al igual que el valor de Logro, es decir, que los hombres, estarían orientados en la búsqueda del éxito personal, mediante el uso de sus propias competencias, para poder ser percibidos ante los demás como personas exitosas.

* mgrimaldo2001@yahoo.com

** pcpsmam@upc.edu.pe

Se concluye, que no existen diferencias significativas en la jerarquización de valores entre los estudiantes de colegio religioso y colegio laico. A pesar de que no existen diferencias significativas, se puede observar que en el colegio religioso los primeros valores escogidos son los de Benevolencia, Hedonismo y Universalismo, mientras que los últimos valores escogidos fueron de Tradición, Conformidad y Poder. Por otro lado, en el colegio laico se priorizaron los valores de Hedonismo, Benevolencia y Autodirección y los últimos valores escogidos fueron los mismos que los del colegio religioso.

La presente investigación contribuye en el conocimiento de los valores que son priorizados dentro de la sociedad por un grupo importante, que vendría a ser los jóvenes estudiantes. El considerar la jerarquía de valores que tienen las personas permite contrastar la problemática que se observa prioritariamente dentro de los jóvenes, quienes son los nuevos actores en la construcción de la sociedad. Asimismo, brinda un aporte importante dentro de la rama de la psicología positiva, pues bajo la teoría de Schwartz los valores son elementos motivacionales para la realización de la conducta de una persona (García, Medina y Dutschke, 2010).

Por otro lado, para futuras investigaciones se recomienda, en primer lugar, utilizar un tipo de muestreo que permita una mejor representatividad de la población a analizar. Además, se sugiere que el instrumento utilizado se adapte a distintos grupos poblacionales, como niños de distintas etnias, poblaciones andinas, de la selva, etc., cuya cultura tiene una visión distinta a la limeña o costeña.

Referencias

- Balarezo, C. (2006). *Propuesta de un plan de mercadeo social para incrementar el conocimiento y práctica de los valores éticos de los estudiantes secundarios del distrito de Miraflores*. Lima, Perú (Tesis de maestría inédita). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/120>
- Bordignon, N. (2006). El desarrollo psicosocial de Erick Erikson: El diagrama epigenético del adulto. *Revista Lasallista de Investigación*, 2(2), 50-63.
- Cieciuch, J., Schwartz, S. H., & Davidov, E. (2015). Values, social psychology of. In James D. Wright (editor-in-chief), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd edition (pp. 41-46). Oxford: Elsevier.
- Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.25098-8>
- Cifuentes, L. M. (2008). La educación y los valores cívicos. *Revista de la Asociación de Inspectores de Educación de España*, 9, 1-6.
- Colegio de Psicólogos del Perú. (1995). *Código de ética Profesional del Psicólogo Peruano*.
- Conover, W. J. & Iman, R. L. (1985). *A measure of top-down correlation*. *Proceeding of SAND85-0601*. Albuquerque, Estados Unidos: Sandia National Laboratories.
- Delfino, G. & Zubieta, E. (2011). Valores y política. Análisis del perfil axiológico de los estudiantes universitarios de la ciudad de Buenos Aires (República Argentina). *Interdisciplinaria*, 28(1), 1-22
- Delors, J. (1996). *La educación encierra un tesoro. Informe a la UNESCO de la Comisión internacional sobre la educación para el siglo XXI*. Madrid: Santillana/UNESCO.
- Díaz, A. (2006). La educación en valores: avatares del curriculum formal, oculto y los temas transversales. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 8(1). Recuperado de <http://redie.uabc.mx/index.php/redie/article/view/117>
- Enríquez, A. (2007). La significación en la cultura: Concepto base para el aprendizaje Organizacional. *Universitas Psychologica*, 6(1), 155-162.
- Escurra, L. (2003). Sistema de valores en estudiantes de quinto año de secundaria de Lima Metropolitana pertenecientes a diferentes estratos socioeconómicos. *Revista de Investigación en Psicología*, 6(1), 49-72.
- Figueroa, A. M. (2013). Fortalecimiento de la formación ciudadana en la escuela secundaria: una propuesta de aprendizaje-servicio. *Educación*, 22(43), 51-70.
- Foller-Mancinni, A., Heusser, P., & Bussing, A. (2015). ¿Egocentrismo o altruismo en la adolescencia? Un estudio empírico sobre los estudiantes de colegios Waldorf, cristianos y públicos. *Educar en Revista*, 56(1), 115-119.
- Fragoso, E. & Canales, E. L. (2009). Estrategias Educativas para la formación en valores desde la educación informal de la familia. *EDUCERE*, 13(44), 177-185.
- García, J., Medina, E., & Dutschke, G. (2010). Una revisión exploratoria del modelo de Schwartz. *Economía, Gestión, y Desarrollo*, 9, 35-66.
- García-Alandete, J. & Pérez-Delgado, E. (2005). Actitudes religiosas y valores en un grupo de jóvenes universitarios españoles. *Anales de Psicología*, 21(1), 149-169.
- Grimaldo, M. (2011). Sistema de valores en universitarios de Lima. *Alternativas en Psicología*, 15(25), 17-30.
- Grimaldo, M. & Merino, C. (2009). Valores en un grupo de estudiantes de psicología de una universidad particular de la ciudad de Lima. *Liberabit*, 15(1), 39-47.

* mgrimaldo2001@yahoo.com

** pcpsmam@upc.edu.pe

- Guzmán, S. M. & Arias, Y. F. (2009). La educación religiosa escolarizada. *Revista Académica e Institucional de la UCPR*, 84, 33-48.
- Iman, R. L. & Conover, W. J. (1987). A measure of top-down correlation. *Technometrics*, 29(3), 351-357.
- Instituto de Opinión Pública. (2008). *Valores: ¿Promesa de futuro o paradoja conflictiva?* Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Kaiser, H. (1974). An Index of Factorial Simplicity. *Psychometrika*, 39, 31-36.
- Krauskopf, D. (1999). El desarrollo en la adolescencia: las transformaciones en una época de cambios. *Adolescencia y Salud*, 1(2), 23-31.
- Martí, M. & Palma, J. (2010). Jerarquización de valores en los estudiantes de secundaria. *Revista Española de Orientación Psicológica*, 21(3), 603-616. doi:10.5944/reop.vol.21.num.3.2010.11545
- Martínez, M., Esteban, F., & Buxarrais, M. R. (2011). Escuela, profesorado y valores. *Revista de Educación Superior, número extraordinario*, 95-113.
- Medrano, C., Cortés, A., & Palacios, S. (2009). Los valores personales y los valores percibidos en la televisión: un estudio con adolescentes. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 12(4) 55-66.
- Merino, C. & Grimaldo, M. (2015). Análisis no paramétrico de rankings de tolerancia en comportamientos moralmente cuestionables. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 9(2), 33-48. doi: 10.19083/ridu.9.448
- Pérez-Delgado, E. (1992). Religión y moral en jóvenes adolescentes y adultos españoles. *Teología Espiritual*, 36(108), 317-377.
- Pérez-Delgado, E. (1995). Religiosidad de los jóvenes de hoy. Un estudio psicológico. En J.A. Tudela, *La religión y lo religioso, hoy. Con un epílogo sobre la tolerancia* (pp. 89-121). Salamanca, San Esteban.
- Pérez-Latre, F. & Bingué, X. (2005). Comunicación efectiva en circunstancias difíciles: el público entre 14 y 19 años. *Revista de Estudios de Juventud*, 68, 53-60.
- Prieto, G. & Delgado, A. R. (2010). Fiabilidad y validez. *Papeles del Psicólogo*, 31(1), 67-74.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. Nueva York: The Free Press.
- Royo-Vela, M., Aldas-Manzano, J., Küster, I., & Vila, N. (2008). Adaptation of marketing activities to cultural and social context: gender role portrayals and sexism in Spain commercials. *Sex Roles*, 58(5), 379-390. doi: 10.1007/s11199-007-9341-y
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical test in 20 countries. *Advances in experimental social psychology*, 25, 1-65. doi: 10.1016/S0065-2601(08)60281-6
- Schwartz, S. H. (2001). ¿Existen aspectos universales en la estructura y contenido de los valores humanos? [Are there universal aspects in the structure and content of human values?]. En M. Ros & V. Gouveia (Eds.), *Psicología social de los valores humanos* (pp. 53-76). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Schwartz, S. H. (2006a). A theory of cultural value orientations: Explication and applications. *Comparative Sociology*, 5(3), 137-182. doi: 10.1163/156913306778667357
- Schwartz, S. H. (2006b). Basic human values: Theory measurement and applications. *Revue Française de Sociologie*, 47(4), 929-968.
- Schwartz, S. J. (2007). The structure of identity consolidation: Multiple correlated constructs or one superordinate construct? *Identity*, 7(1), 27-49.
- Schwartz, S. H. (2012). An overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1). doi: 10.9707/2307-0919.1116
- Schwartz, S. H., Cieciuch, J., Vecchione, M., Davidov, E., Fischer, R., Beierlein, C., ... & Konty, M. (2012). Refining the theory of basic individual values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103(4), 663-688.
- Serrano, G., Godás, A., Rodríguez, D., & Mirón, L. (1996). Perfil psicosocial de los jóvenes españoles. *Psicothema*, 8(1), 25-44.
- Velandia, A. & Roza, J. (2009). Estereotipos de género, sexismo y su relación con la psicología del consumidor. *Psychologia: Avances de la Disciplina*, 3(1), 17-34.
- Vera, J. J., Martín, M. P., & Fuentes, Y. M. (2003). Los valores personales y la participación de estudiantes de Psicopedagogía en organizaciones de voluntariado. *Revista de Psicología Social y Aplicada*, 13(3), 61-90.
- Zacarés, J. J., Iborra, A., Tomás, J. M., & Serra, E. (2009). El desarrollo de la identidad en la adolescencia y adultez emergente: Una comparación de la identidad global frente a la identidad en dominios específicos. *Anales de Psicología*, 25(2), 316-329.

*, **, *** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú.

* mgrimaldo2001@yahoo.com

** pcpsmam@upc.edu.pe

LIBERABIT: Lima (Perú) 22(2): 229-238, 2016

ISSN: 1729-4827 (Impresa)

ISSN: 2233-7666 (Digital)