

Los valores como elemento de diferenciación grupal: Su influencia en las relaciones de género y grupos culturales

E. López Zafra / M. Pilar Berrios

Introducción

El interés de los investigadores se ha incrementado considerablemente en los últimos años respecto al estudio y análisis de los valores. Desde el punto de vista individual, se relaciona valores y motivación, ya que los valores sirven de base a la actuación o moverse, que es la raíz latina de motivación (1). Por ejemplo, una persona que mantenga la consecución de metas como valor importante para ella tendrá una alta motivación de logro y esto influirá en su aprendizaje por lo que autores como (2) defienden la relación entre valores, motivación y cognición. Dado el alto interés que los valores tienen desde el punto de vista individual, su estudio se ha centrado, en general, en ver cómo influyen en ámbitos concretos de la vida de las personas, es decir, como guía en sus vidas. Sin embargo, este aspecto es indisoluble de su pertenencia a determinados grupos sociales que también comparten valores. Esto implica la consideración de la identidad social o grupos en los que una persona se inserta como

En este trabajo se pretende realizar un análisis y revisión sobre el estudio de los valores atendiendo a una perspectiva grupal, ya que la Categorización Social y Grupal influye en la percepción de los valores que posee un exogrupo y su semejanza y diferencias respecto a nuestro propio grupo. Aquellos grupos a los que le atribuimos características semejantes al nuestro, le inferimos valores similares, influyendo asimismo en relaciones de género y entre culturas.

miembro del mismo, por ejemplo, europeo, mujer, estudiante... además, la importancia del estudio de los valores es que, al ser guías en sus vidas, afectan a la percepción del mundo social y a la

conducta que debe ser acorde con esos valores por lo que los valores se convierten en una de las fuerzas que afectan a la conducta social (3).

En este trabajo se expondrán los resultados sobre el estudio de valores en el nivel grupal y cómo influye en la semejanza y diferenciación intra e intergrupo en la interacción social. Prestaremos especial atención a dimensiones como individualismo-colectivismo, comunidades autónomas españolas y género.

Niveles de análisis en el estudio de los valores

El análisis de los valores se ha realizado tradicionalmente teniendo en cuenta la orientación individual, es decir, qué valores destacan y defiende una persona como resultado de aquello que considera valioso o meritorio y que, por tanto, se convertirán

Palabras clave: Valores, grupos, género, cultura.

Fecha de recepción: Abril 2004.

Seminario Médico

Año 2004. Volumen 56, N.º 2. Págs. 111-122



en valores que servirán de guía en su vida. El que esos valores se compartan por un conjunto agregado de individuos hace que ya se considere que esos valores son grupales o de la sociedad. Es por esto, que antes de analizar los resultados en torno a la investigación en valores, debemos tener en cuenta los niveles de la realidad en los que se pueden analizar.

Cuando nos referimos a los niveles de realidad estamos afirmando que el entorno que nos rodea puede comprenderse desde distintos puntos de vista. El énfasis puesto en los niveles de análisis es relativamente nuevo y se debe, fundamentalmente, al desarrollo de nuevas metodológicas que nos permiten realizar un estudio científico centrándonos en el análisis de la realidad. Dos son las clasificaciones más importantes sobre cuáles son los niveles en los que se puede analizar la realidad.

Si atendemos a la clasificación elaborada por (4) podemos también ver cuál es el énfasis que se sitúa en la investigación en función de dónde se realiza. Así, considera que tanto en América como en Europa la investigación se centra en los niveles I (personal) y II (interpersonal) pero en Europa se intenta más introducir análisis de los niveles III (posicional) y IV (cultural). Por contra, (5) propone la concepción de los dominios de análisis como áreas en torno a algún tipo de conocimiento (metáfora tomada del dominio político) para sustituir a los niveles de análisis. Considera que los dominios coexisten para cubrir las áreas con las que la psicología social está más comprometida y *no*, como en el caso de los niveles, que un análisis sea superior a otro. Por ello, la relación entre dominios debe ser de complementariedad (6).

En realidad, en las dos clasificaciones se tienen en cuenta los mismos niveles de realidad siendo la única diferencia la consideración de jerarquía en el caso de Doise o de inclusión en el caso de Sapsford. Por esto nosotros consideramos ambas propuestas al mismo nivel ya que se trata de ver el

nivel de realidad en el que se analizan los valores y estos implican a todos los niveles. El análisis de los valores en el nivel I (personal) o dominio individual implica analizar los valores individuales que defiende una persona. Por ejemplo, decir que Juan es honesto es un valor individual. En este sentido, las investigaciones han relacionado las prioridades en los valores individuales y su relación con conductas como, por ejemplo, la conducta prosocial o la antisocial. Así (7) muestran que una predominancia de valores hedonistas así como una falta de interés en valores sociales o convencionales se asocian a conducta antisocial.

El nivel II (interpersonal) o dominio interpersonal implica el análisis de las relaciones entre personas, esto es, como los valores individuales influyen en nuestras relaciones sociales. En este sentido, se investiga por ejemplo, la atracción interpersonal como resultado de la semejanza de valores entre dos personas. Tal y como mostró (8) con el «efecto el otro fantasma», nos referimos a una mayor probabilidad de agrado entre dos personas cuando estas comparten aficiones, conductas y por supuesto, valores o, dicho de otro modo, una forma de ver la vida similar. El compartir valores con otra persona facilita y aumenta las interacciones eficientes entre los individuos por lo que el estudio de los valores se esta extendiendo a ámbitos como por ejemplo, el organizacional. Uno de los procesos que ocurren dentro de una organización y cuyo estudio es significativo es el estudio de Liderazgo, si analizamos el liderazgo como un proceso interpersonal entre el líder y cada uno de los miembros del grupo de seguidores veremos que, en determinados estilos de liderazgo como el democrático o el transformacional, también se enfatiza la convergencia entre los valores del líder y de los seguidores (9).

El nivel III (posicional) o dominio grupal implica las relaciones que se establecen entre individuos que tienen que compartir algún contexto social, sea por ejemplo, de trabajo donde también se incluyen ele-

mentos importantes como la jerarquía, estatus o posición que uno ocupa con respecto al grupo. En una organización en la que fácilmente se puede diferenciar la jerarquía o posición de un individuo en el conjunto de la organización, se considera que los valores son parte de un componente superior o cultura organizacional (10).

El nivel IV (cultural) o dominio societal incluye todas aquellas variables culturales que, por otra parte, funcionan en los distintos niveles de realidad pero que conforman sus propias características cuando se analizan de modo global. Así, el desarrollo y análisis de estudios culturales y transculturales han crecido de forma imparable en la Psicología Social de los últimos tiempos. Se incluyen aquí variables de tipo psicosocial que, tomadas desde la perspectiva cultural, pueden mostrar resultados diversos en función de la cultura o comparación entre culturas de análisis. De hecho, el mismo estudio de los valores así como otras variables como por ejemplo, individualismo-colectivismo no se entendería sin esta perspectiva cultural y transcultural. Así los estudios de Schwartz (11-13), centrales en el estudio de los valores, no tendrían sentido sin el análisis cultural que realiza.

En nuestro trabajo vamos a tener en cuenta que un mismo proceso puede analizarse en más de un nivel y lo que ocurra en un nivel afecta al resultado en otros niveles. Por lo que, aunque realicemos un análisis atendiendo a los niveles y nos centremos en el nivel grupal no hemos de olvidar que, para tener una visión completa sobre los valores, hemos de realizar una integración de todos ellos.

Pongamos un ejemplo, si pensamos por qué una persona vota a un determinado partido político tendremos que tener en cuenta múltiples variables para poder explicarlo. Pero finalmente, su conducta de votar a alguien o a un partido tendrá que ver con los valores que este defiende, esto es, si comparte los valores del votante (nivel individual). Pero no sólo depende de los va-

lores personales sino también de los grupos a los que pertenezca, por ejemplo en Estados Unidos las mujeres votan más a partidos liberales que promuevan acciones positivas a grupos sociales que los hombres (14) y en estados como California existe una mayor tendencia por parte de los blancos a votar a partidos conservadores (15) (nivel grupal). Asimismo, se ha comprobado que los cambios sociales afectan a los valores manifestados (nivel social), por ejemplo, en situaciones de amenaza percibida hombres o blancos se volverán más radicales (racismo o sexismo moderno). Y las reacciones que se producen ante una situación política, social o económica también varía en función de los países o culturas (nivel cultural) no olvidemos las últimas protestas populares que tienden a ser más fuertes en lugares como México o Argentina que en sitios como Alemania o China. Con este ejemplo, vemos la relación entre los niveles o dominios. Esto mismo podemos analizarlo en otros procesos psicosociales como agresión, altruismo, liderazgo...

El desarrollo y avance de la ciencia ha hecho que se produzca una evolución en los aspectos teóricos y también en la cuestión metodológica poniendo de manifiesto la necesidad de considerar la influencia que las relaciones intergrupales y sociales tienen en la emergencia de los procesos sociales. Se asume que los niveles de explicación y análisis intentan articular dimensiones psicológicas micro y macrosociales (16). Todo ello implica que la explicación de la realidad social puede y debe situarse en diferentes niveles de análisis. Es decir, se destaca ahora la necesidad de contar con herramientas metodológicas potentes que nos permitan contrastar las posturas teóricas defendidas atendiendo a los niveles de análisis en los que se sitúa la explicación y teniendo en cuenta que el aspecto cultural impregna toda realidad social. Los psicólogos sociales han demostrado que existen una serie de procesos psicológicos básicos, y en la última década (años 90) cada vez

más se tiene en cuenta que estos fenómenos dependen sustancialmente de las prácticas y significados culturales (17). Desde el punto de vista metodológico, los modelos multinivel que hoy se proponen especifican los patrones de relaciones que aparecen replicados en distintos niveles de análisis (18). Aquí tenemos en cuenta que los datos incluyen una jerarquía en las observaciones. El nivel inferior es el nivel en el que la variable resultado se mide y es agrupada en una unidad de nivel superior. En el caso de contar con grupos en nuestro estudio tendríamos que la persona es el nivel inferior y el grupo el nivel superior (19).

El estudio de los Valores atendiendo a los grupos sociales

Cuando hablamos de Valores en referencia a Grupos sociales se produce una gran paradoja. Esto es, el término valor en palabras de Ester, Halman y de Moor (20), indica aquellas «motivaciones u orientaciones profundamente enraizadas en la guía o explicación de ciertas actitudes, normas y opiniones que dirigen la acción humana», por su parte Hofstede (21) define valores como amplia tendencia a preferir ciertos estados de la situación sobre otros. Tiene, por tanto, un doble sentido, es algo individual que guía la acción y actitud de las personas pero al mismo tiempo es algo compartido socialmente y que, por tanto, es indisoluble al grupo de pertenencia del individuo. Es más, los valores sociales generales se aprenden en la socialización temprana por lo que los valores que un individuo defiende y mantiene dependerán, en parte, de los valores que hayan mantenido y defendido los miembros de su grupo por lo que, al hablar de valores y orientación valorativa individual no podemos, de ningún modo, olvidar cuáles son los grupos a los que esta persona pertenece.

Sin embargo, debemos preguntarnos si tantas diferencias existen entre grupos para

poder diferenciarlos a todos sobre la base de sus valores y si existen valores que podamos denominar «centrales» y que nos permitan hacer una clasificación de los grupos.

Sobre la existencia de valores «centrales» Schwartz y Bardi (22) demuestran que, más allá de las diferencias en las prioridades que los grupos tienen sobre los valores, existe un amplio consenso sobre la existencia de un orden jerárquico de los valores. De hecho, estos autores realizan un estudio transcultural en 56 países y señalan la existencia de una línea de base normativa pan-cultural. Según esta jerarquía podemos señalar cuales son los valores más y menos importantes en general situándose en medio otro conjunto de valores en los que podría existir una mayor diferencia entre países. En resumen, valores¹ como benevolencia (preservar y aumentar el bienestar de la gente que nos rodea), autodirección (independencia de pensamiento y acción), y universalismo (comprensión, tolerancia y preocupación por el bienestar de todo el mundo y la naturaleza) son los más importantes mientras que poder (estatus social, dominancia sobre otra gente y recursos), tradición (respeto y compromiso con las costumbres o ideas culturales o religiosas) y estimulación (excitación, desafío y novedad) fueron considerados los menos importantes. En medio de estos dos polos se sitúan valores como la seguridad (estabilidad y seguridad de la sociedad, de las relaciones y el propio self), conformidad (represión de acciones e impulsos que puedan herir a otros o violar las normas sociales), logro (éxito personal en función de los estándares sociales y hedonismo (placer o gratificación de los sentidos).

Acercas de la diferenciación de los grupos en función de los valores que sostiene, será la *Teoría de la Identidad Social* la que nos ayude a relacionar el aspecto individual y grupal. La autodefinición de una persona cambia en el grupo y la identidad personal da paso a la identidad social (23). En este

¹ Indicamos entre parentesis el significado de cada valor según Schwartz (1992, 1994).

punto las motivaciones, juicios y percepciones varían como miembros del grupo. Así, conductas que inicialmente podemos considerar individuales, como es el caso de la *conducta prosocial* está claramente influida por la identidad social. En este sentido, algunos estudios como el de Tyler y Blader (24) muestran que se produce una mayor motivación hacia la cooperación con los grupos a los que uno pertenece o con los que cree compartir ciertos valores. Este aspecto que situamos en un nivel grupal también nos ayudaría a comprender algunos hechos que se producen en política internacional o que son consecuencia de las relaciones históricas. Por ejemplo, podemos comprender más fácilmente porqué los españoles se comprometen más con acciones de ayuda en Latinoamérica cuando surge una catástrofe allí o porque en las adopciones internacionales la mayoría de los niños que adoptan los españoles son de nacionalidad sudamericana (sin tener en cuenta elementos excepcionales que pueden variar a lo largo del tiempo). Los latinoamericanos no solo comparten nuestra lengua sino que también les percibimos con valores más cercanos a los nuestros que, por ejemplo, los asiáticos.

Tenemos otro claro ejemplo en el proceso de la *Polarización Grupal*. Personas que inicialmente sostienen una postura neutra respecto a un tema modifican sus opiniones a lo largo de un debate situándose en una opinión positiva o negativa sobre el mismo asunto en función de su pertenencia a dos grupos distintos que, supuestamente, han de defender valores distintos. Así, por ejemplo, alguien con una idea neutra sobre el aborto puede defenderlo a capa y espada sólo por el hecho de que quién se sienta enfrente de él tenga una valoración de la vida distinta a la suya.

Con estos ejemplos podemos ver claramente que nuestra identidad social o inclusión como miembros de un grupo, no sólo nos sirve para situarnos dentro de un grupo sino también para diferenciarnos de otro grupo y más aún, para categorizarnos y ca-

tegorizar a otros como miembros de un grupo permitiéndonos «saber a qué nos atenemos». Dicho de un modo sencillo, las percepciones negativas sobre miembros de otros grupos se producen por asumir que violan los valores defendidos por el endogrupo, por lo que queremos diferenciarnos de ese individuo. Por otra parte, si un individuo de otro grupo apoya algún valor del endogrupo, la antipatía hacia ese miembro del exogrupo disminuye (25).

Pero las diferencias no se producen sólo entre grupos sino también dentro de un mismo grupo en el que se pueden establecer subgrupos que tendrán sus propias características. Por esto vamos a analizar qué ocurre dentro del grupo y qué entre dos grupos cualquiera, incluyendo grupos culturales diferentes.

Valores y diferencias intra grupos

Muchos de los grupos sociales a los que podemos pertenecer también están compuestos por un conjunto de grupos o subgrupos de esa categoría general. Así, por ejemplo, si decimos «soy español» hablamos de una categoría general pero dentro de ella podemos ser andaluces, gallegos... hombres o mujeres, de clase social alta, media o baja. O si hablamos de un grupo de trabajo puede ser el jefe o el subordinado o un antiguo trabajador o un trabajador reciente... En definitiva, cuando se trata cualquier proceso psicosocial, su estudio entraña una complejidad doble y es que en un mismo elemento pueden producirse varios procesos.

El caso de la variable género

Durante mucho tiempo esta variable se ha considerado, por parte de los científicos, como una mera variable sociodemográfica sin mucha importancia aparente. Es más, en muchas ocasiones ni siquiera se tenía en cuenta esta variable. Sin embargo, a partir de finales de los 60 y principios de los 70 su estudio empieza a ocupar un papel importante ya que se observan y se comienzan a analizar muchos procesos psicosociales en los que hombres y mujeres tienden a com-

portarse o pensar de forma distinta. Así, en el caso de las mujeres se observó un mayor interés por los demás, una mayor conducta prosocial, una mayor sensibilidad social, mayor empatía, mayor comprensión verbal, menor agresividad física, menor capacidad de liderazgo, menor comprensión matemática y espacial. Recordemos el título de un libro ¿porqué los hombres no escuchan y las mujeres no saben leer un mapa?

El tipo de explicaciones aducidas para explicar estas diferencias puede resumirse en dos fundamentalmente:

-Teoría evolucionista.

-Teoría de los roles sociales.

En el primer caso, Teoría Evolucionista (26), se defiende que existen dominios donde puede haber problemas de adaptación por lo que se imponen diferentes presiones de selección en función del sexo. En resumen, hombres y mujeres tienen distintas cualidades físicas que le han hecho realizar distintas tareas a lo largo de la historia y esto se debe a que los mecanismos psicológicos diferenciados por sexos se han desarrollado en el tiempo de la evolución. De este modo, las mujeres quedaban al cuidado de los hijos y los hombres salían en busca del alimento para la familia. Con este simple hecho de diferenciar entre tareas en función de las características físicas, se fomentó que las mujeres se preocuparan de los demás de forma más directa y dependiente mientras que el hombre era más agresivo, independiente y buscador de sensaciones.

Por su parte, la Teoría del Rol Social (27) defiende que las diferencias sexuales en los procesos de influencia social están mediados por la división social del trabajo entre géneros, y más específicamente, por las diferencias en las normas y expectativas asociadas con los roles sociales que mantienen hombres y mujeres, los cuales desarrollarían diferentes habilidades para ajustarse a estos roles. De este modo, las características incluidas en los roles sociales se establecen como cualidades estereoti-

padas de género. En la medida en que hombres y mujeres desempeñan roles que demandan conductas de dominio en el primer caso y de carácter comunal en el segundo, estas tendencias se estereotipan y se incorporan en el rol de género. Estas características se internalizan y pasan a formar parte del autoconcepto (27,28).

Algunos desarrollos recientes relacionan estas dos perspectivas (28). Sin embargo, nosotros nos vamos a centrar en la Teoría del Rol Social ya que hombres y mujeres son percibidos como poseedores de características distintas que forman su identidad de género, esta idea puede también relacionarse, y de hecho nosotros pensamos que está plenamente relacionada, con la Teoría de la Identidad Social ya que la identificación con el grupo de hombres o mujeres implica compartir sus características.

Dentro de esta distribución en función del género se producen dos elementos: el descriptivo y el prescriptivo. El primero se refiere cómo se perciben a hombres y mujeres mientras que el segundo implica qué conductas se creen apropiadas o no que realicen hombres y mujeres, lo cual contiene un carácter claramente indicador sobre qué se espera o no de hombres y mujeres. En este sentido, el aspecto social de los valores es evidente en el modo en que los individuos sienten una cierta experiencia de culpabilidad cuando actúan de modo inconsistente con las expectativas sociales que comparten. En el caso del género, esta prescripción está plenamente relacionada con la estereotipia de género ya que se refiere a las creencias socialmente compartidas acerca de una categoría que en este caso es el género.

Generalmente, las mujeres son descritas como sensibles, expresivas, comprensivas, preocupadas de los demás, aspectos estos que contienen un carácter comunal. En el caso de los hombres se les define con rasgos como agresivos, independientes, amantes del riesgo, líderes, es decir, instrumentales. Cuando se analiza la relación entre estos rasgos y los valores se ha observado que

las mujeres defienden más valores colectivistas y expresivos mientras que los hombres defenderían valores individualistas e instrumentales (29). Existen pocos estudios en este sentido, pero los realizados apuntan a que hombres y mujeres otorgan una importancia distinta a valores específicos. En concreto, se han analizado las prioridades que hombres y mujeres dan a los valores en el trabajo, a la salud, la moralidad y la familia. En resumen, los resultados de estos estudios están lejos de ser consistentes, pero en general, se muestran las diferencias de género que hemos comentado anteriormente sobre las dimensiones instrumental-agente vs. expresiva-comunal. Estas diferencias de género afectan, asimismo, a la percepción que se realiza sobre hombres y mujeres que ocupan puestos de trabajo asociados a valores masculinos o femeninos. La Teoría de la Congruencia de Rol propuesta por Eagly y Karau (30) pretende dar respuesta a esta cuestión mediante el análisis de la percepción de mujeres y hombres en puestos percibidos como congruentes o incongruentes para valores masculinos o femeninos, comprobando que ante una situación de incongruencia la evaluación que se realiza de la persona es más desfavorable que en el caso de una situación de congruencia.

Sin embargo, sigue sin estar muy clara la línea divisoria entre diferencias culturales y de género (31,32). Analizaremos este aspecto en el apartado de cultura y valores.

El caso de la variable status

Shamir (33) relaciona el autoconcepto y la identidad grupal y organizacional como base de la interpretación del liderazgo. Para ello habría que estudiar los valores y la identidad e incluso relacionarlo con colectivismo-individualismo, aspecto este que Bass (34) dice que funciona como contingencia que influye en la percepción de liderazgo, concretamente los colectivistas ofrecen mayor oportunidad al líder de ser transformacional.

Valores y diferencias entre grupos

Puesto que un argumento esgrimido en múltiples ocasiones es que las experiencias personales y la exposición al proceso y agentes de socialización es lo que genera tanto las similitudes como las diferencias en los valores que uno defiende, la pertenencia a distintos grupos sociales con las diferencias en socialización que ello conlleva será el motivo principal de estudio.

De hecho, el análisis de las diferencias entre grupos ha interesado siempre. Hemos de tener en cuenta, además, que los datos que hemos comentado en el apartado anterior también podrían referirse a diferencias entre grupos desde el punto de vista de que cuando uno se categoriza a sí mismo como miembro de un grupo, por ejemplo mujer, tiene en mente el grupo con el que se compararía, en nuestro caso hombre. La pertenencia a esta categoría nos hace considerar nuestro propio autoconcepto y los elementos que valoramos del mismo.

Sin embargo, en este apartado nos vamos a referir a grupos que podríamos considerar macro-sociales o incluso pertenecientes al dominio societal. En concreto, el elemento cultural ha sido y es una variable fundamental para definir las diferencias posibles entre grupos ya que no podría comprenderse una comparación entre, pongamos por caso, un español y un norteamericano sin atender a este trasfondo cultural.

Cultura y valores

Las comparaciones que se han realizado en la investigación sobre la importancia de los valores asumen implícitamente que los valores comparados tienen un significado equivalente. Sin embargo, podríamos pensar que el significado e importancia que se otorga a los valores podría diferir en función de elementos como la cultura o incluso, interactuar con otras variables como puede ser el caso de género y cultura. Por ejemplo, podría existir mayores diferencias de género respecto al significado del valor éxito en culturas donde los roles de hombres y mu-

118

jeros son más distintos que en aquellos culturas donde la diferenciación del rol sea menor. La poca investigación realizada en ese sentido muestra que, si bien se producen diferencias en la importancia que se otorga a determinados valores por parte de hombres y mujeres dentro de una cultura específica, el significado que se le adscribe en distintas culturas es compartido por hombres y mujeres.

En concreto, el trabajo más sistemático realizado hasta la fecha es el de Struch, Schwartz y Kloot (35). Encontraron que los valores de hombres y mujeres se organizaban en dos dimensiones básicas de valores (conservadurismo - apertura al cambio y auto-transcendencia, benevolencia, universalismo - autoaumento, logro poder). Y respecto a las distintas culturas el hallazgo fue que en sitios como en el Este asiático, los valores hedonistas eran distintos a los valores como el poder pero se entremezclaban entre las mujeres. En Francia, los valores de hedonismo emergían entre la estimulación y autodirección para las mujeres pero eran periféricos a la estimulación para los hombres. En Israel, los valores de estimulación emergieron en la periferia de los valores de logro para las mujeres pero no en el caso de los hombres. En Japón hedonismo y valores de logro eran distintos para hombres pero estaban mezclados en el caso de las mujeres. Por último, en los casos de Europa del Este, Finlandia, América Latina y Estados Unidos la organización de los valores era idéntica a través del género.

Lo que también se analiza en algunos estudios es la asociación entre algún conjunto de valores. En este sentido, Rodríguez, Manstead y Fischer (36) comprueban que valores como el honor es asociado a la familia y a la interdependencia social en España, mientras que en Holanda se asocia al logro y a la autonomía individual.

Valores postmaterialistas: el cambio cultural

La globalización que se está produciendo, fundamentalmente, en el nivel económico

también tiene un impacto en la globalización cultural. No hablaremos de una homogeneización de la cultura en el nivel global ya que no creemos en ello, pero sí de un cambio cultural que ha afectado a toda la humanidad en diferentes aspectos.

Según este cambio cultural, la sociedad en su conjunto ha pasado de defender y dar importancia a valores materiales a defender otros valores postmaterialistas. Este cambio se percibe sólo cuando la sociedad avanza en su nivel de desarrollo por lo que este tipo de valores se producen fundamentalmente en sociedades más desarrolladas.

La dimensión individualismo-colectivismo

Esta dimensión ha sido el factor más importante en la emergencia de la psicología cultural (37), generando una gran cantidad de investigación transcultural. Normalmente, su estudio se ha realizado comparando distintos países y diferentes dimensiones relacionadas con los valores imperantes en dicha cultura.

En un nivel grupal los valores pueden servir a intereses individuales o a intereses colectivos. Por ello, si se produce la primacía de valores que sirven a intereses individuales, las personas que más puntúan en esos valores serían individualistas. Por su parte, las personas que consideran más importantes valores que sirven a intereses colectivos serían más colectivistas en esta dimensión.

De esta forma los valores instrumentales y expresivos se asociarían a aspectos diferentes. Esta dimensión se ha analizado en distintos ámbitos. Por ejemplo, en el contexto organizacional se observa que los colectivistas ocupan puestos con menor prestigio y tenían menor poder en la organización tanto en culturas individualistas como colectivistas. Pero lo que predecía un mayor compromiso y alto status en la organización es el ajuste entre los valores de los individuos y su cultura nacional (38).

El hecho de que la investigación se haya centrado en la comparación entre países ha hecho que se cree una diferenciación

entre los países colectivistas (Japón por ejemplo) y los individualistas (como Estados Unidos), con la diferenciación que esto conlleva en la adopción de determinados valores y su impacto en distintos ámbitos como el de autoconcepto, conducta prosocial, estilo atributivo o trabajo, entre otros. Oyserman, Coon y Kimmelmeier (39) realizan un meta-análisis (o análisis que sirve para comparar los resultados de un conjunto de investigaciones sobre un mismo proceso) en el que revisan los trabajos en los que se compara a Estados Unidos con otros países. Lo interesante del trabajo de estos autores es que encuentran que, en el nivel individual, se producen grandes diferencias entre individualistas y colectivistas afectando a otros aspectos de sus vidas. Sin embargo, cuando se tienen en cuenta un conjunto de países y, más aún, cuando las comparaciones se realizan dentro de un país, entonces las diferencias son mucho menores (en concreto, sólo encuentran un gran efecto respecto a China). Y lo que es más importante, señalan la necesidad de realizar más estudios dentro de un mismo país o cultura ya que es posible que sean más importantes las diferencias individuales que los contrastes transculturales (40).

Nosotros compartimos esta visión y, de hecho, llevamos a cabo un trabajo en el que pretendíamos comprobar si la pertenencia a distintos grupos sociales, en nuestro caso, a comunidades autónomas españolas se relacionaba con la predominancia o no de ciertos valores, ya que conocido es el estereotipo que señala que los andaluces son más divertidos, extrovertidos y menos trabajadores que por ejemplo, los catalanes (41).

En nuestro trabajo encontramos que los valores instrumentales y los expresivos se asocian a aspectos diferentes. Así, la motivación altruista, un nacionalismo menos exacerbado y una mayor solidaridad van juntos con los valores expresivos. En cambio, puntuaciones más elevadas en valores instrumentales caracterizan a quienes

dan más importancia al trabajo y muestran menor cooperación grupal.

Sin embargo, también encontramos la existencia de relaciones simultáneas entre aspectos que son considerados colectivistas y valores instrumentales, así como aspectos aparentemente individualistas y valores expresivos (en nuestro caso, control de la expresión del enfado y estabilidad emocional) apoya la idea de multidimensionalidad del individualismo. Asimismo, la frecuencia, menor a la esperada, de diferencias encontradas entre los que puntúan alto y bajo en los dos tipos de valores también indica la ausencia de una fuerte oposición entre las dos dimensiones.

Realizamos un análisis en función de los niveles de análisis para ver si se podía hablar de relaciones entre individualismo y valores mediadas por la comunidad autónoma de procedencia. Esta hipótesis se plantea al comprobar que los sujetos de distintas regiones obtenían puntuaciones medias similares en algunas variables y que se producían diferencias entre comunidades en distintas variables. Sin embargo, esta segunda hipótesis no se cumple. La relación entre los valores expresivos y los instrumentales con otras variables y factores no depende del lugar o de la Comunidad Autónoma sino de diferencias individuales. De hecho, encontramos que, por ejemplo, quienes destacan más en lo instrumental también puntúan más en trabajo, mientras que los que son más altruistas puntúan más en valores colectivistas pero siempre las inferencias se explican a nivel intragrupos (individual) y no en el nivel intergrupos (grupal).

Como conclusión final, podemos afirmar que en la orientación valorativa individual influye el tipo de intereses, colectivistas o individualistas, que tienen las personas. Se encuentran diferencias subculturales pero estas no parecen ser debidas a la zona geográfica donde vive el individuo sino más bien a distintos perfiles de individualismo (42).

Por otra parte, valores que son compartidos por individuos de una sociedad, pongamos por caso libertad, felicidad y autonomía que son propios de sociedades individualistas, no arrojarán diferencias significativas dentro del grupo ya que todos los

miembros de esa cultura los comparten (43). ◀

Esther López Zafra, *Profesora Titular de Psicología Social*. **M. Pilar Berrios Martos**, *Profesora Asociada de Psicología Social*.

Referencias bibliográficas

- (1) ECCLES, J.S. y WIGFIELD, A.: Motivational beliefs, values and goals. *Annual review in Psychology*, 2002, 53: 109-132.
- (2) PINTRICH, P.R.: An achievement goal perspective on issues in motivation terminology, theory and research. *Contemporary educational psychology*, 2000, 25: 92-104.
- (3) ROKEACH, M.: *The nature of human values*. Nueva York. Free Press, 1973.
- (4) DOISE, W.: *Psicología Social y relaciones entre grupos*. Barcelona. Röl, 1979.
- (5) SAPSFORD, R.: Domains of analysis. En R. SAPPFORD, A.; STILL, M.; WETHERELL, D.; MIELL y R. STEVENS (eds). *Theory and Social Psychology*. Londres. Sage, 1998.
- (6) MORALES, J.F. Identidad social. En A. ACURRE y J.F. MORALES: *Identidad cultural y social*. Barcelona, Bárdenas, 1999.
- (7) ROMERO, E.; SOBRAL, J.; LUENGO, M. y MARZO, J. A.: Values and antisocial behavior among Spanish adolescents. *Journal of Genetic Psychology*. 2001. 162 (1): 20-40.
- (8) BYRNE, D.: *The attraction paradigm*. Nueva York. Academic Press, 1971.
- (9) BASS, B.M.: *A new paradigm of leadership: an inquiry into transformational leadership*. U.S. Army research institute for the behavioural and social sciences, 1996.
- (10) MECLINO, B. M.: Individual values in organizations: concepts, Controversies, and research. En *Journal of Management*, 1998. Mayo-junio.
- (11) SCHWARTZ, S. H.: Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries. En M. P. ZANNA (ed.): *Advances in experimental social psy-*

- chology. 25: 1-65. Nueva York. Academic Press, 1992.
- (12) SCHWARTZ, S. H.: Are there universals in the content and structure of values?. *Journal of Social Issues*. 1994. 50: 19-45.
- (13) SCHWARTZ, N.: Social judgement and attitudes: warmer, more social, and less conscious. *European journal of social psychology*. 2000. 30, 2: 149-175.
- (14) EAGLY, A. H.; DIEKMAN, A.; SCHNEIDER, M. y KULESA, P.: Experimental tests of an attitudinal theory of the gender gap in voting. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2003. 29 (10): 1245-1258.
- (15) SEARS, D.: Racial policy, religion and the partisan realignment of southern whites. Conferencia realizada el 22 de Enero 2002 en la Northwestern University de Evanston, Illinois.
- (16) PÁEZ, D.; VALENCIA, J.F.; MORALES, J.F y URSUA, N.: Teoría, metateoría y problemas metodológicos en Psicología Social. En D. PÁEZ, J.F. VALENCIA, J.F. MORALES, B. SARABIA: *Teoría y método en Psicología Social*. Barcelona, Anthropos. 1992.
- (17) FISKE, A. P., KITAYAMA, S., MARKUS, H.R. y NISBETT, R.E.: The cultural matrix of social psychology. Gilbert, D.T., Fiske, S.T. y LINDZEY, G. (Eds.): *The handbook of social psychology*. Nueva York. Mc. Graw hill, 4º ed., 1998.
- (18) GONZÁLEZ, V. y PEIRÓ, J.M.: Técnicas de investigación multinivel en las organizaciones. En M. CLEMENTE (coord.): *Psicología Social: métodos y técnicas de investigación*. Madrid. Eudema, 1992.
- (19) KENNY, D.A.; KASHY, D.A. y BOLGER, N.: Data analysis in social psychology. D.T. GILBERT, S.T.FISKE y G. LINDZEY (eds): *The handbook of social Psychology*. McGraw-Hill, 1998.
- (20) ESTER, P.; HALMAN, L. y MOOR, R. (eds.): *The individualizing Society: Value change in europe and North America*. Tilburg, Tilburg University Press, 1994.
- (21) HOFSTEDE, G.: *Cultures and organizations: software of the mind*. London. Mc Graw Hill, 1991.
- (22) SCHWARTZ, S.H. y BARDI, A.: Value hierarchies across cultures: taking a similarities perspective. *Journal of Cross Cultural Psychology*, 2001, 32 (2): 268-290.
- (23) WHETERRELL, M.: *Identities, groups and social issues*. Londres. SAGE, 1996.
- (24) TYLER, T. R. y BLADER, S. L.: Identity and cooperative behavior in groups. *Group processes and intergroup relations*. 2001. 4 (3): 207-226.
- (25) BIERNAT, M.; VESCIO, T.K.; THENO, S.A. y CRANDALL, C.S.: Values and prejudice: toward understanding the impact of American values on outgroup attitudes. En C. SELIGMAN, J. M. OLSON: *The psychology of values: the Ontario Symposium*, 1996. vol. 8: 153-189. Hillsdale. Lawrence Erlbaum Associates.
- (26) BUSS, D. M.: Psychological sex differences: origins through sexual selection. *American psychologists*. 1995. 50: 164-168.
- (27) EAGLY, A. H.: *Sex differences in social behavior: a social role interpretation*. Hillsdale, Lawrence Erlbaum, 1987.
- (28) EAGLY, A. H. y WOOD, W.: The origins of sex differences in human behavior: evolved dispositions versus social roles. *American psychologists*, 1999. 50: 408-423.
- (29) LÓPEZ ZAFRA, E.: Liderazgo Femenino. En M.A. Bel (ed.) *Ecofeminismo: un reencuentro con la naturaleza*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Jaén, 1999.
- (30) EAGLY, A. H. y KARAU, S.J.: Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 2002. 109 (3): 573-598.
- (31) KASHIMA, Y.; KIM, U.; CHOI, S.; GELFAND, M.J.; YAMAGUCHI, S.; MASAKI, Y.: Culture, gender and self: a perspective from individualism-collectivism research. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1995. 69, (5): 925-937.
- (32) SMITH, P.B.; DUGAN, S.; TROMPENAARS, F.: National culture and the values of organizational employees. *Journal of cross-cultural psychology*. 1996. 27 (2): 231-264.
- (33) SHAMIR, B. (1999): Leadership in boundaryless organizations: disposable or indispensable?. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 1999. 8, (1), 49-71.
- (34) BASS, B.M.: Two decades of Research and Development in Transformational Leadership. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 1999. 8, (1), 9-32.
- (35) STRUCHT, N.; SCHWART, S.H. y KLOOT, W.A.: Meanings of basic values for women and men: a cross-cultural analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2002. 28 (1): 16-28.
- (36) RODRÍGUEZ MOSQUERA, P.; MANSTEAD, A.S.R. y FISCHER, A.H.: Honor in the Mediterranean and Northern Europe. *Journal of Cross-cultural Psychology*, 2002. 33 (1): 16-36.
- (37) FISKE, A. P.: Using individualism and collectivism to compare cultures. A critique of the validity and measurement of the constructs: comment on Oyserman et al. (2002) *Psychological Bulletin*, 128 (1), 78-88.
- (38) PARKES, L. P.: Individualism and collectivism in organisational context: issues of self, power and person-culture fit. *Dissertation* 2001 62 (1-B).
- (39) OYSERMAN, D.; COON, H. M.; y KEMMELMEIER, M.: Rethinking individualism and collectivism:

- evaluation of theoretical assumptions and meta-analyses. *Psychological Bulletin*, 2002. 128 (1): 3-72.
- (40) BOND, M.H.: Reclaiming the individual from Hofstede's ecological analysis. A 20-year Odyssey: comment on Oyserman et al. *Psychological Bulletin*, 2002. 128, 1: 73-77.
- (41) LÓPEZ ZAFRA, E.: Individualismo y valores desde la perspectiva de los niveles de análisis. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 2000. 53 (2) 241-257.
- (42) MOLERO, F., GAVIRIA, E. y MORALES, J.F.: Perfiles de Individualismo en España: una perspectiva ética. *Revista de Psicología General y Aplicada*. 2000. 53 (2): 259-278.
- (43) MORALES, J.F.: Individualismo y Psicología Social. *Revista de Psicología General y Aplicada*. 2000. 53 (2): 223-240.
- (44) KITAYAMA, S.: Culture and basic psychological processes. Toward a system view of culture: comment on Oyserman et al. (2002). *Psychological Bulletin*, 2002. 128 (1): 89-96.