
UN ESTUDIO
EXPLORATORIO DE
LOS VALORES HUMANOS,
SEGÚN EL MODELO
DE SCHWARTZ, EN
LOS ALUMNOS DE
ENSEÑANZA MILITAR
DEL EJÉRCITO DE TIERRA

AN EXPLORATORY STUDY
OF HUMAN VALUES OF
MILITARY TEACHING STUDENTS
SPANISH ARMY UNDER
THE SCHWARTZ MODEL

JUAN CARLOS GOMBAO FERRÁNDIZ
EULOGIO SÁNCHEZ NAVARRO
*Unidad de Sociología del
Ejército de Tierra (España)*
MIGUEL ÁNGEL PÉREZ NIETO
*Departamento de Psicología,
Universidad Camilo José Cela*

e-mail: jgombaof@et.mde.es

RESUMEN

La presente investigación, desarrollada de forma empírica sobre el censo de alumnos de enseñanza militar del Ejército de Tierra de España, tiene como objetivo explorar sus valores según el modelo de Schwartz. Se ha utilizado el Schwartz Values Survey. Los resultados sugieren la prevalencia de valores colectivistas en detrimento de los individualistas. Así mismo se constatan importantes similitudes entre los alumnos de los dos centros de formación estudiados. Por último el análisis exploratorio de los datos sugiere una mayor potencia en la estructura de tipologías motivacionales de los alumnos militares que la existente en la población civil española.

ABSTRACT

This research, empirically developed on the census of military teaching students Spanish Army, aims to explore their values under the Schwartz model. Schwartz Values Survey questionnaire has been used throughout the whole research. Results suggest the prevalence of collectivist instead of individualist values. Also, important similarities between students of the two CEFOR¹ were described. Finally, the exploratory analysis of the data suggests a greater score in the structure of motivational typologies of military students than those existing in the Spanish Civil population.

¹ CEFOR 1: AGM (Academia General Militar). Officers.
CEFOR 2: AGBS (Academia General Básica de Suboficiales). NCO.

PALABRAS CLAVE

Valores humanos, Teoría de valores de Schwartz, Ejército de Tierra.

KEY WORDS

Human Values, Schawrtz values model,

INTRODUCCIÓN

El interés por los valores como objeto de estudio se remonta a principios del siglo XX con las investigaciones de Thomas y Znaniecki en 1918, pero a partir de finales del siglo XX, el estudio de los valores ha cobrado una especial importancia. La aparente estabilidad y lenta evolución de épocas anteriores ha dado paso a una realidad mundial compleja, con crisis constantes y cambios sumamente profundos en los que las sociedades cambian su estructura, sus costumbres y, por ende, su sistema de valores (Castro Solano y Nader, 2006). En efecto, ha sido principalmente en los últimos treinta años cuando ha crecido de forma exponencial el interés por su análisis como objeto de investigación científica (Gouveia, Martínez y Lemos, 2001).

Un primer aspecto que debe ser abordado es el concepto de valor. El constructo presenta dificultades ya que «*el término valor puede expresar distintos significados o acepciones. Esto variará en función del área del conocimiento en el cual insertemos el concepto*» (Parra, 2004; p. 1567). No vamos a entrar en análisis alguno respecto a la concepción que del valor tienen disciplinas tan dispares como la economía o la milicia. Nos centraremos en el ámbito de la psicología en cuyo ámbito se pueden encontrar diferentes definiciones del concepto «valores humanos». García del Junco (2010) ha elaborado una extensa recopilación de definiciones de autores de prestigio como Allpor, Rokeach, Hofstede o Schwartz. Haciendo un ejercicio de integración podríamos considerar que el valor vendría a ser un constructo desarrollado a partir de una representación cognitiva de una meta o de una necesidad, que Rokeach (1973) llama necesidades, en tanto que Schwartz (1992; Schwartz y Bilsky, 1987) las denomina requerimientos o guías universales. De este modo, podría decirse que los valores representan la intensidad y las prioridades que se asignan a las necesidades, aunque los valores no son necesidades.

Rokeach (1973) establece cuáles son las diferencias entre los valores y otros conceptos que podríamos considerar afines y que pueden solaparse con ellos, al menos en parte, como las actitudes. Para él, las actitudes están relacionadas con un objeto social concreto, mientras que los valores sobrepasan este carácter específico y representan un nivel superior. Por otro lado, los valores se ordenan por prioridad otorgada por los sujetos, unos son más relevantes que otros para las per-

sonas (Fronzizi, 1995; Martínez Gómez, 2010; Rokeach, 1973). En las actitudes no se da esa ponderación; son disposiciones psíquicas relacionadas con la experiencia que orientan o dinamizan las reacciones del individuo ante situaciones u objetos (Allport 1965); por su parte Aiken (2003) considera que las actitudes son predisposiciones aprendidas que se utilizan para evaluar objetos o eventos como deseables o indeseables, siendo su escala de positivo a negativo.

Es abundante la literatura que reafirma y matiza el postulado básico que relaciona valores y motivación. Efectivamente, vinculado al concepto «motivación», se encuentran las «necesidades», que pueden ser aquellas *«situaciones o cosas que necesitamos tanto si carecemos de ellas como si no»* (Thomson, 1987, p.12). Otros autores afirman que *«para adaptarse a la realidad socio-cultural, los grupos y las personas transforman las necesidades propias de la existencia humana y las expresan en el lenguaje de los valores específicos sobre los que pueden comunicarse»* (Casullo y Castro, 2004, p. 23). Para Arciniega y González (2000) los valores son representaciones cognitivas de necesidades universales lo cual es coincidente con el concepto de Schwartz (2001), para quien los valores son representaciones cognitivas de necesidades o exigencias, transformadas en metas que se manifiestan socialmente como valores.

La teoría de valores desarrollada por *«Schwartz se presenta como una de las más importantes y empíricamente respaldadas dentro de la línea de las que proclaman el carácter central del concepto de valor»* (Salgado, 2009; p. 14). Su conceptualización parte del supuesto de que los valores son representaciones cognitivas de tres tipos de necesidades o exigencias (Schwartz, 2001; Schwartz & Bilsky, 1987, 1990):

- Las del individuo como organismo biológico.
- Las de los individuos en tanto que seres sociales, en aras de una interacción coordinada y armónica de tipo interpersonal.
- Las demandadas por el grupo para preservar su supervivencia y el bienestar social.

Estas necesidades o exigencias son transformadas en metas que se manifiestan socialmente como valores susceptibles de ser transmitidos a los distintos miembros del grupo o sociedad. El aspecto primordial del contenido de los valores es el tipo de motivación o meta que cada uno de los valores representa.

Una cuestión importante es la relativa al modo en el que se van a evaluar o medir los valores. Vera Martínez (2001) propone la existencia de tres métodos para su evaluación:

- Observación directa al objeto de realizar inferencias sobre los comportamientos observables de las personas para determinar los valores a los que se adhieren.
- Pedir a los sujetos que nos comuniquen directamente sus valores y
- Presentar a los sujetos una serie de estímulos valorativos agrupados en listas y cuestionarios a los cuales los sujetos deben contestar y posicionarse.

Casullo & Castro (2004) proponen los mismos métodos para la evaluación de valores que Vera Martínez, sugiriendo la conveniencia de la utilización de cuestionarios. Por su parte Gil Roales (2009) se decanta por el segundo método, es decir, pedir a los sujetos que describan con sus propias palabras sus valores. Se centra en el detalle y riqueza de los contenidos de los informantes, imposible de alcanzar con cuestionarios tradicionales. El problema que describe este investigador, es la dificultad derivada del gran universo de respuestas, lo que obliga a una dura y dificultosa categorización.

En definitiva, podemos considerar que existe un amplio consenso en cuanto a las bondades y ventajas que ofrece la utilización de cuestionarios cerrados como método de medición de los valores humanos. En esta línea podemos citar a Schwartz (1987, 1990, 2000, 2012), Bass (1985), Castro Solano (2004), Martínez (2007), Pascual (2012), Depaula (2012) o Imhoff (2013) como autores que han seleccionado la utilización de cuestionarios para la medición de valores en diferentes contextos y países. Por nuestra parte hemos seleccionado el cuestionario SVS como instrumento de medición en nuestra investigación.

Un elemento fundamental del modelo de valores de Schwartz es su cuestionario SVS. Con este instrumento se han estudiado, analizado y comparado, de forma transcultural las dimensiones de los valores culturales de diversas sociedades. En la actualidad el cuestionario se compone de 58 elementos o valores individuales. Estos se agrupan en diez «tipologías motivacionales»: Universalismo, benevolencia, tradición, conformidad, seguridad, poder, logro, hedonismo, estimulación y autodirección. Estas diez tipologías han sido confirmadas en sucesivas revisiones y a partir de datos empíricos obtenidos de un creciente número de países de diferentes culturas (Schwartz 1992, 2001, 2006, 2012).

Por otra parte, las tipologías motivacionales se clasifican en tres categorías bien definidas:

- **Individualismo.** Compuesto por aquellas tipologías motivacionales cuya orientación responde fundamentalmente a intereses individualistas. En este grupo se encuentran «logro», «poder», «autodirección», «estimulación» y «hedonismo».

- **Colectivismo.** Compuesto por aquellas tipologías motivacionales cuya orientación responde fundamentalmente a intereses grupales. En este grupo se encuentran «conformidad», «tradición» y «benevolencia».
- **Mixto.** Compuesto por aquellas tipologías motivacionales cuya orientación responde tanto a intereses individuales como grupales. En este grupo se encuentran «universalismo» y «seguridad».

Otro aspecto a considerar es el de la utilidad del estudio de los valores. Existe abundante literatura que pone de manifiesto que los valores son importantes tanto para las sociedades como para las personas individuales. Esta importancia se sustenta en la capacidad de influencia que tienen los valores sobre la conducta (Bardi, 2000; Broggi, 2010; Nader & Castro, 2007; Rokeach, 1973; Verplanken & Hollaand 2002).

El estudio de los valores nos ofrece una importante fuente de información sobre la personalidad, actitudes y comportamientos de la persona. No hay que olvidar que los valores se encuentran en los niveles más altos de la estructura de la personalidad, y orientan de modo general nuestras acciones. Algunos autores, incluso, consideran que «*los perfiles de valores de las personas son importantes predictores de comportamientos, intereses y actitudes*» (Castro Solano y Nader, 2006).

En opinión de Fierro (1996), con carácter general, el conocimiento del sistema de valores de una persona es el indicador más claro de cómo esa persona se comportará a lo largo de su vida. En la misma línea, pero referido a la realidad social, Parra (2004) afirma que los valores son un importante instrumento para el conocimiento y análisis de los hechos sociales. La investigación de la conducta motivada, desarrollada a partir de la teoría de valores de Schwartz, ha buscado establecer hasta qué punto los valores influyen el comportamiento de manera sistemática y predecible (Nader & Castro 2007).

Dada la trascendencia que tanto a nivel individual como social tiene la cuestión de los valores sobre las conductas y comportamientos humanos, no es de extrañar que su estudio se haya convertido en un área de interés de primera magnitud.

Y, en este contexto, es donde cabe plantearse la conveniencia, cuando no la necesidad, de explorar la estructura de valores de un grupo social tan importante y específico como son las Fuerzas Armadas (FAS). En palabras de Sosik (2005) si con carácter general el conocimiento del sistema de valores de las personas es importante, en el caso de los llamados a liderar a otros, como ocurre con los cadetes de las academias militares, toma mayor relevancia ese conocimiento y comprensión de su orientación en valores, pues éstos guiarán sus conductas y actitudes y, en definitiva, su estilo de liderazgo y su influencia en el seno de una orga-

nización. En línea con lo anterior, Gallardo , Sánchez y Montero (2014) consideran que la estructura de valores de un líder militar va a definir, en gran medida, su estilo de mando dentro de la organización.

Otra cuestión viene a sumarse a la necesidad de estudiar los valores humanos, las FAS. Actualmente se concibe que los ejércitos democráticos operan y combaten en nombre de los ciudadanos de sus países, siendo bastante normal que éstos confíen en sus FAS. Las conductas poco éticas, no solo pueden frustrar los esfuerzos por ganar una guerra, sino que además las acciones moralmente incorrectas ponen en tela de juicio la profesión militar (Barrett, 2013). Nos permitimos apostillar el razonamiento anterior afirmando que los valores humanos adecuados estarían en la base de unas conductas éticamente aceptables y moralmente asumibles por las respectivas ciudadanías.

Por otra parte, en los últimos tiempos, las FAS españolas participan activamente en diversos tipos de misiones multinacionales. Los contextos socio culturales de esos lejanos países son significativamente diferentes de nuestro propio sistema social y cultural. En consecuencia no resulta aventurado inferir que los valores, motivaciones y formas de comportamiento sean diferentes de los nuestros. Nuestros militares han de interactuar, tanto con población civil como militar, en el día a día sobre el terreno durante su permanencia en zona de operaciones. Esas diferencias culturales aludidas condicionan de modo importante las relaciones, pudiendo llegar a comprometer las misiones encomendadas. El conocimiento de los valores de nuestros cadetes, que luego serán los que lideren a sus subordinados, se convierte en una prioridad y su adaptación a la organización castrense y a la causa a la que ha de servir, en un reto.

Asumiendo como cierto que para el logro de los objetivos organizacionales los valores y actitudes de los subordinados y las características del líder van a resultar decisivas a la hora de la consecución de resultados extraordinarios (Bass, 1985) parece de interés estudiar los valores en la institución militar.

No obstante, hasta el momento han sido pocas las investigaciones que se han propuesto identificar los sistemas de valores de los líderes militares y, como señala Castro Solano (2005) aún son menos las investigaciones realizadas con cadetes. En el caso concreto de las Fuerzas Armadas de España el panorama resulta particularmente desolador. Tan solo hemos podido encontrar un reducido número de artículos aparecidos en revistas de ámbito castrense y que, salvo contadas excepciones como sería el caso de los trabajos de Gombao (2014) y Gallardo, Sánchez y Montero (2014), se acercan al tema que nos ocupa de una forma más emotiva que científica.

En nuestra investigación nos hemos planteado, como objeto de estudio, realizar una descripción empírica, según el modelo de Schwartz, de los valores

humanos existentes en los alumnos de enseñanza militar del Ejército de Tierra de España. Además de estudiar dichos valores sobre el conjunto total de la muestra, realizaremos un estudio exploratorio al objeto de establecer la posible existencia de diferencias entre los perfiles de valores de los alumnos de la Academia General Militar (AGM) y los de los alumnos de la Academia General Básica de Suboficiales (AGBS). Igualmente exploraremos las diferencias entre los distintos centros de formación (CEFOR) en lo que a valores de suprema importancia y contravalores² individuales se refiere. Por último pretendemos realizar un análisis comparado entre las tipologías de valores de nuestra muestra, y las tipologías de la población española.

MÉTODO

Participantes

En el estudio han participado 1.105 sujetos. Todos ellos alumnos de enseñanza militar que se encontraban cursando los diferentes niveles de sus respectivos planes de formación para alcanzar la condición de oficial o suboficial del Ejército de Tierra español. Por grupos se distribuyen del siguiente modo: 481 alumnos de la Academia General Militar (AGM) y 624 alumnos de la Academia Básica de Suboficiales (AGBS); para este centro de formación la muestra corresponde al censo total de alumnos.

Instrumentos

Para la toma de datos se ha utilizado el Schwartz Values Survey (SVS). Cuestionario desarrollado por Schwartz a partir de la taxonomía de valores de Rokeach y que tras diversas adaptaciones y modificaciones en su formato definitivo está compuesto por 58 ítems que se agrupan en dos categorías: 30 valores terminales y 28 valores instrumentales. En nuestro caso hemos utilizado la versión adaptada para España por Ros, Grad y Martínez (1991, 1996) y cuya fiabilidad y validez ha sido comprobada en diversas investigaciones (Schwartz, 1992; Gouveia, Clemente & Vidal, 1998; Gouveia, Martínez & Meira, 2001).

² Schwartz se refiere frecuentemente a los valores considerados como "de suprema importancia", ubicándolos en la jerarquía ordinal en las primeras posiciones. De este modo serán los que mayor influencia tendrán como principios guía en la conducta de los su

Procedimiento

Dado el perfil de la muestra a estudiar, fue necesario realizar previamente al trabajo de campo una serie de gestiones administrativas destinadas a la obtención de las autorizaciones necesarias para acceder a la muestra. Se elaboró y presentó ante el organismo competente un proyecto de trabajo que incluía un cronograma tentativo. Para los alumnos de primer curso, tanto de la AGM como de la AGBS, se proponía la toma de muestras en la fecha más cercana a su incorporación al Centro de Formación (CEFOR). La razón era simple, se pretendía realizar la primera medición de forma que, la posible influencia de lo que hemos denominado «efecto CEFOR», fuera lo menor posible. Para ello era imperativo que pudiéramos realizarla en los primeros días tras su incorporación. En ambos CEFOR se realizó en la primera quincena de septiembre de 2012.

Para los alumnos de los últimos cursos se proponía que la toma de muestras se realizara en una fecha lo más cercana posible a la finalización del ciclo formativo y por lo tanto lo más próxima a la obtención del correspondiente despacho de Teniente o Sargento. La razón, en este caso, era la contraria a la argumentada para los alumnos de primer curso, es decir, se pretendía realizar la medición con la mayor cantidad de «efecto CEFOR» posible sobre los sujetos que serían evaluados. La toma de muestras se realizó a finales del mes de mayo de 2013.

La administración de las pruebas se realizó de forma colectiva, siendo el investigador principal el encargado de dar las instrucciones de cumplimentación en todos los casos. Queremos señalar que, aun estando explicitado en las instrucciones escritas de los cuadernillos, Ros y Grad (1996) advierten de la frecuente ocurrencia de un error sistemático de interpretación por parte de los sujetos a los que se les administra el SVS. Se trata de una especie de error de aquiescencia consistente en tender a marcar un importante número de valores con la opción «de suprema importancia». Para evitar ese error se hizo especial hincapié en el hecho de que solamente se debería señalar un valor con ese nivel. Tal vez explicado por el perfil disciplinado de los alumnos militares, la realidad es que no se ha perdido ningún sujeto por incumplimiento de esta instrucción, con lo cual no nos hemos visto en la necesidad de determinar un criterio de validez del sujeto en base al error señalado.

El tratamiento de las hojas de respuesta se realizó mediante una lectora de marcas OCR con alimentación automática lo que eliminaba la introducción de errores humanos en el procedimiento de generación de la base de datos. El análisis de los datos se realizó con el paquete estadístico SPSS 21.

RESULTADOS

Para alcanzar los objetivos este estudio se ha realizado sobre la población de alumnos de enseñanza militar. Tanto la representatividad de la muestra como su capacidad de inferencia se sustentan en el hecho de que se trata del censo de alumnos de formación para ingreso en las escalas de oficiales y suboficiales del Ejército de Tierra de España.

La muestra está compuesta por 1.105 sujetos. Los grupos muestrales, en función del centro de formación, sexo y curso, se detallan en la tabla 1. Queremos señalar que, dadas las características de la institución en la que se ha realizado el estudio, resultaba más sencillo acceder al censo de alumnos que a una muestra representativa de la población.

Tabla 1. *Descriptivos sociolaborales*

| | CURSO | N | HOMBRE | % | MUJER | % |
|--------------|-------|-------|--------|----|-------|----|
| AGM | 1º | 243 | | | | |
| | 3º | 116 | | | | |
| | 5º | 122 | | | | |
| | Total | 481 | 463 | 96 | 18 | 4 |
| AGBS | 1º | 230 | | | | |
| | 2º | 394 | | | | |
| | Total | 624 | 556 | 89 | 68 | 11 |
| TOTAL | 1.105 | 1.019 | 92 | 86 | 8 | |

En la revisión documental previa al desarrollo de nuestra investigación pudimos constatar que, en relación a la población española, los datos disponibles sobre la fiabilidad del cuestionario SVS habían sido obtenidos sobre muestras pequeñas y con un cierto sesgo ya que la mayor parte de los sujetos eran universitarios.

Nuestra muestra, si bien pertenece a un entorno militar, no es menos cierto que está compuesta por sujetos con edades comprendidas entre los 20 y los 38 años de edad, que proceden de todo el territorio nacional y con niveles de estudio homologables con la enseñanza secundaria obligatoria, formación profesional y grado. En la tabla 2 se incluyen los resultados correspondientes a la prueba de fiabilidad realizada para cada una de las tipologías motivacionales así como para el total de la escala. Los cálculos se han realizado sobre los 1.105 sujetos muestrales. Los resultados obtenidos nos permiten confirmar la fiabilidad del cuestionario,

tanto para las tipologías motivacionales propuestas por el autor como para la totalidad de la escala.

Tabla 2. Valores de fiabilidad encontrados para el S.V.S.

| CATEGORÍA | TIPOLOGÍA | ELEMENTOS | FIABILIDAD α |
|----------------|---------------------|-----------|---------------------|
| Colectivista | Benevolencia | 8 | ,799 |
| Colectivista | Conformidad | 4 | ,812 |
| Colectivista | Tradición | 7 | ,816 |
| Individualista | Logro | 8 | ,805 |
| Individualista | Estimulación | 4 | ,832 |
| Individualista | Autodirección | 6 | ,816 |
| Individualista | Hedonismo | 2 | ,835 |
| Individualista | Poder | 5 | ,833 |
| Mixta | Seguridad | 8 | ,806 |
| Mixta | Universalismo | 10 | ,825 |
| | TOTAL ESCALA | | ,834 |

Por otro lado, al objeto de explorar las tipologías motivacionales en la población de estudiantes militares así como realizar un estudio comparado entre este colectivo y la población española, se ha diseñado la tabla 3 donde se incluyen las medias y desviaciones típicas, encontradas por diferentes autores sobre muestras españolas. También se han incluido los datos correspondientes a la totalidad de alumnos encuestados en nuestra investigación.

La ausencia de datos, como la desviación típica, en algunos de los artículos publicados sobre el asunto, así como la diferencia en el tamaño de las muestras nos ha hecho desistir de realizar análisis comparados entre los diferentes grupos. Nos hemos limitado a incluir los datos disponibles en la tabla siguiente.

Tabla 3. *Medias y desviaciones típicas obtenidas por diferentes autores*

| | 1998 GOUVEIA | | 2001 PALACI | | 2009 FRANCO Y NAVAS | | 2014 GOMBAO | |
|---------------|-----------------|------|----------------|------|------------------------|------|----------------|------|
| | MEDIA | DT | MEDIA | DT | MEDIA | DT | MEDIA | DT |
| Benevolencia | 5,1 | n.d. | 4,83 | n.d. | 4,91 | .96 | 6,65 | 0,82 |
| Conformidad | 3,48 | n.d. | 4,84 | n.d. | 4,41 | 1.11 | 6,60 | 0,99 |
| Tradición | 2,78 | n.d. | 2,58 | n.d. | 3,45 | .67 | 6,23 | 0,93 |
| Logro | 3,91 | n.d. | 4,84 | n.d. | 4,86 | 1.12 | 6,69 | 0,79 |
| Estimulación | 3,4 | n.d. | 4,04 | n.d. | 3,98 | 1.21 | 5,97 | 1,15 |
| Autodirección | 4,81 | n.d. | 5,26 | n.d. | 4,58 | .96 | 6,21 | 0,93 |
| Hedonismo | 4,69 | n.d. | 5,13 | n.d. | 4,78 | 1.34 | 6,01 | 1,45 |
| Poder | 2,18 | n.d. | 3,12 | n.d. | 2,08 | .93 | 4,97 | 1,14 |
| Seguridad | 4,17 | n.d. | 4,07 | n.d. | 4,37 | .94 | 6,53 | 0,81 |
| Universalismo | 4,72 | n.d. | 4,83 | n.d. | 4,96 | 1.32 | 5,41 | 0,91 |
| N | 176 | | 77 | | 84 | | 1.105 | |

Para alcanzar el segundo objetivo de nuestro estudio, explorar el «efecto CEFOR», es decir comparar la influencia que tiene sobre las tipologías motivacionales el hecho de estudiar en un centro militar o en otro, se ha realizado la prueba de efectos inter-sujetos. En la tabla 4 se incluyen los resultados en relación a las tipologías motivacionales. La prueba se ha realizado con la totalidad de alumnos de cada uno de los centros de formación militar.

Los resultados reflejan la existencia de diferencias en siete de las diez tipologías motivacionales. No se han encontrado diferencias significativas en las tipologías «poder» y «logro», ambas individualistas y «seguridad» (mixta).

Con la finalidad de profundizar en el primer objetivo de nuestra investigación, además de las tipologías, se han analizado, de forma individualizada, los valores que las componen. De este modo se han obtenido las puntuaciones correspondientes a los valores que han obtenido un mayor porcentaje de elección, por una parte como de «suprema importancia» y por otra como «contrario a mis valores». Las tablas 5 y 6 reflejan los datos correspondientes a los alumnos de la AGM. Por su parte, las tablas 7 y 8 reflejan los datos correspondientes a los alumnos de la AGBS.

Tabla 4. Prueba de efectos inter-sujetos; alumnos AGM Vs alumnos AGBS

| | | X | F | Sig. | Eta² | P |
|---------------|------|----------|----------|-------------|------------------------|----------|
| Universalismo | AGM | 5,27 | 26,18 | .000 | .023 | .999 |
| | AGBS | 5,54 | | | | |
| Benevolencia | AGM | 6,59 | 5,38 | .021 | .005 | .639 |
| | AGBS | 6,71 | | | | |
| Tradición | AGM | 6,12 | 11,65 | .001 | .011 | .927 |
| | AGBS | 6,31 | | | | |
| Conformidad | AGM | 6,47 | 16,43 | .000 | .015 | .982 |
| | AGBS | 6,70 | | | | |
| Seguridad | AGM | 6,50 | 1,70 | .192 | .002 | .257 |
| | AGBS | 6,56 | | | | |
| Poder | AGM | 4,94 | 1,72 | .190 | .002 | .258 |
| | AGBS | 5,03 | | | | |
| Logro | AGM | 6,68 | 0,43 | .513 | .000 | .100 |
| | AGBS | 6,71 | | | | |
| Hedonismo | AGM | 5,81 | 19,81 | .000 | .018 | .994 |
| | AGBS | 6,19 | | | | |
| Estimulación | AGM | 6,14 | 16,73 | .000 | .015 | .983 |
| | AGBS | 5,86 | | | | |
| Autodirección | AGM | 6,11 | 11,02 | .001 | .010 | .912 |
| | AGBS | 6,29 | | | | |

Tabla 5. Valores suprema importancia alumnos AGM

| CATEGORÍA | TIPOLOGÍA | VALOR | % |
|------------------|------------------|--------------------|----------|
| Individualista | Logro | Sentido vital | 21 % |
| Colectivista | Benevolencia | Lealtad | 15 % |
| Mixta | Seguridad | Seguridad nacional | 14 % |

Entre los alumnos de la AGM, el valor que destaca es «sentido vital» que ha sido seleccionado como de suprema importancia por un 21% de los sujetos. Le siguen, por porcentaje de elección «seguridad nacional» y «lealtad», que han sido seleccionados por el 15% y el 14% de estos alumnos respectivamente.

Tabla 6. *Contravalores alumnos AGM*

| CATEGORÍA | TIPOLOGÍA | VALOR | % |
|----------------|---------------|---------------------|------|
| Colectivista | Tradición | Devoto | 30 % |
| Mixta | Universalismo | Un mundo de belleza | 24 % |
| Individualista | Poder | Poder social | 18% |

Entre los contravalores, destaca «devoto» con un 30% de sujetos que lo han seleccionado. En segundo lugar aparece «un mundo de belleza» con un 28% y en tercera posición aparece «poder social» con un 18%.

Tabla 7. *Valores suprema importancia alumnos AGB*

| CATEGORÍA | TIPOLOGÍA | VALOR | % |
|----------------|-----------|--------------------|------|
| Mixta | Seguridad | Seguridad familiar | 25 % |
| Individualista | Logro | Sentido vital | 18 % |
| Colectivista | Tradición | Compañerismo | 15 % |

Entre los alumnos de la AGBS, el valor individual que más destaca es «seguridad familiar» que ha sido seleccionado como de suprema importancia por un 25% de los sujetos. Le siguen, por porcentaje de elección «sentido vital» y «compañerismo», que han sido seleccionados por el 18% y el 15% de estos alumnos respectivamente.

Tabla 8. *Contravalores alumnos AGBS*

| CATEGORÍA | TIPOLOGÍA | VALOR | % |
|----------------|---------------|---------------------|------|
| Colectivista | Tradición | Devoto | 37 % |
| Mixta | Universalismo | Un mundo de belleza | 25 % |
| Individualista | Poder | Riqueza | 19% |

Entre los contravalores de los futuros suboficiales, destaca «devoto» con un 37% de sujetos que lo han seleccionado con esa consideración. En segundo lugar aparece «un mundo de belleza» con un 25% de elecciones y en tercera posición aparece «poder social» con el 19% de los sujetos que lo han señalado como contrario a sus valores.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los valores son importantes tanto para las sociedades como para las personas individuales. Esta importancia se sustenta en la capacidad de influencia que tienen los valores sobre la conducta (Bardi, 2000; Broggi, 2010; Nader & Castro, 2007; Rokeach, 1973; Verplanken & Hollaand 2002).

Por otra parte, hay un amplio consenso respecto al hecho de que la conducta humana se encuentra condicionada en parte por su herencia genética y sus instintos, sin embargo, no es menos cierto que el ser humano tiene una amplia libertad para escoger su camino. En esta elección los valores juegan un importante papel (Lewis, 1998), ya que sin ellos la conducta humana sería errática. Esta afirmación resulta especialmente relevante para el colectivo militar ya que, dada la estructura fuertemente jerarquizada en la que desarrolla su profesión, se ve abocado, por una parte a negar algunos instintos tan potentes como el de conservación de la vida, y por otra, a desarrollar conductas éticas para evitar que la profesión militar sea puesta en tela de juicio (Barret, 2013).

No solo resulta innegable la importancia que tienen los valores como indicador de cómo se comportará una persona o sociedad (Fierro, 1996), sino que esta importancia cobra mayor relevancia en el caso de aquellos sujetos llamados a liderar a otros; éste sería el caso de los alumnos de las academias militares. El conocimiento y comprensión de la orientación de los valores de ese grupo de personas es determinante dado que serán los líderes que influirán en el seno de su organización (Sosik, 2005). Con respecto a nuestra investigación significar que hemos pretendido aportar algo de información con el objetivo de mejorar las capacidades funcionales del E.T.

Los datos obtenidos nos informan que, entre los alumnos de enseñanza militar, los valores que han recibido en mayor porcentaje la consideración de «suprema importancia» son: «sentido vital», «compañerismo», «lealtad» y «seguridad» (nacional o familiar). Pese a las evidentes diferencias entre los perfiles de los alumnos de ambas academias, unos serán oficiales, mientras que los otros serán suboficiales, todos comparten los valores señalados, si bien no aparecen en el mismo orden de prelación. Consideramos que la diferencia en el orden se explica, precisamente, por la diferencia de perfiles personales. Mientras los alumnos de la AGBS poseen varios años de experiencia militar, ya que proceden de la escala de tropa, los alumnos de la AGM, en su mayor parte, son más jóvenes, no tienen experiencia militar y proceden directamente del instituto donde han cursado bachillerato.

Por otra parte y en relación a los contravalores, es decir aquellos valores que han sido seleccionados como «contrario a mis valores», se aprecia una gran simi-

litud entre ambos grupos. Los valores «devoto» y «un mundo de belleza» aparecen como los más rechazados por todos los alumnos, con independencia del CEFOR al que pertenezcan. A continuación aparece el «poder social» para los alumnos de la AGM, y la «riqueza» para los alumnos de la AGBS.

Por lo que respecta a las tipologías motivacionales se constata que las puntuaciones de los alumnos militares españoles oscilan dentro de un rango entre 4'91 (poder) y 6'71 (benevolencia), sobre una escala que va de 0 a 10 puntos. Los datos aportados por otros autores sitúan ese rango entre 2'08 (poder) y 5'26 (autodirección). Si consideramos que los datos aportados por Franco y Navas (2009) asignan a la tipología «universalismo» una puntuación de 4'96 y a «benevolencia» 4'91, parece que los perfiles de valores de la población española se mueve de forma similar a como lo hace el perfil de los alumnos militares. Sin embargo, los datos sugieren una mayor potencia en los valores de los militares, lo cual sería coherente con los postulados de Aznar (2013) y Alejandro (2013) quienes consideran a los militares como el reservorio de los valores de una nación.

Analizando con más detalle los resultados obtenidos se constata que las tipologías que aparecen con las mayores puntuaciones son «logro», «benevolencia» y «conformidad». La prevalencia de estas tipologías resulta indicativo de comportamientos normativos que promueven y potencian las relaciones del endogrupo (Schwartz, 2006), lo cual sería coherente con la importancia que tiene en el estamento militar el concepto de «promoción», (entendido como grupo de compañeros formados a lo largo de los mismos cursos académicos y que obtienen a un tiempo sus despachos de empleo), tan firmemente arraigado entre los militares españoles, especialmente entre los oficiales, y que tiene importantes repercusiones en sus carreras profesionales (Doncel, 2004).

Es de señalar que es precisamente la tipología benevolencia, la que con una puntuación de 6'71, ocupa la segunda posición para los alumnos de la AGM. Consideramos que los resultados que hemos obtenido están en línea con los aportados por Krishan (2001), quien sugiere que los líderes transformacionales se orientan hacia el bienestar del colectivo. Por su parte, Nader y Castro Solano (2009) aportan datos que reforzarían la prevalencia de las tipologías colectivistas entre los militares.

Los resultados obtenidos para los cadetes españoles presentan ciertas diferencias con los datos disponibles correspondientes a cadetes de la Escuela de Oficiales de Argentina. Castro Solano y Nader (2006) y Casullo y Castro solano (2004) aportan datos respecto a esta población militar argentina. Entre los cadetes argentinos las tipologías que aparecen en las primeras posiciones son benevolencia, autodirección y seguridad. De las tres primeras tan solo una, en concreto benevolencia, se encuentra entre la terna de las más importantes para los españoles. En

lo que respecta a las que se encuentran menos valoradas aparecen poder, al igual que entre los españoles, y logro que es la que ocupa la primera posición entre los cadetes de nuestro país. Una posible explicación, al menos parcial, de estas diferencias podría estar en los diferentes instrumentos de medición. Mientras nosotros hemos utilizado el cuestionario SVS, los investigadores argentinos han utilizado la versión reducida, esto es el PVQ.

REFERENCIAS

- Aiken, L. (2003). *Test psicológicos y evaluación*. México: Pearson Educación.
- Alejandre, L. (2013). *Conflictos y valores: dos crisis frente a frente*. Monografías del CEDESEN, 132, 6-12.
- Allport, G. (1965). *Psicología de la personalidad*. Buenos Aires: Paidós.
- Arciniega, L. y González, L. (2000). Desarrollo y validación de la escala de valores hacia el trabajo EVAT 30. *Revista de psicología social*, 15, 3, 281-293.
- Aznar Fernández, F. (2013). *El fin de la posmodernidad y el retorno a los valores*. Madrid: cuadernos CESEDEN 132, 15-31.
- Bardi, A. (2000). *Relations of values to behavior in everyday situations*. Jerusalén: Tesis doctoral no publicada.
- Barrett, C. (2013). La manera correcta: una sugerencia para la ética del ejército. *Military Review*, enero-febrero, 13-25.
- Bass, B. (1985). *Leadership and performance beyond expectations*. New York: The Free Press.
- Broggi, M. (2010). La actitud profesional ante los valores del enfermo en la toma de decisiones. *Psicooncología*, 7, 2-3, 401-414.
- Castro Solano, A. & Nader, M. (2006). La evaluación de los valores humanos con el Portrait Values Questionnaire de Schwartz. *Interdisciplinaria*, 23, 2, 155-174.
- Casullo, M. & Castro Solano, A. (2004). Valores humanos y contextos en población civil y militar. *Acción psicológica*, 3, 1, 21-30.
- Depaula, D. (2012). Predictores globales de la performance de estudiantes militares. *Ciencias Psicológicas*, 6, 2, 135-148.
- Doncel, J. (2004). La labor socializadora de una institución cuasi-total frente al papel de sus miembros en la configuración de una cultura institucional sólida: el caso de la Armada. *Revista de Antropología Experimental*, 4, 1-13.

- Fierro, A. (1996). *Manual de psicología de la personalidad*. Barcelona: Paidós.
- Franco, C. & Navas, M. (2009). Efectos de un programa de meditación en los valores de una muestra de estudiantes universitarios. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 19, 7 (3), 1.157-1.174.
- Fronzizi, R. (1995: 1ª Ed. 1958). *¿Qué son los valores?* México: Fondo de Cultura Económica.
- Gallardo, P.; Sanchez, E. & Montero, J. (2014). Los valores en la enseñanza militar de formación. *Revista Ejército*, 884, 84-91.
- García del Junto, J.; Medina, E.; Dutschke, G. (2010). Una revisión exploratoria del modelo de Schwartz. *Revista economía, gestión y desarrollo*, 9, 35-66.
- Gil Roales-Nieto, J. (2009). Cambio social y cambio personal. Estudio preliminar del cambio en valores en una muestra intergeneracional. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 9, 3, 395-420.
- Gombao, J.C. (2014). Los valores en los alumnos de la AGM: un acercamiento empírico. *Revista Ejército*, 881, 32-37.
- Gouveia, V.; Clemente, M. & Vidal, M. (1998). El cuestionario de valores de Schwartz (CVS): propuesta de adaptación en el formato de respuesta. *International Journal of Social Psychology*, 13, 463-469.
- Gouveia, V.; Martínez, E.; Meira, M. y Lemos, T. (2001). A estrutura e o conteúdo universais dos valores humanos: análise factorial confirmatória da tipologia de Schwartz. *Estudos de Psicologia*, 6 (2), 133-142.
- Imhoff, D. & Brussino, S. (2013). Estudio exploratorio de las características psicométricas del Portrait Values Questionnaire en el contexto de Córdoba (Argentina). *Revista colombiana de psicología*, 22, 1, 135-149.
- Lewis, H. (1998). *La cuestión de los valores humanos*. Barcelona: Ed. Gedisa.
- Martínez, R. (2007). *Los mandos de las FAS españolas del siglo XXI*. Madrid: ed. CIS.
- Martínez Gómez, J.A. (2010). *En torno a la axiología y los valores*. Contribuciones a las ciencias sociales, marzo 2010, www.eumed.net/revcccss/07/jamg.htm. (Consulta realizada el 30 de enero de 2014).
- Moriano, J.; Trejo, E. & Palaci, F. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *International Journal of Social Psychology*, 16, 2, 229-242.
- Nader, M. & Castro A. (2007). Influencia de los valores sobre los estilos de liderazgo: un análisis según el modelo de liderazgo transaccional. *Universitas psicológica*, 6, 689-698.

- Parra, F. (2004). In O. Uña (2004). *Diccionario de Sociología*. Madrid: ESIC (p. 1.567-1.569).
- Pascual, M. (2012). Valores personales asociados al bienestar subjetivo en personas mayores: evidencias a partir de la encuesta social europea. *Metodología de encuestas*, 14, 81-101.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press
- Ros, M. (2001). *Psicología social de los valores: una perspectiva histórica*. En Psicología social de los valores humanos, 27-51. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Ros, M. & Grad, H. (1991). El significado del valor trabajo relacionado a la experiencia ocupacional: una comparación de profesores de EGB y estudiantes de CAP. *Revista de Psicología Social*, 6, 2, 181-208.
- Ros, M.; Grad, H. & Martínez, E. (1996). *El cambio de los valores para la mejora de las estrategias de aprendizaje y el rendimiento académico*. Madrid: CIDE-Salgado, S. (2009). *Caracterización teórica y comprobación experimental de un nuevo motivo social: El Quijotismo*. Tesis doctoral no publicada.
- Schwartz, Sh. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical test in 20 countries. En M. Zanna, *Advances in experimental social psychology*, 25, 1-65. New York: Academic Press.
- Schwartz, Sh. (2001). *¿Existen aspectos universales en la estructura y contenido de los valores humanos?* En psicología social de los valores humanos, 53-76: Biblioteca Nueva.
- Schwartz, Sh. (2006). A theory of cultural values orientations: Explication and applications. *Comparative Sociology*, 5, 2-3, 137-182.
- Schwartz, Sh. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Reading in Psychology and Culture*, 2 (1) <http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1116>. (Consultarealizada el 09/02/2015).
- Schwartz, Sh. & Bilsky, W. (1987). Towards a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology* 53, 3, 550-562.
- Schwartz, Sh. & Bilsky, W. (1990). Towards a theory of universal content and structure of values: Extensions and cross cultural replications. *Journal of Personality and Social Psychology* 58, 5, 878-891.
- Sosik, J. (2005). The role of personal values in the charismatic leadership of corporate managers: A model and preliminary study. *Leadership Quarterly*, 16, 221-244.

- Thomas, W. y Znaniecki, F. (1918-1920). *The Polish peasant in Europe and America. Vols I y II*. Boston: University of Chicago Press.
- Thomson, G. (1987). *Needs*. London: Routledge and K. Paul.
- Vera, J. (2001). *Procedimientos escalares para la medición de valores*. En Ros y Valdiney 2001, 129-151.
- Verplanken, B. y Holland, R. (2002). Motivated decision making: effects of activation and self-centrality on values choices and behavior. *Journal of personality and social psychology*, 93, 845-860.

