

# **PREFERENCIA DE VALORES EN LOS JÓVENES ESPAÑOLES EN FUNCIÓN DEL SEXO, EL DEPORTE Y LAS ONGs**

## **PREFERENCE OF VALUES IN SPANISH YOUTHS CONCERNING SEX, SPORT AND NGOs**

**María Segunda Íñiguez Fuentes**

*Profesora IES. Conselleria de Educació. Generalitat Valenciana*

*Línea de investigación: Pensamiento e Interacción Social*

*E-mail: marisevd@hotmail.com - Valencia - España*

**Manuel Martí Villar**

*Profesor Titular Universidad. Departamento de Psicología Bàsica. Universitat Valencia*

*Línea de investigación: Pensamiento e Interacción Social*

*E-mail: manuel.marti-vilar@uv.es*

### **Resumen**

El estudio está relacionado con la preferencia de valores de los jóvenes españoles 18 a 25 años, y de las variables que influyen en sus preferencias, con una muestra de (n=83). En los cuatro primeros lugares de la escala de Valores Finales *la Felicidad*, seguida de *la Libertad*, la *Seguridad Familiar* y la *Amistad*, mientras que postergan en los cuatro últimos lugares de la escala: La Salvación, la Seguridad Nacional, la Vida Excitante - placer y mundo agradable y confortable. Por otra parte, en relación a los valores instrumentales en los cuatro primeros lugares prefieren: ser alegre, ser honrado, ser responsable y ser independiente, postergando a los últimos cuatro lugares los valores instrumentales Ser Ambicioso, Ser Obediente, Ser Ambicioso y ser Controlado. Los jóvenes que practican Actividad deportiva valoran, el control creativo que significa ser tolerante, ser servicial, ayudar y respetuoso. Mientras que los jóvenes que no practican deporte se inclinan más por tener placer, hacer las cosas que me gustan. Se observa que las chicas valoran el amor, la intimidad sexual y espiritual, mientras que los varones valoran más tener en la vida un logro intelectual, el *ser ambicioso*. Por último los jóvenes que Colaboran con ONGs puntúan más alto, frente a los que no Colaboran en estas organizaciones, en ser competente y ser extrovertidos socialmente. Se verifica en este estudio una constante en la preferencia de los valores, comparando con otros estudios realizados en los últimos 15 años.

### **Palabras Clave / Key Words**

Palabras clave: Valores Humanos, jóvenes universitarios, sexo, deporte y ONG's.

### **Abstract**

The study is related with the preference of the Spanish youths' values 18 to 25 years, and of the variables that influence in its preferences, with a sample of (n=83). In the first four places of the scale of Final Values the Happiness, followed by the Freedom, the Family Security and the Friendship, while they defer in the last four places of the scale: The Salvation, the National Security, the Exciting Life - pleasure and pleasant and comfortable world. On the other hand, in relation to the instrumental values in the first four places prefer: to be cheerful, to be honored, to be responsible and to be independent, deferring to the last four places the

instrumental values to Be Ambitious, to Be Obedient, to Be Ambitious and to Be controlled. The youths that practice sport Activity value, the creative control that means to be tolerant, to be helpful, to help and respectful. While the youths that don't practice sport lean more to have pleasure, to make the things that I like. It is observed that the girls value the love, the sexual and spiritual intimacy, while the males value more to have in the life an intellectual achievement, the ambitious being. Lastly the youths that Collaborate with ONGs punctuate higher, in front of those that don't Collaborate in these organizations, in to be competent and to be extroverted socially. It is verified in this study a constant in the preference of the values, comparing with other studies carried out in the last 15 years.

## Key Words

Key Words: Value Human, university youths, sex, sport and ONG's.

## 1. ANTECEDENTES / BACKGROUND

Los antecedentes de este estudio están en relación M. Rokeach (1979) y su escala de valores humanos versión B, así como los estudios sobre los jóvenes españoles realizados por Elzo (1994), Elzo, González-Anleo y López (1999, 2000 y 2005).

Los valores son conceptos o pensamientos, acerca de estados finales deseables o conductas, metas instrumentales, que trascienden las situaciones específicas, guían la selección o evaluación de conductas y están ordenados por su importancia relativa para el sujeto (Schwartz y Bilsky, 1987).

Otro trabajo que se tiene en cuenta, en esta misma línea de investigación, por referirse a este tema de lo que más valoran los jóvenes, y por la proximidad de la investigación realizada, es el libro de J. Elzo (2006) "Los Jóvenes y la Felicidad". En este libro muestra que: "A los jóvenes, lo que les hace felices son las relaciones que mantienen con sus familiares, amistad y pareja. Mantener un entorno íntimo armonioso es clave para que un joven se sienta feliz. Según Rokeach (1968), el sistema de valores de una persona representa una organización aprendida de reglas para hacer elecciones y resolver conflictos entre dos o más formas deseables de conducta o entre dos o más estados finales. De hecho, los valores son pensamientos, acerca de estados finales deseables o metas instrumentales, que trascienden las situaciones específicas, guían la evaluación de conductas y están ordenados por su importancia relativa para el sujeto (Arroyo, 2001; Elzo, 2006).

Rokeach en *Nature of Values* (1973), plantea una serie de asunciones que justifican las razones por las que el concepto de valor debería ocupar una posición central en todas las ciencias sociales. Los valores, para este autor, son estándares o criterios que permiten juzgar como deseable o indeseable un medio u objetivo de acción determinado. Por ello, tienen componentes: cognitivo, afectivo y conductual. Rokeach señala una distinción entre valores instrumentales y finales. Los valores instrumentales se refieren a modos de conducta y los valores finales a estados finales de existencia. Así los primeros se relacionan con modos preferibles de conducta, es decir, son medios para conseguir otros valores (finales) que se refieren a modos deseables de existencia (Martí, 1994). El sistema de valores global de una persona puede ser el resultado final de todas las fuerzas institucionales que inciden sobre el individuo, por lo que se hace imprescindible la identificación de subconjuntos singulares de valores que propugna cada institución y la efectividad de diferentes instituciones y organizaciones sociales que actúan como agentes activos de socialización y cambio de valores (Pérez y Martí, 1997).

Diferentes investigaciones realizadas en nuestro contexto han mostrado el influjo que tiene la familia en la adquisición de los valores humanos (Martí y Samper, 1995; Martí, 2001; Herrera, 2006). La investigación realizada con muestras de adolescentes y jóvenes han

mostrado que hay una relación empírica entre el pensamiento moral y la jerarquización de valores (Pérez y Martí, 1997; Martí, 2001; Carena y col., 2004; Herrera, 2007).

Como conclusión y siguiendo a Martí (1994, 2001) se afirma que las aportaciones de Rokeach (1973, 1979) al estudio de los valores se pueden resumir en cuatro aspectos:

- Proporciona una delimitación bastante precisa del concepto de «valor».
- La operacionalización del constructo ofrece una base adecuada para la medición.

El interés por el aprendizaje de creencias y la transformación de estructuras cognitivas le ha llevado a elaborar una teoría acerca de la dinámica y el cambio de los sistemas de valores. La conceptualización de los valores da pie a un modelo explicativo de las ideologías que ha gozado de una popularidad notable en el ámbito de la psicología política (Gómez, 1994). La obra de Rokeach tiene el valor de ser una conceptualización integradora, siendo el fundamento teórico para el desarrollo del presente trabajo de investigación. La aportación de este instrumento aparece en una época en que la psicología moral tiene un carácter científico, frente a las primeras investigaciones empíricas de la psicología moral que aparecían como consecuencia de las necesidades educativas y en el contexto de la psicología aplicada (Pérez, Samper y Martí, 1996) y Rokeach está en la línea de Piaget, el cual según Pérez, Mestre, Martí y Samper (1996), entiende como sujeto moral al individuo y subraya la dimensión constructiva y creativa del desarrollo moral de la persona.

## **2. OBJETIVOS/ AIMS**

El objetivo de la investigación es, desde una muestra de jóvenes, dibujar el perfil de los valores humanos que escogen como preferencia. Así se quiere obtener una mirada de conjunto e integral de los jóvenes universitarios de 18 a 25 años y vislumbrar los valores de la sociedad que estas generaciones jóvenes proyectan al futuro.

El interés y la relevancia del estudio es ver en este colectivo de la sociedad, desde dicha muestra, uno de los motores más potentes de transformación, renovación, de cambio, de contestación a los valores establecidos. Interesa ser conscientes de los valores humanos que los jóvenes han asimilado y por tanto la repercusión que éstos tienen en sus valores y su influencia social. En este estudio se tienen como objetivos:

1. Descubrir los valores de los jóvenes universitarios españoles, en el momento actual.
2. Establecer las diferencias en los valores en función de las Variables: Según el Sexo, la práctica de la Actividad deportiva y Colaboración con ONGs.

## **3. PARTICIPANTES/ PARTICIPANTS**

El trabajo que se presenta es un estudio realizado con jóvenes universitarios y su jerarquización de valores humanos, así como la preferencia de los jóvenes en la función de las variables: sexo, actividad deportiva y la participación en ONGs. La muestra objeto de estudio (n=100) fueron estudiantes universitarios españoles entre 18 y 25 años.

La muestra de la investigación ha sido seleccionada al azar entre la población de jóvenes universitarios de diferentes áreas en La Universidad Alcalá de Henares y de la Universidad Complutense de Madrid. La intención ha sido que participaran en la muestra estudiantes de diferentes Facultades de Ciencias y Letras, optando por una pluralidad.

## **4. MÉTODO/ METHODS**

Para realizar el estudio se aplicó la Escala de Valores de M. Rokeach (1979) versión B y un cuestionario sociodemográfico donde se recogían una serie de datos que se consideran importantes para el objeto de estudio.

En la recolección de los datos se siguieron los siguientes pasos: -Auto-administración de los instrumentos elegidos para la recolección de datos.

Procesamiento y análisis estadístico descriptivo de la información mediante el programa SPSS para datos cuantitativos obtenidos en el cuestionario.

La elaboración de los datos se ha llevado a cabo mediante diferencias de medidas Pruebas T, ANOVAS y correlaciones, entre los diferentes grupos establecidos con las Variables.

## 5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN/ RESULTS

### 5.1 Análisis global en la preferencia de Valores Finales

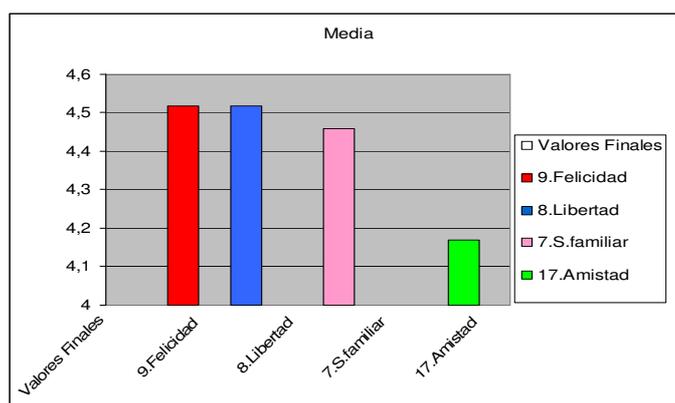
En este apartado se analizan los Valores humanos que los jóvenes universitarios han mostrado. Para ello se analiza en primer lugar, la preferencia de los sujetos entrevistados en relación a lo 18 valores Finales marcados en el cuestionario de Rokeach 1, y en un segundo momento hacer la misma operación con los 18 valores Instrumentales que completan la Escala de valores B de Rokeach 2 (1973).

A partir de los resultados generales obtenidos se puede hacer un primer análisis de cuáles son los valores finales preferidos por los jóvenes universitarios en esta muestra y cuales los menos valorados.

Tabla 1. Puntuaciones medias obtenidas en los cuatro primeros Valores Finales (Escala De Rokeach)

Valores Finales	Media
9.Felicidad	4. 51
8.Libertad	4. 51
7.Seguridad familiar	4. 45
17.Amistad	4. 16

En la *Tabla 1* y en la *gráfica 1* se aprecia el orden en que los sujetos de esta muestra han jerarquizado los cuatro primeros valores finales. Destaca claramente la preferencia de los valores: Felicidad (media= 4. 51) y Libertad (media= 4. 51) en relación con los restantes valores, Seguridad familiar (media= 4. 45) y Amistad (media = 4. 16).



Gráfica 1. Los cuatro primeros Valores Finales señalados en la muestra

La *Tabla 2* compara los estudios realizados acerca de la escala de los valores humanos. En ella se aprecia una continuidad similar en la escala de jerarquización de estos

**Tabla 2. Comparación de resultados generales con otras investigaciones de los cuatro primeros Valores Finales**

A	B	C	D	E
1 FELICIDAD	1 MUNDO EN PAZ	1 FELICIDAD	1 MUNDO EN PAZ	1 FELICIDAD
2 LIBERTAD	2 AMISTAD	2 MUNDO EN PAZ	2 FELICIDAD	2 AMISTAD
3 SEG. FAMILIAR	3 LIBERTAD	3 SEG. FAMILIAR	3 LIBERTAD	3 SEG. FAMILIAR
4 AMISTAD	4 FELICIDAD	4 AMISTAD	4 AMISTAD	4 LIBERTAD

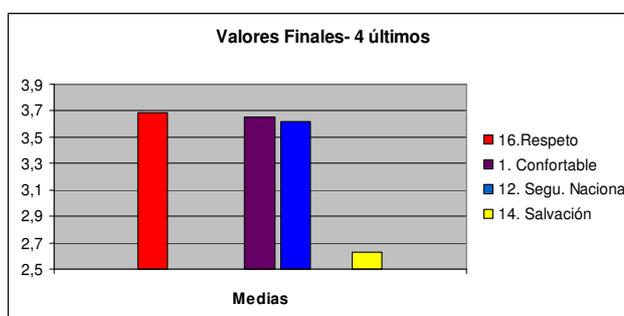
Legenda: A: Puntuaciones de 83 Sujetos (Íñiguez Fuentes, 2009); B: Puntuaciones de 809 (Garrigós, Lloria, 1994); C: Puntuaciones de 1287 sujetos (Pérez-Delgado, Mestre, 1992); D: Puntuaciones de 113 sujetos (Martí-Vilar, 1994); E: Puntuaciones de 114 sujetos ((Martí Vilar y Palma, 2010).

La tabla 2 compara los estudios realizados con valores humanos, se percibe una continuidad similar en la escala de jerarquización de estos cuatro primeros valores finales. En estos cuatro estudios se repiten la Felicidad, la libertad, la Amistad y amistad entre los cuatro primeros valores y se muestra una pequeña alternancia entra “Seguridad familiar” y “Mundo en Paz”. En la tabla 3 se observan los cuatro últimos valores Finales y las medias correspondientes.

**Tabla 3. Valores Finales los cuatro últimos en esta muestra**

Valores Finales los 4 últimos	Media
16. Respeto	3. 68
1. Confortable	3. 65
12. Segu. Nacional	3. 61
14. Salvación	2. 62

Los jóvenes de esta muestra han valorado en los 4 últimos puestos de los Valores Finales al respeto a los Otros (media= 3. 68); una vida Confortable (media 3. 65); la Seguridad Nacional (media: 3. 61) y por último el sentido de Salvación (media: 2. 62).



*Gráfica 2. Los cuatro últimos Valores Finales en esta muestra*

El último lugar de la escala de valores lo ocupa el sentido de salvación, que puede tener una connotación religiosa del sentido último de la vida.

En la tabla 4 se presentan los cuatro últimos valores finales escogidos por los jóvenes en diferentes estudios realizados.

**Tabla 4. Comparación de resultados generales con otras investigaciones de los cuatro últimos Valores Finales**

A	B	C	D	E
1 RESPETO OTROS	1 SEG. NACIONAL	1 SEG. NACIONAL	1 SEG. NACIONAL	1 SALVACIÓN
2 CONFORTABLE	2 SALVACIÓN	2 SALVACIÓN	2 PLACER	2 SEG. NACIONAL
3 SEG. NACIONAL	3 VIDA EXCITANTE	3 VIDA EXCITANTE	3 VIDA EXCITANTE	3 RESPETO OTROS
4 SALVACIÓN	4 RESPETO OTROS	4 PLACER	4 SALVACIÓN	4 MUNDO AGRADABLE

Legenda: A: Puntuaciones de 83 Sujetos (Íñiguez Fuentes, 2009); B: Puntuaciones de 809 (Garrigós, Lloria, 1994); C: Puntuaciones de 1287 sujetos (Pérez-Delgado, Mestre, 1992); D: Puntuaciones de 113 sujetos (Martí-Vilar, 1994); E: Puntuaciones de 114 sujetos ((Martí Vilar y Palma, 2010).

Tiene relevancia constatar que es una constante en las últimas investigaciones, tanto en adolescentes como en jóvenes una constante en la jerarquía de valores. De modo que en lo cuatro últimos valores finales se repiten: Salvación, Seguridad Nacional, en estos cuatro estudios. Vida excitante en tres de ellos y placer, mundo agradable y confortable en los otros tres.

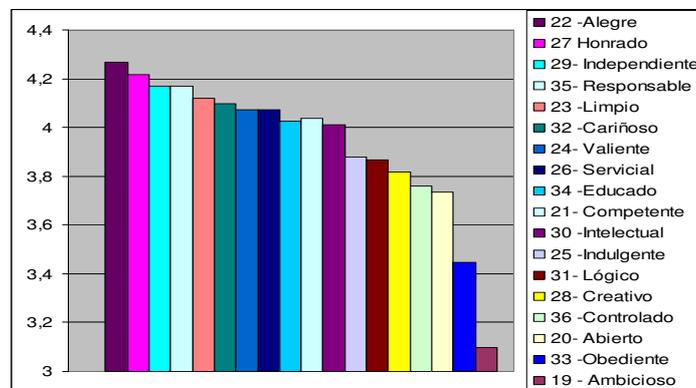
## 5. 2 Orden de preferencia de Valores Instrumentales

En la *Tabla 5* se observan los cuatro primeros valores instrumentales a los que los jóvenes han dado preferencia.

*Tabla 5. Los cuatro primeros Valores Instrumentales*

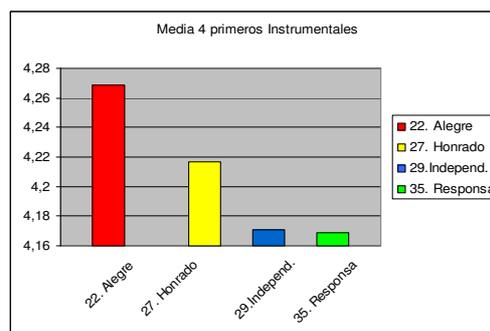
Valores Instrumentales	Media
22. Alegre	4. 26
27. Honrado	4. 21
29. Independe	4. 17
35. Responsable	4. 16

Los jóvenes de esta muestra han valorado en los 4 primeros lugares de los Valores Instrumentales: Alegre (media = 4. 26); (Honrado (media = 4. 21); (Independencia media = 4.17); Responsable (media: 4.16) Se observan los cuatro primeros valores instrumentales a los que los jóvenes han dado preferencia: Alegre, Honrado, Independiente y en Responsable.



*Gráfico 3. Puntuaciones medias obtenidas en Valores Instrumentales*

Los jóvenes destacan Felicidad, Libertad, Seguridad familiar y Amistad en la preferencia de los valores finales.



*Gráfico 4. Valores Instrumentales los cuatro primeros*

La tabla 6 muestra la comparación de los estudios realizados con valores humanos. En ella se percibe una continuidad similar en la escala de jerarquización de estos cuatro primeros valores Instrumentales.

Tabla 6. Comparación de los resultados generales con otras investigaciones de los Cuatro primeros Valores Instrumentales

	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>
1	ALEGRE	1 HONRADO	1 HONRADO	1 HONRADO	1 ALEGRE
2	HONRADO	2 RESPONSABLE	2 ALEGRE	2 RESPONSABLE	2 INDEPENDIENTE
3	INDEPENDIENTE	3 ABIERTO	3 ABIERTO	3 ABIERTO	3 EDUCADO
4	RESPONSABLE	4 ALEGRE	4 RESPONSABLE	4 ALEGRE	4 RESPONSABLE

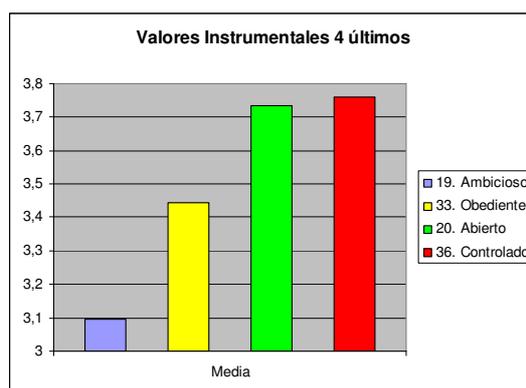
Legenda: A: Puntuaciones de 83 Sujetos (Íñiguez Fuentes, 2009); B: Puntuaciones de 809 (Garrigós, Lloria, 1994); C: Puntuaciones de 1287 sujetos (Pérez-Delgado, Mestre, 1992); D: Puntuaciones de 113 sujetos (Martí-Vilar, 1994); E: Puntuaciones de 114 sujetos ((Martí Vilar y Palma, 2010).

Se verifica también en los Valores instrumentales, tanto en los primeros lugares: alegre, honrado, responsable e independiente. Se percibe una constante de valores con relación a las investigaciones realizadas desde el 1992 hasta hoy 2009.

En la tabla 7 y en la gráfica 5 se observan los cuatro últimos valores instrumentales a los que los jóvenes han postergado a los últimos cuatro lugares, es por ello que han valorado en los 4 últimos lugares de los Valores Instrumentales: Ser Ambicioso (media= 3. 09); Ser Obediente (media= 3. 44); Ser Abierto (media= 3. 73); Ser Controlado (media= 3. 75).

Tabla 7. los cuatro últimos Valores Instrumentales

<b>Valores Instrumentales los 4 últimos</b>	<b>Media</b>
19. Ambicioso	3. 09
33. Obediente	3. 44
20. Abierto	3. 73
36. Controlado	3. 75



Gráfica 5: Los cuatro últimos Valores Instrumentales

Es por ello que los jóvenes de esta muestra han valorado en los cuatro últimos lugares a los siguientes valores instrumentales el Ser Ambicioso, Ser obediente, Ser Abierto y Ser Controlado.

La tabla 8 compara estudios realizados con valores humanos. En ella se percibe una continuidad similar en la escala de jerarquización de estos cuatro últimos valores Instrumentales.

Tabla 8. Cuatro últimos Valores Instrumentales

A		B		C		D		E	
1	AMBICIOSO	1	INDULGENTE	1	OBEDIENTE	1	AMBICIOSO	1	AMBICIOSO
2	OBEDIENTE	2	AMBICIOSO	2	INDULGENTE	2	INDULGENTE	2	OBEDIENTE
3	ABIERTO	3	OBEDIENTE	3	CREATIVO	3	INTELECTUAL	3	INDULGENTE
4	CONTROLADO	4	LIMPIO	4	LIMPIO	4	LIMPIO	4	CREATIVO

Legenda: A: Puntuaciones de 83 Sujetos (Íñiguez Fuentes, 2009); B: Puntuaciones de 809 (Garrigós, Lloria, 1994); C: Puntuaciones de 1287 sujetos (Pérez-Delgado, Mestre, 1992); D: Puntuaciones de 113 sujetos (Martí-Vilar, 1994); E: Puntuaciones de 114 sujetos ((Martí Vilar y Palma, 2010).

Se verifica también en los Valores instrumentales, tanto en los cuatro primeros lugares, anteriormente vistos, como en los cuatro últimos lugares: Ser ambicioso, Ser Obediente, Ser abierto y Ser controlado. Se percibe una constante de valores con relación a las investigaciones realizadas desde el 1992 hasta hoy 2009.

### 5. 3 Influencia de la Variable Sexo

Dado que esta muestra ha sido recogida desde la realidad encontrada, sin escoger a propósito proporciones de chicas y chicos, creyentes, no creyentes etc., el primer resultado que se constata en esta muestra es una proporción superior de chicas en la Universidad.

La influencia de la variable sexo será tenida en cuenta en el contexto de esta muestra con los diferentes factores aplicados.

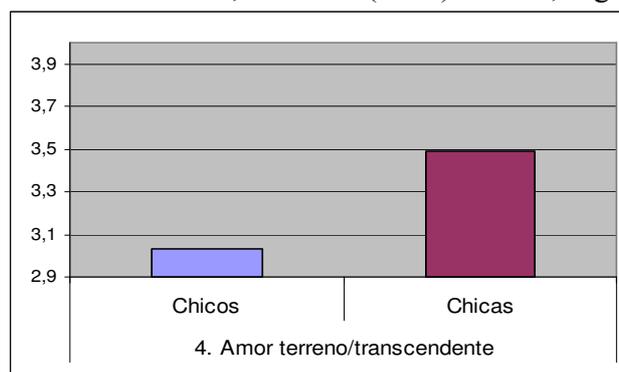
Tabla 9. Factor: Amor terreno/transcendente en función de la Variable Sexo

Factor	Sexo	N	Media	Desviación típica	Error típico de la Media	F.	Sig.
4 - Amor terreno/transcendente <i>11. Realización desde el amor, intimidad sexual y espiritual</i> <i>14. Lograr la salvación (la vida eterna, ganar el cielo)</i>	Chicos	15	3.03	1.07	1.07	5.65	<b>0.005</b>
	Chicas	67	<b>3.49</b>	0.97	0.97		

Nivel de significatividad .05

La Tabla 9 y la gráfica 6 se recogen el Factor “Amor terreno/transcendente”, con respecto a la Variable sexo. En esta muestra de jóvenes universitarios de 18 a 25 años, se constata la presencia de más chicas que de chicos tal y como ocurre en las titulaciones en las que se ha tomado la muestra..

Se observa que las chicas puntúan más alto las Chicas (media= 3.49) que los Chicos (media= 3.03) en el *Amor terreno/transcendente*, siendo  $F(1, 82) = 5.65$ ; Sig. = .005.



Grafica 6. Factor: Amor terreno/transcendente en función de la Variable sexo

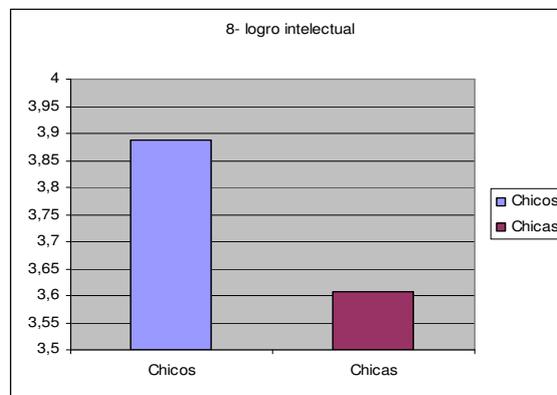
Ello quiere decir que las Chicas valoran más que los chicos la *realización personal desde el amor, la intimidad sexual y espiritual; así como lograr la salvación (la vida eterna, ganar el cielo)* valorando de este modo también el sentido trascendente de la vida humana.

Tabla 10. Factor: Logro intelectual en función de la Variable sexo

Factor	Sexo	N	Media	Desviación típica	Error típico de la Media	F.	Sig.
8- logro intelectual	Chicos	15	3. 88	0. 92	0. 23	4. 26	<b>0. 01</b>
19. Ser ambicioso							
30. Ser intelectual (inteligente)							
31. Ser lógico (saber razonar)	Chicas	67	3. 60	0. 91	0. 11		

Nivel de significatividad a .05

En la Tabla 10 se ha reflejado el factor: “logro intelectual” con respecto a la Variable sexo por aparecer diferencias estadísticamente significativas  $F(1, 82) = 4. 27$ ;  $Sig. = 0. 017$ . De modo que en esta muestra se constata que los chicos puntúan más alto que las chicas al valorar más un buen logro intelectual.



Grafica 7. Factor: Logro intelectual en función de la Variable sexo

Ello quiere decir que los Chicos valoran más que las Chicas tener en la vida un logro intelectual con relación a la felicidad, es decir, valoran más que las chicas el *ser ambicioso, ser intelectual (ser inteligente) y ser lógico (saber razonar)*.

## 5. 4 Influencia de la Variable Actividad Deportiva

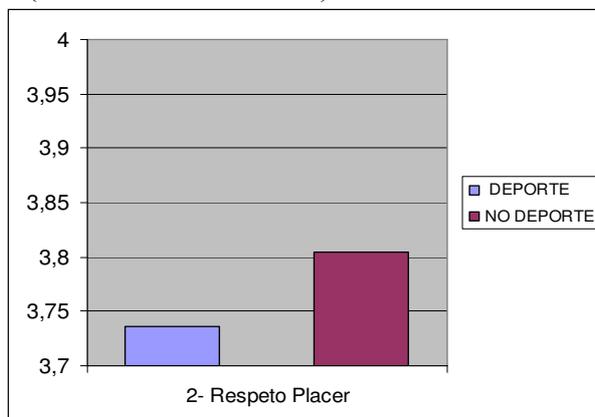
Con la Variable Actividad Deportiva, el Factor: Respeto-Placer, ha mostrado diferencias estadísticamente significativas  $F(1, 80) = 9. 37$ ;  $Sig. = . 003$  tal y como aparece en la tabla 11 y en la gráfica 8.

Tabla 11. Factor: Respeto Placer en función de la Variable Actividad Deportiva

Factor	ACTIVIDAD DEPORTIVA	N	Media	Desviación típica	Error típico de la Media	F.	Sig.
2- Respeto Placer	(1) SI	46	3. 73	1. 20	0. 17	9. 371	<b>0. 003</b>
13. Tener placer (hacer las cosas que me gustan y agradan)							
15. Tener respeto hacia uno mismo(autoestima,)							
16. Tener respeto y admiración de los demás (reconocimiento social)	(2) NO	34	<b>3. 80</b>	0. 75	0. 12		

Nivel de significatividad . 05

Los jóvenes que no practican Actividad Deportiva valoran más (media = 3. 80) que los que hacen Actividad Deportiva (media = 3. 73) el Respeto Placer: tener placer (hacer las cosas que me gustan y agradan) tener respeto hacia uno mismo (autoestima,) tener respeto y admiración de los demás (reconocimiento social).



Gráfica 8. Factor: Respeto Placer, en función de la Variable Actividad Deportiva

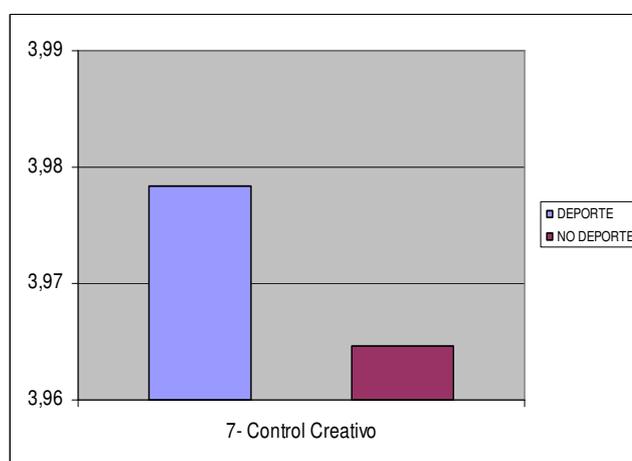
Tabla 12. Factor: control creativo, en función de la Variable Actividad Deportiva

Factor	ACTIVIDAD DEPORTIVA	N	Media	Desviación típica	Error típico de la Media	F.	Sig.
7- control creativo (individualidad, independencia)	(1) SI	46	<b>3. 97</b>	. 91	. 13	4. 96	<b>. 02</b>
	(2) NO	34	3. 96	. 61	. 04		

25. Ser tolerante, condescendiente)  
 26. Ser servicial (ayudar)  
 27. Ser honrado (ser sincero)  
 32. Ser cariñoso (afectuoso)  
 34. Ser educado (ser cortés)  
 35. Ser responsable (respetar)

Nivel de significatividad . 05

En la Tabla 12 y el gráfico 9 se recoge el Factor “control creativo” en función con la Variable Actividad Deportiva mostrando diferencias estadísticamente significativas  $F(1, 80) = 4. 96$ ;  $Sig. = . 02$ . Así los que practican Actividad deportiva (media= 3.97) valoran más que los que no la practican (media= 3. 97) y los que No practican Deporte (media=3. 96) el control creativo (que significa Ser tolerante, condescendiente), Ser servicial (ayudar), Ser honrado (ser sincero), Ser cariñoso (afectuoso), Ser educado (ser cortés) y Ser responsable (respetar lo acordado, ser fiable).



Gráfica 9. Factor: Control creativo, en función de la Variable Actividad Deportiva

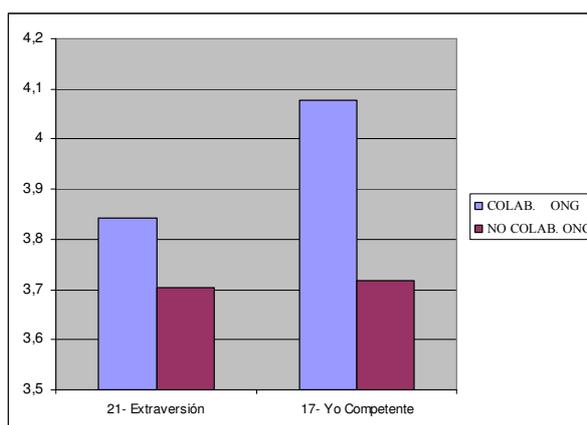
## 5. 5 Influencia de la Variable colaboración con ONG

La Variable Colaboración con ONG presenta diferencias estadísticamente significativas con el Factor “Yo competente” y con el Factor “Extraversión”.

Tabla 13. Factores: Yo competente,- Extraversión, en función de la Variable Colaboración con ONG

Factores	COLABORACIÓN CON ONG	N	Media	Desviación típica	Error típico de la Media	F.	Sig.
17- Yo competente (feliz, jovial) <i>17.Soy persistente, tenaz; suelo acabar lo que empiezo. 7. Me considero una persona con sensibilidad estética y artística. 2.Me considero una persona feliz. 12.Me implico en lo que hago, soy entusiasta en lo que emprendo. 26.Me calificaría como una persona práctica, con sentido de lo útil. 4. Me considero una persona alegre, jovial.</i>	(1) SI	16	4.07	0.48	0.12	3.87	<b>0.05</b>
	(2) NO	61	3.71	0.83	0.10		
21- Extraversión <i>6. Soy una persona habladora. 1. Me adapto con éxito a distintas personas y situaciones sociales.</i>	(1) SI	16	3.84	0.50	0.12	6.98	<b>0.01</b>
	(2) NO	61	3.70	0.98	0.12		

Tal y como se aprecia en la Tabla 13 y en la gráfica 10, los universitarios que colaboran con ONGs puntúan más alto (media = 4.07) que los que No Colaboran con ONG (media = 3.71) en el factor “Yo Competente (feliz, jovial) es decir, que los jóvenes que colaboran en este tipo de organizaciones se consideran personas persistentes, tenaces, afirman que suelen acabar lo que empiezan, con sensibilidad estética y artística, felices, se autocalifican como personas prácticas, con sentido útil, alegres y joviales, siendo las diferencias estadísticamente significativas  $F(1,76)=3.87$ ; Sig.=.05.



Gráfica 10. Factores: - Yo competente, - Extraversión, en función de la Colaboración con ONG

En la tabla 13 también se aprecia como los jóvenes que Colaboran con ONGs obtienen una media superior (media= 3.84) frente a los que no colaboran en este tipo de instituciones (media= 3.70) en el Factor “Extraversión”, siendo las diferencias estadísticamente significativas  $F(1,76)=6.98$ . Es decir, que los universitarios que dicen colaborar en ONGs se autoperceben como personas habladoras y con una gran capacidad para adaptarse a personas y situaciones sociales.

## 6. CONCLUSIONES / CONCLUSIONS

Los resultados obtenidos en la muestra de jóvenes universitarios permiten concluir que la escala de valores de los estudiantes presenta una correspondencia con resultados de otras investigaciones, y que estas preferencias de valores resultan discriminativas en relación a las variables personales Sexo y participación en ONGs y en la práctica de Deporte. Tales conclusiones se presentan en los puntos siguientes:

### 1. *Comparación de resultados generales con otras investigaciones en valores finales.*

Los estudiantes han mostrado su preferencia y colocado en los primeros cuatro lugares a los siguientes valores finales: «Tener felicidad», «Tener verdadera amistad», «Tener seguridad familiar» y «Tener libertad»; y han postergado: «Lograr la salvación», «Tener seguridad nacional», «Tener respeto y admiración de los otros» y «Tener un mundo agradable». Comparando estos resultados con cuatro estudios (Pérez-Delgado y Mestre, 1992; Martí, 1994, 2001; Garrigós, 1994 y Martí Vilar y Palma, 2010) de nuestro contexto sociocultural con edades y niveles educativos similares, se encuentra una gran correspondencia en las preferencias.

### 2. *Comparación de resultados generales con otras investigaciones en valores instrumentales:*

En cuanto a los valores instrumentales, se aprecia que los jóvenes han preferido y colocado en los primeros cuatro lugares: «Ser alegre», «Ser independiente», «Ser educado» y «Ser responsable». En el sentido contrario, se puede determinar que los jóvenes de esta muestra han relegado: «Ser ambicioso», «Ser obediente», «Ser indulgente» y «Ser creativo». Comparando estos resultados con cuatro estudios (Pérez-Delgado y Mestre, 1992; Martí, 1994, 2001; Garrigós, 1994 y Martí Vilar y Palma, 2010) de nuestro contexto sociocultural con edades y niveles educativos similares, se encuentra una gran correspondencia en las preferencias.

### 3. *Influencia de la variable sexo:*

Existe una influencia significativa de la variable sexo en la preferencia de determinados valores. Las chicas valoran más en su vida: «Tener un sentido de realización» (es decir hacer algo importante, útil en la vida); «Tener un mundo en paz» (un mundo sin conflictos, libre de guerras); «Tener igualdad entre todos» (tener igualdad de oportunidades para todos); «Tener seguridad familiar» (disfrutar del cariño y del amor de unos a otros); y «Tener verdadera amistad». Por su parte, los chicos valoran más en su vida es «Ser ambicioso» (tener aspiraciones, querer conseguir muchas cosas).

Estos resultados muestran una preferencia de las chicas hacia valores finales, más abstractos e interiorizados; frente al valor instrumental, más egocéntrico y materiales que prefieren los chicos. Estas conclusiones están en consonancia con lo obtenido por Martí Vilar (1994; 2001) y Martí Vilar y Palma (2010): los varones mostraban preferencia por valores relacionados con la competitividad y el logro, mientras que las mujeres valoraban más la autoestima, la seguridad y la conducta prosocial.

### 4. *Influencia de la variable Actividad Deportiva:*

Los jóvenes que no practican Actividad Deportiva valoran más que los que practican deporte el Factor Respeto Placer que significa: *Tener placer (hacer las cosas que me gustan y agradan), Tener respeto hacia uno mismo (autoestima), Tener respeto y admiración de los demás (reconocimiento social).*

Sin embargo los que practican Actividad deportiva valoran más que los que no la practican, el control creativo que significa: *Ser tolerante, condescendiente), Ser servicial (ayudar), Ser*

*honrado (ser sincero), Ser cariñoso (afectuoso), Ser educado (ser cortés) y Ser responsable (respetar lo acordado, ser fiable).*

### **5. Influencia de la variable colaboración con ONG:**

Los jóvenes de esta muestra que Colaboran con ONG han obtenido puntuaciones más altas que los que no colaboran en los factores Yo Competente (Feliz, jovial) y en ser persona extrovertida socialmente. Por tanto los que participan en ONG valoran más la persistencia en los compromisos, se consideran más felices, son más prácticos y alegres que los que no participan. Los jóvenes con una visión altruista del mundo y preocupados por los demás, por el sentido de la vida, se declararan más felices que los que no asumen compromisos. Estos jóvenes optan por valores como: ser responsable con lo que empiezan, sensibles a las necesidades de los demás, prácticos en sus actuaciones, y en parte con facilidad para adaptarse a personas distintas, lo que conlleva una madurez en las relaciones humanas.

A modo de conclusión se puede indicar que tras analizar los preferencia de los valores humanos de los jóvenes españoles y tras compararlos con estudios realizados en nuestro contexto en los últimos quince años, aparece una constante en la preferencia y postergación de los mismos. Por otra parte, las chicas valoran más que los chicos la realización personal desde el amor, frente a los chicos que puntúan más alto que las chicas en valorar más el logro intelectual; los jóvenes que practican deporte manifiestan una mayor valoración del control creativo frente a los que no hacen actividad deportiva. Finalmente, cabe concluir que los universitarios que participan en ONG's valoran más la persistencia en los compromisos, se consideran más felices, son más prácticos y alegres que los que no participan.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Arroyo, R. (2001). Dependencia e independencia de valores por edad y cultura: presupuesto del currículum intercultural. *Revista de Investigación Educativa*, 19 (1), pp. 153-182.
- Carena, S., Grasso, L., Pisano, M., Tessio, A., Paladín, M. A., Roblado, A., & Quiroga, N. (2004). Valores en la juventud cordobesa: Una exploración en estudiantes del último año de la escuela media. *Revista de Educación de la OEI, on-line*, 4.
- Elzo, J. (1994). *Jóvenes españoles 1994*. Fundación Santa María. Madrid: SM
- Elzo, J. M., González- Anleo, J. A. & López Ruíz. (1999). *Jóvenes Españoles*. Madrid: Fundación Santa María.
- Elzo, J. M., González- Anleo, J. A. & López Ruíz. (2000). *Jóvenes Españoles*. Madrid: Fundación Santa María.
- Elzo, J. M., González- Anleo, J. A. & López Ruíz, (2005). *Jóvenes Españoles*, Madrid: Fundación Santa María.
- Elzo, J. (2006). *Los Jóvenes y la Felicidad*. Madrid: PPC.
- Escámez, J., & Martínez, B. (1993). "Cómo se aprenden los valores y las actitudes". *Aula de Innovación Educativa*. nº 16-17, julio-agosto, p. 30-34.
- García, D., Ramírez, G. & Lima, A. (1998). La construcción de valores en la familia. En Rodrigo, M<sup>a</sup> J. y Palacios, J. (Coords.). *Familia y desarrollo humano*. (pp.201- 221). Madrid: Alianza Editorial.
- Garrigós, F. & Lloria. (1994). *El desarrollo sociomoral y la elección de valores en Adolescentes*. Tesis de licenciatura 1994.
- Gómez, R. (1994). Estilos de socialización y sistema de valores en una muestra de adolescentes colombianos. Tesis de licenciatura. Valencia: Universidad de Valencia.
- Herrera, M. I. (2006). *Los valores de los adolescentes, de sus padres y profesores, en función*

- de que el contexto educativo sea monocultural o pluricultural.* Tesis doctoral. Granada: Universidad de Granada
- Herrera, M. I. (2007). Los valores de los adolescentes en un centro español de educación Secundaria en el extranjero. *Revista de Educación de la OEI*, 42 (3).
- Íñiguez, M. S. (2009). Trabajo de Investigación DEA. *La felicidad y los valores humanos, en los jóvenes universitarios españoles.* Valencia: Universidad de Valencia. Facultad de Filosofía y Ciencias de La Educación. Dpto. MIDE.
- Martí, M. (1994). *Estilos educativos paternos y su influjo en el desarrollo moral y en la preferencia de valores.* Valencia: Universitat de Valencia.
- Martí, M. & Samper, P. (1995). Influjo de la familia en el desarrollo del razonamiento moral y en la adquisición de valores. En E. Pérez-Delgado, & V. Mestre (Eds.), *El crecimiento moral. Programas psicoeducativos y su eficacia en el aula* (pp. 125-144). Valencia: Universidad de Valencia.
- Martí, M., Samper, P. & Pérez, P. (1995). Actitudes, Creencias y Valores Religiosos en adolescentes y su relación con Valores Humanos. *Cristianismo y Culturas. Problemática de Inculturación* (pp. 455-470). Valencia: Facultad de Teología San Vicente Ferrer.
- Martí, M. (2000). *Influjo de la educación en el desarrollo moral, los valores y las creencias de adolescentes.* Tesis Doctoral. Valencia: Universidad de Valencia.
- Pérez, E. & Martí, M. (1997). Interiorización de valores y desarrollo moral. *Cognición y afecto en el desarrollo moral. Evaluación de programas de intervención* (pp. 131-162). Valencia: Promolibro.
- Rokeach, M. (1968). *A theory of organization and change within value attitude systems.* Journal of Social Issues, 24, 13-33.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values.* New York: Free Press.
- Rokeach (1979) “*Understanding Human values*” New York: Free press.
- Schwartz, S.H. & Bilsky, W. (1987). Towards a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 5, 550-562.

## RESEÑA BIOGRÁFICA

**Dr. Manuel Martí Vilar.** Universidad de Valencia. Departamento de Psicología Básica. Profesor Titular de Universidad. Premio Extraordinario de Licenciatura y de Doctorado. Director de la Línea de Investigación “Pensamiento e Interacción Social”. Co-director del Programa de Doctorado “Desarrollo Personal y Participación Social”. Reciente ha publicado: Martí Vilar, M. (2010). Razonamiento Moral y prosocialidad”. Madrid: CCS

**María Segunda Íñiguez Fuentes.** Licenciada. Doctoranda en La Facultad de Ciencias de la Educación. Depto MIDE. Universidad de Valencia. Profesora- IES. Consellería de Educación. Generalitat Valenciana. Línea de investigación: Pensamiento e Interacción Social. Trabajo de Investigación DEA. (2009) *La felicidad y los valores humanos, en los jóvenes universitarios españoles.* Universidad de Valencia.