

JERARQUIZACIÓN DE VALORES EN ADULTOS DE ARGENTINA. DIFERENCIAS SEGÚN GÉNERO Y RANGO ETARIO.

HIERARCHY OF VALUES IN ARGENTINE ADULTS. DIFFERENCES ACCORDING TO GENDER AND AGE RANGE.

Jésica Verónica Favara^{1,2,3} y José Eduardo Moreno^{1,4,5}

*Correspondencia:

Jésica Verónica Favara

jesica.favara@usal.edu.ar

RECIBIDO: ENERO 2024 | PUBLICADO: JULIO 2024

Resumen

Objetivo: Este trabajo evalúa la jerarquización de los valores en adultos del Área Metropolitana de Buenos Aires, Argentina, según género y etapa de la adultez. **Método:** Se evaluaron 790 adultos de entre 18 y 65 años mediante un muestreo no probabilístico. **Resultados:** Se evidenció prioridad por los valores terminales felicidad, armonía y libertad y por los valores instrumentales amor, alegría y honestidad. Se encontraron diferencias significativas en género y edad. Las personas identificadas con el género femenino priorizaron los valores terminales igualdad y mundo en paz y los instrumentales amor, ayuda, compasión y comprensión. Por otro lado, los identificados con el masculino destacaron los terminales placer, vida cómoda e interesante y los instrumentales capacidad, imaginación, intelectualidad, lógica y responsabilidad. Respecto a la edad, los adultos tempranos priorizaron los terminales felicidad y transformación social y el valor instrumental comprensión. Los adultos medios se diferenciaron a favor de los instrumentales imaginación y limpieza. Por último, los adultos tardíos prefirieron los terminales belleza, conocimiento y religión y los instrumentales honestidad, laboriosidad, lógica y responsabilidad. **Conclusión:** Estos hallazgos aportan para el proyecto de investigación en curso sobre creencias, valores y conductas proambientales y para futuras investigaciones y aplicaciones prácticas en psicología social y educación ambiental.

Palabras claves: Valores, Psicología Social, Género, Adultos.

Abstract

Objective: This study evaluates the prioritization of values in adults from the Metropolitan Area of Buenos Aires, Argentina, according to gender and stage of adulthood. **Method:** 790 adults between 18 and 65 years old were evaluated using non-probabilistic sampling. **Results:** The total results showed a priority for the terminal values of happiness, harmony, and freedom, and for the instrumental values of love, joy, and honesty. Significant differences were found regarding gender and age. Individuals identifying as female prioritized the terminal values of equality and world peace, and the instrumental values of love, help, compassion, and understanding. On the other hand, those identifying as male highlighted the terminal values of pleasure, comfortable and interesting life, and the instrumental values of capability, imagination, intellectuality, logic, and responsibility. Regarding age, early adults prioritized the terminal values of happiness and social transformation, and the instrumental value of understanding. Middle-aged adults differentiated in favor of the instrumental values of imagination and cleanliness. Finally, late adults preferred the terminal values of beauty, knowledge, and religion, and the instrumental values of honesty, industriousness, logic, and responsibility. **Conclusion:** These findings contribute to the ongoing research project on beliefs, values, and pro-environmental behaviors, and to future research and practical applications in social psychology and environmental education.

Keywords: Values, Social Psychology, Gender, Adults.

1 Facultad de Psicología y Psicopedagogía, Universidad del Salvador.

2 Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias de la Salud.

3 Universidad Argentina de la Empresa.

4 Pontificia Universidad Católica Argentina.

5 Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas.



Este es un artículo publicado en acceso abierto (Open Access), bajo licencia de Creative Commons Attribution, que permite el uso, distribución y reproducción en cualquier medio, sin restricciones, siempre que el trabajo original sea correctamente citado.

INTRODUCCIÓN

Las personas se encuentran inmersas en un mundo complejo y cambiante, con diversas crisis, que alteran e influyen en las sociedades, sus costumbres y el sistema de valores con el cual se rigen (Castro Solano & Nader, 2006). Hernando (1997) destaca las diversas características por las cuales las sociedades debieron transitar desde finales de siglo XX, influyendo en la forma en la que las personas guían sus vidas (Patrick & Skewes, 2003), siendo el estudio de los valores ineludible al momento de comprender los comportamientos humanos (Angelucci et al., 2009), especialmente en contexto pos pandemia por COVID-19 (Hannes et al., 2024).

El concepto de valor es fundamental para las ciencias sociales, adquiriendo diversas aproximaciones (Ruiz Llamas & Cabrera Suárez, 2004), tanto desde su conceptualización (Frondizi, 2000) su medición (Rokeach, 1973; Braithwaite & Law, 1985) como también la forma de jerarquizarlos (Angelucci et al., 2008). Sin embargo, a pesar de la relevancia, existen vacíos en la comprensión actualizada de cómo las personas priorizan y asignan importancia a los valores en contextos específicos. Por lo dicho, el presente estudio, enmarcado en un proyecto de investigación que indaga las creencias, valores y conductas proambientales, busca profundizar en el conocimiento de la jerarquización de valores que realizan los adultos del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), entendiendo que esta información contribuye a la comprensión de la dinámica social y psicológica de la población alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sustentables (ODS).

MARCO TEÓRICO

Algunos autores distinguen a los valores considerando si son individuales o colectivos (Bárcena et al., 1999; Bashkirova, 2002; Vinuesa, 2002) y cómo se vinculan con otros conceptos como por ejemplo juicios morales, normas, conductas y actitudes (Diessner et al., 1993; Casals & Defis, 1999; Nucci, 2001). Kroeber y Kluckhohn (1952) aclaran que los valores son un elemento fundamental al momento de configurar la

cultura social en la cual las personas se encuentran inmersas. Schwartz (1992) entiende a los valores como las reglas que las personas tienen para desarrollar sus vidas, y de esta manera poder cumplir con los objetivos propuestos, siendo estados deseables que trascienden las situaciones específicas condicionando los comportamientos (Schwartz & Bilsky, 1987).

Rokeach (1973), pionero en la evaluación de los valores, los entiende como la creencia perdurable en el tiempo de una forma de actuar conductualmente, siendo estas formas una preferencia a modos alternativos tanto personal como socialmente. Este autor propone una distinción entre valores terminales, definidos como estados finales a los que una persona aspira como meta de vida, y los valores instrumentales que hacen referencias a formas de actuar para conseguir los diferentes objetivos o metas que persigan. Ambos sistemas de valores son entendidos como universales en lo que refiere a sociedades, sin embargo, cada sociedad presenta diferentes grados de importancia a cada uno, otorgando en la transmisión la posibilidad de adaptarse a la sociedad en la que se encuentre, asegurándose el funcionamiento en ella y la permanencia (García, 2001). En esta línea, autores más recientes como Jiménez Fernández (2010) entienden a los valores como principios o juicios éticos que las personas presentan y que configuran las formas de actuar, involucrando ideales o aspiraciones. Tanto este autor como Rokeach (1973) coinciden en que las actitudes de carácter individual se vinculan directamente con el bienestar que se pretende a nivel social. En contraposición García (2011) asocia los valores a ideales humanos que buscan ser convertidos en reales, mientras que Garzón Pérez y Garcés Ferrer (1989) hacen énfasis en el vínculo socio histórico que presentan. Cabe aclarar que, considerando la relación con la cultura (Patrick & Skewes, 2003), las personas pueden alterar la valoración que realizan a lo largo del tiempo (Sánchez Hernández, 2005). Fischer y Schwartz (2011) aclaran que las modificaciones en las actitudes y los comportamientos que se vinculan a un valor específico pueden verse alterados por las sociedades y el contexto donde estos sean indagados. Por lo dicho, los valores cumplen una función de generar motivación en las personas para realizar ciertas conductas (De

Young, 1996; Stern et al., 1993) generando mayor impacto en los vínculos sociales y repercutiendo en el bienestar tanto individual como general (Castillo Alcoser & Gil Rodríguez, 2023).

Rokeach (1968, 1973) indica que los valores presentan un componente cognitivo, donde se efectúa un juicio o una evaluación, uno afectivo, vinculado con las emociones que conlleva la evaluación y uno conductual que orienta la conducta. James (1904) y Barton (1926) coinciden en que los valores dependen de las percepciones, como también de los intereses o deseos que presentan las personas, por lo que interpersonalmente pueden variar. Por esto los valores se pueden registrar ubicándolos de forma jerárquica. Ortega y Minués (2001) aclaran que la forma en la que se presentan los valores está relacionada con la cultura o el momento histórico al igual que otros autores (Garzón Pérez & Garcés Ferrer, 1989; Kroeber & Kluckhohn, 1952). Vinculado a lo comentado, Frondizi (2000) especifica que el valor surge de la reacción que un sujeto presenta frente a las propiedades que posee un objeto, en una situación determinada. La situación comentada se genera por los eventos tanto físicos como sociales, culturales e históricos en los cuales se desarrolla, adquiriendo sentido. Por lo dicho, las variables sociodemográficas y el contexto son fundamentales (Angelucci et al., 2009).

Considerando el género auto percibido, Lejia et al. (2018 en Castillo Alcoser & Gil Rodríguez, 2023) aclaran que este se refiere tanto a características sociales como también culturales y psicológicas asociadas a lo que implica en cada sociedad. El género influye en la forma en que las personas son percibidas, como también en las expectativas que se les imponen y en las oportunidades a las cuales pueden acceder (Castillo Alcoser & Gil Rodríguez, 2023). Genoud et al. (2021) afirmaron que las personas que se identifican con el género femenino suelen ser destinatarias de estereotipos vinculados con la maternidad, como también con la habilidad para poder equilibrar la vida familiar y la vida laboral. Aclaran los autores que se las vincula con roles de cuidado, generando conflictos en ámbitos como los laborales por la potencial ausencia. Castillo Alcoser y Gil Rodríguez (2023) especifican que

estos estereotipos les afectan en la progresión y el crecimiento profesional de las mismas, conduciendo a la discriminación tanto en la contratación como en la promoción y en los salarios, como también en otros ámbitos como ser en el acceso a la educación, a la participación política y a espacios de toma de decisiones. Los autores adicionan que los valores se encuentran íntimamente relacionados con el poder y las expectativas de género que estructuran y configuran las sociedades. Además, se puede adicionar los resultados arribados por Daset et al. (1998) quienes hallaron diferencias estadísticamente significativas, donde las mujeres, respecto a los hombres, presentaron mayor prioridad en valores de interacción social y menor en aquellos vinculados a la realización personal. Además, el género masculino se destacó en estabilidad personal, sobrevivencia y salud mientras que las mujeres lo hicieron en justicia social, madurez y sabiduría. Por último, los valores sociales en que se destacó el género masculino fue tradición, religiosidad y obediencia mientras que en los valores de interacción como honestidad y afectividad fueron las mujeres quienes presentaron mayores puntuaciones.

En cuanto al género y la edad como variables también se puede mencionar la investigación de Canteras (2003), que indagó la dinámica social que se genera en las sociedades modernas, especialmente en jóvenes de entre 15 y 29 años. De esta se pudo concluir que los mayores de 21 años priorizan valores vinculados con el bienestar espiritual, siendo las mujeres las que presentaron mayores evidencias. Además, frente a preguntas vinculadas con la religión, el género femenino también mostró puntajes más elevados, al igual que en tareas vinculadas a voluntariados. En cuanto a la edad, se observó que los más jóvenes, respecto a los de mayor edad, serían más creyentes. En cuanto a la construcción social de este grupo, los más cercanos a 30 años presentarían mayores indicadores de institucionalidad respecto a los más jóvenes. Considerando el interés en la educación, el género femenino evidenció valorarlo como más prioritario que el género masculino. Esta distinción por género se debe a la influencia cultural que los niños desde temprana edad presentan por la cultura en la cual se encuentran inmersos (Ryckman &

Houston, 2003). En cuanto a la edad y el cambio en las prioridades, Vinuesa (2002) aclara que esto se vincula con los estadios morales afectando la forma en la que se perciben a otros, interpretando los pensamientos y sentimientos en función del rol que desempeñan para con otros.

En este trabajo se tuvo más en cuenta el enfoque teórico de Rokeach (1973), dado que se consideró que es el autor de un instrumento de evaluación de los sistemas de valores muy útil y que aún tiene vigencia en estudios actuales, por lo cual se lo eligió para realizar este estudio. La escala original de Rokeach es actualmente muy utilizada especialmente en Asia por su característica de evaluar valores universales compartidos por muchas culturas, a diferencia de otros instrumentos que se basan en clasificaciones de valores propias de Europa Occidental. La escala de valores de Rokeach en los últimos años ha sido elegida en Rusia por Rikel y Dorenskaya (2017), en Indonesia por Mysidayu y Bujang (2023), en Turquía por Ceylan-Dadakoğlu, S et al. (2023) y en USA por Elsayed-Ali et al. (2020) y Weber et al. (2019)

MÉTODO

Participantes

Se trabajó con un muestreo no probabilístico intencional, evaluando a 790 adultos de entre 18 y 65 años de edad ($M=33,31$, $DE=12,42$) entre los años 2020 y 2023. Respecto al lugar de residencia, 491 (62,2%) afirmaron residir en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y los 299 (37,8%) restantes en Gran Buenos Aires. En cuanto al género, 405 (51,3%) se autopercebieron con el género masculino y 385 (48,7%) con el femenino. Además, se indagó el estado civil, donde 454 (57,5%) afirmó estar soltero, 181 (22,9%) casado, 103 (13%) en convivencia, 45 (5,7%) divorciado y 7 (0,9%) viudo. En lo que respecta al nivel de estudios, 283 (35,8%) informó poseer estudios universitarios incompletos, 268 (33,9%) universitarios completos, 139 (17,6%) secundario completo, 56 (7,1%) posgrado completo, 23 (2,9%) secundario incompleto y 21 (2,7%) posgrado incompleto.

Materiales

Se utilizaron los siguientes instrumentos de medición: *Cuestionario sociodemográfico* con el cual se interrogó la edad, género, estado civil y nivel de estudios.

Encuesta de Valores de Rokeach (Rokeach, 1973) la cual está integrada por dos listas de valores que se encuentran ordenados alfabéticamente, la primera integrada por los denominados valores terminales y la segunda por los valores instrumentales. La consigna asignada fue que los participantes jerarquizaran en cuanto importancia con valores de forma ascendentes, iniciándose en el uno hasta el último según su criterio.

Procedimiento

El presente se enmarcó en un proyecto de investigación del Instituto de Investigación de la Facultad de Psicología y Psicopedagogía de la Universidad del Salvador (Argentina) en conjunto con la materia Metodología de la Investigación a cargo de la profesora Favara. Se aclara que se respetaron los requerimientos éticos institucionales (Disposición Decanal N° 128/2022, Protocolo #004220622). Además, tanto la administración como la tabulación de los datos fue realizada por los estudiantes de la asignatura mencionada bajo la supervisión de los investigadores. Para poder dar con la muestra se contó con la colaboración de los estudiantes, quienes encuestaron a personas que cumplieran con los criterios de inclusión (adultos de AMBA de entre 18 y 65 años). Quienes accedían a formar parte de la muestra, primeramente, debieron firmar un consentimiento informado donde se aclaraba la confidencialidad y voluntariedad de la participación. También se especificó que las respuestas tendrían solo fines investigativos. Los datos se analizaron con el programa estadístico IBM SPSS Statistics, versión 24 (IBM Corporation, 2016).

RESULTADOS

En lo que respecta a la jerarquización adoptada por los evaluados (Tabla 1) se puede observar que los valores terminales que se presentaron como principales fueron el correspondiente a felicidad con una mediana de 5 (2-10), luego se ubicó armonía personal y libertad,

ambos con una mediana de 6 (3-11) y posteriormente se ubicó conocimiento con una mediana de 8 (4-12). En cuanto a los valores instrumentales, en primer lugar, se ubicó el definido como amor con una mediana de 2 (1-6), luego alegría con una mediana de 4 (2-9), posteriormente honestidad con una mediana de 5 (3-8) y en cuarto lugar ayuda con una mediana de 7 (4-11).

Tabla 1.
Estadísticos Descriptivos y Orden Jerárquico de Valores Terminales y Valores Instrumentales (N=790)

	Mediana (RIC)	O
Valores Terminales		
AMOR MADURO (intimidad espiritual, sexual)	11 (5-16)	12
ARMONIA PERSONAL (libre de conflictos internos)	6 (3-11)	2
BELLEZA (en la naturaleza y en las artes)	16 (12-19)	19
CONOCIMIENTO (comprensión de la vida, sabiduría)	8 (4-12)	4
DIGNIDAD PERSONAL (autoestima)	8 (4-12)	5
FELICIDAD (vida a plenitud)	5 (2-10)	1
FRATERNIDAD (amistad verdadera, solidaridad)	10 (6-14)	11
IGUALDAD (oportunidad para todos)	8 (4-13)	6
JUSTICIA (equidad moral)	8 (4-13)	7
LIBERTAD (independencia, autonomía)	6 (3-11)	3
MUNDO EN PAZ (sin guerras ni conflictos)	9 (4-14)	9
PLACER (vida de satisfacción)	14 (9-17)	15
PROGRESO (mejores condiciones, adelantos para todos)	11 (7-15)	13
RELIGIÓN (salvación, vida eterna)	18 (13,75-20)	20
REALIZACIÓN PERSONAL (logro, contribución duradera)	11 (7-15)	14
RESPETO (admiración, reputación)	9 (5-14)	10
SEGURIDAD FAMILIAR (cuidado de los seres queridos)	8 (4-13)	8
TRANSFORMACIÓN SOCIAL (cambio social, liberación)	14 (9-18)	16
VIDA CÓMODA (vida próspera, confortable)	16 (10-18)	18
VIDA INTERESANTE (vida estimulante y activa)	15 (11-18)	17
ALEGRIA (buen humor, simpatía)	4 (2-9)	2
AMOR (afecto, ternura)	2 (1-6)	1
AYUDA (trabajar en bienestar de otro)	7 (4-11)	4
CAPACIDAD (competencia, efectividad)	11 (7-14)	12
COMPASIÓN (perdonar a otros)	9 (5-14)	8

Valores Terminales

COMPRENSIÓN (amplitud de miras)	8 (5-13)	5
CORTESÍA (buenas maneras, buena educación)	10 (6-13)	9
HONESTIDAD (sinceridad, moralidad)	5 (3-8)	3
IMAGINACIÓN (creatividad, audacia)	13 (8-16)	16
INDEPENDENCIA (confianza, seguridad en sí mismo)	9 (5-12)	7
INTELECTUALIDAD (inteligencia, reflexividad)	11 (6-14)	11
LABORIOSIDAD (empeño, tenacidad)	12 (8-15)	15
LIMPIEZA (pulcritud)	15 (11-17)	18
LÓGICA (coherencia, racionalidad)	12 (7-15)	14
OBEDIENCIA (respetuosidad)	14 (9-17)	17
RESPONSABILIDAD (confiabilidad)	8 (5-12)	6
TRANQUILIDAD (disciplina, autocontrol)	11 (6-15)	10
VALENTIA (defender sus convicciones)	11 (7-15)	13

Nota: 0 = Orden Jerárquico

Diferencia según género autopercebido

Al indagar considerando el género autopercebido de los participantes (Tabla 2) se pudo observar respecto a los valores terminales que felicidad fue compartido por ambos grupos, con una mediana cada uno de 5 (2-10). En segundo lugar, los dos grupos ubicaron a armonía personal como prioridad con una mediana de 6, sin embargo, el rango intercuartil de quienes se identificaron con el género femenino (2-11) difirió levemente con quienes lo hicieron con el masculino (3-11). En tercer lugar, compartieron también el valor libertad, sin embargo, la mediana para el género femenino fue de 6 (3-10), mientras que el género masculino obtuvo una mediana de 7 (3-12). En cuarto lugar, se observaron diferencias, mientras que quienes se identificaron con el género femenino ubicaron a igualdad con una mediana de 7 (3-12), género masculino ubicó conocimiento con una mediana de 7 (4-12).

En cuanto a los valores instrumentales, lo observado fue similar a lo evidenciado en valores terminales. Ambos grupos posicionaron en primer lugar amor, pero el género femenino presentó una mediana de 2

(1-5), levemente superior al género masculino con una mediana de 3 (1-7). En segundo lugar, ubicaron alegría, ambos grupos con una mediana de 4 (2-9), mientras que en tercer lugar posicionaron honestidad con una mediana compartida en 5 pero rangos diferentes, quienes se identificaron con el género femenino (3-7) presentaron menor dispersión que quienes lo hicieron con el masculino (3-9). En cuanto al cuarto lugar, las personas que se identificaron con el género femenino priorizaron ayuda con una mediana de 6 (4-10) mientras que los que lo hicieron con el masculino priorizaron responsabilidad con una mediana de 7 (4-12).

Considerando la ausencia de normalidad mediante la aplicación del test Kolmogorov Smirnov con 5% de significación, se compararon los grupos usando la prueba U de Mann Whitney. En los valores terminales se observó diferencia estadísticamente significativa en igualdad ($U=69116$; $p<.05$) y en mundo en paz ($U=70377$; $p<.05$), mientras que en los valores instrumentales amor ($U=63802$; $p<.01$), ayuda ($U=66913$; $p<.01$), compasión ($U=69321$; $p<.05$) y comprensión ($U=69690$; $p<.05$) a favor de quienes se identificaron con el género femenino. Asimismo, el género masculino se mostró puntuando superior de forma estadísticamente significativa respecto al femenino en los valores terminales placer ($U=65730$;

p<.01), vida cómoda (U=70234; p<.05), vida interesante (U=77028; p<.01) y en los valores instrumentales capacidad (U=70322,5; p<.05), imaginación (U=70740; p<.05), intelectualidad (U=70564,5; p<.05), lógica (U=64399; p<.01) y responsabilidad (U=71474; p<.05).

Tabla 2.

Descriptivos, Orden Jerárquico y U de Mann Whitney de Valores Terminales y Valores Instrumentales según género autopercebido

	Femenino (n=385) Mediana (RIC)	O	Masculino (n=405) Mediana (RIC)	O	U	Z
Valores Terminales						
AMOR MADURO (intimidad espiritual, sexual)	11 (5-17)	12	10 (5-16)	12	74610,50	-1,05
ARMONIA PERSONAL (libre de conflictos internos)	6 (2-11)	2	6 (3-11)	2	75670,50	-0,72
BELLEZA (en la naturaleza y en las artes)	16 (12-19)	17	16 (11-19)	19	76120,50	-0,58
CONOCIMIENTO (comprensión de la vida, sabiduría)	8 (4-12)	5	7 (4-12)	4	76132,50	-0,57
DIGNIDAD PERSONAL (autoestima)	8 (4-12)	6	8 (5-13)	6	72190,50	-1,80
FELICIDAD (vida a plenitud)	5 (2-10)	1	5 (2-10)	1	73200,50	-1,49
FRATERNIDAD (amistad verdadera, solidaridad)	9 (6-14)	9	10 (6-14)	10	74298,50	-1,14
IGUALDAD (oportunidad para todos)	7 (3-12)	4	8 (4-14)	5	69116,00	-2,76*
JUSTICIA (equidad moral)	8 (4-12)	7	8 (4-13)	7	72844,50	-1,60
LIBERTAD (independencia, autonomía)	6 (3-10)	3	7 (3-12)	3	73498,00	-1,40
MUNDO EN PAZ (sin guerras ni conflictos)	9 (4-13)	10	10 (4-14)	11	70377,00	-2,37*
PLACER (vida de satisfacción)	14 (11-17)	15	13 (8-17)	15	65730,00	-3,82**
PROGRESO (mejores condiciones, adelantos para todos)	11 (8-15)	13	11 (7-14)	13	74180,50	-1,18
RELIGIÓN (salvación, vida eterna)	18 (13-20)	20	19 (14-20)	20	75083,50	-0,93
REALIZACIÓN PERSONAL (logro, contribución duradera)	11 (7-15)	14	11 (7-15)	14	76358,50	-0,50
RESPETO (admiración, reputación)	9 (5-14)	11	9 (5-15)	9	74803,00	-0,99
SEGURIDAD FAMILIAR (cuidado de los seres queridos)	8 (4-12)	8	9 (4-13)	8	73156,50	-1,50
TRANSFORMACIÓN SOCIAL (cambio social, liberación)	14 (9-18)	16	14 (9-18)	16	76331,50	-0,51
VIDA CÓMODA (vida próspera, confortable)	16 (11-18)	18	15 (10-18)	18	70234,50	-2,42*
VIDA INTERESANTE (vida estimulante y activa)	16 (12-18)	19	14 (10-18)	17	64034,00	-4,36**
ALEGRIA (buen humor, simpatía)	4 (2-9)	2	4 (2-9)	2	77028,00	-0,29
AMOR (afecto, ternura)	2 (1-5)	1	3 (1-7)	1	63802,00	-4,55**
AYUDA (trabajar en bienestar de otro)	6 (4-10)	4	8 (4-12)	5	66913,50	-3,46**
CAPACIDAD (competencia, efectividad)	12 (7-15)	14	10 (6-14)	11	70322,50	-2,39*
COMPASIÓN (perdonar a otros)	8 (4-13)	7	10 (5-14)	8	69321,50	-2,70*

Valores Terminales

COMPRESIÓN (amplitud de miras)	7 (4-12)	5	9 (5-14)	6	69690,00	-2,59*
CORTESÍA (buenas maneras, buena educación)	9 (6-13)	8	10 (7-14)	9	73167,00	-1,50
HONESTIDAD (sinceridad, moralidad)	5 (3-7)	3	5 (3-9)	3	74797,00	-0,99
IMAGINACIÓN (creatividad, audacia)	13 (9-16)	16	12 (7-15)	16	70740,00	-2,26*
INDEPENDENCIA (confianza, seguridad en sí mismo)	9 (5-12)	9	9 (5-12)	7	75767,50	-0,69
INTELECTUALIDAD (inteligencia, reflexividad)	11 (7-15)	10	10 (6-14)	10	70564,50	-2,31*
LABORIOSIDAD (empeño, tenacidad)	12 (8-15)	13	11 (8-15)	14	75862,50	-0,66
LIMPIEZA (pulcritud)	15 (11-17)	18	14 (11-17)	18	75346,00	-0,82
LÓGICA (coherencia, racionalidad)	12 (9-15)	12	11 (6-14)	13	64399,50	-4,24**
OBEDIENCIA (respetuosidad)	14 (10-17)	17	14 (9-17)	17	72322,00	-1,77
RESPONSABILIDAD (confiabilidad)	8 (5-12)	6	7 (4-12)	4	71474,00	-2,03*
TRANQUILIDAD (disciplina, autocontrol)	12 (7-15)	15	11 (6-15)	15	75463,50	-0,78
VALENTIA (defender sus convicciones)	11 (7-15)	11	11 (7-15)	12	77474,00	-0,15

Nota: * p < .05, ** p < .01

Nota: O = Orden Jerárquico

Diferencia según grupo etario

En cuanto al grupo etario considerando la edad de los participantes (Tabla 3) se pudo observar que el grupo correspondiente a adultez temprana en los valores terminales priorizaron felicidad con una mediana de 4 (2-10), luego se ubicó armonía persona y libertad, ambos con una mediana de 6 (3-11) y posteriormente compartieron una mediana de 8 igualdad (3-14), justicia (4-13) y conocimiento (5-11). El grupo de adultos medios ubicaron en primer lugar con una mediana de 6 felicidad (2-11) y libertad (3-11), luego con una mediana de 7 se ubicó armonía (3-11) y justicia (4-12) y en tercer lugar con una mediana de 8 se ubicó igualdad (4-13), dignidad personal (4-12) y seguridad familiar (5-12). En cuanto a la adultez tardía, en primer lugar, se ubicó libertad con una mediana de 5 (3-10), el segundo lugar, con una mediana de 6, fue compartido por armonía personal (2-11), felicidad (3-11) y conocimiento (3-10) y, en tercer lugar, con una mediana de 7, se ubicaron justicia (3-12), dignidad personal (3-12) y seguridad familiar (4-13).

Respecto a los valores instrumentales, el grupo adultos tempranos ubicó en primer lugar amor con una mediana de 2 (1-6), luego alegría con una mediana de 4 (2-9) y en tercer lugar honestidad con una mediana de

5 (3-9). En el grupo de adultez media también se ubicó amor y alegría y honestidad como los principales. En cuanto al grupo de adultos tardíos, amor se ubicó en primer lugar, pero al segundo escaló honestidad con una mediana de 4 (2-8) y en tercero alegría con una mediana de 5 (2-9).

Considerando la ausencia de normalidad mediante la aplicación del test Kolmogorov Smirnov con 5% de significación, también se compararon los grupos usando la prueba H de Kruskal-Wallis. En los valores terminales se observó diferencia estadísticamente significativa a favor de adultez temprana en felicidad ($\chi^2=7260$; $p<.05$) y transformación social ($\chi^2=9021$; $p<.05$) y a favor de adultez tardía en belleza ($\chi^2=8399$; $p<.05$), conocimiento ($\chi^2=9935$; $p<.01$) y religión ($\chi^2=6018$; $p<.05$). En cuanto a los valores instrumentales, el grupo de adultez temprana se diferenció de forma estadísticamente significativa en comprensión ($\chi^2=12571$; $p<.01$) mientras que el grupo de adultos medio lo hizo en imaginación ($\chi^2=6245$; $p<.05$) y en limpieza ($\chi^2=22176$; $p<.01$). En cuanto al grupo de adultez tardía, se distinguieron de forma estadísticamente significativa de los otros dos en honestidad ($\chi^2=7503$; $p<.05$), laboriosidad ($\chi^2=12544$; $p<.01$), lógica ($\chi^2=6724$; $p<.05$) y responsabilidad ($\chi^2=8764$; $p<.05$).

Tabla 3.

Descriptivos, Orden Jerárquico y H de Kruskal-Wallis de Valores Terminales y Valores Instrumentales según grupo etario

	Adultez Temprana (n=391) Mediana (RIC)	O	Adultez Media (n=260) Mediana (RIC)	O	Adultez Tardía (n=139) Mediana (RIC)	O	χ^2
Valores Terminales							
AMOR MADURO (intimidad espiritual, sexual)	10 (4-16)	11	11 (5-16)	12	12 (6-17)	14	5,644
ARMONIA PERSONAL (libre de conflictos internos)	6 (3-11)	2	7 (3-11)	3	6 (2-11)	2	1,377
BELLEZA (en la naturaleza y en las artes)	17 (12-19)	19	16 (12-19)	19	15 (10-18)	16	8,399*
CONOCIMIENTO (comprensión de la vida, sabiduría)	8 (5-11)	6	8,5 (5-13)	8	6 (3-10)	4	9,935**
DIGNIDAD PERSONAL (autoestima)	9 (5-13)	7	8 (4-12)	6	7 (3-12)	6	3,483
FELICIDAD (vida a plenitud)	4 (2-10)	1	6 (2-11)	1	6 (3-11)	3	7,260*
FRATERNIDAD (amistad verdadera, solidaridad)	9 (6-14)	10	10 (6-14)	11	10 (6-14)	11	0,962
IGUALDAD (oportunidad para todos)	8 (3-14)	4	8 (4-13)	5	8 (3-13)	8	0,445
JUSTICIA (equidad moral)	8 (4-13)	5	7 (4-12)	4	7 (3-12)	5	4,068
LIBERTAD (independencia, autonomía)	7 (3-11)	3	6 (3-11)	2	5 (3-10)	1	1,808
MUNDO EN PAZ (sin guerras ni conflictos)	10 (5-14)	12	9 (4-14)	9	10 (5-14)	9	1,647
PLACER (vida de satisfacción)	14 (9-17)	16	14 (9-17)	15	14 (10-17)	15	0,812
PROGRESO (mejores condiciones, adelantos para todos)	11 (7-15)	14	11 (7-14)	14	11 (7-14)	13	1,898
RELIGIÓN (salvación, vida eterna)	19 (14-20)	20	19 (14-20)	20	17 (12-20)	19	6,018*
REALIZACIÓN PERSONAL (logro, contribución duradera)	11 (7-14)	13	11 (7-15)	13	11 (7-15)	12	0,274
RESPECTO (admiración, reputación)	9 (5-14)	9	9 (5-14)	10	10 (6-15)	10	1,974
SEGURIDAD FAMILIAR (cuidado de los seres queridos)	9 (5-13)	8	8 (5-12)	7	7 (4-13)	7	3,251
TRANSFORMACIÓN SOCIAL (cambio social, liberación)	14 (8-17)	15	15 (9-18)	16	15 (11-18)	17	9,021*
VIDA CÓMODA (vida próspera, confortable)	15 (10-18)	17	16 (10-18)	17	17 (13-18)	20	4,440
VIDA INTERESANTE (vida estimulante y activa)	15 (10-18)	18	16 (11-18)	18	16 (11-19)	18	7,960
ALEGRIA (buen humor, simpatía)	4 (2-9)	2	4 (2-9)	2	5 (2-9)	3	1,675
AMOR (afecto, ternura)	2 (1-6)	1	2 (1-6)	1	2 (1-6)	1	1,197
AYUDA (trabajar en bienestar de otro)	7 (4-11)	4	7 (4-11)	4	8 (5-12)	6	4,898
CAPACIDAD (competencia, efectividad)	11 (7-14)	12	11 (7-14)	12	11 (7-15)	14	0,390
COMPASIÓN (perdonar a otros)	9 (5-14)	7	9 (5-14)	8	9 (5-13)	7	0,266
COMPRENSIÓN (amplitud de miras)	7 (4-12)	5	8 (5-12)	6	10 (5-14)	8	12,571**
CORTESÍA (buenas maneras, buena educación)	10 (7-14)	10	10 (6-13)	9	10 (7-14)	11	1,411

Valores Terminales

HONESTIDAD (sinceridad, moralidad)	5 (3-9)	3	5 (3-8)	3	4 (2-8)	2	7,503*
IMAGINACIÓN (creatividad, audacia)	13 (8-16)	16	12 (8-15)	15	14 (10-16)	16	6,245*
INDEPENDENCIA (confianza, seguridad en sí mismo)	9 (5-12)	8	8 (4-12)	5	8 (4-13)	5	0,617
INTELLECTUALIDAD (inteligencia, reflexividad)	10 (6-14)	9	11 (7-15)	10	10 (6-14)	9	4,764
LABORIOSIDAD (empeño, tenacidad)	12 (9-15)	15	11 (8-14)	14	10 (6-14)	10	12,544**
LIMPIEZA (pulcritud)	15 (12-17)	18	13 (9-17)	17	14 (11-17)	17	22,176**
LÓGICA (coherencia, racionalidad)	12 (7-15)	14	12 (9-15)	16	11 (6-14)	13	6,724*
OBEDIENCIA (respetuosidad)	13 (9-17)	17	15 (10-17)	18	15 (11-17)	18	5,667
RESPONSABILIDAD (confiabilidad)	8 (5-12)	6	8 (5-14)	7	7 (4-10)	4	8,764*
TRANQUILIDAD (disciplina, autocontrol)	11 (6-15)	11	11 (7-15)	11	11 (6-14)	12	1,051
VALENTIA (defender sus convicciones)	11 (7-15)	13	11 (7-16)	13	12 (8-15)	15	0,481

Nota: * p < .05, ** p < .01

Nota: O = Orden Jerárquico

Discusión

La búsqueda de la felicidad, en conjunto con valores vinculados a la armonía y a la libertad fueron los valores que se priorizaron. Esto podría deberse a la influencia de la pandemia por COVID-19 y el impacto que esta tuvo en la salud mental de las personas (Cao et al., 2020; ElHawary et al., 2021; Herbert et al., 2020; Savage et al., 2020; Town et al., 2022), como también por las situaciones sociales que las personas atraviesan en su vida cotidiana, las cuales generan malestar como por ejemplo ansiedad (Bourmistrova et al., 2022; Quispe Torres, 2023). La libertad también podría ser un valor destacado debido a la situación de aislamiento por la cual las personas tuvieron que atravesar en el periodo evaluado por las restricciones impuestas para evitar riesgos de contagio (Faulkner et al., 2020), similares a los hallados en poblaciones alemanas (Hannes et al., 2024). En cuanto a los valores instrumentales, amor y alegría fueron los que ranquearon en los primeros lugares. Esto podría deberse por la resignificación de los vínculos interpersonales (Hannes et al., 2024) y del acceso al bienestar por medio de experiencias significativas (Favara & Moreno, 2023).

En cuanto al género autopercebido, quienes se identificaron con el femenino, respecto a los que lo

hicieron con el masculino, priorizaron el valor igualdad y se diferenciaron de forma estadísticamente significativa. Esto podría explicarse por los aportes de los movimientos contemporáneos alineados con el ODS 5 que predica la igualdad de género y el empoderamiento femenino (ONU, 2018) en contraposición con las desigualdades impuestas a nivel cultural (Hurtado Salas, 2010). Además, los valores instrumentales también podrían acompañar esta hipótesis considerando que quienes se identificaron con el género femenino priorizaron, entre otros, el valor correspondiente al acceso al bienestar (Castillo Alcoser & Gil Rodríguez, 2023) de forma conjunta con otros. Cabe aclarar que la pandemia afectó a ambos géneros, pero quienes se identificaron con el femenino evidenciaron efectos negativos mayores (Bojanowska et al., 2021; Hannes et al., 2024). También se observaron diferencias respecto al género en cuanto a mundo en paz que podría deberse a que las personas que se identifican con el femenino, al priorizar valores vinculados a la cooperación y la relación con otros para acceder a objetivos propuestos, prevalecen una vida armoniosa y sin conflictos, alineado con la resignificación del ambiente y la naturaleza (Hannes et al., 2024). Lo dicho se alinea con lo sostenido por Dinca y Luches (2018) quienes afirman que la cooperación entre los integrantes de una comunidad puede resolver tanto conflictos

colectivos como también desarrollar proyectos y así mejorar las condiciones que presentan de vida. Esto se vincula con los valores instrumentales, donde las personas del género femenino se diferenciaron por priorizar valores vinculados al amor, a la ayuda, a la compasión y la comprensión de los otros. Lo comentado presenta relación también con investigaciones previas, donde este género priorizó valores de carácter social como la solidaridad y la igualdad (Angelucci et al., 2009; Hannes et al., 2024) o valores colectivistas (Ryckman & Houston, 2003). Por lo dicho y considerando el proceso de socialización que presenta el género femenino, estas podrían haber desarrollado el sistema de valores contemplando que se priorizan los intereses del grupo por sobre los individuales (Bem, 1981; Eagly, 1987), relacionado con el movimiento feminista y el concepto de sororidad. Sin embargo, se pueden vislumbrar diferencias de género ya que los resultados son análogos a trabajos previos, como por ejemplo el de Comas (2003) donde también se observaron valores más colectivistas congruentes con las teorías que apelan a la diferenciación en los roles, reforzando lo presentado en culturas más tradicionales (Bem, 1981). En cuanto a los valores más hedonistas, estos fueron observados en mayor medida en las personas que se identificaron con el género masculino, como por ejemplo placer y vida cómoda. A su vez, los medios que se priorizaron para acceder a esos finales fueron vinculados a la propia capacidad, la imaginación, como también la intelectualidad, lógica y responsabilidad. Estos hallazgos concuerdan con posturas tradicionales respecto al rol sexual del género que se genera en culturas occidentales donde se vincula a este con conductas asociadas a mayor riesgo y competencia (Bem, 1981; Eagly, 1987).

Respecto a los valores terminales priorizados por los distintos grupos etarios se pudo observar que felicidad, armonía personal y libertad fueron los que se presentaron como más destacados. Igualmente se evidenció como en la adultez temprana y media el más valorado fue felicidad mientras que en la adultez tardía fue libertad. Esto podría deberse no solo, como ya se comentó previamente a la situación atravesada por la pandemia de COVID-19 (Hannes et al., 2024) sino también

a la pérdida de autonomía que los adultos mayores tienden a sufrir por el deterioro propio del avance de la edad (Molina Cevallos & Camino Acosta, 2024). En cuanto a los valores instrumentales los tres grupos de adultos coincidieron en ubicar en primer lugar el valor amor, alineado con evidencias que denotan la revalorización de los vínculos y el afecto (Hannes et al., 2024). Sin embargo, alegría se priorizó en los grupos más jóvenes y en tercer lugar honestidad, mientras que en el grupo categorizado como adultez tardía estos dos últimos se ubicaron invertidos. Considerando las diferencias podría pensarse que el grupo de adultez tardía priorizarían la honestidad por sobre la alegría. Estos resultados podrían considerarse contemplando las características del grupo generacional (baby boomers) evaluado (Díaz-Sarmiento et al., 2017; Lissitsa & Kol, 2019).

En cuanto a las diferencias halladas, con contraposición con evidencias en jóvenes (Mamnoun et al., 2020), el grupo de adultos tempranos destacaron la felicidad de forma de forma diferencial respecto al resto. Considerando que en gran medida el grupo evaluado declaró ser universitarios, esto podría relacionarse con evidencia hallada previamente que vincula la felicidad con el desarrollo académico (León, 2018). Además, se podría pensar que los resultados se encuentran influenciados por la modificación en el acceso a la educación atravesado en contexto de pandemia por COVID-19 (Tito-Huamani et al., 2022). Sin embargo, el grupo denominado como adultez tardía destacó el conocimiento, la belleza y la religión por sobre los otros grupos. Esto podría deberse a que este grupo creció sin internet de forma accesible, como también carentes de las herramientas tecnológicas actuales (Díaz-Sarmiento et al., 2017) por lo que el conocimiento podría ser esperable como meta en la vida. En cuanto a la religión, podría pensarse que las creencias religiosas funcionarían como factores protectores ante el afrontamiento en los adultos (Fernández Lorca, 2022; Snelgrove et al., 2021). En cuanto al medio para llegar a las metas, los adultos tempranos priorizaron la comprensión entendida como amplitud de miras. Esto podría deberse a que este grupo generacional se encuentra luego de atravesar la adolescencia, en

transición con la vida adulta y construyendo el propio proyecto de vida (Murga Meler, 2023). Además, los adultos medios priorizaron de forma diferencial la imaginación y la limpieza. Considerando que la presente fue realizada en contexto de pandemia por COVID-19, se podría pensar que estos valores se destacaron contemplando que las familias debieron cambiar costumbres para cumplir con el confinamiento y prevenir el contagio (Ascorbe-Amaya et al., 2023). Los adultos tardíos destacaron la honestidad, la laboriosidad, la lógica y la responsabilidad, coincidiendo con las características propias de los baby boomers (Beresford Research, 2023) contemplando las generaciones propuestas por Zemke et al. (2013). Considerando los resultados obtenidos, se podrían vincular con las características de este grupo, donde la dedicación, la lealtad, el vínculo con las actividades laborales y la búsqueda de estatus son destacables (Díaz-Sarmiento et al., 2017). Por las edades que poseen al momento del presente, algunos se podrían encontrar en los albores de proyectar el retiro del mercado laboral, mientras que otros podrían estar planificando continuar trabajando (Juergensmeyer & Anheier, 2012) pero fuera de un sistema formal. Además, quienes se encuentran activos podrían estar ocupando lugares de poder o establecidos profesionalmente (Díaz-Sarmiento et al., 2017). Juergensmeyer & Anheier (2012) aclaran que este grupo son ejemplos de responsabilidad y confiabilidad, coincidiendo con los resultados hallados por la presente.

Sin embargo, cabe aclarar que el presente estudio puede contener algún sesgo por el grupo poblacional participante, por lo que se sugiere ampliar el estudio a otras clases socioeconómicas para conocer si las prioridades se conservan.

RECONOCIMIENTOS

Este trabajo fue apoyado por el Instituto de Investigación en Psicología y Psicopedagogía, Universidad del Salvador (USAL), Argentina, enmarcado en el proyecto de investigación “Evaluación de las creencias, valores y conductas proambientales en jóvenes y adultos”.

CONFLICTOS DE INTERÉS

Los autores declaran que no presentan conflictos de interés.

REFERENCIAS

Angelucci, A., Da Silva, J., Juárez, J., Serrano, A., Lezama, J., & Moreno, A. (2009). Valores y Factores Sociodemográficos en estudiantes universitarios: Un estudio comparativo. *Acta Colombiana de Psicología*, 12(1), 151-162. <http://www.scielo.org.co/pdf/acp/v12n1/v12n1a13.pdf>

Angelucci, A., Juárez, J., Dakduk, S., Lezama, J., Moreno, A., & Serrano, A. (2008). Jerarquía de valores en estudiantes universitarios. *Argos*, 25(48), 6-20. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0254-16372008000100002

Ascorbe-Amaya, A. A., Díaz Manchay, R. J., Vega- Ramírez, A. S., Rodríguez-Cruz, L. D. D., Mogollón-Torres, F. de M., & Constantino-Facundo, F. (2023). Medidas preventivas y costumbres en las familias no contagiadas por la COVID-19 durante el confinamiento. *Cultura De Los Cuidados*, 27(65), 285-299. <https://doi.org/10.14198/cuid.2023.65.22>

Bárcena, F., Gil, F., & Jover, G. (1999). *La escuela de la ciudadanía: educación, ética y política*. En *Colección Aprender a Ser*. Desclée de Brouwer.

Barton Perry, R. (1926). *General Theory of Value*. Harvard University Press

Bashkirova, E. (2001). Transformation of the Values of Russian Society. *Russian Politics and Law*, 39(6), 6-24. <https://doi.org/10.2753/RUP1061-194039066>

Bem, S. L. (1981). Gender schema theory: A cognitive account of sex typing. *Psychological Review*, 88(4), 354-364. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.88.4.354>

Beresford Research (2023). *Age range by generation*. <https://www.beresfordresearch.com/age-range-by-generation/>

Bojanowska, A., Kaczmarek, Ł.D., Koscielniak, M., & Urbańska, B. (2021). Changes in values and well-being amidst the COVID-19 pandemic in Poland. *PLoS ONE* 16(9): e0255491. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0255491>

Bourmistrova, N.W., Solomon, T., Braude, P., Strawbridge, R., & Carter, B. (2022). Long-term effects of COVID-19 on mental health: A systematic review. *Journal of Affect Disorders*, 299(15), 118-25. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0165032721012532?via%3Dihub>

Braithwaite, V., & Law, H. (1985). Structure of Human Values: Testing the Adequacy of Rokeach and Chinese value surveys. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(1), 250-263. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.49.1.250>

Canteras, A. (2003). *Sentido, valores y creencias en los jóvenes*. Edición electrónica del Instituto de la Juventud.

Cao, W., Fang, Z., Hou, G., Han, M., Xu, X., Dong, J., & Zheng, J. (2020). The psychological impact of the COVID-19 epidemic on college students in China. *Psychiatry Research*, 287, 112934. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2020.112934>

Casals, E., & Defis, O. (1999). *Educación infantil y valores*. En *Colección Aprender a Ser* Desclée de Brouwer.

Castillo Alcoser, P.E., & Gil Rodriguez, F.S. (2023). *Valores, estereotipos y capital social como determinantes de las condiciones laborales en Ecuador desde la perspectiva de género* (Tesis de grado). Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.

Castro Solano, A., & Nader, M. (2006). La evaluación de los valores humanos con el Portrait Values Questionnaire de Schwartz. *Interdisciplinaria*, 23(2), 155-174. <http://www.scielo.org.ar/pdf/interd/v23n2/v23n2a02.pdf>

Ceylan-Dadakoğlu, S., Özdemir, A., & Dadakoğlu, B. (2023). Determining the Value Hierarchies of the 'Z' Generation. *Yaşadıkça Eğitim*, 37(1), 14-33. https://www.researchgate.net/publication/367565935_Determining_the_Value_Hierarchies_of_the_'Z'_Generation

Comas, D. (2003). *Jóvenes y estilos de vida: valores y riesgos en los jóvenes urbanos*. Ancares Gestión Gráfica.

Daset, L., López, M., & Suero, M. (1998). Valores humanos básicos en un grupo de jóvenes: avance de un estudio exploratorio. *Psicología, Cultura y Sociedad*, 7, 41-54. <https://doi.org/10.18682/pd.v7i0.426>

De Young, R. (1996). Some psychological aspects of a reduced consumption lifestyle: The role of intrinsic satisfaction and competence. *Environment and Behavior*, 28(3), 358-409. <https://doi.org/10.1177/0013916596283005>

Díaz-Sarmiento, C., López-Lambraño, M., & Roncallo-Lafont, L. (2017). Entendiendo las generaciones: una revisión del concepto, clasificación y características distintivas de los Baby Boomers, X y Millennials. *Clío América*, 11(22), 188-204. <http://10.21676/23897848.2440>

Diessner, R., Mayton II, D., & Dolen, M. (1993). Values Hierarchies and Moral Reasoning. *The Journal of Social Psychology*, 133, 869-871. <https://doi.org/10.1080/00224545.1993.9713953>

Dinca, M., & Luches, D. (2018). Work Integration of the Roma: Between Family and Labor Market. *Sustainability*, 10(5):1495. <https://doi.org/10.3390/su10051495>

Eagly, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

ElHawary, H., Salimi, A., Barone, N., Alam, P., & Thibaudeau, S. (2021). The effect of COVID-19 on medical students' education and wellbeing: a cross-sectional survey. *Canadian Medical Education Journal*, 12(3), 92-99. <https://doi.org/10.36834/cmej.71261>

Elsayed-Ali, S., Bonsignore, E., Kacorri, H., & Subramaniam, M. (2020). Designing for children's values: conceptualizing value-sensitive technologies with children. In *Proceedings of the 2020 ACM Interaction Design and Children Conference: Extended Abstracts* (pp. 296-301).

Faulkner, J., O'Brien, W. J., McGrane, B., Wadsworth, D., Batten, J., Askew, C. D., Badenhorst, C., Byrd, E., Coulter, M., Draper, N., Elliot, C., Fryer, S., Hamlin, M. J., Jakeman, J., Mackintosh, K. A., McNarry, M. A., Mitchelmore, A., Murphy, J., Ryan-Stewart, H., ... Lambrick, D. (2020). Physical activity, mental health and well-being of adults during initial COVID-19 containment strategies: A multi-country cross-sectional analysis. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 24(4), 320. <https://doi.org/10.1016/j.jsams.2020.11.016>

Favara, J. V., & Moreno, J. E. (2023). Relación entre bienestar y preocupación ambiental en Jóvenes de Buenos Aires en contexto de pandemia. *Revista Digital Internacional de Psicología y Ciencia Social*, 9(1). <https://doi.org/10.22402/j.rdiipycs.unam.e.9.1.2023.482>

Fernández Lorca, M B. (2022). Religiosidad, salud física y funcional en personas mayores en Chile. *Colombia Médica*, 53(2). <https://doi.org/10.25100/cm.v53i2.4846>

Fischer, R., & Schwartz, S. (2011). Whence Differences in Value Priorities?: Individual, Cultural, or Artifactual Sources. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42(7), 1127–1144. <https://doi.org/10.1177/0022022110381429>

Frondizi, R. (2000). *¿Qué son los valores?* Fondo de Cultura Económica.

García, J. M. A. (2001). *Apuntes del Curso de Doctorado: Procesos de Transición al Mundo del Trabajo*. Dpto. de Psicología Social y Metodología de las CC. Del Comportamiento. Universidad de Granada.

García-Valdecasas Medina, José I. (2011). Una definición estructural de capital social. *Redes. Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 2011, 20, 132-160, <https://raco.cat/index.php/Redes/article/view/249752>.

Garzón Pérez, A., & Garcés Ferrer, J. (1989). Hacia una conceptualización del valor. En J. Mayor, & J. L. Pinillos (Edits.) *Creencias, Actitudes y Valores*. pp. 364-407.

Genoud, M., Broveglio, G., & Ramos, M. (2021). ¿Qué motivaciones laborales priorizan los trabajadores en América Latina? La gestión del conocimiento centrada en valores. *Ciencias Administrativas*, (21), 115. <https://doi.org/10.24215/23143738e115>

Hannes C., Schiffer S., & von Nitzsch R. (2024). Changes in value priorities due to the COVID-19 pandemic—A 4-year cross-sectional study with German students. *PLoS ONE* 19(1): e0297236. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0297236>

Herbert, C., Meixner, F., Wiebking, C., & Gilg, V. (2020). Regular Physical Activity, Short-Term Exercise, Mental Health, and Well-Being Among University Students: The Results of an Online and a Laboratory Study. *Frontiers in Psychology*, 11, 509. <https://doi.org/gmz996>

Hernando, M. (1997). *Estrategias para educar en valores*. Editorial CCS.

Hurtado Salas, C. (2010). *Los roles de género y su orientación académica en los estudiantes de segundo año de bachillerato de la Unidad Educativa Manuela Cañizares de la ciudad de Quito, Provincia de Pichincha*. (Tesis de grado). Universidad Técnica Particular de Loja, Quito, Ecuador. https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/8915/1/UTPL_Hurtado_Salas_Consuelo_373x2481.pdf

IBM Corporation (2016). IBM SPSS Statistics (24). <http://www-01.ibm.com/software/es/analytics/spss/>

James, W. (1904). *Does Consciousness Exist?* <http://fair-use.org/william-james/essays-in-radical-empiricism/does-consciousness-exist>

Jiménez Fernández, C. (2010). *Diagnóstico y educación de los más capaces*. Pearson/UNED.

Juergensmeyer, M., & Anheier, H. K. (2012). *Encyclopedia of Global Studies*. SAGE Publications, Inc.

Kroeber, A. L., & Kluckhohn, C. (1952). Culture: a critical review of concepts and definitions. *Papers. Peabody Museum of Archaeology & Ethnology, Harvard University*, 47(1), viii, 223. <https://psycnet.apa.org/record/1953-07119-001>

León, M. (2018). Felicidad en estudiantes universitarios de Psicología en una Universidad Privada de Lima [Tesis de licenciatura, Universidad Inca Garcilaso de la Vega]. <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/2482>

Lissitsa, S. & Kol, O. (2021). Four generational cohorts and hedonic m-shopping: Association between personality traits and purchase intention. *Electronic Commerce Research*, 21(2), 545–570. <https://doi.org/10.1007/s10660-019-09381-4>

Mamnoun, S., Nfissi, A., & Hougua, B. A. (2020). Personal Value Typology in the Moroccan Context: An examination of High School Students' Orientations in Light of Gender and Ecology. *International Journal of Linguistics, Literature and Translation*, 3(12), 204–214. <https://doi.org/10.32996/ijllt.2020.3.12.24>

Molina Cevallos, D. S., & Camino Acosta, S. A. (2024). La atención al adulto mayor. Necesidad y posibilidad. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, 6(1), 260–272. <https://doi.org/10.59169/pentaciencias.v6i1.992>

Murga Meler, M.L. (2023). Los jóvenes y sus futuros imaginados. ¿A qué sociedad apelan? *Praxis educativa*, 27(2), 1-17. <https://dx.doi.org/10.19137/praxiseducativa-2023-270204>

Mylsidayu, A., & Bujang, B. (2023). Motivasi berolahraga generasi Z. *Motion: Journal Riset Physical Education*, 13(1), 12-20.

Nucci, L. (2001). *La dimensión moral de la educación*. Colección *aprender a ser*. Descleé de Brouwer.

Organización de las Naciones Unidas. (2018). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe. Santiago, Chile: CEPAL. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/cb30a4de-7d87-4e79-8e7a-ad5279038718/content>

Ortega, P., & Minués, R. (2001). *Los valores en la educación*. Ariel.

Patrick, L., & Skewes, E. (2003). Personal and professional dimensions of news work: Exploring the link between journalists' values and roles. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 80(4), 833-848. <https://doi.org/10.1177/107769900308000406>

Quispe Torres, M.M. (2023). Ansiedad y Felicidad durante la pandemia en adultos de villa El Salvador. <http://hdl.handle.net/20.500.11955/1109>

Rikel, A. M., & Dorenskaya, S. V. (2017). A Socio-psychological model of values among different generations in modern Russian society. *Russian psychological journal*, 14(4), 205-225.

Rokeach, M. (1968). A theory of Organization and Change within Value-Attitudes systems. *Journal Sociology Issues*, 24(1), 13-33. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1968.tb01466.x>

Rokeach, M. (1973) *The Nature of Human Values*. Free Press.

Ruiz Llamas, G., & Cabrera Suárez, D. (2004). Los valores en el deporte. *Revista Educación*, 335, 9-19. <https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:61fac5cf-2550-463c-947e-6462de143872/re33503-pdf.pdf>

Ryckman, R., & Houston, D. (2003). Value Priorities in American and British Female and Male University Students. *The Journal of Social Psychology*, 143(1), 127-138. <https://doi.org/10.1080/00224540309598435>

Sánchez Hernández, A.J. (2005). Análisis filosófico del concepto valor. *Revista Humanidades Médicas*, 5(2). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-81202005000200009

Savage, M. J., James, R., Magistro, D., Donaldson, J., Healy, L. C., Nevill, M., & Hennis, P. J. (2020). Mental health and movement behaviour during the COVID-19 pandemic in UK university students: Prospective cohort study. *Mental Health and Physical Activity*, 19, 100357. <https://doi.org/10.1016/j.mhpa.2020.100357>

Schwartz, S. H. (1992). Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6)

Schwartz, S., & Bilsky, W. (1987). Toward a Universal Psychological Structure of Human Values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(3), 550-562. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.53.3.550>

Snelgrove, J., Chan, N., & Alison, H. K. Y. (2021). Why Hong Kong millennial Christians switch from Chinese local churches to international churches: A qualitative study. *Missiology*, 49(4), 332-347. <https://doi.org/10.1177/00918296211019006>

Stern, P. C., Dietz, T., & Kalof, L. (1993). Value Orientations, Gender, and Environmental Concern. *Environment and Behavior*, 25(5), 322-348. <https://doi.org/10.1177/0013916593255002>

Tito-Huamani, P., Aponte, S., Custorio, F., Castañeda, T., Garamendi, K., & Soto, E. (2022). Universidad virtual y la transformación educativa en el contexto de la pandemia. *Revista Innova Educación*, 4(2). 113-131. <https://doi.org/10.35622/j.rie.2022.02.007>

Town, S., Weber, J., & Nagy, N. (2022). Changes in business students' value orientations after the COVID-19 outbreak: An exploration. *Business and Society Review*, 127(S1), 253-283. <https://doi.org/10.1111/basr.12257>

Vinuesa, M. (2002). *Construir los valores. Currículum con aprendizaje cooperativo*. Desclée de Brouwer.

Weber, J., Loewenstein, J., Lewellyn, P., Elm, D. R., Hill, V., & Warnell, J. M. (2019). Toward discovering a national identity for Millennials: Examining their personal value orientations for regional, institutional, and demographic similarities or variations. *Business and Society Review*, 124(3), 301-323. <https://doi.org/10.1111/basr.12177>

Zemke, R., Raines, C., & Filipczak, B. (2013). *Generations at work: Managing the clash of Boomers, Gen Xers, and Gen Yers in the workplace*. EEUU: Kindle Edition de AMACOM Div American Mgmt Assn.