

CAPÍTULO 6

VALORES

José Luis Álvaro Estramiana¹
Cícero Roberto Pereira
Miryam Rodríguez Monter
Anna Zlobina

INTRODUÇÃO

6.1 A NATUREZA DOS VALORES E DOS SISTEMAS DE VALORES

6.1.1 O QUE SÃO OS VALORES?

É grande o dissenso na literatura sobre o que são os valores (veja Hitlin & Piliavin, 2004; Rohan, 2000). Por exemplo, no livro clássico sobre a psicologia das normas sociais, Sherif (1936/1964) definiu os valores como normas sociais, para quem “*the social values are examples ‘par excellence’ of social norms*” (p. 113). Mais tarde Kluckhohn (1968) propôs que um valor seria uma concepção explícita ou implícita sobre o que é

1 Os autores agradecem à Raquel Coelho pela tradução do espanhol para o português de partes deste capítulo.

desejável. Posteriormente, Rokeach (1973) usa outro conceito para definir valores: os valores são crenças individuais. Especificamente, Rokeach apresentou as seguintes definições de valores e sistemas de valores que serviram como base conceitual para o desenvolvimento posterior das principais investigações sobre este tema no domínio da Psicologia Social:

A 'value' is an enduring belief that a specific mode of conduct or end-state of existence is personally or socially preferable to an opposite or converse mode of conduct or end-state of existence. A 'value system' is an enduring organization of beliefs concerning preferable modes of conduct or end-states of existence along a continuum of relative importance (p. 5).²

Algum tempo depois, Schwartz e Bilsky (1987) elaboraram uma definição de valores que incorpora as principais características destacadas na proposta de Rokeach (1973) e na obra de Kluckhohn (1968), tonando o conceito de valores ainda mais ambíguo: “*values are (a) concepts or beliefs, (b) about desirable end states or behaviors, (c) that transcend specific situations, (d) guide selection or evaluation of behavior and events, and (e) are ordered by relative importance*” (p. 551).³ A ambiguidade é destacada aqui pelo fato de os valores poderem ser concepções ou crenças. Essa definição foi proposta de modo a corresponder ao que se supõe serem três requisitos fundamentais da natureza humana, considerados universais e preexistentes ao indivíduo (veja Schwartz, 1994): necessidades biológicas dos indivíduos, necessidades de interação social estável e necessidades de manter o bem-estar e a sobrevivência dos grupos. Os valores seriam, portanto, representações cognitivas dessas necessidades e o seu conteúdo seria gerado por esses requisitos (Schwartz, 1992).

A relação dos valores com as necessidades foi mais claramente proposta por Gouveia (2003). Introduziu outro conceito para definir os valores. Para essa abordagem, os valores são categorias de orientação e são uma derivação direta das necessidades humanas básicas. A lista de necessidades que originariam os valores seriam aquelas especificadas por Maslow (1954) na sua teoria sobre a hierarquia das necessidades individuais.

Ao vincular os valores às necessidades ou às motivações individuais, a maioria das definições aqui apresentadas parecem distanciar os valores do seu aspecto mais central – a sua natureza social, ainda que a importância de fatores sociais para os valores tenha sido realçada nessas abordagens. Uma definição menos individualizante foi

2 “Um valor é uma crença duradoura em que um modo específico de conduta ou estado final de existência é pessoal ou socialmente preferível a um modo de conduta ou estado final de existência oposto ou inverso. Um sistema de valores é uma organização duradoura de crenças em relação a modos de conduta preferíveis ou estados finais de existência ao longo de um contínuo de importância relativa”.

3 “Os valores são (a) concepções ou crenças, (b) sobre os estados-fins ou comportamentos desejáveis, (c) que transcendem situações específicas, (d) guiam a seleção ou a avaliação de comportamentos e eventos, e (e) são ordenados de acordo com a sua importância relativa”.

proposta por Pereira, Camino e Costa (2005), em que os valores são estruturas de conhecimento socialmente elaboradas sobre como a sociedade deve ser organizada. Para esses autores, os valores expressam os conflitos ideológicos, orientam os comportamentos e estão ancorados nas identidades dos grupos sociais e nos posicionamentos ideológicos derivados dessas identidades (ver Capítulo 10 sobre Identidade Social). Essa abordagem, embora concorde com Schwartz (1992) relativamente a ideia de estudar tipos de valores, distancia-se dele quanto ao pressuposto de que os valores são representantes cognitivos de necessidades individuais. Ao contrário, como afirmam Deschamps e Devos (1993), os valores representam identidades ideológicas dos grupos sociais.

6.2 MEDIDA DOS VALORES

6.2.1 ROKEACH VALUE SURVEY

Com base na ideia dos valores como crenças, Rokeach (1973) propôs que os valores teriam duas características básicas: (1) os valores são crenças duradouras; e (2) referem-se a modos específicos de condutas ou estados finais de existência. Com relação à primeira característica, Rokeach (1968) já havia identificado três tipos de crenças: descritivas (que se referem ao que é verdadeiro ou ao que é falso); avaliativas (quando o objeto da crença é julgado como bom ou ruim); e prescritivas (quando uma forma ou finalidade de uma ação é julgada como desejável ou indesejável). A segunda característica – *modos de condutas e estados finais de existência* – traduz a distinção entre valores instrumentais e valores terminais. Os valores instrumentais – definidos como modos de conduta – podem ser definidos como meios que as pessoas utilizam para alcançar algo desejado, enquanto os valores terminais – concebidos como estados finais de existência – são designados como o que é, em si, desejável (e.g., igualdade, liberdade, justiça). Embora possa existir uma relação funcional entre esses dois tipos de valores, o número total de valores terminais, contudo, não é o mesmo que o de instrumentais. Além disso, Rokeach distinguiu teoricamente dois tipos de valores terminais: pessoais e sociais. Essa distinção traduz o que ele chamou de valores auto-centrados (como salvação e harmonia interior) *versus* socialmente-centrados (como um mundo de paz e fraternidade). Rokeach postulou que as atitudes e comportamentos das pessoas podem variar de acordo com a posição que cada um desses tipos de valores ocupa na hierarquia do sistema de valores dessas pessoas. Rokeach também distinguiu dois tipos de valores instrumentais: valores morais; e valores de competência. Os valores morais (tais como agir de forma honesta e ser polido) são valores instrumentais de natureza interpessoal que, quando violados, produzem na pessoa um sentimento de culpa em função do não cumprimento de um comportamento desejado. Os valores de competência (tais como mostrar-se inteligente e exprimir raciocínio lógico) – chamados valores da autorrealização – são de natureza mais pessoal que interpessoal e sua violação produz um sentimento de vergonha e a diminuição da autoestima.

Finalmente, para medir os valores, Rokeach (1968) elaborou uma lista contendo 24 valores (12 valores terminais e 12 instrumentais). Posteriormente, Rokeach (1973) apresentou a versão final de sua escala (veja a Tabela 1), a qual é composta por 36 valores (18 terminais, 18 instrumentais). Como podemos constatar, os itens da lista de valores terminais são apresentados em forma de substantivos (por exemplo, amor maduro, igualdade, liberdade), enquanto que os valores instrumentais são redigidos como adjetivos (por exemplo, alegre, inteligente). Para medir o sistema de valores, Rokeach pedia aos participantes para indicarem, em cada lista, “a ordem de importância de cada valor como um princípio que guia a sua vida”. A validade dessa escala foi constatada em pesquisas ao longo de mais de 15 anos (para uma revisão, veja Braithwaite & Scott, 1991). No Brasil, sua validade foi demonstrada por Günther (1981).

Tabela 1 – Escala de Valores de Rokeach

<i>Valores Terminais</i>	<i>Valores Instrumentais</i>
Amor Maduro	Alegre
Autorrespeito	Ambicioso
Equilíbrio Interior	Amoroso
Educado	Capaz
Felicidade	Controlado
Igualdade	Corajoso
Liberdade	Honesto
Mundo de Beleza	Imaginativo
Mundo de Paz	Independente
Prazer	Intelectual
Reconhecimento Social	Limpo
Sabedoria	Lógico
Salvação	Obediente
Segurança Familiar	Perdoar
Segurança Nacional	Prestativo
Sentimento de Realização	Responsável
Verdadeira Amizade	Tolerante
Vida Confortável	Vida Excitante

Embora tenha sido utilizada por diversos pesquisadores, a perspectiva teórico-metodológica desenvolvida por Rokeach (1973) apresenta importantes limitações (Braithwaite & Law, 1985; Braithwaite & Scott, 1991). A principal limitação é a de que, embora a teoria tenha previsto a organização dos valores em função de dimensões ou padrões, como a diferenciação entre valores instrumentais e terminais, não há evi-

dência empírica que fundamenta esta distinção (veja, por exemplo, Schwartz & Bilsky, 1990). Além disso, Perron (1987) argumenta que o problema da teoria encontra-se no método utilizado, pois quando se pede para os sujeitos hierarquizar os valores da escala, não há como saber quais são as estratégias utilizadas na classificação dos valores, as quais podem ser diferentes para cada um dos sujeitos. Apesar dessas limitações, a teoria de Rokeach e o seu método de medida dos valores influenciaram e serviram de base para a maioria das pesquisas sobre valores até o final dos anos 1980 (e.g., Bond, 1988; Chinese Culture Connection, 1987), período quando apareceram novos métodos de medida que propõem dar continuidade aos trabalhos de Rokeach, basicamente a partir da noção de tipos de valores. É o caso da teoria dos tipos motivacionais (Schwartz & Bilsky, 1987, 1990).

6.2.2 HOFSTEDE: TEORIA DAS DIMENSÕES CULTURAIS

Para Hofstede (1980), a cultura é a programação coletiva das mentalidades das pessoas em um meio e contexto determinado, e permite que os membros de uma comunidade ou grupo diferenciem-se de outros. Com sua pesquisa, realizada em mais de 50 países desde o final dos anos 1960 entre os executivos da IBM em todo o mundo, Hofstede definiu, a partir de mais de 116.000 questionários, quatro eixos ou dimensões culturais básicos: *distância de poder* (grau que os membros menos poderosos da sociedade aceitam que o poder é distribuído de forma desigual); *evitação à incerteza* (grau em que uma sociedade tenta controlar o incontrolável); *individualismo x coletivismo* (grau em que os membros de uma sociedade estão mais ou menos preocupados consigo mesmos ou com os grupos a que pertencem); e *masculinidade x feminilidade* (distribuição diferente dos papéis emocionais entre os sexos). Cada país ficou definido por sua posição específica em relação a esses eixos ou dimensões culturais. Hofstede (1980, 2001) propõe que variáveis econômicas (por exemplo, o PIB per capita), demográficas (como o tamanho da população) ou geográficas (a localização, por exemplo), entre outras, podem afetar as dimensões culturais (Gouveia et al., 2011).

A primeira das quatro dimensões mencionadas, a correspondente à *distância de poder*, refere-se ao grau de desigualdade entre os indivíduos em uma sociedade que a população de um país considera como normal ou tolerável. Não somente se refere à desigualdade em termos econômicos ou sociais, mas também em relação ao poder, à aceitação por parte de uma sociedade ou instituição de um poder desigual exercido e mantido pela autoridade organizacional e/ou social. A segunda das dimensões mencionadas, a da *evitação da incerteza*, aborda o grau em que os indivíduos de uma sociedade preferem situações estruturadas frente àquelas que não estão. Ou seja, dar valor à existência, na sociedade em que se vive, de normas e regras específicas, claras e definidas, frente ao não tê-las e dar espaço à improvisação e incerteza normativa.

A terceira das dimensões, a correspondente ao *individualismo x coletivismo*, mostra até que ponto as pessoas de uma sociedade sentem e entendem que dependem e devem ser cuidadas, quer pelos membros desta mesma sociedade (família, pessoas mais jovens ou instituições, por exemplo) ou por elas próprias. Trata-se do grau em que os indivíduos de uma sociedade decidem agir como membros de um grupo ou

priorizar a dimensão mais individual e menos a coletiva. A quarta dimensão, *masculinidade x feminilidade*, mostra a diferença entre as culturas com maior grau de assertividade, dominação e materialismo, frente a culturas mais preocupadas com os indivíduos e pelos aspectos relacionados aos sentimentos e às emoções. Para Hofstede (1980), essa dimensão refere-se à dualidade existente entre os sexos, o que significa que diferentes culturas lidam com as situações com respostas “próprias” de um papel masculino ou feminino.

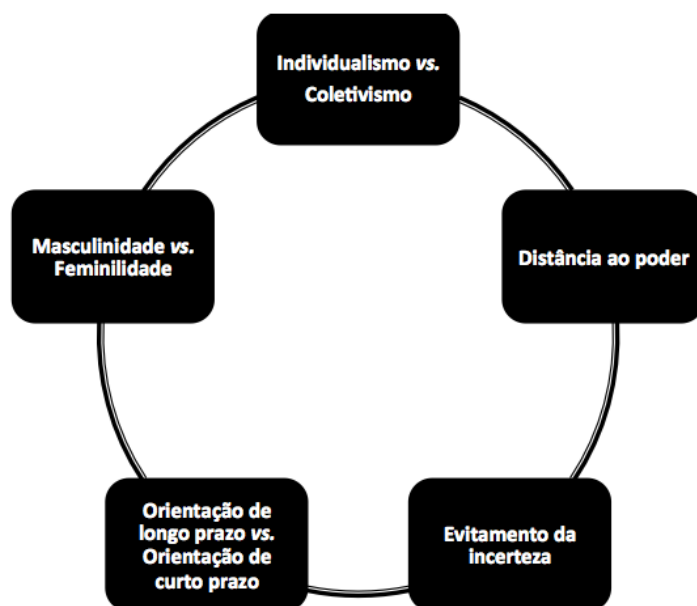


Figura 1 – Dimensões culturais em Hofstede.

Fonte: Inspirado em Hofstede (1980).

6.2.3 SCHWARTZ VALUE SURVEY

Schwartz e seus colaboradores desenvolveram uma abordagem teórico-metodológica para o estudo dos valores. Schwartz e Bilsky (1987) aplicaram os 36 valores da escala Rokeach (1973) a uma amostra de professores israelenses e outra de alemães e, posteriormente, Schwartz e Bilsky (1990) replicaram o estudo em cinco amostras de estudantes universitários da Austrália, dos Estados Unidos, de Hong Kong, da Espanha e da Finlândia. Os resultados de uma *Guttman Lingoes Smallest Space Analysis* (SSA), aplicada aos escores de importância de cada valor como *princípios guia* na vida dos sujeitos revelaram, em cada amostra, a existência de quatro dimensões subjacentes à adesão aos valores. Duas projeções bidimensionais foram analisadas. Em uma, distinguiu-se os valores em função de serem terminais ou instrumentais, enquanto que na outra projeção separaram-se os valores em sete tipos motivacionais: prazer, realização, conformidade restritiva, autodireção, prósocial, maturidade e segurança.

Constataram que a organização desses valores em uma figura permitia distinguir o tipo de interesse a que eles serviam: individualista (constituído pelos tipos do prazer, realização e autodireção); coletivista (formado pelos valores da conformidade restritiva e do tipo prossocial) e mistos (maturidade e segurança). Verificaram, também, que os tipos motivacionais organizaram-se dinamicamente entre si, expressando relações de compatibilidade entre os valores que representam a necessidade de relações sociais harmoniosas (prossocial, conformidade restritiva e segurança), entre os que concernem à autopromoção (realização e prazer) e entre os que expressam a confiança dos indivíduos em suas próprias capacidades (maturidade e autodireção). Além disso, eles observaram a existência de relações de conflito entre autodireção e conformidade restritiva; realização e segurança; realização e prossocial; e, por fim, prazer e prossocial.

Segundo os autores, essas relações poderiam ser constatadas em todas as culturas. Para analisar a universalidade desses postulados, Schwartz (1992) modificou a versão original da teoria em várias direções. Inicialmente, foram especificados, derivados e estabelecidos métodos para medir três tipos motivacionais (tradição, estimulação e espiritualidade) não considerados anteriormente. Em seguida, ele modificou as definições e conteúdos em quatro dos oito tipos (prazer, maturidade, prossocial e segurança), especificando melhor o significado de seu conteúdo, bem como sua origem nas necessidades universais e sua relação com outros tipos de valores. Além disso, Schwartz postulou que, embora a distinção entre valores terminais e instrumentais tenha sido constatada, a separação desses valores nos resultados poderia ser um mero produto da forma como esses dois tipos de valores são apresentados na escala.

Para testar a universalidade das hipóteses formuladas, Schwartz (1992) elaborou um instrumento contendo 56 valores, 36 dos quais foram retirados da escala de Rokeach (1973). Os valores foram apresentados em duas listas, a primeira contendo 31 valores terminais, e a segunda com 25 valores instrumentais e deveriam ser avaliados em uma escala de 9 pontos como um *princípio guia na sua vida*, variando de 7 (*suprema importância*) a -1 (*oposto aos meus valores*). Antes de classificá-los, os respondentes deveriam escolher o valor de suprema importância e o valor oposto aos seus valores, avaliando-os com 7 e -1, respectivamente. Esse procedimento de medida dos valores passou a ser chamado SVS (*Schwartz Value Survey*). Aplicando o SVS a 44 amostras de 22 países, Schwartz (1992) verificou que na maioria das amostras foi possível identificar 10 dos 11 tipos de valores hipotetizados:⁴ universalismo (34 amostras); benevolência (28 amostras); tradição (36 amostras); conformidade (29 amostras); segurança (32 amostras); poder (37 amostras); realização (40 amostras); hedonismo (32 amostras); estimulação (31 amostras); e autodireção (36 amostras). Os valores da espiritualidade, entretanto, foram verificados em apenas oito amostras. Não foi constatada a distinção entre valores terminais e instrumentais, mas observou-se que a projeção dos valores na figura bidimensional organiza-se a partir de relações de compatibilidade e conflito, as quais levaram à elaboração de um conjunto de hipóteses específicas para cada uma dessas relações de compatibilidade e conflito.

4 Nas duas amostras brasileiras (uma de professores e outra de estudantes universitários), contudo, apenas oito regiões foram identificadas.

Segundo Schwartz (1992), uma dimensão opõe a Abertura à Mudança (compatibilidade entre os tipos de valores da Autodireção e Estimulação) aos valores de Conservação (compatibilidade entre os tipos de valores de Segurança, Tradição e Conformidade). O princípio motivacional que organiza essa dimensão é o conflito entre a ênfase na independência de pensamento e ação e o favorecimento da mudança *versus* a submissão, a autorrestrrição e a proteção das práticas tradicionais e estabilidade pessoal. A outra dimensão opõe a Autotrancendência (compatibilidade entre os tipos de valores de Universalismo e de Benevolência) à Autopromoção (compatibilidade entre os tipos de Poder e de Autorrealização). O princípio motivacional que organiza essa dimensão é o conflito entre a aceitação dos outros como iguais transcendendo os próprios interesses em função do bem-estar coletivo e a valorização do sucesso e domínio sobre os outros. O hedonismo compartilha elementos tanto de Abertura à Mudança quanto de Autopromoção. A existência dessas dimensões foi constatada em várias culturas (Schwartz, 1994).

Resultados similares foram obtidos após Schwartz et al. (2001) alterarem radicalmente os procedimentos de medida dos valores. Eles desenvolveram e validaram um instrumento mais parcimonioso para medir os valores contendo apenas 40 itens. Esse instrumento é denominado PVQ (*Portrait Values Questionnaire*) e avalia os valores por meio de itens menos abstratos, socialmente contextualizados e empregando um procedimento mais indireto por meio do qual as pessoas podem exprimir os seus valores. Cada item do instrumento apresenta dois pequenos cenários que descrevem uma pessoa a expressar um dos valores que se pretende medir. Por exemplo, para medir o valor da igualdade, o PVQ pede para os participantes imaginarem “uma pessoa que acha importante que todas as pessoas no mundo sejam tratadas igualmente. Acredita que todos devem ter as mesmas oportunidades na vida”. A tarefa dos participantes é indicar em que medida se sentem parecidos com essa pessoa imaginária e para isso usam uma escala que pode variar de 1 (“não tem nada haver comigo”) a 6 (“exatamente como eu”).

Atualmente, a teoria dos tipos motivacionais é a mais utilizada em todos os domínios das ciências sociais. De fato, trata-se de um modelo bem estruturado e com evidências empíricas que dão suporte a vários de seus postulados, de modo a permitir que se elabore conjecturas sobre as relações entre os tipos motivacionais, bem como estabelecer hipóteses sobre as relações entre os valores, as atitudes, as opiniões e o comportamento. Recentemente Schwartz et al. (2012) apresentaram um refinamento na teoria, o que ditará o rumo que o estudo dos valores tenderá a seguir nos próximos anos. Essa reformulação manteve os pressupostos básicos sobre as fontes dos valores, a dinâmica de relações de compatibilidade e conflitos entre tipos motivacionais, mas acrescentou dois novos pressupostos. O primeiro é o de que alguns tipos motivacionais agregam diferentes motivos psicológicos básicos, o que permitiu a Schwartz et al. (2012) justificarem a presença de subtipos de valores. Por exemplo, o tipo motivacional autodireção seria representado pela motivação dos indivíduos para buscar a liberdade de pensamento e pela motivação para poder realizar os seus próprios comportamentos, o que a versão reformulada da teoria propõe representarem dois subtipos de valores: autodireção no pensamento; autodireção na ação. A Tabela 2 apresenta a definição motivacional e as fontes dos valores correspondentes a cada tipo e subtipo motivacional.

Tabela 2 – Fonte, tipos e subtipos de valores e motivações

FONTE (Necessidades)	TIPO DE VALOR	SUBTIPO DE VALOR	MOTIVAÇÃO
Organismo e interação	Autodireção	Pensamento	Promover a liberdade para exprimir as próprias ideias e habilidades
		Ação	Promover a liberdade para determinar as próprias ações
Organismo	Estimulação		Procurar excitação, novidade e mudança
Organismo	Hedonismo		Buscar o prazer e da gratificação sensual
Interação grupal	Realização		Busca do sucesso de acordo com os padrões sociais
Interação grupal	Poder	Dominância	Exercer o poder por meio do controle sobre outras pessoas
		Recursos	Exercer o poder por meio do controle dos recursos materiais e sociais
Interação grupal	Aparências		Obter segurança e poder por meio da manutenção da imagem pública e evitar humilhação pública
Organismo e interação grupal	Segurança	Pessoal	Promover a segurança do ambiente imediato
		Societal	Promover a segurança e estabilidade da sociedade como um todo
Grupal	Tradição		Manter e preservar as tradições culturais, familiares e religiosas
Interação grupal	Conformidade	Regras	Promover a conformidade às regras, leis e obrigações formais
		Interpessoal	Promover a conformidade com outras pessoas para evitar perturbá-las ou prejudicá-las.
Grupal	Humildade		Reconhecer as próprias limitações
Organismo e interação grupal	Benevolência	Lealdade	Ser fiel e confiável ao endogrupo
		Cuidado	Buscar o bem-estar do endogrupo
Interação grupal e organismo	Universalismo	Social	Promover a igualdade, a justiça e a proteção para todas as pessoas
		Prot. Natureza	Promover a proteção da natureza e dos recursos ambientais
		Tolerância	Promover a aceitação e a compreensão em relação às pessoas percebidas como diferentes

O segundo pressuposto refere-se à possibilidade de os valores representarem relações de compatibilidade e conflito entre duas supra-dimensões: autoexpressão e crescimento com baixa preocupação sem ansiedade *vs.* busca de autoproteção e evitação da ansiedade; foco pessoal motivação (preocupação do indivíduo consigo próprio) *vs.* foco societal da motivação (preocupação do indivíduo perante as expectativas sociais). A Figura 2 apresenta a estrutura motivacional dos valores proposta na teoria após as recentes reformulações. Schwartz et al. também desenvolveram uma nova versão do PVQ contendo 47 indicadores (três por cada tipo e subtipo de valores), que foi aplicada a amostras de estudantes universitários e da população adulta proveniente de 10 países (Alemanha, Estados Unidos, Finlândia, Israel, Itália, Nova Zelândia, Polônia, Portugal, Suíça e Turquia). Os resultados de uma série de análises multidimensionais e de análises fatoriais confirmatórias permitiram conferir alguma validade à teoria agora proposta.

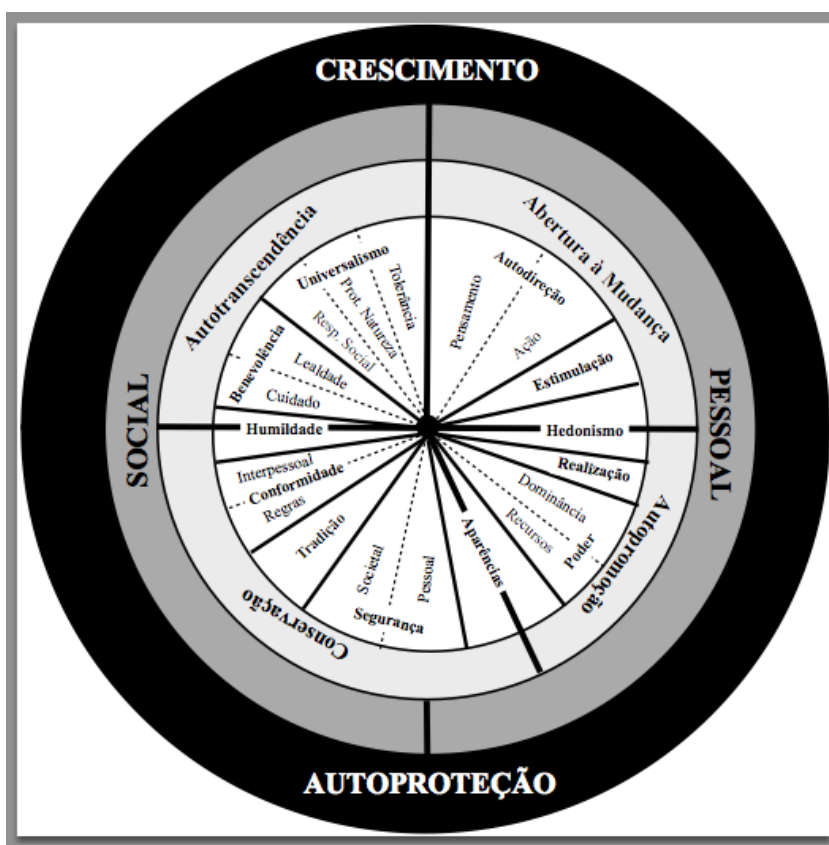


Figura 2 – Estrutura Motivacional dos Valores Humanos.

Fonte: Inspirado em Schwartz et al. (2012).

6.2.4 DA TEORIA DOS VALORES INDIVIDUAIS À TEORIA DE VALORES CULTURAIS

A teoria de Schwartz propõe um modelo sobre organização motivacional que defende a existência de uma estrutura de valores estáveis a nível transcultural. A teoria dos valores culturais tem como objetivo poder mostrar os problemas básicos enfrentados pelas sociedades (Schwartz, 1994). Esses problemas referidos pela teoria são: a) a natureza das relações entre o indivíduo e o grupo; b) garantir um comportamento responsável por parte dos cidadãos que ajude a preservar as sociedades; e c) manter em harmonia a relação dos seres humanos com a natureza e o mundo (Ros, 2000).

Usando itens do SVS, Schwartz (1994) propôs uma medida de valores culturais que foi aplicada em 25 mil pessoas procedentes de 37 países, distribuídas em 86 amostras diferentes. A teoria de Schwartz (1992) afirma que o sistema universal de valores que guia a conduta humana responde à função adaptativa; os contextos culturais concretos são os que, por sua vez, fazem com que um ou outro tipo de valores prevaleça com mais ou menos intensidade. Como resultado, distinguiu sete tipos de valores culturais agrupados em três dimensões bipolares: Conservação, Autonomia Intelectual, Autonomia Afetiva, Hierarquia, Compromisso Iguatário, Competência e Harmonia. De acordo com os sete tipos de valores culturais, a estrutura dos mesmos forma três dimensões bipolares:

Conservação × Autonomia (Intelectual e Afetiva). Com essa dimensão Schwartz (1994) pretende estudar a complicada relação entre o indivíduo e o grupo social. No extremo de Conservação se encontram aquelas culturas em que a pessoa é vista dentro do grupo e onde o importante é manter a ordem e a tradição. Em contraste, no polo da Autonomia se localizam aquelas culturas em que o indivíduo é autônomo e onde se valoriza a distintividade, independentemente do estabelecido com o grupo.

Hierarquia × Compromisso Iguatário. Essa dimensão contrapõe culturas nas quais se considera legítimo que a responsabilidade corresponde a quem tem o poder e que para assegurar a responsabilidade social é legítimo que o poder esteja distribuído de forma desigual às outras. Ao contrário, o Compromisso Iguatário considera que os membros de uma sociedade são pessoas iguais que buscam o bem-estar comum.

Competição × Harmonia. Essa dimensão reflete a relação cultural entre as sociedades e o meio ambiente. No extremo de Competição se localizam aquelas culturas que exploram e dominam a natureza a seu favor. No lado oposto encontram-se as culturas que tentam adaptar-se à natureza tal como ela é.

6.2.5 O MÉTODO DE INGLEHART

Inglehart (1977) propôs uma taxonomia dos valores sociais e políticos que distingue dois grupos de valores: os materialistas e os pós-materialistas. Os primeiros estão associados à satisfação de necessidades básicas, à coesão social e ao crescimento econômico, enquanto que os segundos revelam preocupações sociais e individuais com a qualidade de vida, a realização no trabalho, a vida comunitária e a justiça política

(veja Inglehart, 1990). Reinterpretando as teses de Weber (1904-5/1994) sobre o desenvolvimento do capitalismo, Inglehart (1994) considera que, nos valores materialistas, efetua-se uma passagem dos valores religiosos espiritualistas à concepção de um estado laico e materialista. Nos valores materialistas, encontrar-se-ia a diferenciação entre valores espirituais e valores materiais. Nesse sentido, a passagem da sociedade feudal ao capitalismo moderno seria acompanhada por sucessivas mudanças nos valores que teriam dominado a sociedade em suas diferentes fases; as sociedades modernas teriam passado do domínio dos valores religiosos ao dos valores materialistas para, atualmente, se encontrarem sob o domínio do que ele denomina valores pós-materialistas.

O seu principal postulado para explicar esse processo é o de que o desenvolvimento econômico conduz a determinadas mudanças no sistema de valores e crenças das pessoas nas diversas sociedades. Essa modificação de valores produz, por sua vez, um efeito de *feedback* em direção à mudança nos sistemas econômicos e políticos das sociedades. Seu interesse era analisar as mudanças sociais em longo prazo observáveis em sociedades ocidentais industrializadas. Para tanto, Inglehart (1990) derivou doze indicadores da teoria de Maslow (1954) sobre a hierarquia das necessidades humanas. Metade desses indicadores foi inspirada nas necessidades fisiológicas. Os indicadores *luta contra a alta nos preços*, *crescimento econômico* e *economia estável* foram elaborados para apreender a importância da segurança econômica; por sua vez, *manutenção da ordem*, *luta contra o crime* e *forças armadas fortes* foram criados para expressar a ênfase na segurança física. Segundo Inglehart essas necessidades descreveriam os valores de orientação materialista, pois estariam ligadas à sobrevivência dos indivíduos. Os outros seis indicadores foram derivados das necessidades sociais e de atualização. Destes, *idades e natureza mais belas*, *importância das ideias* e *liberdade de expressão* foram derivados das necessidades estética e intelectual, enquanto *sociedade menos impessoal*, *importância das opiniões pessoais no trabalho e na comunidade* e *maior influência no governo* foram derivados da necessidade de pertença e de autoestima positiva. Segundo Inglehart (1990) esses indicadores deveriam descrever os valores de orientação pós-materialista, uma vez que revelariam preocupações sociais e individuais com a qualidade de vida, a realização no trabalho, a vida comunitária e a justiça política.

A teoria prevê também que a ênfase dada aos valores materialistas tenderia a formar um perfil valorativo, ao passo que o grau de importância atribuída aos indicadores pós-materialistas formaria outro perfil. Ao nível cultural, apenas as sociedades que atingiram a satisfação das necessidades fisiológicas e de segurança dariam, com maior probabilidade, prioridade aos valores pós-materialistas. A hipótese principal de Inglehart (1994) pressupõe que uma parte da população das sociedades ocidentais foi socializada em um período de segurança em relação à satisfação das necessidades fisiológicas. Essas sociedades teriam alto nível de desenvolvimento social e econômico. As populações das diversas sociedades deveriam polarizar-se ao longo da dimensão materialista × pós-materialista, sendo que alguns enfatizariam sistematicamente as metas materialistas e outros dariam prioridade às metas pós-materialistas. A Figura 3 sintetiza essas hipóteses.

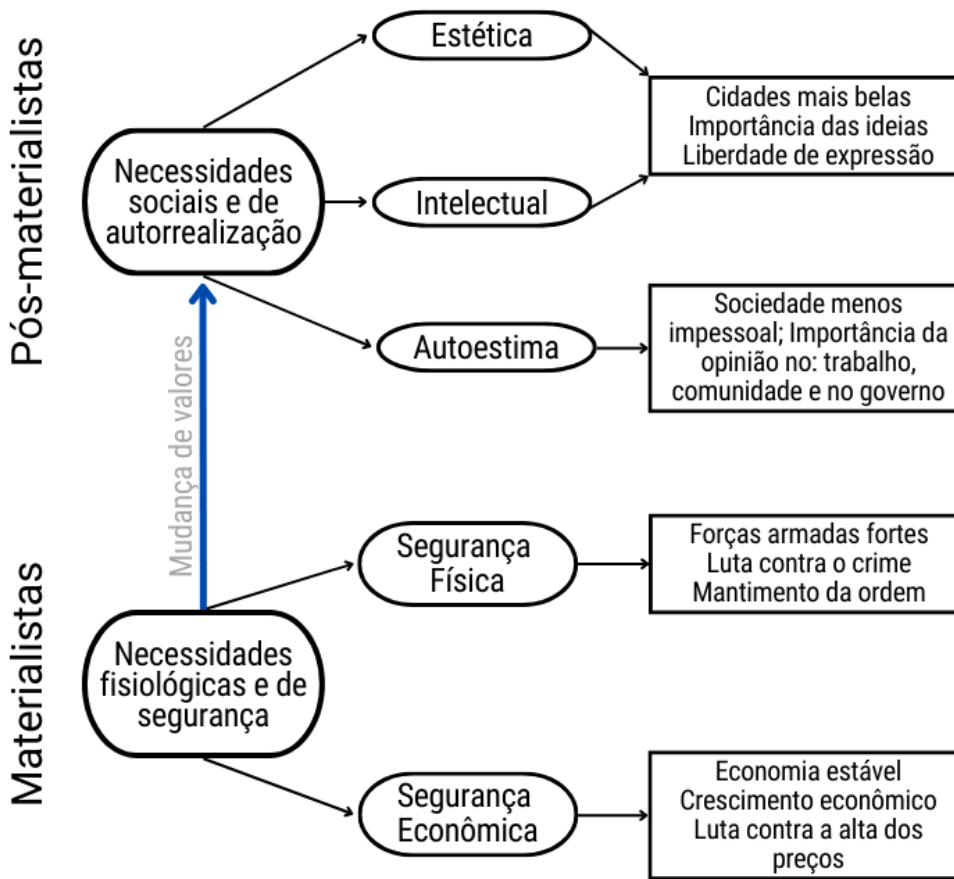


Figura 3 – Tipologia dos Valores Materialistas e Pós-materialistas (Inglehart, 1990). Fonte: Inspirado em Inglehart, 1990

De um modo geral, os resultados de várias pesquisas com amostras de 40 países permitem aceitar essas hipóteses. Inglehart (1990) mostrou, através de uma análise dos componentes principais que, dos seis indicadores elaborados para descrever os valores materialistas, pelo menos cinco se agrupavam no polo positivo do *continuum*, ao passo que todos os itens derivados para avaliar os valores pós-materialistas agrupavam-se ao redor do polo negativo. Portanto, a tipologia de valores materialistas e pós-materialistas pressupõe uma dimensão bipolar. Essa dimensão tem subjacente uma hierarquia de necessidades e um princípio histórico-social responsável pela criação de contextos onde um outro tipo de necessidade seja mais saliente. A tipologia de valores materialistas e pós-materialistas também foi submetida à prova em diversos estudos transculturais (e.g., Flanagan, 1987; Halman & Morr, 1994; Inglehart, 1990) e intraculturais (e.g., Bean & Papadakis, 1994), com a utilização de vários instrumentos e procedimentos metodológicos para a medida e análise dos valores.

6.2.6 MODELO DESENVOLVIDO NO BRASIL

6.2.6.1 A Integração Psicossociológica: O QVP

Os métodos de medida até aqui apresentados foram elaborados com base em dois pressupostos sobre a natureza dos valores, que podem ser sintetizados em duas perguntas também colocadas sobre outros conceitos estudados na Psicologia Social (veja Camino, 1996): a natureza dos valores é individual, i.e., eles são necessidades individuais, como defende Schwartz (1992); ou a natureza dos valores é social, i.e., eles emergem quando ocorrem mudanças culturais, como afirma Inglehart (1997). Uma possibilidade de resposta para essas questões tem sido proposta pela Abordagem Societal dos Valores (Lima & Camino, 1995; Pereira, Camino, & Costa, 2004; Pereira et al., 2005; Pereira, Lima, & Camino, 2001; Pereira, Torres, & Barros, 2004). Essa abordagem tenta integrar a perspectiva psicológica elaborada por Schwartz (1992) sobre os tipos motivacionais com a perspectiva sociológica proposta por Inglehart (1990) sobre os valores materialistas e pós-materialistas. As características básicas dessa abordagem são as ideias de que os valores expressam os conflitos ideológicos, orientam os comportamentos e estão ancorados nas identidades dos grupos sociais e nos posicionamentos ideológicos derivados dessas identidades.

Questionário de Valores Psicossociais (QVP-24)			
<p>Instruções: Logo abaixo você encontrará uma lista contendo um conjunto de valores sociais aos quais deve atribuir uma nota variando de 0 (zero) a 10 (dez), considerando o grau de importância de cada um dos valores <i>para a construção de uma sociedade ideal para se viver</i>. Lembre-se de que quanto menor a nota, menor será a importância do valor e, quanto maior for a nota, maior será a importância do valor.</p>			
	<i>Nota</i>		<i>Nota</i>
ALEGRIA.....	[]	AMOR.....	[]
AUTORREALIZAÇÃO.....	[]	AUTORIDADE.....	[]
COMPETÊNCIA.....	[]	CONFORTO.....	[]
DEDICAÇÃO AO TRABALHO.	[]	FRATERNIDADE.....	[]
IGUALDADE.....	[]	JUSTIÇA SOCIAL.....	[]
LIBERDADE.....	[]	LUCRO.....	[]
OBEDIÊNCIA ÀS LEIS DE DEUS	[]	PRAZER.....	[]
RELIGIOSIDADE.....	[]	REALIZAÇÃO PROFISSIONAL.	[]
RIQUEZA.....	[]	RESPONSABILIDADE.....	[]
SENSUALIDADE.....	[]	SALVAÇÃO DA ALMA.....	[]
STATUS.....	[]	SEXUALIDADE.....	[]
UMA VIDA EXCITANTE.....	[]	TEMOR A DEUS.....	[]

Figura 4 – O questionário de valores psicossociais.

Com base nesses postulados, Camino e colaboradores (Pereira, Camino et al., 2004; Pereira et al., 2005; Pereira, Lima et al., 2001) apresentaram o Questionário de Valores Psicossociais (QVP-24) para medir os sistemas de valores (veja a Figura 4). Esse questionário foi validado em várias investigações realizadas em amostras de universitários brasileiros (e.g., Pereira, Camino et al., 2001). Resultados de análises fatoriais confirmatórias indicam que o QVP-24 é adequado para medir os sistemas de valores de estudantes universitários (Pereira, Camino et al., 2004) e de adolescentes brasileiros (veja Moraes, 2002).

O QVP-24 mede quatro sistemas de valores: religioso (medido pela adesão à religiosidade, à salvação da alma, ao temor a Deus e à obediência às leis de Deus); hedonista (medido pela importância atribuída ao prazer, à sensualidade, à sexualidade e a ter uma vida excitante); materialista (medido pela adesão à autoridade, à riqueza, ao *status* e ao lucro); pós-materialista (medido pela importância atribuída aos valores do bem-estar social, do bem-estar profissional e do bem-estar individual). As investigações conduzidas com o QVP-24 indicam que os sistemas de valores são correlacionados positivamente. Segundo Pereira, Lima et al. (2001) essas correlações indicam que não há relações de conflito na adesão aos valores. Para esses autores, isso ocorre porque o valor pouco tem haver com necessidades. Como indicam Deschamps e Devos (1993), os valores relacionam-se, sobretudo, com as ideologias sobre como a sociedade deve ser organizada.⁵

6.3 RELAÇÕES DOS VALORES COM OUTRAS VARIÁVEIS

Os valores afetam a maneira que as pessoas percebem o mundo, suas decisões, preferências e suas ações, influenciados pelos contextos sociais (Fischer et al., 2011). Ao mesmo tempo, os valores refletem as soluções que os grupos (nações, organizações) desenvolvem para responder aos desafios da existência (Hofstede, 2001; Schwartz, 2005a). Nessa parte revisaremos a literatura sobre o papel de fatores antecedentes e variáveis nas quais os valores exercem algum impacto.

6.3.1 ANTECEDENTES DOS VALORES

Como as pessoas chegam a adquirir seus valores? Sem dúvida, a cultura na qual nos toca nascer e viver nos oferece um conjunto de orientações de valores e de significados compartilhados que impregnam toda atividade no nosso meio. No entanto, dentro do mesmo contexto cultural existem variações individuais importantes. Ou seja, todos nós conhecemos os elementos-chave da nossa cultura, mas todos somos diferentes. As diferenças individuais nos valores surgem como resultado de uma combinação única das influências culturais, das características biológicas e das experiências sociais (Rokeach, 1973; Schwartz, 2009). Assim, a história pessoal, suas características, localização, pertença a uma cultura dentro de um contexto mais amplo e outros fatores vêm determinar seus valores.

O processo de socialização pelo qual nos convertemos em seres sociais plenos começa no seio da família. Ali adquirimos nossos valores iniciais ou posturas com respeito às questões vitais, por exemplo, as relações com outras pessoas, nosso êxito pessoal ou as relações com autoridade. Os pais são agentes ativos de socialização e de transmissão dos valores. Eles, de forma mais ou menos consciente, elaboram um con-

5 Outro procedimento desenvolvido no Brasil para medir os valores foi proposto por Gouveia (2003) e é designado Questionário dos Valores Básicos. Com esse questionário, Gouveia (2003) propõe medir os valores como representantes das necessidades humanas básicas (ver também Fischer, Milfont, & Gouveia, 2011).

junto de prioridades, modos globais de pensar, sentir e atuar que tentarão transmitir aos seus filhos. A eficácia de seus esforços dependerá, entre outros fatores, da coerência entre suas posturas declaradas (por exemplo, o respeito aos demais) e suas condutas efetivas (por exemplo, o tratamento respeitoso com os vizinhos ou com seus próprios filhos), da clareza e consistência de suas mensagens e da adequação destas mensagens à idade e ao nível do desenvolvimento da criança (Ceballos & Rodrigo, 1998; Grusec & Goodnow, 1994).

A socialização nos valores está ligada à situação concreta na estrutura social ou ao nincho evolutivo (Super & Harkness, 1986) onde se encontra a criança. O estatuto social e ocupacional de seus pais pode determinar os valores que lhe serão transmitidos com maior ênfase. Nos trabalhos já clássicos de Kohn (1969), podemos verificar que os valores ligados à autodireção, por exemplo, a curiosidade, a responsabilidade, e o esforço por triunfar e se superar serão priorizados pelos pais das classes médias que desempenham trabalhos profissionais que requerem uma maior iniciativa e autonomia. Por outro lado, as crianças de pais das classes trabalhadoras com os trabalhos rotineiros, estritamente supervisionados e regrados serão socializadas nos valores de conformidade em que se priorizam a obediência, os bons modos e a honestidade. Processo similar ocorre no modo como a socialização familiar determina a avaliação do êxito. As expectativas dos pais sobre o êxito dos seus filhos transmitidas junto com uma maior independência e as práticas concretas que a fomentam se traduzem em que as crianças estão mais motivadas ao êxito nas suas vidas (Rosen & D'Andrade, 1959).

A transmissão de valores de pais para filhos se situa em um meio cultural determinado e está baseada nos significados compartilhados neste meio. Entretanto, o processo não é automático. Os pais avaliam o potencial adaptativo de seus próprios valores para o futuro de seus filhos (Youniss, 1994) e podem chegar a promover uns valores distintos dos seus. Esse dilema está especialmente presente entre os pais imigrantes que em uma situação determinada podem encarar uma dura incompatibilidade (real ou percebida) entre seus valores culturais e religiosos e os do meio receptor. Os valores que então serão transmitidos a seus filhos serão o resultado da elaboração de uma postura determinada com respeito às duas culturas. Entretanto, isso não será unicamente o resultado da decisão individual dos pais imigrantes. O grupo majoritário pode favorecer a preservação dos valores culturais dos imigrantes ou contrariamente, forçá-los a abandonar sua herança cultural. Igualmente, a condição de grupo minoritário pode fazer com que os pais desenvolvam umas estratégias específicas para defender sua postura ou identidade grupal e assegurar a transmissão de seus valores aos filhos (Molpeceres, Llinares, & Musitu, 2000). Ao mesmo tempo, os filhos de pais imigrantes ou membros de grupos minoritários experimentam a influência socializadora em valores tanto por parte de seus pais como pela sociedade que os rodeia e, às vezes, as mensagens que lhes chegam competem entre si (Szapocznik & Kurtines, 1993).

Em resumo, as características sociais, culturais e estruturais da família, junto com as características dos pais, formam um contexto em que se realiza a socialização inicial por meio dos quais os valores sociais são transmitidos.

6.3.2 EDUCAÇÃO

Durante o período educativo, o passar por várias etapas de crescente complexidade acadêmica, com os desafios intelectuais cada vez mais complexos e a exposição a distintas ideias, promove a abertura e flexibilidade intelectual e pessoal (Kohn & Schooler, 1983). Isso se traduz em uma maior valorização de autodireção e estimulação (Schwartz, 2009). Ao mesmo tempo, aprende-se a não aceitar sem questionar as normas e tradições preestabelecidas, o que faz com que as pessoas com mais anos de estudos em um ambiente cultural laico valorizem menos a conformidade e a tradição. Por último, os valores de universalismo começam a florescer só ao final da escola secundária (Schwartz, 2009), possivelmente unidos ao desenvolvimento moral e cognitivo. Esses valores são mais fortes entre as pessoas que atendem à universidade devido, possivelmente, ao fato que a experiência universitária amplia os horizontes pessoais e intelectuais.

6.3.3 IDADE E CICLOS DE VIDA

Os valores podem mudar ao longo da vida. As circunstâncias relacionadas com distintas etapas do desenvolvimento e as demandas específicas dos ciclos de vida produzem mudanças nas prioridades que as pessoas dão a diferentes aspectos da existência. Assim, por exemplo, a experiência da paternidade aliada a uma relativa estabilidade laboral produz mudança de perspectiva quando a preocupação com satisfazer as necessidades próprias e conseguir coisas dá lugar a um maior interesse pelo bem-estar dos demais (Veroff, Reuman, & Feld, 1984). Essa tendência se traduz, como a diminuição na ênfase nos valores de autopromoção (êxito e poder) e o início da priorização aos valores de autotranscendência (benevolência e universalismo) e é bastante generalizada, confirmada em uma amostra de 20 países europeus usando o modelo de Schwartz (Schwartz, 2009).

Em geral, com aumento da idade as pessoas estão mais engajadas em redes sociais, mais apegadas aos hábitos, e menos expostas às situações e desafios excitantes (Glen, 1974). Isso se traduz, segundo Schwartz (2009), no incremento dos valores de conservação (tradição, conformidade, segurança) e no enfraquecimento dos valores de abertura à mudança (autodireção, estimulação, hedonismo). Ainda que aqui se possa encontrar variações culturais significativas, é possível que essa tendência seja mais marcada nos países menos afluentes dado o predomínio de valores materialistas, enquanto que nas culturas em que se valoriza (e é possível encontrar) valores vinculados à autorrealização, as pessoas estarão mais orientadas a usufruir sua vida e a perseguir suas próprias metas também numa etapa vital mais avançada. Os jovens, por outro lado, sobretudo os adolescentes, são mais flexíveis e podem adaptar seu sistema de valores às mudanças situacionais. Assim, no geral, os imigrantes mais jovens adotam mais os valores da sociedade de acolhida que os mais velhos (Marín, Sabogal, Marín, Oter-Sabogal, & Perez-Stable, 1987). Por outro lado, sugeriu-se que as mudanças vitais cruciais e a subsequente necessidade de adaptação impactuem os valores de uma maneira mais poderosa que a idade (Bardi, Lee, Hofmann-Towfigh, & Soutar, 2009). As mudanças podem ocorrer em qualquer etapa vital. Portanto, uma reestruturação das prioridades valorativas é uma possibilidade tangível.

6.3.4 FATORES SOCIAIS, POLÍTICOS E ECONÔMICOS

Tal como comentado anteriormente, a posição de uma pessoa na estrutura social afeta a sua orientação valorativa no seu percurso de vida. Isso se explica pelos valores transmitidos pelos pais, mas também porque as pessoas adaptam seus valores às suas circunstâncias vitais, pessoais e organizacionais (Gouveia et al., 2009). A situação requer novas condutas e isso pode produzir mudanças valorativas. Por exemplo, as pessoas que desempenham os trabalhos que permitem uma maior liberdade de decisão, incrementam sua valorização de autodireção enquanto que diminui a importância da conformidade (Kohn & Schooler, 1983). Por outro lado, as pessoas que experimentam dificuldades econômicas e instabilidade social outorgam uma maior importância à segurança comparadas com aquelas que se encontram em uma situação protegida (Inglehart, 1997). Poderíamos dizer que isso se baseia nas necessidades de carência (Bilsky & Schwartz, 1994; Maslow, 1954). Igualmente, os fatos coletivos traumáticos podem aumentar a valorização da proteção e a necessidade de segurança. Por exemplo, os ataques terroristas (9/11, as explosões em Londres, em 2005) fizeram com que se incrementasse a importância da segurança (Goodwin & Gaines, 2009; Verkasalo, Goodwin, & Bezmenova, 2006).

6.3.5 GÊNERO

Várias teorias sobre diferenças entre os gêneros postulam que as mulheres enfatizam mais os valores de tipo expressivo-comunal de cuidado, apoio e preocupação pelos demais enquanto que os homens se centram mais nos valores de tipo instrumental, por exemplo, ambição ou influência. Nessa linha, confirmou-se que as mulheres outorgam uma maior importância aos valores de benevolência e universalismo enquanto que os homens valorizam mais o êxito e o poder como princípios importantes em suas vidas (Schwartz, 2009; Schwartz & Rubel, 2005). Entretanto, o gênero explica as diferenças entre as pessoas em suas prioridades valorativas só de forma muito modesta comparado com a idade e, sobretudo, com a cultura onde as pessoas foram socializadas.

6.3.6 VALORES E TRAÇOS DE PERSONALIDADE

Antes de passar a analisar o papel dos valores como antecedentes ou preditores de atitudes e comportamentos, discutiremos brevemente sua relação com outro conceito importante na psicologia, os traços de personalidade. Em geral, pode-se dizer que a personalidade representa o que as pessoas são e tendem a fazer de forma natural, enquanto que os valores refletem o que consideram importante e creem que têm que fazer (Parks & Guay, 2009; Roccas, Sagiv, Schwartz, & Knafo, 2002). Existe a evidência de uma relação estreita entre os dois fenômenos. Vários estudos com amostras de diferentes culturas constataram as associações entre o traço de abertura à experiência e os valores de abertura à mudança (sobretudo a autodireção) e autotranscendência (especialmente, o universalismo), entre o traço de agradabilidade e os valores de auto-

transcendência (sobretudo benevolência) e conservação, entre o traço de extroversão e os valores de autopromoção e estimulação, e entre o ser consciencioso ou tenaz e os valores de conservação e autopromoção (Dollinger, Leong, & Ulicni, 1996; Luk & Bond, 1993; Olver & Mooradian, 2003; Parks, 2007; Roccas et al., 2002; Yik & Tang, 1996). O que ainda não está claro é a natureza da relação causal entre os dois construtos psicológicos. A pergunta aqui seria, por exemplo, até que ponto é verdade que uma pessoa que é inicialmente extrovertida (assertiva, sociável e ativa), valorize como consequência a estimulação (novidade, desafios e excitação)? ou ao contrário, é mais provável que uma pessoa que valoriza as experiências estimulantes os busque de forma sistemática até tal ponto que esta conduta se converta em característica dela? Vários autores, incluindo os proponentes da teoria dos cinco grandes traços de personalidade (Big Five personality traits, Costa, & McCrae, 2001), o modelo dominante dos traços de personalidade, afirmam que estas são as tendências básicas endógenas baseadas nas características biofisiológicas e que influenciam as “adaptações características” o indivíduo, incluídos os seus valores e atitudes (McCrae et al., 2000). Se isso é assim, então os traços de personalidade predeterminam os valores das pessoas de tal maneira que suas prioridades sobre o que é valioso e desejável se elaborem para encaixar e justificar suas tendências estáveis de conduta (Roccas et al., 2002). Entretanto, também é possível que dado que as prioridades em valores induzam condutas correspondentes (Rokeach, 1973; Schwartz, 1996), estas depois se solidifiquem e sejam percebidas como traços de personalidade. A discussão está ainda aberta e inconclusiva. Entretanto, é curioso anotar um padrão transculturalmente confirmado de que tanto os traços de personalidade como os valores pessoais mudam ao longo da vida dos indivíduos (McGree et al., 2000; Schwartz, 2009). Outra possibilidade é que a relação entre traços e valores seja recíproca e circular, refletindo sua origem motivacional e também as adaptações ao meio.

6.3.7 AS CONSEQUÊNCIAS DAS DIFERENÇAS EM VALORES

Para entender como funcionam os valores, analisaremos primeiro o seu papel motivacional descrevendo sua relação com a conduta através dos objetivos derivados dos valores. Segundo, descreveremos a literatura sobre a relação entre os valores, as atitudes e as condutas. Por último, apresentaremos alguns exemplos do impacto dos valores nas condutas específicas.

6.3.7.1 Os valores e a motivação

A motivação pode ser considerada como um fator diretamente relacionado com a intensidade e persistência de nossas ações e a consecução de nossos objetivos (Mitchell, 1997). Tanto Rokeach (1973) como Schwartz (2009) enfatizam a natureza motivacional dos valores afirmando que são o vínculo entre as necessidades mais gerais do indivíduo e os objetivos específicos que se concebem. Por sua vez, afirma-se que os valores guiam a conduta e se traduzem na ação concreta porque se “cristalizam” nos objetivos específicos, indicando aos indivíduos algo determinado a perseguir (Lewin,

1952; Locke & Henne, 1986). Assim, os valores induzem os objetivos, determinam seu conteúdo e estes, por sua vez, dirigem a ação. Por exemplo, em um estudo realizado por Feather (1995), os estudantes que valorizavam altamente a autodireção avaliaram como mais atrativo um trabalho que oferecia liberdade, independência e criatividade, mas baixa segurança, enquanto que aqueles que priorizavam a segurança preferiram um trabalho com as características opostas. De forma similar, os representantes de vendas japoneses e norte-americanos com alta adesão aos valores de segurança preferiam um aumento de segurança laboral como recompensa por seu bom trabalho, enquanto que os que priorizavam valores de êxito preferiam promoções e oportunidades de desenvolvimento profissional (Dubinsky, Kotabe, Lim, & Wagner, 1997). Assim, na hora de estabelecer conscientemente os objetivos a perseguir, as pessoas podem se basear em suas prioridades de valor. Ao mesmo tempo, os valores podem motivar a conduta de uma forma mais automática, sem um processamento analítico, mas sim emocional da experiência. Por exemplo, demonstrou-se que as atividades habituais e rotineiras dos indivíduos podem ser congruentes com os seus valores (Bardi & Schwartz, 2003). Nesse caso, o mecanismo afetivo de desfrutar as ações que estão em harmonia com os princípios próprios explicaria o vínculo motivacional entre os valores e os comportamentos das pessoas. Entretanto, é plausível que os valores, enquanto representações cognitivas do desejável, tenham uma relação mais estreita com as condutas dirigidas a conseguir objetivos escolhidos de forma consciente e voluntária, comparados com as condutas mais espontâneas ou intuitivas menos autocontroladas.

6.3.7.2 Os valores, a atitude e o comportamento

Obviamente, é interessante saber que uma pessoa valoriza mais as experiências inovadoras e excitantes enquanto que outra prioriza um ambiente seguro para si mesma e para as pessoas próximas a ela. Entretanto, o que nos traz esse conhecimento? O interesse dos estudos sobre os valores está em poder prever as diferenças no comportamento das pessoas partindo da discrepância em seus valores. As investigações realizadas em mais de 30 países puderam estabelecer o impacto dos valores individuais em múltiplas formas de expressão de atitudes e comportamentos, entre as quais podemos mencionar as atitudes em relação aos dilemas éticos, o meio ambiente, o sexismo e as condutas religiosas e sexuais, o uso de álcool e outras drogas, a caça, a competição, a cooperação e as condutas de consumo (Schwartz, 2009). Mas, como operam os valores sobre a conduta humana? O tema é complexo e foram propostos vários mecanismos de vinculação direta e indireta.

No que se refere às atitudes, sabemos que ajudam a nos posicionar frente a determinados assuntos, a orientar nossa conduta e a justificar nossas ações. Entretanto, os valores são distintos das atitudes ao serem mais globais e ao transcenderem as situações e as questões específicas. Algumas atitudes podem estar diretamente relacionadas com os valores. Por exemplo, uma atitude favorável à proteção do meio ambiente expressará os valores do universalismo. Igualmente, uma atitude de oposição à medidas discriminatórias contra minorias sociais expressaria esses mesmos valores (ver

Ramos, Vala, & Pereira, 2008). Ao mesmo tempo, a evidência empírica aponta que existe um grau distinto de consistência entre as atitudes e comportamentos. Como, então, se articulariam os valores, as condutas e as atitudes? Uma das respostas possíveis baseia-se no fato de que uma das funções das atitudes é expressar os valores centrais do autoconceito (Katz, 1960). Nesse sentido, cabe esperar uma relação direta entre os valores mais cruciais para a pessoa e sua identidade e as atitudes correspondentes. Assim, se a preservação das tradições é central para o sentido de identidade de uma pessoa, é provável que o expresse consistentemente com suas atitudes sobre a manutenção da ordem estabelecida das coisas em distintos âmbitos pessoais e sociais. Isso se daria, sobretudo, quando pelas pressões do contexto a pessoa se vê forçada a atuar contra seus princípios ou a ajustar suas respostas às normas dominantes.

Outro mecanismo proposto para vincular os valores com as atitudes e condutas é pela norma pessoal como uma obrigação moral interiorizada de responsabilidade frente à ação. Essa norma pessoal baseada em valores é um motivador da ação e atua de uma maneira distinta da pressão social externa (Ros, 2000). Diferentes valores ativarão as normas pessoais correspondentes e serão, portanto, responsáveis por guiar as condutas.

Além de analisar a relação valores-atitudes-condutas, existe uma linha de estudos que se centra na relação sistemática entre valores e comportamentos sem considerar o papel das atitudes. Aqui se assume que os valores predizem os comportamentos diretamente. Isso ocorre, sobretudo, quando existe uma pressão relativamente baixa do contexto, ou seja, quando o indivíduo é mais livre para atuar de acordo com seu próprio critério. Então, de que maneira atuam os valores que possuem uma pessoa sobre suas condutas? Vários mecanismos têm sido propostos:

A ativação de valores: afirma-se que os valores dirigem a conduta apenas se estiverem ativados (Verplanken & Holland, 2002). Essa ativação não implica obrigatoriamente que o indivíduo se torne consciente de suas prioridades, mas que a situação mobilize os valores correspondentes. Por exemplo, no momento de decidir entre estudar para tirar uma boa nota no exame ou ficar com um amigo que tem problemas pessoais. Podem-se ativar a importância dos valores da ambição ou o valor da amizade, sobretudo se ambos são centrais para a pessoa. Nesse caso, os valores ativados (êxito vs. benevolência) e a sua motivação correspondente promoverão diretamente a decisão sobre o comportamento (ficar em casa para estudar vs. telefonar para o amigo para se encontrar).

A centralidade dos valores para o autoconceito: certos valores são centrais para o sentido do si mesmo e representam uma parte importante do autoconceito. São precisamente esses valores que terão uma relação mais estreita com o comportamento e, uma vez ativados, guiarão a ação de forma poderosa (Verplanken & Holland, 2002). Por exemplo, em um estudo realizado por Verplanken e Holland (2002), estudantes noruegueses para os quais os valores de proteção do meio ambiente eram centrais para sua identidade, tenderam a votar durante as eleições nacionais em um partido que defendia uma plataforma que salientava a importância da proteção do ambiente. Nota-se que o contexto das eleições é uma situação que ativa de forma poderosa os valores e as ideologias das pessoas.

Os valores dirigem a atenção, a percepção e a interpretação da situação: os valores podem ser concebidos como as cognições ou lentes através das quais uma pessoa vê a situação. Por exemplo, como comentaremos mais adiante, se para um indivíduo é central manter o seu domínio sobre as outras pessoas (poder), estará muito suscetível às possíveis ameaças a sua imagem pública ou a como o tratam os demais, sobretudo nos contextos de alta tensão interpessoal. Além disso, quando uns valores são centrais para a pessoa e estão ativados, aumenta-se a busca das informações relacionadas (indícios de insulto ou provocação) e isto, por sua vez, determinará a ação (e.g., a agressão).

Os valores influenciam o planejamento da ação: quanto mais importante é a prioridade dada a um valor, mais provável será que o indivíduo elabore um plano que se traduza em ação. Ao promover o planejamento, a prioridade dada a valores específicos incrementa a conduta consistente com esses valores. Na mesma linha, os valores predizem as condutas no futuro de uma forma mais forte que as condutas imediatas (Eyal, Sagristano, Trope, Liberman, & Chaiken, 2009).

Apresentados alguns mecanismos que vinculam os valores, as atitudes e os comportamentos, passaremos a descrever alguns exemplos de condutas ligadas diretamente aos valores.

6.3.7.3 Valores e condutas no âmbito pessoal

Os valores estão ligados às condutas dos indivíduos tanto na área mais pública de sua vida como na mais privada. Por exemplo, estão relacionados com a escolha da carreira, uma decisão que em geral implica uma avaliação muito séria dos aspectos favoráveis e desfavoráveis e, portanto, a ativação dos valores centrais para a pessoa. Assim, encontra-se que os valores de autopromoção (poder e êxito) são os mais altos entre os estudantes de cursos relacionados com atividades empresariais, enquanto que o universalismo é mais característico dos estudantes de ciências sociais (Myyry & Helkama, 2001). Enquanto na vida espiritual, constatou-se uma tendência bastante universal e encontrada em vários relatos que consiste em que as pessoas mais religiosas são aquelas que valorizam mais a tradição, a conformidade e em certo grau a benevolência (mas não o universalismo), e que se opõem à estimulação e autodireção, o que confirma a sua descrição como bastante conservadoras (Saroglou, Delpierre, & Dernelle, 2004).

6.3.7.4 Valores e conduta social

Violência: os valores podem ter suma relação direta e indireta com a agressão. Em vários estudos realizados com adolescentes, uma população muito vulnerável nesse sentido, constatou-se que as condutas violentas são, sobretudo, características dos indivíduos com alta adesão aos valores do poder (controle e domínio sobre pessoas). Essa relação se acentuava ainda mais nos colégios onde a violência era mais comum. É possível que nesses contextos, aqueles indivíduos que dão uma grande importância

à dominância e à sua imagem pública sejam muito vigilantes (valores ativados dirigindo a atenção) e que interpretem erroneamente os insultos não intencionados (valores afetando os julgamentos e as atitudes) e que reajam com violência (valores influenciando a conduta) (Knafo, Daniel, & Khoury-Kassabri, 2008). Adicionalmente, pelo visto, a combinação de uma alta valorização do poder junto com ter os pais autoritários conduz aos níveis mais altos do abuso (e.g., *bullying*) entre os adolescentes e os conduz a se associar a amigos “*bullies*” (Knafo, 2003). Os valores que poderíamos denominar “a medicina contra a violência”, por exemplo, o universalismo (tolerância, bem-estar de todos) são os que mais estão relacionados à diminuição de comportamentos agressivos nos colégios com alta violência. Esse valor junto com a benevolência se associa a um nível mais alto de empatia (Myyry & Helkama, 2001). Além disso, a conformidade (pelo menos nos contextos onde a norma é a conduta pró-social) e a segurança se vinculam com as atitudes negativas relacionada com a violência (Mokounkolo, 2004).

O voto e o ativismo político: os indivíduos utilizam seus valores pessoais para organizar e priorizar suas crenças e sentimentos com respeito à vida política, e também para tomar e justificar as decisões relacionadas a ela. No que se refere ao voto político, os valores de universalismo e benevolência explicam a primeira orientação enquanto a conformidade e a tradição são os valores mais associados a ter a orientação política de direita, nos países europeus, com exceção dos países do antigo bloco comunista onde existe múltiplas dimensões que definem o significado de posicionamento esquerda-direita (Piarco, Schwartz, & Davidov, 2011). Outra investigação demonstrou que os valores dos eleitores (tradição, conformidade, poder e êxito *vs.* universalismo, benevolência e autodireção) prediziam seus valores políticos (governo forte, moral tradicional, intervenções militares, mercado competitivo *vs.* políticas orientadas à justiça, tolerância e bem-estar para todos) de uma maneira consistente e estes, por sua vez, determinaram a direção do voto (partidos de direita *vs.* partidos de esquerda) durante as eleições em Itália em 2006 (Schwartz, Caprara, & Vecchione, 2010). O ativismo político tende a se associar com valores de universalismo (os que promovem a justiça social), à pouca valorização da segurança e da conformidade (já que o ativismo pode supor riscos e tenta promover a mudança), e aos valores de estimulação – acrescentando que os ativistas políticos não só estão motivados pelas considerações ideológicas, mas também buscam experiências excitantes (Schwartz, 2009).

6.3.7.5 Valores e relações intergrupais

Os valores podem servir como padrões sobre o que deveria fazer uma pessoa com respeito às pessoas que são distintas por não pertencer a seu próprio grupo, e que atitudes e ações intergrupais deveriam apoiar. A esse respeito, os valores de universalismo e autodireção promoviam atitudes de abertura ao contato mútuo entre os judeus e os árabes em Israel, enquanto que a valorização da tradição, da segurança e da conformidade a limitava essas atitudes (Sagiv & Schwartz, 1995). Esse resultado se assemelha ao que Rokeach (1973) encontrou com respeito à postura dos brancos norte-americanos em relação às pessoas percebidas como afro-americanos.

As atitudes em relação à imigração e a consequente diversidade cultural representam outro tema onde a postura de um quanto ao “outro” é influenciada pelos valores pessoais (ver especialmente Ramos, 2011). Assim, na França especialmente aqueles que concediam uma alta importância à segurança (que pode ser interpretada como preocupação em evitar uma possível ameaça pessoal, nacional e interpessoal) opuseram-se veementemente à imigração. Por outro lado, aqueles que valorizavam, sobretudo, o universalismo (aceitação e preocupação, inclusive por aqueles que são diferentes) eram mais dispostos a aceitar os “outros” (Schwartz, 2009).

Finalmente, deve ser levado em consideração que o contexto cultural onde vive e opera uma pessoa modera a relação entre os seus valores, atitudes e condutas. As pessoas em diferentes culturas variam no grau em que utilizam os seus atributos internos para orientar a sua conduta, podendo estar mais determinada pelas circunstâncias e requisitos da situação. A cultura também modera a relação entre os valores e as condutas ao determinar o repertório das ações normativas e o significado que uma determinada conduta pode assumir.

6.3.8 VALORES SOCIAIS COMO PREDITORES: RELAÇÃO ENTRE ATITUDES E COMPORTAMENTO

A importância do estudo dos valores e a sua preocupação teórica e prática tem provocado grande interesse nos pesquisadores do domínio da Psicologia Social. O interesse encontra-se principalmente em ser capaz de conhecer e estabelecer quais são os fatores que podem explicar o comportamento dos indivíduos, direta ou indiretamente. Dado o menor poder preditivo que as atitudes têm sobre a intenção do comportamento humano, frente a outras variáveis, como as normas (pessoais ou subjetivas), tem-se aumentado o interesse em estabelecer e estudar o papel dos valores como precedentes das normas (Ros, 2001; Bardi & Schwartz, 2003; Schwartz, 2011). Os valores, tanto os pessoais como os culturais, parecem estar relacionados com diferentes aspectos do comportamento humano, como a justiça, a orientação política, as relações intergrupais e a cooperação (Fisher, 2006; Schwartz, 2011). As pessoas estão continuamente desenvolvendo atitudes. Basta pensar em como nos posicionamos frente a acontecimentos da vida quotidiana, frente a outras pessoas ou às coisas em geral. Nesse sentido, as atitudes são orientações de caráter avaliador em relação a um objeto de natureza física ou social. As conhecidas e trabalhadas teorias da Ação Racional e Planificada (Fishbein & Ajzen, 1980; Ajzen, 1998) estabelecem as atitudes como os antecedentes de nossos comportamentos. Agora, essa abordagem mostra uma limitação quando se trata de abordar as explicações, já que não são levados em conta comportamentos nos quais se implicam outras pessoas, como poderiam ser a persuasão ou a liderança. Frente a essa concepção, autores como Rokeach (1973) e Schwartz (1992) deram um contributo importante ao incluir o papel dos valores como um componente explicativo para o comportamento humano em suas pesquisas. Rokeach trabalhou para estabelecer uma vinculação teórica entre os valores, as atitudes e, finalmente, sua correspondência com o comportamento; Schwartz, por outro lado, incorporou uma ampla e completa teoria integrada sobre os valores, cuja estru-

tura pode ser relacionada aos comportamentos pessoais (individuais) e sociais (grupais). Para Rokeach (1973), os valores são crenças que transcendem situações específicas (são transituacionais), que também estão ordenados de forma hierárquica (em ordem de importância), e que atuam como guias das atitudes e comportamento das pessoas (diferença fundamental em relação às atitudes, que são consideradas crenças específicas e concretas sobre um objeto ou situação). De acordo com esse pensamento, as atitudes que são ativadas por pessoas frente a um determinado objeto de atitude conduzirão para a ativação de um conjunto de valores instrumentais e terminais com os que estão (atitudes) funcionalmente conectados. Por sua vez, Schwartz (1992, 2001) determina que o sistema de valores deveria ser tratado como um todo integrado no comportamento humano, ou seja, os comportamentos estarão mais relacionados com alguns tipos de valor, e não tanto com outros. Dessa forma, podemos identificar o valor que está a motivar o comportamento, assim como o valor que está a inibi-lo.

SUMÁRIO E CONCLUSÕES

Neste capítulo, fizemos um percurso pela natureza, teoria e aplicações dos valores sociais. Através de Rokeach (1973, p. 5), apresentamos a definição de valores que, mais tarde, serviria como padrão conceitual para o desenvolvimento das principais investigações sobre este tema na Psicologia Social: uma crença duradoura sobre comportamentos (e.g., ser honesto) ou princípios-fim (e.g., a igualdade) que uma pessoa acredita que a sociedade prefere que sejam realizados.

Posteriormente, o trabalho de Kluckhohn (1968), Schwartz e Bilsky (1987), Schwartz (1992, 1994) e Pereira, Camino e Costa (2005) destacaram e perfilaram aspectos, como os valores individuais, a necessidade das motivações sociais, os conflitos ideológicos ou de identidade, mostrando com isto a intercomunicação entre cada um dos diferentes componentes. A Tabela 3 sistematiza as principais definições dos valores aqui apresentadas, especificando as fontes dos valores e os seus principais procedimentos de medida.

Rokeach (1973) é o primeiro a propor que os valores teriam duas características básicas, as quais foram fundamentais para o desenvolvimento de um instrumento de medição: os valores são crenças duradouras; referem-se a modos específicos de conduta ou estados finais de existência. Com seu trabalho, Rokeach postulou que as atitudes e comportamentos das pessoas podem variar de acordo com a posição que cada um desses tipos de valores ocupa na hierarquia do sistema de valores destas pessoas, e que um aumento na importância atribuída para um valor pessoal leva a um aumento na importância dada a outro valor social e a uma diminuição da importância dos valores pessoais. Para ser capaz de trabalhar e medir os valores, Rokeach (1968) propôs uma lista contendo 24 valores que têm em sua representação final (Rokeach, 1973) 36 valores, a principal base de investigação e medição para futuras pesquisas sobre valores sociais.

Tabela 3. Natureza, fonte e procedimentos metodológicos destacados nas principais abordagens sobre os valores na Psicologia Social (adaptado de Torres et al., 2001).

Autores	Natureza	Fonte	Procedimento Metodológico
Rokeach (1973)	Crença do Indivíduo	Necessidades	Hierarquização de um conjunto de valores como “princípios guia em minha vida”
Inglehart (1991)	Indicadores de Mudanças Culturais	Necessidades e Estrutura Econômica	Hierarquização das metas a serem priorizadas por um determinado país
Schwartz (1992)	Concepções do Indivíduo	Requisitos universais da existência humana	Classificação dos valores como “princípios guia em minha vida”
Gouveia (2003)	Categorias de orientação	Necessidades	Atribuição de importância de cada valor como “um princípio-guia na sua vida”
Pereira et al. (2001)	Estruturas de Conhecimento	Ideologia	Atribuição de importância a cada valor para a “construção de uma sociedade ideal”

Posteriormente, o trabalho de Hofstede (1980) estabeleceu quatro eixos ou dimensões culturais básicas dos valores sociais: *distância ao poder* (grau em que os membros menos poderosos da sociedade aceitam que o poder se distribua desigualmente); *evitação da incerteza* (grau em que uma sociedade tenta controlar o incontrolável); *individualismo x coletivismo* (grau em que os membros de uma sociedade se ocupam mais ou menos de si mesmos ou dos grupos a que pertencem); e *masculinidade x feminilidade* (distinta distribuição dos papéis emocionais entre os sexos). Hofstede nos mostrou a existência de perfis culturais tanto de nível regional como nacional que, de uma forma ou de outra, podem afetar o comportamento de organizações e associações.

Com o programa de investigação realizado por Schwartz (1992, 1994), foi possível identificar uma estrutura motivacional nos valores humanos, concebidos como entidades cognitivas, crenças ou conceitos que se referem a objetos, e que nos servem de critérios para a seleção e avaliação das diversas condutas. Sua lista de dez tipos motivacionais (universalismo, benevolência, tradição, conformidade, segurança, poder, realização, hedonismo, estimulação e autodireção) se organizam em uma estrutura formada por duas dimensões (autotranscendência vs. autopromoção; abertura à mudança vs. conservação). Com sua estrutura motivacional dos valores humanos, à medida que as condutas estão direcionadas para atender às necessidades humanas

universais, pode-se especificar diferentes domínios motivacionais responsáveis pela adesão das pessoas aos valores, bem como compatibilidades e incompatibilidades entre eles. O interesse dessa teoria reside em que oferece uma definição dos valores que é ao mesmo tempo conceptual e operacional. Ao conectar valores e motivações, Schwartz reconhece neles um conteúdo ou significado tanto psicológico como social e torna possível seu estudo sistemático, mesmo em contextos transculturais. Schwartz também nos propõe um modelo alternativo que defende a existência de uma estrutura de valores estável a nível transcultural. A teoria dos valores culturais destina-se a mostrar os problemas básicos que enfrentam as sociedades (Schwartz, 1994). Os problemas referidos nessa teoria são a natureza das relações entre o indivíduo e o grupo. Para nos mostrar isso, Schwartz (1994) testou a sua teoria com base no questionário de valores de Schwartz (SVS), distinguindo entre sete tipos de valores culturais agrupados em três dimensões bipolares: Conservação, Autonomia Intelectual, Autonomia Afetiva, Hierarquia, Compromisso Igualitário, Competência e Harmonia. De acordo com os sete tipos de valores culturais, a estrutura dos valores culturais seguiria também uma organização motivacional similar à estrutura bidimensional anteriormente obtida ao nível individual: conservação *vs.* Autonomia; hierarquia *vs.* Compromisso Igualitário e concorrência *vs.* Harmonia.

A última revisão que fizemos aproxima-nos do trabalho desenvolvido por Inglehart (1977). Sua proposta apresenta uma taxonomia dos valores sociais e políticos que distingue dois grupos de valores: os materialistas e os pós-materialistas. Os primeiros estão associados à satisfação de necessidades básicas, à coesão social e ao crescimento econômico, enquanto os segundos revelam preocupações sociais e individuais com a qualidade de vida, a realização no trabalho, a vida comunitária e a justiça política (Inglehart, 1990). Reinterpretando as teses de Weber sobre o desenvolvimento do capitalismo, Inglehart (1994) considera que, nos valores materialistas, efetua-se uma passagem dos valores religiosos espiritualistas à concepção de um estado laico e materialista.

Os valores afetam a maneira em que as pessoas percebem o mundo, suas decisões, preferências e suas ações, influenciadas pelos contextos sociais (Fischer et al., 2011). Ao mesmo tempo, os valores refletem as soluções que os grupos (nações, organizações) desenvolvem para responder aos desafios da existência (Hofstede, 2001; Schwartz, 2005a).

Revisamos também a literatura que mostra como os valores influenciam a maneira com que as pessoas percebem o mundo, tomam suas decisões ou decidem quais são suas preferências, influenciadas sempre pelos contextos sociais (Fischer et al., 2011). Finalmente, ressaltamos a necessidade de desenvolvermos uma abordagem dos valores a partir de uma perspectiva psicossociológica. A intenção final foi que o leitor pudesse conhecer como e de onde provém o estudo dos valores sociais. Embora os valores sejam um produto da história das sociedades, eles são adotados pelos indivíduos como se fossem seus e são transmitidos e reforçados por estes enquanto agentes sociais. O grande desafio está em explicar como os valores predominantes na sociedade passam a ser assumidos pelos indivíduos, e vice-versa, como os valores de uma sociedade podem ser alterados quando se alteram os valores das pessoas que a compõem.

GLOSSÁRIO

Atitude: processo avaliativo e integral de um objeto/circunstância social, que inclui dimensões e aspectos cognitivos, comportamentais e emocionais, levando a um comportamento final.

Cognição Social: na Psicologia Social, teoria que estuda os processos pelos quais interpretamos, analisamos, lembramos e usamos informações sobre o mundo social em que nos desenvolvemos (como pensamos e como damos sentido à informação) (ver Capítulo 3 deste livro).

Conduta/Comportamento: conjunto de respostas (presentes ou ausentes) que se expressam em relação a um ambiente e/ou estímulo de forma consciente, inconsciente, voluntária ou involuntária.

Conduta/Comportamento social: comportamento que é enquadrado e relacionado aos componentes de um sistema social e suas normas.

Cultura: conjunto de saberes de um grupo social transmitidos de geração em geração que permitem orientar e desenvolver as práticas individuais e coletivas de um grupo/sociedade.

Dimensão: característica, aspecto, tipologia que permite categorizar e descrever algo (um objeto, um fato, uma categoria).

Indicador: característica específica e observável que permite a construção de uma unidade de medida para avaliar um processo, um resultado.

Motivação: razão, motivo, causa que induz à realização ou omissão de uma ação. Componente psicossocial que orienta, mantém e determina o comportamento de uma pessoa.

Norma: conjunto de regras, diretrizes e critérios que regulam o que se estabelece como desejável, preferível ou correto.

Valores: qualidades, características, propriedades que direcionam as ações das pessoas orientando comportamentos (individuais e grupais), dentro da estrutura social.

Material Suplementar

Livros acadêmicos

Álvaro Estramiana, J. L. (coord.). (2018). *La interacción social*. Escritos en homenaje a José Ramón Torregrosa. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). ISBN: 9788474767599.

Rodríguez Martínez, P. (2021). *Cambio de valores en las sociedades del siglo XXI*. Madrid: Dykinson, S. L. ISBN: 978-84-1377-870-9

Literatura (Romances)

Sloan Wilson (2005). *O homem no terno de flanela cinza*. Editora Girafa.

Descrição: a busca pelo sentido da vida confrontando valores culturais e sociais com os seus próprios valores.

Fernando Aramburu (2019). Pátria. Editora Intrínseca.

Descrição: choque entre valores pessoais e culturais. Preconceitos, estereótipos e contradição cognitiva.

Khaled Hosseini (2009). A cidade do sol. Editora Escala.

Descrição: valores pessoais, culturais, identidade.

Audiovisual (filmes, documentários e séries)

Filme

A onda – (Die Welle). Alemanha. 2008

Direção: Dennis Gansel

Descrição: filme baseado no experimento da terceira onda (sobre ideologias autoritárias e ditadores) ocorrido nos EUA. O filme alemão nos mostra o experimento que envolve emular um regime autoritário nas aulas do ensino médio.

Babel. EE.UU. México, Japão. 2006

Direção: Alejandro González Iñárritu.

Descrição: interculturalidade e marginalização social, valores culturais, respeito e tolerância.

Série

O gambito da Rainha. EE.UU. 2020

Distribuidor: Netflix.

Produtores: Scott Frank, William Horberg e Allan Scott.

Descrição: transformação cultural, choque de valores pessoais e sociais. Preconceito e estereótipos.