

# **Jerarquía de valores sociales del académico universitario**

## **Caso: Escuelas de Educación y Comunicación Social de LUZ**

**Leticia Prieto de Alizo y Rosario Fonseca de Rocca**

*Departamento de Investigación. Escuela de Comunicación Social. Facultad de Humanidades y Educación. La Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.  
E-mail : alizoprieto@cantv.net. Tel-fax 7596259.*

### **Resumen**

El objetivo de este artículo es describir el perfil social del académico de las Escuelas de Comunicación Social y Educación de LUZ, estableciendo la jerarquía de valores sociales en una muestra de 50 académicos de estas escuelas. El campo social se circunscribe a la identificación de los valores sociales relacionados con el tipo y grado de motivación social logrado por ese docente, fundamentado en la Teoría de Valores de Rokeach. Se realizó una investigación exploratoria-descriptiva de campo, utilizándose el Inventario APOLO para medir la variable; el análisis de los resultados se realizó mediante estadísticas descriptivas. Las conclusiones indican que el comportamiento de la variable en ambas escuelas es homogéneo, no se encontraron diferencias relevantes entre el perfil social real e ideal de la muestra; la jerarquización de los dominios motivacionales favorecen los valores terminales e instrumentales de logro, seguidos por los de afiliación, y los relacionados con el poder.

**Palabras clave:** Jerarquía de valores, valores sociales, motivaciones, académico, docente.

## *Hierarchy of Social Values in the University Academic Case: Schools of Education and Social Communication of LUZ*

### **Abstract**

The objective of this article is describe the social profile of the academic of the Schools of Education and Social Communication of LUZ, establishing the social values' hierarchy of a 50 academics' sample of this schools. The social field is bounded to the identification of the social values related with the type and grade of social motivation achieved by that academic, based in the Rokeach' Theory of Values. It is an exploratory-descriptive investigation of field, being used the Inventory APOLO for the mensuration of the variable; the analysis of the results was carried out by means of statistical descriptive. The conclusions indicate that the behavior of the variable of both schools is homogeneous, they were not outstanding differences among the real social profile and ideal generated by the sample; the hierarchy of the motivation's domains favors the terminal and instrumental values of achievement, continued by those of affiliation, and the values related with the power.

**Key words:** Hierarchy of values, social values, motivations, academic, professor.

### **Introducción**

El proceso de socialización al que se somete el individuo a lo largo de su desarrollo incita en él la internalización de un conjunto de orientaciones básicas que guían su conducta y que terminan siendo integradas a su naturaleza psicológica y a su condición socio-cultural.

Dentro de estos patrones adquiridos se encuentran los *valores*, que le dan dinamismo a la conducta humana y que integrados a la concepción del Yo se convierten en activadores

de toda ideología, motivación, autorrealización y búsqueda de la excelencia, lo que conduce a lograr una sensación relativa de plenitud en el hombre.

Como parte de la investigación realizada para determinar el perfil psicosocial del académico de las escuelas de Educación y Comunicación Social de La Universidad del Zulia, se estudió el sistema de valores que presentan estos docentes y su perspectiva con relación al esquema valorativo que debe manejar un profesor universitario ideal en estas discipli-

nas humanísticas. Es evidente la incidencia que tienen los valores sociales sobre el comportamiento humano y la ejecución del rol académico, el cual cumple una función formadora y transformadora en el proceso de socialización de los alumnos a su cargo. Los valores pueden ser concebidos como todo aquello que favorece el desarrollo y la realización del hombre como persona; también puede decirse al respecto que se trata de lo deseable y estimable relacionado con la calidad percibida de un objeto, persona o acontecimiento en aras de la satisfacción de necesidades en el ser humano.

La relevancia de los valores sociales está determinada por la forma en cómo ellos se implican a sí mismos, su capacidad de unificar intereses y criterios de las ciencias relacionadas con el estudio del comportamiento humano y, por el grado de influencia que ellos ejercen en la integralidad del individuo y de su sociedad.

Debe inferirse entonces, que se trata de atributos y cualidades que refuerzan las actitudes conduciendo a la emisión de conductas relacionadas a situaciones específicas. Estos atributos poseen valencia positiva o negativa, así como también elementos cognitivos y motivacionales.

Rokeach (1973) plantea que los valores deben ser vistos desde una posición eminentemente psicológica y cognitiva; debe hacerse un especial énfasis en la creencia que el individuo maneja y que podría influir sobre actitudes específicas de éste o en su manera de comportarse.

Esta influencia psicológica e individual está mediatizada por el efecto socializador de los mismos, adquiriendo su máximo valor al contribuir al acervo socio-histórico de una sociedad.

Aún existiendo un vasto número de definiciones sobre valores, Rokeach (1973:2) ofrece la concepción más integradora y que además responde a los intereses de este estudio; para este autor el valor es "una creencia relativamente permanente de que un modo de conducta particular o que un estado de existencia es personal y socialmente preferible a modos alternos de conducta o estados de existencia".

Esta definición merece ser analizada debido a las implicaciones que tiene a la luz de la medición de los valores en grupos específicos:

1. Aún tratándose de creencias más o menos duraderas no debe inferirse que se trata de algo estático, inmutable. Simplemente, el valor contribuye a la definición de las características del individuo y, producto de los procesos de madurez y cambio social, se observan transformaciones paulatinas. Con ello el individuo pasa de un estado social a otro en su creciente necesidad de evolución y progreso.
2. La connotación del aspecto deseable de los valores puede presentar una dualidad que se maneja entre lo deseable para el individuo y lo que espera su sociedad de él.

3. No debe olvidarse que tal definición resalta los valores como guía para la acción, la evaluación y, racionalización de creencias y actitudes.
4. Los valores dirigen la conducta en la medida que provocan cambios en el individuo e incluso sirven para que no cambie, como reforzadores de su comportamiento. La valía que en este sentido poseen los valores deviene del carácter deseable de ellos.
5. En esta definición Rokeach, concibe los valores como aquello que favorece el desarrollo y la realización del hombre como persona; también puede decirse al respecto, que se trata de lo deseable y estimable, relacionado con la calidad percibida de un objeto, persona o acontecimiento en aras de la satisfacción de necesidades en el ser humano, valores relacionados con modos de conducta y los vinculados con estados deseables o ideales de conducta. Esta distinción le permite plantear la clasificación de los Valores en Instrumentales y Terminales, respectivamente.

En este sentido, Salazar y otros (1992) hacen referencia a la categorización de Rokeach afirmando que los *valores instrumentales* están relacionados con modos de conducta que pueden ser por un lado, *valores morales*, porque tienen un foco interpersonal y pueden producir un conflicto de conciencia al no ser cumplidos y, por otro lado, *valores de suficiencia*

que tienen un núcleo individual y orientados a comportamientos autorreforzantes (como la ambición, la alegría, el valor, la misericordia y la honestidad, entre otros). Por otra parte, los *valores terminales* pueden ser *valores personales* centrados en el yo, o *valores sociales* dirigidos a las relaciones interpersonales (como el logro, la paz, la belleza, igualdad, seguridad o libertad).

Estas posiciones teóricas fueron analizadas y reinterpretadas en Venezuela por Romero García, planteando que los valores poseen una faceta motivacional al llevar implícita la noción de meta y el aspecto deseable de los mismos, de modo que, la distinción entre valores instrumentales y terminales puede ser traducida en metas inmediatas y metas finales.

Con relación a esto, Romero García (1988) expresa que en su fin último los valores son intrínsecamente motivacionales. Los valores terminales, que también pueden ser manejados como una especie de supermetas, generan satisfacción no solo al sentir que han sido logrados de forma total o parcial, sino más importante aún, en el proceso que guía a su realización.

Lo verdaderamente importante desde este punto de vista, es que no resulta relevante cuántos valores tenga un individuo en particular, de hecho puede tener todos los que su cultura y sociedad han estimulado, lo que sí es significativo es la jerarquía que cada uno de ellos posee mostrando una importancia relativa dentro del grupo de valores adquiridos y

su ordenamiento es lo que da por resultado el llamado "sistema de valores" que puede estar referido al individuo o a su sociedad en particular.

Para la persona, su sistema o escala de valores representa una regla, una normativa de comportamiento, de allí que se piense que constituye una guía conductual en la solución de conflictos y toma de decisiones.

Según esta postura, los valores están representados en "dominios motivacionales", los cuales pueden clasificarse en **afiliación** (relaciones interpersonales agradables), **poder** (control sobre otras personas) y **logro** (metas que implican el desarrollo de capacidades personales, exigiéndose excelencia en los resultados obtenidos). Se puede llegar a inferir que cada motivación da origen a su correspondiente subconjunto de valores tanto instrumentales como terminales, de manera tal, que un mismo valor puede estar asociado a diferentes motivos, aunque con diferente intensidad en situaciones distintas.

## Metodología

De acuerdo con los planteamientos realizados por Romero García (1988), se construye en el Instituto de Investigaciones Psicológicas de la Universidad de los Andes, un instrumento mediante el cual, se pueden medir los valores tanto instrumentales como finales en cada uno de los dominios motivacionales citados por David McClelland, Afiliación, Poder y Logro y es por lo que el instrumento adquiere el

nombre de APOLO, con una consistencia interna de 0.89 en Alfa de Cronbach y de 0.93 en el coeficiente de Spearman-Brown. Para comprobar la validez de contenido y de constructo se aplicó el coeficiente *rho* de Spearman resultando ser de 0.90.

Con base en una investigación exploratorio-descriptiva, se llevó a cabo el estudio bajo un diseño transeccional, con medición de la variable Valores Sociales en dos oportunidades, la primera, para la medición de la jerarquía de valores manejadas por el conjunto de académicos estudiados y en la segunda oportunidad se identificó la escala de Valores Sociales que debería mostrar un docente ideal, según la percepción de la muestra seleccionada. La selección de la muestra se fundamentó en un diseño probabilístico estratificado, tomando como criterio las menciones que conforman la población de académicos de la Escuela de Educación y de Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Educación de LUZ. Las muestras definitivas quedaron conformadas por 25 docentes de la Escuela de Educación y 25 de la Escuela de Comunicación Social.

## Resultados

A través de la aplicación del instrumento, se evaluó el perfil social real e ideal del académico de ambas escuelas llegando a las siguientes conclusiones:

En el perfil social real la escuela de Educación (ver Tabla 1) la jerarquía mostrada por estos profesores permite observar que prevalecen los valores asociados al dominio motivacional de Logro para luego presentarse los valores correspondientes a Afiliación y finalmente los valores asociados al Poder.

Es interesante observar que la clasificación de sus valores, realizada por los docentes de Educación (Logro, Afiliación y Poder) no se corresponde con la valoración encontrada para las motivaciones sociales del venezolano en los estudios realizados por David McClelland, la cual es totalmente inversa (Poder, Afiliación y Logro). Estos docentes, se encuentran más motivados por el logro, luego por la afiliación y finalmente por el poder, que han desestimado como medio para alcanzar las metas propuestas. La jerarquía generada por esta muestra, evidencia que los valores sociales han sido fundamento de los estados motivacionales que guían a este grupo de docentes a alcanzar metas de excelencia y superación en su labor académica y en el ámbito personal.

Considerando, que la jerarquía de valores para cada dominio motivacional posee 4 valores terminales (T) y 4 instrumentales (I), claramente identificados en la Tabla 1, es importante hacer notar que en cada dominio se le da igual importancia a los valores ideales de existencia (T), como a aquellos referidos a conductas (I), que permiten el logro de metas fundamentadas en esos valores termi-

nales, lo que indica que el docente de Educación sabe qué conductas asumir para que ellas representen los valores más trascendentales de su existencia y disfruta de la ejecución misma de esas conductas; todo el proceso se caracteriza por ser autorregulador y autorreforzador de sus motivaciones.

Para esta escuela, en la escala de logro los valores terminales significativos fueron la *dignidad* y el *respeto* mientras que los valores instrumentales más importantes fueron ser *capaz* y *creativo*. En la escala afiliativa los valores terminales más importantes resultaron ser la *felicidad* y el *amor*, siendo la *comprensión* y la *simpatía* metas inmediatas que le dan soporte a esas metas finales. En el dominio de poder, los valores terminales más importantes fueron *aceptación* y *reconocimiento*, para lo cual es importante la *audacia* y la *ambición* como conductas que facilitarían el logro de las metas finales en este dominio.

En cuanto al perfil social ideal, no se observaron cambios en relación con el perfil social real (Tabla 2)

No debe olvidarse que los valores dirigen la conducta provocando cambios en el individuo a lo largo de su existencia; pero también es importante resaltar que pueden servir para reforzar los ya existentes, de manera que podrían conservarse los mismos valores y en la misma jerarquía con el paso del tiempo. Esto puede presentarse porque la valía deviene del carácter deseable de los valores, por lo que lo esperado para un grupo de in-

**Tabla 1**  
**Perfil real de los valores sociales de los académicos de la Escuela de Educación**

		Dominios Motivacionales					
		Logro		Afilación		Poder	
		Valor	Media	Valor	Media	Valor	Media
<b>Valores</b>	Dignidad personal		17,20	Felicidad	15,92	Aceptación social	11,96
	Respeto por sí mismo		17,20	Amor maduro	13,92	Reconocimiento social	11,68
	Realización personal		16,20	Amistad profunda	13,64	Ser influyente	9,28
	Ser sabio		14,28	Diversión	10,12	Ser admirado	8,40
<b>Valores</b>	Capaz		17,00	Comprensivo	16,12	Audaz	12,12
	Creativo		17,00	Alegre	14,08	Ambicioso	10,40
	Emprendedor		16,8	Cariñoso	13,80	Astuto	9,36
	Persistente		16,6	Simpático	11,20	Vivo	6,52
<b>Instrumentales</b>							

**Tabla 2**  
**Perfil ideal de los valores sociales de los académicos de la Escuela de Educación**

		Dominios Motivacionales					
		Logro		Afiliación		Poder	
	Valores	Valor	Media	Valor	Media	Valor	Media
<b>Terminales</b>	Dignidad personal		18,70	Felicidad	17,30	Aceptación social	13,00
	Respeto por sí mismo		18,70	Amor maduro	15,13	Reconocimiento social	12,70
	Realización personal		17,61	Amistad profunda	14,83	Ser influyente	10,09
	Ser sabio		15,52	Diversión	11,00	Ser admirado	9,13
		<b>Valor</b>	<b>Media</b>	<b>Valor</b>	<b>Media</b>	<b>Valor</b>	<b>Media</b>
<b>Valores</b>	Capaz		18,48	Comprensivo	17,52	Audaz	13,17
	Creativo		18,48	Alegre	15,30	Ambicioso	11,30
<b>Instrumentales</b>	Emprendedor		18,26	Cariñoso	15,00	Astuto	10,17
	Persistente		18,04	Simpático	12,17	Vivo	7,09

dividuos puede que no se diferencie de su condición actual, a pesar de que el individuo como tal esté en constante evolución. Incluso, puede cambiar la cuantía asignada a cada valor y mantenerse igual la jerarquía en todo el sistema.

Al observar las Tablas 1 y 2, que muestran el perfil social real e ideal de estos académicos, se determina que la única variación que se observa aquí está referida al intervalo utilizado para puntuar los valores de la jerarquía. En este caso, ese intervalo estuvo entre 7 y 19 puntos con medias que varían entre 7.09 y 18.70, ampliando el criterio valorativo y aumentando la calificación que cada valor posee. Este docente estima que el sistema de valores debe ser el mismo, aún cuando el valor que se le da a cada uno de ellos, debe ser mayor del que actualmente tiene. Sin embargo, considerando que lo más importante no son las puntuaciones sino la jerarquía definitiva, se concluye que no existe diferencia alguna entre el perfil social real y el ideal para este grupo de profesores universitarios.

Prosiguiendo con el perfil social real de la escuela de Comunicación Social (Tabla 3) aún cuando la jerarquía varía un poco con relación a la presentada por los docentes de Educación, se encontraron resultados similares. Los dominios motivacionales se presentaron en el mismo orden en el que se encontraron las prioridades en sus motivaciones sociales. Los valores más importantes para este docente, son los referidos a logro, luego le siguen en orden los de

afiliación y, finalmente, se presentan los valores asociados al dominio de poder. Se recordará que para todos los docentes en general, el poder no es valorado ni considerado como estímulo para el logro de las metas propuestas, encontrándose sus puntuaciones en el último lugar, tanto en la escala de valores sociales como en la evaluación que se hizo de sus motivaciones.

La escala utilizada para jerarquizar los valores fue la misma empleada por los docentes de Educación, sin embargo, estos profesores tendieron a utilizar un intervalo de puntuaciones superior para su clasificación, el cual estuvo ubicado entre 11 y 20 puntos con medias entre 11.64 y 19.80.

En este caso, hay una tendencia a calificar con puntajes más altos los valores ideales o llamados terminales, en cada dominio motivacional de la jerarquía. Los valores instrumentales o metas intermedias, aparecen en muchas ocasiones, clasificados después de los terminales. Este comportamiento es interpretado como la evidencia de que para el docente de Comunicación Social están muy claros y definidos sus valores terminales, teniendo éstos mayor fuerza en la orientación de la conducta, mientras que los instrumentales solo tienen carácter mediático.

Existe una observación importante que hacer con relación al orden que presentaron los diferentes dominios motivacionales para este grupo. Aún a pesar de que se conserva el orden logro, afiliación y poder, los valo-

**Tabla 3**  
**Perfil real de los valores sociales de los académicos de la Escuela de Comunicación Social**

		<b>Dominios Motivacionales</b>					
		<b>Logro</b>		<b>Afiliación</b>		<b>Poder</b>	
		<b>Valor</b>	<b>Media</b>	<b>Valor</b>	<b>Media</b>	<b>Valor</b>	<b>Media</b>
<b>Valores</b>	Respeto por sí mismo		19,80	Felicidad	18,88	Reconocimiento social	15,48
	Dignidad Personal		19,76	Amor maduro	17,79	Aceptación social	14,56
	Realización personal		19,24	Amistad profunda	17,00	Ser influyente	13,28
	Ser sabio		17,16	Diversión	13,84	Ser admirado	12,88
		<b>Valor</b>	<b>Media</b>	<b>Valor</b>	<b>Media</b>	<b>Valor</b>	<b>Media</b>
<b>Valores</b>	Capaz		19,12	Comprensivo	18,36	Audaz	16,00
	Persistente		18,96	Alegre	16,60	Ambicioso	14,44
<b>Instrumentales</b>	Emprendedor		18,88	Cariñoso	16,52	Astuto	13,84
	Creativo		18,84	Simpático	14,92	Vivo	11,64

res referidos a estos dos últimos dominios se mezclan mucho en la jerarquía, lo que indica que para este docente las creencias que maneja desde el punto de vista afiliativo y de poder, al igual que las conductas que se emiten relacionadas con estos dominios, luchan por su preponderancia. Esto trae como consecuencia que el individuo maneje sus relaciones de poder a la luz de sus relaciones afectivas o viceversa.

Los resultados encontrados para este grupo de profesores no son sustancialmente diferentes con respecto a los hallados para los docentes de la escuela de Educación. En esta valoración del perfil real las diferencias se presentaron para los valores instrumentales mientras que los valores terminales permanecieron exactamente igual. En la dimensión de logro son la *capacidad* y la *persistencia* los valores intermedios de mayor importancia. En el dominio afiliativo, la variación es aún menor apareciendo un nuevo valor intermedio, la *alegría*. Finalmente, para estos profesores en cuanto al poder, los valores instrumentales más relevantes son la *ambición* y la *audacia*.

Ahora bien, prosiguiendo con el análisis del perfil social real se debe hacer referencia a las diferencias encontradas entre los departamentos de la escuela de Comunicación Social (Tabla 4).

En la diferenciación entre los departamentos para la escuela de Comunicación Social y su comparación con la evaluación general, se encontró en el departamento de Periodismo

Audiovisual, cambios significativos en la dimensión de poder en la que los valores terminales más importantes fueron el *reconocimiento* y *ser admirado*, y como valores instrumentales el *ser audaz* y *ambicioso*.

Con respecto al departamento de Periodismo Impreso, también se encontraron pocas diferencias significativas en todas las dimensiones que no merecen ser mencionadas ya que los valores terminales, los más trascendentes para el profesor, son los mismos calificados por el departamento de Periodismo Audiovisual e iguales a los resultantes en la valoración general de la escuela. Igual es el caso del departamento de Investigación cuyas mínimas variaciones no representan un cambio significativo.

Sin embargo, el departamento de Publicidad y Relaciones Públicas presenta un mapa valorativo diferente: en la escala de logro, *dignidad*, *realización* y *respeto* resultaron ser los valores terminales más significativos con igual valía y la máxima puntuación posible, y como valores instrumentales *ser persistente*, *capaz* y *creativo*.

De acuerdo a la puntuación otorgada por este grupo de profesores a los valores del dominio de poder, se añade un valor más tanto para los terminales como para los instrumentales. Es necesario destacar la opinión general de que la capacidad es considerada como un valor necesario para la garantía de los valores terminales.

En la escala afiliativa los valores terminales más importantes fueron la *felicidad* y la *amistad*, teniendo como

**Tabla 4**  
**Perfil real de los valores sociales de los académicos de la Escuela de Comunicación Social por departamento**

		DEPARTAMENTOS									
Dominio Motivacional	Audiovisual		Impreso		Investigación		Publicidad				
	Valor	Media	Valor	Media	Valor	Media	Valor	Media	Valor	Media	
	Respeto	19,63	Respeto	19,86	Dignidad	20,00	Dignidad	20,00	Dignidad	20,00	
<b>Valores</b>	Dignidad	19,50	Dignidad	19,71	Respeto	19,75	Realización	19,75	Realización	20,00	
<b>Terminales</b>	Realización	18,88	Realización	19,00	Realización	19,25	Respeto	19,25	Respeto	20,00	
<b>Logro</b>	Ser sabio	16,87	Ser sabio	15,00	Ser sabio	18,50	Ser sabio	18,50	Ser sabio	19,17	
	Persistente	19,00	Emprendedor	19,29	Capaz	20,00	Persistente	20,00	Persistente	20,00	
<b>Valores</b>	Emprendedor	18,75	Capaz	18,71	Creativo	19,50	Capaz	19,50	Capaz	19,83	
<b>Instrumentales</b>	Capaz	18,50	Persistente	18,57	Emprendedor	18,75	Creativo	18,75	Creativo	19,83	
	Creativo	18,50	Creativo	18,00	Persistente	18,00	Emprendedor	18,00	Emprendedor	18,67	
	Felicidad	19,75	Amor	17,71	Felicidad	19,25	Felicidad	19,25	Felicidad	19,00	
<b>Valores</b>	Amor	19,14	Felicidad	17,57	Amor	17,50	Amor	17,50	Amistad	17,33	
<b>Terminales</b>	Amistad	18,00	Amistad	16,29	Amistad	15,75	Amor	15,75	Amor	16,50	
<b>Afiliación</b>	Diversión	14,50	Diversión	15,29	Diversión	8,25	Diversión	8,25	Diversión	15,00	
	Comprensivo	18,87	Comprensivo	18,86	Alegre	16,75	Comprensivo	16,75	Comprensivo	18,83	
<b>Valores</b>	Alegre	17,88	Cariñoso	15,43	Comprensivo	15,75	Alegre	15,75	Alegre	18,33	
<b>Instrumentales</b>	Cariñoso	17,88	Simpático	14,00	Cariñoso	14,00	Cariñoso	14,00	Cariñoso	18,33	
	Simpático	15,88	Alegre	13,57	Simpático	11,00	Simpático	11,00	Simpático	17,33	
	Reconocimiento	15,25	Aceptación social	15,14	Reconocimiento	17,00	Reconocimiento	17,00	Ser influyente	16,33	

**Tabla 4**  
**Perfil real de los valores sociales de los académicos de la Escuela de Comunicación Social por departamento**

		DEPARTAMENTOS									
		Audiovisual		Impreso		Investigación		Publicidad			
		Valor	Media	Valor	Media	Valor	Media	Valor	Media	Valor	Media
<b>Dominio Motivacional</b>	<b>Valores</b>	Ser admirado	14,75	Reconocimiento	14,57	Aceptación social	13,25	Reconocimiento	16,17		
	<b>Terminales</b>	Aceptación social	14,25	Ser admirado	12,00	Ser influyente	12,50	Aceptación social	15,17		
<b>Poder</b>		Ser influyente	13,25	Ser admirado	10,71	Ser admirado	11,50	Ser admirado	13,00		
		Audaz	14,37	Audaz	17,71	Audaz	15,75	Audaz	16,33		
	<b>Valores</b>	Ambicioso	14,13	Ambicioso	15,71	Ambicioso	15,00	Astuto	16,17		
	<b>Instrumentales</b>	Astuto	12,88	Vivo	14,14	Astuto	12,00	Vivo	15,17		
		Vivo	10,50	Astuto	14,00	Vivo	4,25	Ambicioso	13,00		

valores instrumentales la *comprensión*, la *alegría* y el *ser cariñoso*; en la escala de poder ser *influyente* y *obtener reconocimiento* fueron considerados como estados ideales, manteniéndose los mismos valores instrumentales de la valoración general.

Con relación al perfil social ideal propuesto por los académicos de la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Educación de LUZ, se muestran los resultados en la Tabla 5.

En este caso, el intervalo utilizado para la clasificación estuvo ubicado entre 10 y 20 puntos con medias que variaron entre 10.04 y 19.87. Aún cuando el rango se amplió un poco no se considera como un cambio significativo. La valía considerada por este grupo de profesores fue la misma para el perfil real como para el ideal.

Se observa que se mantiene la misma jerarquización de los dominios motivacionales a saber: Logro, Afiliación y Poder. Sin embargo, la mezcla que se observó en el perfil real para los valores afiliativos y de poder en este caso no se presentan. La resultante permite observar con mayor claridad la diferencia entre los tres dominios. Este primer resultado resulta interesante, ya que se interpreta claramente la expectativa que tiene el docente actual con respecto a lo que debe ser el académico ideal. En este sentido, se espera que un docente ideal sea capaz de diferenciar los valores afiliativos de los de poder y que, con respecto a los valores instrumentales correspondientes sea capaz de discriminar la implicación y

pertinencia de las conductas a asumir en cada situación, donde debe establecer prioridades y tomar decisiones con base en los proyectos de su dependencia universitaria. Desde este punto de vista, este es un cambio significativo.

Dando respuesta al objetivo que busca comparar los perfiles sociales ideales propuestos por los docentes de los cuatro departamentos de la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Educación de LUZ, se analizaron los promedios que se muestran en la Tabla 6, encontrándose algunas diferencias que se señalan a continuación:

En el departamento de Periodismo Audiovisual las diferencias que se encontraron con respecto a su propia valoración real están concentradas en mayor grado en los dominios de Logro y Poder. Por ejemplo, en cuanto a Logro, los valores terminales más importantes son ahora el *respeto* y el *ser sabio* y no la dignidad como se expresó para el perfil real. Igualmente, se observó un cambio en la prioridad que se le dio a los valores instrumentales de logro para un académico ideal donde el *ser capaz* y *creativo* prevalece ante la posibilidad de ser emprendedor y persistente. Para el dominio motivacional de Poder el valor terminal de ser admirado fue cambiado en importancia por la necesidad de *ser influyente*, pero los valores instrumentales siguen siendo los mismos. Los cambios menores se encontraron para el dominio Afiliativo donde la única variación fue con res-

**Tabla 5**  
**Perfil ideal de los valores sociales de los académicos de la Escuela de Comunicación Social**

		Dominios Motivacionales					
Valores	Logro		Afilación		Poder		
	Valor	Media	Valor	Media	Valor	Media	
<b>Terminales</b>	Respeto por sí mismo	19,87	Felicidad	17,87	Reconocimiento social	13,83	
	Dignidad Personal	18,83	Amor maduro	16,3	Aceptación social	12,87	
	Ser sabio	18,35	Amistad profunda	13,83	Ser influyente	12,43	
	Realización personal	16,78	Diversión	11,26	Ser admirado	10,04	
	<b>Valor</b>	<b>Media</b>	<b>Valor</b>	<b>Media</b>	<b>Valor</b>	<b>Media</b>	
<b>Valores</b>	Creativo	19,43	Comprensivo	17,61	Ambicioso	14,48	
	Capaz	19,39	Carifoso	15,09	Audaz	13,83	
<b>Instrumentales</b>	Persistente	18,96	Simpático	14,57	Astuto	11,78	
	Emprendedor	18,74	Alegre	14,04	Vivo	11,61	

pecto al valor instrumental ser alegre que fue sustituido en importancia por el de *cariñoso* y que junto a la *comprensión* son considerados como los medios instrumentales para alcanzar el estado ideal a nivel afiliativo.

Para el departamento de Periodismo Impreso los cambios encontrados con respecto al perfil social real son aún menores que los observados para el departamento de Periodismo Audiovisual. La diferencia más notable está en la dimensión de poder y en la que ocurre lo contrario, los cambios observados se dieron para la escala terminal donde la aceptación social no es considerada como valor fundamental, en su lugar se hace prioritario el *ser influyente*; los valores instrumentales siguen siendo los mismos que se consideraron para el perfil real.

En el caso del departamento de Investigación los cambios entre el perfil social real e ideal son aún menores que los observados para los departamentos de Periodismo Audiovisual e Impreso; son tan pequeñas las modificaciones registradas que se podría afirmar que no existen diferencias significativas entre uno y otro. La única observación está referida a los valores terminales de la dimensión de logro en donde son tres y no dos los valores de mayor cuantía. Además de la dignidad y el respeto, *la realización personal* es considerada tan importante como los otros dos valores ya mencionados. Los dominios de poder y afiliación se mantienen exactamente igual lo que indica que, para

este grupo de docentes un académico ideal debe poseer la jerarquía de valores que prevalece en ellos en este momento. Este mapa de valores se justifica en la medida que se considera que los valores aún a pesar de que experimentan cambios, en la misma medida en que nuestra sociedad se transforma, son elementos funcionales muy estables que permanecen invariables en el corto plazo y a las circunstancias cambiantes del entorno.

Para el departamento de Publicidad y Relaciones Públicas se observaron algunos cambios en todos los dominios motivacionales. En logro se mantiene como valor importante la *dignidad* pero se considera que el *respeto* debe ser de mayor valía que la realización personal. En cuanto al poder *ser influyente* es cambiado por la necesidad de *aceptación social*, permaneciendo el reconocimiento como uno de los valores terminales más importantes para este dominio motivacional; en cuanto a los valores instrumentales ser audaz deja de ser importante para que el valor de *ser vivo* ocupe su lugar. En la escala afiliativa no se mostraron cambios significativos.

Al comparar los perfiles sociales real e ideal propuestos por los docentes de los cuatro departamentos de la Escuela de Comunicación Social a través de los mapas de valores mostrados en las Tablas 4 y 6 se llega a las siguientes conclusiones:

Para el departamento de Periodismo Audiovisual en el dominio de lo-

Tabla 6  
 Perfil ideal de los valores sociales de los Académicos de la Escuela de Comunicación Social por departamento

Dominio Motivacional		DEPARTAMENTOS											
		Audiovisual		Impreso		Investigación		Publicidad					
		Valor	Media										
<b>Logro</b>	<b>Valores</b>	Respeto	19,83	Respeto	20,00	Respeto	19,50	Respeto	20,00	Respeto	20,00	Respeto	20,00
	<b>Terminales</b>	Ser sabio	17,83	Dignidad	19,00	Realización	19,50	Dignidad	20,00	Dignidad	20,00	Dignidad	20,00
		Dignidad	17,00	Ser sabio	18,86	Dignidad	19,50	Realización	18,83	Realización	18,83	Realización	18,83
		Realización	14,83	Realización	15,14	Ser sabio	19,00	Ser sabio	17,83	Ser sabio	17,83	Ser sabio	17,83
<b>Afiliación</b>	<b>Valores</b>	Creativo	19,83	Creativo	19,71	Creativo	19,75	Emprendedor	18,83	Emprendedor	18,83	Emprendedor	18,83
	<b>Instrumentales</b>	Capaz	19,17	Persistente	19,71	Capaz	19,25	Capaz	19,50	Capaz	19,50	Capaz	19,50
		Persistente	19,00	Capaz	19,57	Emprendedor	18,00	Persistente	19,17	Persistente	19,17	Persistente	19,17
		Emprendedor	18,33	Emprendedor	19,43	Persistente	17,25	Creativo	19,00	Creativo	19,00	Creativo	19,00
<b>Valores</b>	<b>Terminales</b>	Felicidad	16,00	Felicidad	18,71	Felicidad	17,75	Felicidad	18,50	Felicidad	18,50	Felicidad	18,50
		Amor	15,67	Amor	17,86	Amor	12,25	Amor	17,83	Amor	17,83	Amor	17,83
		Amistad	12,50	Amistad	14,00	Amistad	11,75	Amistad	16,33	Amistad	16,33	Amistad	16,33
		Diversión	7,33	Diversión	13,00	Diversión	9,25	Diversión	14,50	Diversión	14,50	Diversión	14,50
<b>Valores</b>	<b>Instrumentales</b>	Comprensivo	17,67	Comprensivo	18,71	Comprensivo	14,50	Comprensivo	18,33	Comprensivo	18,33	Comprensivo	18,33
		Cariñoso	13,50	Cariñoso	16,57	Alegre	13,25	Cariñoso	18,17	Cariñoso	18,17	Cariñoso	18,17
		Simpático	13,33	Simpático	14,86	Simpático	11,75	Alegre	18,00	Alegre	18,00	Alegre	18,00
		Alegre	11,33	Alegre	13,43	Cariñoso	10,25	Simpático	17,33	Simpático	17,33	Simpático	17,33
		Ser influyente	9,50	Ser influyente	13,71	Reconocimiento	16,25	Reconocimiento	17,17	Reconocimiento	17,17	Reconocimiento	17,17

**Tabla 6**  
**Perfil ideal de los valores sociales de los Académicos de la Escuela de Comunicación Social por departamento**

Dominio Motivacional		DEPARTAMENTOS											
		Audiovisual		Impreso		Investigación		Publicidad					
		Valor	Media	Valor	Media	Valor	Media	Valor	Media	Valor	Media	Valor	Media
<b>Valores</b>	Reconocimiento	9,17	13,57	Aceptación social	15,25	16,17	16,17	Aceptación social	12,50	14,17	14,17	Ser influyente	13,00
	Aceptación social	8,50	12,43	Ser admirado	9,14	16,57	14,83	Ambicioso	16,00	14,67	14,67	Astuto	14,50
	Ser admirado	6,50	9,14	Ser influyente	12,00	13,00	13,00	Audaz	8,25	14,50	14,50	Ambicioso	14,50
<b>Valores</b>	Audaz	11,17	16,57	Ambicioso	16,00	14,29	14,50	Vivo	13,14	14,50	14,50	Audaz	14,50
	Ambicioso	11,00	16,00	Audaz	14,29	13,14	13,14	Astuto	6,50	14,50	14,50	Audaz	14,50
<b>Instrumentales</b>	Astuto	9,50	14,29	Astuto	14,29	13,14	13,14	Vivo	6,50	14,50	14,50	Audaz	14,50
	Vivo	8,83	13,14	Vivo	13,14	6,50	6,50	Astuto	6,50	14,50	14,50	Audaz	14,50

gro, el valor terminal de *respeto* fue de igual importancia tanto para el perfil real como para el ideal. En general, se encontraron la *dignidad* y el *ser sabio* como valores trascendentales. Respecto a los valores instrumentales, en el perfil real, los que se consideraron como de menor importancia ocuparon los primeros lugares para el perfil ideal, *ser creativo* y *capaz*. En el plano afiliativo, se conservan en ambos perfiles como valores terminales de mayor importancia los obtenidos para todo el grupo de profesores. En la escala de poder también se observó que siendo el *reconocimiento* y el *ser admirado* los valores terminales de mayor puntuación, para el perfil ideal, el *ser influyente* pasa a ocupar el primer puesto en la jerarquía, mientras que los valores instrumentales se conservan igual en ambos perfiles.

Estos datos muestran que los docentes del departamento de Periodismo Audiovisual aún a pesar de que mantienen parte de su jerarquía de valores reales en la idealización del académico, reflejan cambios significativos en los dominios de mayor y menor valor desde el punto de vista motivacional, el logro y el poder respectivamente. También es importante hacer notar que el dominio de poder para el perfil ideal fue calificado con una escala de puntuación menor que la utilizadas para el perfil real, de 15.25 – 10.50 a 11.17 – 8.50, lo que se encuentra en clara correspondencia con los resultados de las motivaciones sociales encontradas para el

perfil ideal en estos docentes, quienes le asignan menor valor a la motivación de poder, del que ya le habían adjudicado en el perfil real. Esto indica que, en opinión de estos docentes, el poder no tiene tanta implicación en la probabilidad de éxito personal y laboral.

Los docentes del departamento de Periodismo Impreso toman en cuenta los mismos valores terminales del dominio de logro, tanto para el perfil real como para el ideal, el *respeto* y el *ser sabio*, y al igual que el departamento de audiovisual invierte la jerarquía de valores instrumentales, los de menor puntuación para el perfil real, cobran la mayor calificación para el ideal del académico, *ser creativo* y *persistente*. En la dimensión de afiliación no se observa ningún cambio entre el perfil real y el ideal. En el dominio de poder ocurrió lo mismo que en el departamento de Periodismo Audiovisual.

Aún cuando para el departamento de Periodismo Impreso algunos valores de mayor importancia no son exactamente los mismos calificados por el departamento de Periodismo Audiovisual, se puede afirmar que muestran el mismo comportamiento, al evidenciarse prácticamente los mismos cambios en los dominios de logro y poder.

En el departamento de Investigación, los cambios registrados entre el perfil real y el ideal son todavía menores, podría afirmarse que el docente de este departamento considera que

su escala de valores sociales actual debe ser la misma que posea un académico ideal.

Por último, el departamento de Publicidad y Relaciones Públicas presentó algunos cambios entre ambos perfiles. Aún cuando no se observaron cambios considerables en las dimensiones de logro y afiliación, en cuanto al dominio de poder, se evidenció que siendo el único departamento que calificaba el ser influyente como lo más importante en el perfil real, a diferencia del resto de los departamentos, para el perfil ideal estos docentes lo dejan en un tercer lugar, pasando la *aceptación social* a ocupar uno de los primeros lugares de importancia. En lo que respecta a los valores instrumentales ocurre algo similar con el valor de *ser vivo* que en el perfil real ocupó el tercer lugar y que para el perfil ideal se ubica en el primer lugar, a diferencia del resto de los departamentos que lo consideran entre los valores de menor importancia para este dominio.

Para dar cumplimiento al objetivo en el que se intenta comparar los perfiles sociales reales e ideales propuestos por los docentes de las Escuelas de Comunicación Social y Educación de la Facultad de Humanidades y Educación de LUZ, se utilizarán las Tablas 1 y 3 para el perfil real, y Tablas 2 y 5 para el ideal. En este caso, se establecerán diferencias y semejanzas entre ambas escuelas a partir de los tres dominios que conforman la escala de valores considerada.

Para el perfil real, el dominio de logro, cuya caracterización guarda estrecha relación con la descripción de la motivación al logro para ambas escuelas, presenta un mapa idéntico para Educación y Comunicación Social en lo que respecta a valores terminales, aún cuando los docentes de Comunicación Social los califican con mayor puntuación. La diferencia se observa en los valores instrumentales, donde a pesar de que ser *capaz* es importante para ambas escuelas, el segundo valor relevante para Educación es el ser *creativo*, mientras que para Comunicación Social curiosamente, la creatividad está en último lugar, siendo la *persistencia* la que acompañe a la capacidad como valores de mayor implicación en el desarrollo personal del docente.

Por último, no se presentaron diferencias a la hora de jerarquizar los valores terminales e instrumentales de los dominios de afiliación y poder. La única diferencia la representa la escala de puntos utilizada en ambos casos, que en Comunicación Social va de 4 a 5 puntos más para calificar los mismos valores, interpretándose que aún cuando se consideran igual jerarquía en el perfil real, estos docentes le asignan mayor peso, estimando de mayor trascendencia su valor determinante en la labor social y profesional de un académico universitario.

El análisis de los perfiles ideales de estas escuelas muestran que en el dominio de logro, no existen diferencias en los valores terminales ni en

los instrumentales. En el dominio de afiliación también se mantiene para ambas escuelas, los mismos valores terminales. En cuanto a los valores instrumentales se observó una pequeña diferencia. Para la escuela de Educación ser *alegre* es importante, no siendo así para Comunicación Social, cuya puntuación lo coloca de último lugar, para estos docentes lo importante es *ser cariñoso*. El valor de *ser comprensivo* se mantiene igual para ambas escuelas. En cuanto a la dimensión de poder, no se observaron diferencias, puesto que ambos grupos de docentes consideran que un académico ideal debe darle mayor importancia como valores terminales, al *reconocimiento social* y la *aceptación social*, y como instrumentales, el *ser audaz* y la *ambición*.

## Conclusiones

Es importante hacer notar que no se encontraron diferencias significativas entre las escuelas consideradas, tanto para el perfil real como para el ideal. Este hallazgo aboga en favor de un perfil único para los docentes de la Facultad de Humanidades y Educación, quienes al parecer manejan una jerarquía de valores sociales bastante similar, pudiéndose entonces considerar que una única escala de valores facilita el desarrollo de estrategias de acción que benefician a ambos docentes.

Los resultados analizados para la muestra de académicos estudiada llevan a considerar que la escala de valo-

res sobre la que basa un individuo su comportamiento es bastante permanente, y reconociendo que los valores en sí mismos constituyen formas ideales de comportamiento, los docentes de la escuela de Educación no presentaron variación alguna en la jerarquización de valores reales e ideales.

Ambas escuelas presentaron tanto para el perfil real como para el ideal, los mismos valores en el dominio de logro. Las académicas de las escuelas estudiadas coinciden en calificar como más importante los valores terminales de *dignidad personal* y *respeto por sí mismo*, al igual que el *ser capaz* como valor instrumental. Obsérvese que los valores terminales identificados por estos docentes, están directamente referidos al desarrollo personal, indicando la importancia de una autoestima elevada como clave de éxito profesional y académico. Los docentes de las escuelas de Educación y Comunicación Social presentaron los mismos valores para los dominios de afiliación y poder, tanto para el perfil real como para el ideal. En el caso de la dimensión de afiliación, los valores terminales de mayor puntuación fueron la *felicidad* y el *amor maduro*, siendo la *comprensión* el valor instrumental más importante. Para la escala de poder se registraron el *reconocimiento* y la *aceptación social* como los valores terminales de mayor valía y el *ser audaz* y la *ambición* como recursos necesarios para preservar el control y la influencia ejercida en el ámbito social y académico.

## Referencias bibliográficas

- ACHONG DE MACHADO, Daisy (1986). **Un modelo de perfil ideal del docente de educación básica como investigador y su correspondencia con el real.** Maracaibo, APUT : Universidad del Zulia.
- ALVAREZ J.L. (1977). **Investigación Psicosocial de los profesores.** Editorial Marova. Madrid,
- CASTELLANO AMILCAR y Otros (1986). **La Formación del Profesor Universitario y su incidencia en la problemática universitaria: Programa de Investigación.** EDILUZ. Maracaibo.
- FERNÁNDEZ DE RODRÍGUEZ, Edmee (1985). **Grado de elaboración lingüística del profesor y del estudiante y evaluación psicosocial del profesor.** Laboratorio de Psicología (ULA). Publicación 50. Mérida.
- MCCLELLAND, David (1976). **The Achieving Society.** Irvington Publishers, INC. New York..
- ROKEACH, M. (1973). **The Nature of Human Values.** Jossey-Bass, Inc. San Francisco, U.S.A..
- ROMERO GARCÍA, Oswaldo (1988). **Valores, concepción motivacional y su medición.** Laboratorio de Psicología de la ULA, Publicación 94. Mérida.
- SALAZAR, J.; MONTERO, M.; MUÑOZ, C. (1992). **Psicología Social.** Editorial Trillas. México.
- SECORD, P. y BACKMAN, C. (1979). **Psicología Social.** Editorial McGraw-Hill. México.
- Universidad de Carabobo; Unidad de Diseño Académico de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (1995). **Aproximación al Perfil del Docente.** Valencia.