

TEST DE VALORES: UN INSTRUMENTO PARA LA EVALUACIÓN

por Pilar M. CASARES GARCÍA
Universidad de Granada

1. Introducción

En la sociedad española actual, tanto en medios especializados como no especializados, oímos constantemente hablar de valores: hablan de valores los políticos, los sociólogos, los medios de comunicación... Preocupan los valores de la sociedad (Andrés, 1991; Comisión Española de la UNESCO, 1991), los de la infancia (Pérez Alonso-Geta, 1993), los de la juventud (Andrés, Elzo y otros, 1990; Instituto de la Juventud, 1991; Gervilla, 1993 a) y los de los ancianos (Melgares, 1989). Se afirma que existe una crisis (Frondizi, ³1986; Brezinka, 1990; Marín, 1990 a) o, mejor, una pérdida de valores positivos. Sin embargo, quiénes expresan esta preocupación están poniendo de manifiesto la necesidad de defender ciertos valores.

Este interés por lo axiológico se ha manifestado en la educación que, al fin y al cabo, está inmersa en una sociedad de la que es partícipe y desde la que recibe determinadas demandas. La presencia constante de los valores en la vida humana [1], su poder para dar sentido [2] y orientar una existencia satisfactoria [3], la necesaria fundamentación valiosa de las acciones que realizamos, las normas que asumimos, las decisiones que tomamos y la importancia de los valores para la autorrealización de las personas son razones de peso para que, en cuestiones de educación, se tome interés por lo axiológico. Este interés de la educación por los valo-

res, presente de modo explícito en el marco legal de nuestro Sistema Educativo ya en la Ley General de Educación de 1970 (Llopis Blasco, 1994, 228-234), se prolonga hasta nuestros días. Los contenidos de valor, implícitos o expresos, desde el Proyecto para la Reforma de la Enseñanza de 1987 hasta la propia LOGSE y posteriores documentos del MEC, han sido objeto central de estudios que analizan la axiología de nuestro sistema educativo (Schramm, 1990; Bunes y otros, 1993; Gervilla, 1993 b; Llopis Blasco, 1994). La LOGSE hace mención de los valores tanto en su preámbulo (párrafos 2, 3 y 33) como en el articulado (art. 1.1.; art. 2.3.a.; art. 13.e.; art. 19.h.) [4], viniendo a completarse este marco rector, necesariamente amplio, que es la LOGSE en otros documentos posteriores del MEC, particularmente en los diseños curriculares, que dan cabida en cada bloque de contenido de todas las áreas un apartado de «actitudes, valores y normas» a desarrollar que deberá concretarse en el Proyecto Educativo de Centro, en el Proyecto Curricular de Centro y en la Programación de aula, cuestión que ha sido recogida en trabajos como los de Mauri y otros (1992), González Lucini (1992), Ventura Limosner (1992) y Llopis Blasco (1994). En 1994 el MEC edita *Centros educativos y calidad de la enseñanza* en el que la educación en valores se considera entre los ámbitos y factores de calidad (37-46), declarándose que, entre las medidas para mejorar la calidad de la enseñanza, «se dedicará una atención especial a todos los aspectos relacionados con la educación en valores y actitudes en el marco del seguimiento y evaluación de los proyectos educativos y curriculares de los centros. (...) Debe procurarse que la educación en valores sea una de las principales dimensiones consideradas por los consejos escolares y los claustros en la evaluación de los proyectos educativos y curriculares, y por los servicios de inspección en la supervisión que de ambos documentos deben realizar» (118-119).

La adquisición de valores y qué valores llegue a asumir la persona es un hecho de tal relevancia que no debe dejarse al azar: la educación en valores ha de ser un proceso deliberado, consciente y planificado que elimine, cuanto sea posible, la intervención de un curriculum oculto de efectos no deseables [5]. Es necesario, por lo tanto, que los especialistas en educación (profesores, pedagogos, psicopedagogos) reciban la formación que les capacite para la enseñanza de los valores.

Tener en cuenta los valores de las personas y su correspondiente jerarquía —etapa final y superior del proceso de valoración

[6]—, será un marco de referencia para educarlas: consideramos un buen punto de partida saber la situación de los alumnos con respecto a los valores que se eligieron como fines de la educación; esto revelará carencias, descompensaciones, posibles puntos débiles en los que insistir.

Conocer esta situación inicial es un indicador útil para establecer los objetivos de la educación con respecto a los valores; compararla en sucesivas ocasiones con situaciones posteriores será un medio para evaluar el progreso de los alumnos en la adquisición de los objetivos propuestos. Es necesario, pues, disponer instrumentos que permitan averiguar los valores que estima una persona.

En el presente trabajo, tomando como modelo el *Test de Reacción Valorativa* de Víctor García Hoz (1976), ofrecemos un instrumento de medición que permita obtener una medida de los valores de una persona o de un grupo y saber cómo se organizan sus respectivas escalas axiológicas.

2. *Fundamentación y descripción del test de valores*

2.1. *Base educacional del test*

Nuestro test se fundamenta en la idea de educación integral, es decir: aquella que abarca interrelacionándolas, si no todas, el mayor número posible de potencialidades de la persona; de no ser así, estaríamos ante un planteamiento parcial de la educación que podría —no lo negamos— conseguir resultados deseables en las finalidades propuestas, pero que ofrecería un modelo de persona incompleto, insuficiente desde el punto de vista de la calidad de la educación.

La educación integral, está respaldada por documentos de rango internacional desde 1948 hasta nuestros días [7], mientras que, en nuestro país, de acuerdo con el mandato constitucional (art. 27.2.), las leyes de educación actuales formulan con idéntico enunciado «el pleno desarrollo de la personalidad del alumno» [8] entre las finalidades de la educación.

Frecuentemente, para construir un modelo de educación integral se toman los valores como fundamento, atendiendo a su conexión con las dimensiones de la persona. La relación entre

dimensiones de la persona, valores y educación ha sido estudiada por Marín Ibáñez en diversos trabajos (1976, 1985, 1989), en los que, teniendo en cuenta estos tres elementos y tratando de coordinar todos ellos, elabora una propuesta curricular acorde con la educación integral. «La educación —afirma Marín— entendida en su sentido pleno pretende llevar a su plenitud al sujeto, desplegar equilibradamente sus energías, hacerle un hombre capaz de actuar eficazmente en el medio natural y social, y esto implica que la educación debe contemplar la *totalidad* de los valores» (Marín, 1989, 165).

Más recientemente, Gervilla Castillo presenta un modelo axiológico de educación integral (1991, 75-82; 1993, b, 270-271) en el que establece la correspondencia entre los aspectos personales y los valores a partir de su concepción de persona como «cuerpo, razón y afecto, expresados unitariamente en una dimensión individual, social y trascendente» (1991, 77). Así, la persona, por ser un cuerpo vivo, tiende a los valores corporales o biológicos que, «aunque no son los más dignos, sí son los más urgentes y necesarios, pues ellos condicionan o impiden el desarrollo de los demás» (í.d.).

Junto a este aspecto físico, es propia del ser humano la razón, que queda asociada a los valores intelectuales.

A estas dos dimensiones viene a unirse la afectividad, vinculada a los valores afectivos al mismo tiempo que a buena parte de los estéticos, ya que estos últimos, cuando se expresan en el arte, «forman parte de la cultura humana en la que el afecto, junto a la creatividad, singularidad y apertura, son elementos y valores integrados, en mayor o menor fuerza, según los casos» (í.d.) [9].

Desde la singularidad del individuo, surgen los valores individuales que inciden «en lo más propio y distintivo de la persona individualmente considerada» (ibíd.: 80).

Entre los valores individuales y los sociales aparecerán los valores morales, por considerar que éstos tienen una vertiente individual y otra social. Esta naturaleza social del hombre tiene que ver con su apertura, apertura que, por otra parte, no sólo le dirige

hacia sus semejantes, sino también hacia la naturaleza y hacia la transformación de ésta, entrando así en juego los valores ecológicos y los instrumentales.

Por último, los valores religiosos aparecen vinculados a la trascendencia humana y se consideran imprescindibles para el creyente.

Representado esquemáticamente, el modelo del profesor Gervilla queda como sigue:

2.2. *Base axiológica del test*

El concepto de valor es controvertido. El debate axiológico surge en torno a las escuelas subjetivistas y objetivistas. Mientras que para las primeras, el valor se identifica, respectivamente, con el agrado, deseo o interés que un sujeto individual o colectivo ponga en algún objeto, las escuelas objetivistas sostienen que el valor existe por sí mismo, independientemente de los sujetos y de sus valoraciones, sea en un plano ideal o en un plano real.

Esta divergencia ha tratado de ser superada integrando las aportaciones de unas y otras líneas de pensamiento. Por nuestra parte, asumimos la posición de Marín Ibáñez, quien, conjugando las diferentes aportaciones subjetivistas y objetivistas, definirá el valor como la dignidad o perfección real o ideal, existente o posible, que rompe nuestra indiferencia y provoca nuestra estimación porque responde y conviene al ser, necesidades y tendencias del hombre, individual o socialmente considerado (cfr. Marín, 1985, 70 y 71; 1990, b 172). El propio Marín (1990, b 172) afirma que, si bien reducidas a sí mismas carecen de sentido, nuestras estimaciones, agrado o desagrado, apasionamiento o indiferencia son síntomas que permiten detectar los valores. «Siempre que afirmamos algo como valioso, estamos registrando una relación entre nuestro ser, sus necesidades y tendencias, y a su vez, con los objetos que responden a ellas, que pueden colmar nuestras aspiraciones (...). En todo juicio de valor hay una doble referencia: a las preferencias del sujeto y al rango y dignidad de lo preferido» (í.d.).

El test de reacción valorativa de García Hoz nos parece un modelo adecuado para nuestros propósitos por adaptarse a la anterior definición de valor, que hemos asumido: las alternativas de respuesta del test se refieren a las impresiones de agrado, desagrado e indiferencia que para Marín Ibáñez son, según hemos señalado, «síntomas» de los valores que una persona posee. Junto a ello, el modelo de García Hoz se adapta también a las características del

valor: categorización, polaridad, jerarquía, contenido y gradación.

1. Categorización.—Existen diferentes clases de valores, unos muestran la belleza, otros el conocimiento de la realidad, otros la salud, etc. En el trabajo mencionado García Hoz presenta diez tipos o categorías de valor: dinero, fama, poder, placer, actividad, arte, técnica, saber, valor social y religión.

Para decidir nuestras categorías tendremos presentes dos factores:

Actualización: dado el tiempo transcurrido desde la publicación del trabajo de García Hoz, unido al hecho de que los valores son cambiantes en las personas y en las sociedades, se hace necesario trabajar con una gama de valores más acorde con la realidad actual.

Integralidad: por las razones antes señaladas respecto a la educación integral.

Pensamos que el modelo de persona propuesto por Gervilla [10] se ajusta a estos dos factores: actualización e integralidad. Serán, pues, las categorías de éste modelo las que recogemos en nuestro test: corporales, intelectuales, afectivos, estéticos, individuales, morales, sociales, ecológicos, instrumentales y religiosos.

2. Polaridad.—El valor puede presentar dos caras: una positiva y una negativa, valor y antivalor (salud/enfermedad; sabiduría, conocimiento/ignorancia). Como en el test de García Hoz, contemplamos en el nuestro la reacción positiva o negativa de la persona hacia los valores presentados. Las alternativas de respuesta de nuestro test recogen ambas posibilidades: que los objetos presentados causen en el sujeto una impresión positiva o una impresión negativa, es decir, se ha tenido en cuenta que una categoría pueda ser para la persona un valor o un antivalor. Se considera también la indiferencia como respuesta, admitiendo, por lo tanto, que alguna o algunas de las categorías presentadas no sean valiosas para la persona.

3. Jerarquía.—No todos los valores «valen» lo mismo: hay valores inferiores y superiores. De acuerdo con esto los valores pueden ser ordenados según su rango. Una vez respondido el test, las respuestas, positivas, negativas o neutras, se transforman en expresiones numéricas de las que se obtiene una puntuación para cada categoría, lo que permite ordenarlas de acuerdo con la mayor o menor importancia que tienen para los sujetos.

Generalmente, en la literatura sobre valores encontramos las

tres características del valor que hemos descrito. Sin embargo, nosotros consideramos que existen, al menos, otras dos:

4. Contenido.—El contenido matiza, trata de especificar cómo entendemos cada categoría de valor. En términos lingüísticos, ésta sería una cuestión de significantes y significados, del paso de la palabra al concepto que subyace en ella. Probablemente, cuando se hace referencia, por ejemplo, a la libertad (significante, palabra), la mayor parte de las personas estarían de acuerdo en que se trata de un valor alto. Sin embargo, pronto empezaríamos a discutir si tratásemos de precisar el concepto (significado) de libertad que defendemos. Es, pues, necesario especificar qué entendemos por tal o cual valor al que nos estamos refiriendo. Esto hace necesario recurrir a la definición de cada una de las categorías mencionadas:

Valores corporales.—Afectan directamente a la estructura biológica humana: salud, aseo, deporte, alimento... son de tal urgencia que su carencia llevaría, en ocasiones, la muerte o debilitamiento del ser humano.

Valores intelectuales.—Relacionados directamente con la naturaleza racional del hombre: el conocimiento, la reflexión, sabiduría, información..., o bien sus consecuencias: investigación, ciencia, creatividad...

Valores afectivos.—Aluden de modo primordial a la dimensión afectiva del hombre: agrado/desagrado, es decir, a los estados de emoción, sentimiento, pasiones, tales como el amor, cariño...

Valores estéticos.—Se caracterizan por el gozo espiritual que producen. Se ocupan directamente de la belleza: la música, pintura, literatura, el arte en general.

Valores individuales.—Afectan primordialmente al ámbito individual/singular de la persona, o bien hacen referencia a la autonomía e independencia respecto a las instituciones, como la conciencia, la intimidad, autonomía, libertad...

Valores morales.—Se ocupan de la valoración ética, es decir, de la bondad o malicia de las acciones humanas, atendiendo al fin o al deber, lo mismo en el plano individual que social: justicia, honradez, verdad, tolerancia.

Valores sociales.—Afectan a las relaciones interpersonales e institucionales: las leyes, el bien común, el diálogo, la amistad, la familia. Su vinculación a los valores afectivos es grande.

Valores ecológicos.—Directamente ponen al hombre en relación con la naturaleza o medio natural, vegetal o animal: playa, montaña, árboles, animales.

Valores instrumentales.—Son los que apreciamos como proceso o por los resultados que producen; más que en sí mismos, por los beneficios que nos reportan. Son más medios que fines: el coche, las medicinas, la vivienda, el vestido, tecnología...

Valores religiosos.—Valores que se aceptan por la fe, como fin o como medio: Dios, religión...

Dado que en nuestro test utilizaremos la técnica de calificación de palabras, partimos de la definición de cada categoría [11] para, a partir de ella, elaborar un banco de términos, del que se seleccionan veinticinco palabras o expresiones con las que desarrollamos y tratamos de precisar aún más el contenido de cada categoría. Cuando pedimos al sujeto que califique cada una de estas palabras, serán estos veinticinco términos los que dan contenido a las respectivas categorías de valor.

5. Gradación.—Gradación es la distinta intensidad valorativa con que se aprecia o se presenta tanto el polo positivo como el polo negativo de un valor. Un valor, positivo o negativo, puede aparecer

Tabla 1. Valores corporales			
con mayor o menor fuerza; no se trata de valer o no valer, sino de valer más o menos [12]. Una obra literaria, por ejemplo, puede tener mayor o menor valor artístico, ser buena o muy buena, mala o malísima.	En el test se contemplan dos grados de intensidad positiva y dos grados de intensidad negativa en la reacción del sujeto.	banco de ítems De acuerdo con el marco teórico descrito, una vez que disponemos del sistema de categorías previamente definidas que hemos expuesto en el apartado anterior, preparamos un banco ítems	para cada una de ellas:
	2.3. <i>Proceso de elaboración</i>		
	2.3.1. <i>Elaboración de un</i>		

abrigarse
alimentarse

andar			
asearse			
aspirina	deporte	lavarse	refresco
balsamo	descanso	limpio	resistencia
boligrafo	dormir	marisco	
cafe	ducharse	masaje	robustecer
cafe/beber	energía	medicina	ropa/vestir
comida	fiológico	nutrición	salud
correr	forma física	organismo	saludable
cuerpo	fortalecer	pastelería	sano
curar	fuerza	pastel	sexualidad
defenderse	gimnasio	peinarse	siesta
defensas or- gánicas	higiene	profilaxis	tonificante
dentífrico	inmune	reconstituyente	tumbarse

vacuna			
vida	abstracción	creatividad	información
vigor	alumno	cultura	ingenio
vidalidad	analizar	deducir	instituto
vitamina	aprender	demonstrar	instrucción
	argumentar	discurrir	inteligencia
	asignatura	discutir	inventar
	atención	enseñar	inventiva
	biblioteca	entendimiento	investigación
	certeza	escuela	lectura
	ciencia	estudiar	leer
	comparar	exacto	libro
	comprobar	idear	lógica
	conocimiento	imaginar	
<i>Tabla 2. Valores intelectuales</i>			

memoria			
método	sagacidad	abrazo	buen humor
objetividad	sentido común	abuelo/a	caricia
observar	sistematicidad	acariciar	cariño
pensar	universidad	afectividad	casarse
percepción	verdad	agradable	compasión
periódico	verificable	alegría	consuelo
profesor		amar	dicha
razonar		amistad	diversión
reflexión		aprecio	emoción
revista		autoestima	enamorados
saber		beso	entusiasmo
<i>Tabla 3. Valores afectivos</i>			

sencillez
sinceridad
tenacidad

trabajo veracidad virtud voluntad	acompañar amabilidad anfitrión asamblea aseo asociación ayuda bien común caballerosidad ciudad	ciudadano civismo colaborar comité compañerismo compañía comunicación comunidad confianza consenso	constitución conversar convivencia corporación cortesía deferencia delicadeza derechos diálogo ellos escuchar
--	---	---	---

Tabla 7. Valores sociales

estado

etnia extravertido leyes galantería modales grupo multicultural hospedar nación hospitalidad nacional igualdad de oportunidades nosotros institución pluralismo internacional política invitar relacionarse respeto reunión saludar florido sociable	sociedad fiesta solidario tertulia tolerante tú urbanidad vecinos visitar votar	ecológicos	agricultura agua animales árboles biodegradable biosfera bosque botánica campo césped clima ecología ecologista ecosistema embalse
---	--	------------	--

Tabla 8. Valores

ganado
jardín

lago

lluvia mar medio ambiente población naturaleza forestal nieve reserva parque parque natural siembra vegetación zona verde zoológico reciclar recursos naturales	instrumentales	ahorros alicates aparato aplicar ascensor automático automoción batidora bricolage brújula capaz capital coche	destreza dinero economizar eficacia electricidad electrodoméstico electrónico energía frigorífico funcionamiento habilidad herramienta
--	----------------	--	---

Tabla 9. Valores

industria		
informática		
ingeniería		
instrumental		
lotería	máquina	
medios		
microondas		
millones		
moneda		
moto		
motor		
operatividad		
ordenador		
oro		
patrimonio		
práctico		
pretecnología		
procedimiento		
profesionalidad	propiedad	
radar		tornillo
rentabilidad		transformador
riqueza		utilidad
salario		vestido
sueldo		zapatos
técnica		

Tabla 10. Valores religiosos

adorar
 alma
 ángel

ascético
 bautismo
 bendecir
 Biblia
 caridad
 catequesis
 cielo
 confesar
 creyente
 culto
 Dios
 divinidad
 doctrina
 dogma
 ermitaño
 espíritu
 espiritual
 eternidad
 eterno
 Evangelio
 éxtasis
 fe
 iglesia
 infinito
 Jesucristo
 liturgia
 milagro
 misa
 místico
 monasterio
 monja
 monje
 obispo
 oración
 providencia
 religión
 rezar
 sacerdote
 sacramentos
 sagrado
 santo
 sobrenatural
 templo
 teología
 trascendencia

devoción

fraile

papa

Para dar mayor rigor a nuestro trabajo procedemos a realizar una validación mediante jueces expertos. Como jueces expertos se ha recurrido a los compañeros del grupo de investigación *Innovación y mejora de la educación en Andalucía*, todos ellos especialistas en educación, a quienes se entregó la definición de cada categoría acompañada del banco de términos correspondiente, pidiéndoles que puntuaran de 1 a 5 cada una de las expresiones, según el grado de adecuación que, de acuerdo con su criterio, hubiese entre cada término y la definición de la categoría en la que había sido incluido. El criterio de selección fue elegir las palabras o expresiones que obtuvieron la puntuación media más alta y que presentaron menor grado de dispersión en la respuesta. Todas las palabras elegidas tuvieron una media mayor o igual que tres. Los ítems seleccionados pasan a formar parte del test definitivo. Los bloques de cada categoría de valor se distribuyen como sigue:

1 - 25 = valores corporales

26 - 50 = valores intelectuales

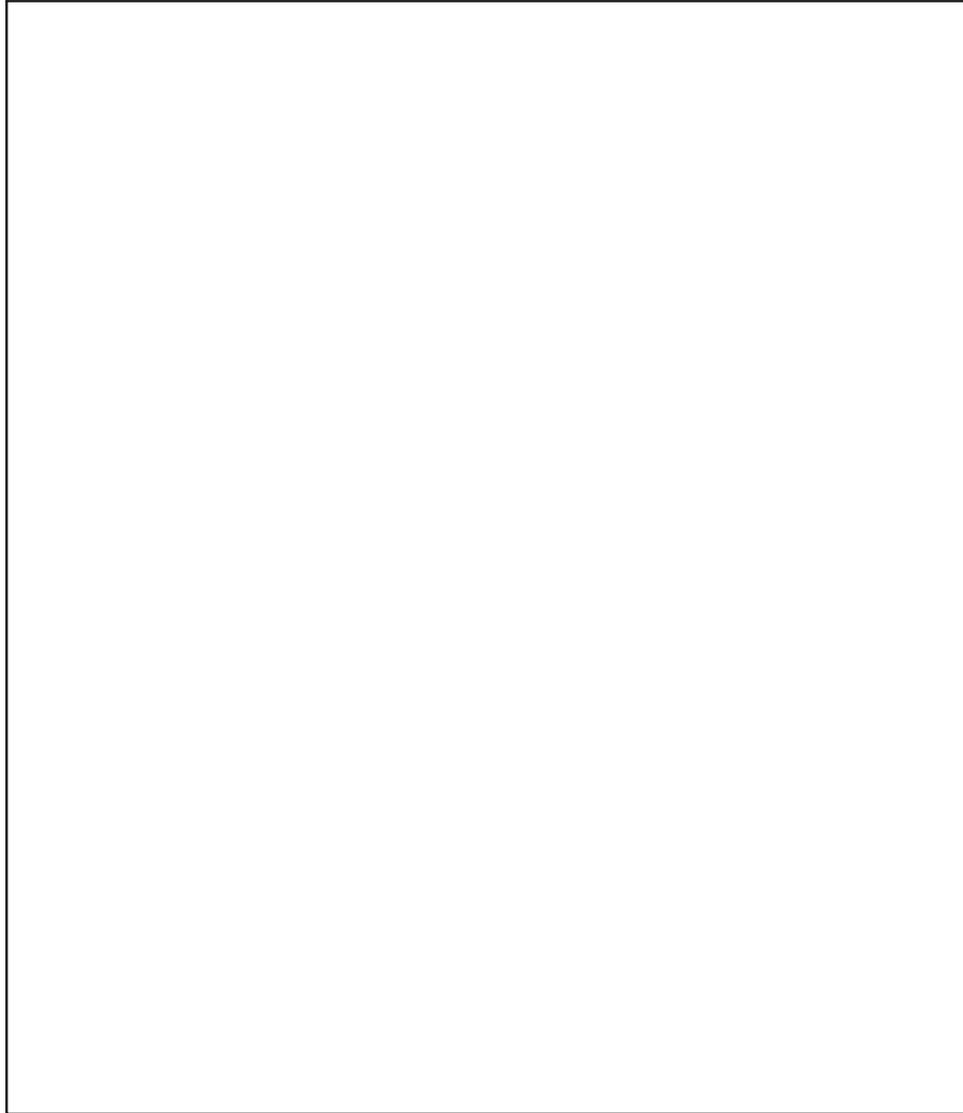
51 - 75 = valores afectivos

	MA	A	I	D	MD	
les						
126-150 = valores morales	101	AUTENTICIDAD	O	O	O	O
	O					
151-175 = valores sociales	102	AUTOAFIRMACION	O	O	O	O
	O					
176-200 = valores ecológicos	103	AUTOCONOCIMIEN.		O	O	
	O	O	O			
201-225 = valores instrumen- tales	104	AUTOCONTROL	O	O	O	O
	O					
226-250 = valores religiosos	105	AUTOCRITICA	O	O	O	O
	O					
En las páginas siguientes presentamos el test de valores que hemos elaborado:	106	AUTONOMIA	O	O	O	O
	O					
Ante ti tienes unas series de palabras. No se trata de un exa- men. Solamente tratamos de averiguar si te producen reac- ciones de agrado o de desagrado y en qué medida.	107	AUTORREALIZA.	O	O	O	O
	O					
	108	AUTOSUPERACION	O	O	O	O
	O					
	109	CARACTER	O	O	O	O
	O					
	110	CONCIENCIA	O	O	O	O
	O					
	111	EQUILIBRADO	O	O	O	O
	O					
Como ves, a la derecha de cada palabra hay cinco círculos. Sobre cada uno de ellos apare- cen unas letras:	112	EXPERIENCIA	O	O	O	O
	O					
MA sobre el primer círculo significan «Muy Agradable».	113	IDENTIDAD		O	O	
	O	O	O			
A sobre el segundo círculo significa «Agradable».	114	INDIVIDUAL	O	O	O	O
	O					
I sobre el tercer círculo sig- nifica «Indiferente».	115	INICIATIVA	O	O	O	O
	O					
D sobre el cuarto círculo sig- nifica «Desagradable».	116	INTERIORIDAD	O	O	O	O
	O					
MD sobre el quinto círculo significan «Muy Desagradable».	117	INTIMIDAD	O	O	O	O
	O					
Si la palabra que lees signi- fica algo que te resulta <i>muy agra- dable</i> , marca con una cruz el <i>primer círculo</i> , que está debajo de las letras MA.	118	INTROSPECCION	O	O	O	O
	O					
	119	LIBERTAD	O	O	O	O
	O					
	120	MADUREZ	O	O	O	O
	O					
	121	ORIGINALIDAD	O	O	O	O
	O					
	122	PARTICULAR	O	O	O	O
	O					
	123	PERSONALIDAD	O	O	O	O
	O					
	124	SINGULARIDAD	O	O	O	O
	O					
Si la palabra que lees signi- fica alguna cosa que para ti re- sulta <i>agradable</i> , haz una cruz sobre el <i>segundo círculo</i> , que está debajo de A.	125	SUBJETIVIDAD	O	O	O	O
	O					
	126	BIEN	O	O	O	O
	O					
Si la palabra que lees signi- fica algo que te resulta <i>indife- rente</i> , es decir, ni agradable ni desagradable, haz una cruz en el <i>círculo del centro</i> que está de- bajo de I.	127	BONDAD	O	O	O	O
	O					
	128	DEBERES	O	O	O	O
	O					

Si lo que la palabra significa
te resulta *desagradable*, marca
el *cuarto círculo*, que está debajo
de la letra D.

MA A I D MD

26 ABSTRACCION	O	O	O	O	O		
27 ANALIZAR	O	O	O	O	O		
28 APRENDER	O	O	O	O	O		
29 ARGUMENTAR	O	O	O	O	O		
30 ATENCION	O	O	O	O	O		
31 BIBLIOTECA	O	O	O	O	O		
32 CIENCIA	O	O	O	O	O		
33 COMPROBAR			O	O	O	O	O
34 CONOCIMIENTO	O	O	O	O	O		
35 CREATIVIDAD	O	O	O	O	O		
36 CULTURA	O	O	O	O	O		
37 DEDUCIR	O	O	O	O	O		
38 DEMOSTRAR			O	O	O	O	O
39 DISCURRIR	O	O	O	O	O		
40 INTELIGENCIA	O	O	O	O	O		
41 INVESTIGACION	O	O	O	O	O		
42 LECTURA	O	O	O	O	O		
43 LOGICA	O	O	O	O	O		
44 MEMORIA	O	O	O	O	O		
45 METODO	O	O	O	O	O		
46 OBSERVAR	O	O	O	O	O		
47 PENSAR	O	O	O	O	O		
48 RAZONAR	O	O	O	O	O		
49 REFLEXION	O	O	O	O	O		
50 SENTIDO COMUN	O	O	O	O	O		



La puntuación en la categoría anterior es de siete puntos.

MA A I D MD

51 ALEGRIA	0	0	0	0	0
52 AMAR	0	0	0	0	0
53 AMISTAD	0	0	0	0	0
54 AUTOESTIMA	0	0	0	0	0
55 BESO	0	0	0	0	0
56 BUEN HUMOR	0	0	0	0	0
57 CARÍÑO	0	0	0	0	0
58 CONSUELO	0	0	0	0	0
59 ENAMORADOS	0	0	0	0	0
60 ESPOSO/A	0	0	0	0	0
61 ESTIMA	0	0	0	0	0
62 FAMILIA	0	0	0	0	0
63 FELICIDAD	0	0	0	0	0
64 HERMANOS	0	0	0	0	0
65 HIJOS	0	0	0	0	0
66 ILUSION	0	0	0	0	0
67 MADRE	0	0	0	0	0
68 NOVIO/A	0	0	0	0	0
69 PADRE	0	0	0	0	0
70 REIR	0	0	0	0	0
71 SENTIMIENTOS	0	0	0	0	0
72 SER AMADO			0	0	0
73 SERENIDAD			0	0	0
74 SONREIR	0	0	0	0	0
75 TERNURA	0	0	0	0	0
76 ARMONIOSO	0	0	0	0	0
77 ARQUITECTURA	0	0	0	0	0
78 ARTE	0	0	0	0	0
79 BELLEZA	0	0	0	0	0
80 BUEN GUSTO	0	0	0	0	0
81 CINE	0	0	0	0	0
82 COLOR	0	0	0	0	0
83 CONCIERTO			0	0	0
84 DANZA	0	0	0	0	0
85 ELEGANCIA	0	0	0	0	0
86 EMBELLECEER	0	0	0	0	0
87 ESCULTURA			0	0	0
88 ESTETICA	0	0	0	0	0
89 FOTOGRAFIA	0	0	0	0	0
90 LITERATURA	0	0	0	0	0
91 MONUMENTO	0	0	0	0	0
92 MUSEO	0	0	0	0	0
93 MUSICA	0	0	0	0	0
94 NOVELA	0	0	0	0	0
95 OPERA	0	0	0	0	0
96 ORQUESTA	0	0	0	0	0
97 PINTURA	0	0	0	0	0
98 POESIA	0	0	0	0	0

MA A I D MD

99 PROPORCIONADO
100 TEATRO

<input type="checkbox"/>					
<input type="checkbox"/>					

MA A I D MD

151 AMABILIDAD	0	0	0	0	0
152 ASOCIACION	0	0	0	0	0
152 BIEN COMUN	0	0	0	0	0
154 CIVISMO	0	0	0	0	0
155 COLABORAR	0	0	0	0	0
156 CONSTITUCION	0	0	0	0	0
157 CONVERSAR	0	0	0	0	0
158 CONVIVENCIA	0	0	0	0	0
159 DERECHOS			0	0	0
160 DIÁLOGO	0	0	0	0	0
161 ESCUCHAR			0	0	0
162 ESTADO	0	0	0	0	0
163 HOSPITALIDAD	0	0	0	0	0
164 IGUALDAD DE OPOR.			0	0	0
165 LEYES	0	0	0	0	0
166 PLURALISMO	0	0	0	0	0
167 POLITICA	0	0	0	0	0
168 RELACIONARSE	0	0	0	0	0
169 RESPETO	0	0	0	0	0
170 REUNION	0	0	0	0	0
171 SOCIABLE	0	0	0	0	0
172 SOCIEDAD	0	0	0	0	0
173 SOLIDARIO	0	0	0	0	0
174 TOLERANTE	0	0	0	0	0
175 VOTAR	0	0	0	0	0

MA A I D MD

176 AGRICULTURA	0	0	0	0	0
177 AGUA	0	0	0	0	0
178 ANIMALES	0	0	0	0	0
179 ARBOLES	0	0	0	0	0
180 BIOSFERA	0	0	0	0	0
181 BOSQUE	0	0	0	0	0
182 BOTANICA	0	0	0	0	0
183 CAMPO	0	0	0	0	0
184 CLIMA	0	0	0	0	0
185 ECOLOGIA	0	0	0	0	0
186 LAGO	0	0	0	0	0
187 LLUVIA	0	0	0	0	0
188 MAR	0	0	0	0	0
189 MEDIO AMBIENTE	0	0	0	0	0
190 MONTE	0	0	0	0	0
191 NATURALEZA	0	0	0	0	0
192 PARQUE NATURAL	0	0	0	0	0
193 PROTEC. AMBIENTAL	0	0	0	0	0
194 RECICLAR	0	0	0	0	0
195 RECURSOS NATUR.			0	0	0
196 REPOB. FORESTAL	0	0	0	0	0
197 RIO			0	0	0
198 VEGETACION	0	0	0	0	0
199 ZONA VERDE	0	0	0	0	0
200 ZOOLOGIA	0	0	0	0	0

3. *Aplicación.*

Puede ser individual o colectiva. No se pone límite de tiempo. Las alternativas de respuesta de nuestro test son cinco: MA (muy agradable), A (agradable), I (indiferente), D (desagradable), MD (muy desagradable). Se pide a la persona que lea cada una de las palabras y marque el círculo correspondiente al tipo e intensidad de su reacción.

Por su vocabulario y forma de aplicación, consideramos que nuestro test es adecuado para alumnos que cursan niveles educativos comprendidos entre el bachillerato y la enseñanza universitaria.

4. *Corrección.*

Cada persona puede corregir su propio test de acuerdo con el siguiente procedimiento:

Contar en la primera categoría el número de veces que ha marcado «MA», «A», «I», «D» y «MD», y colocar la puntuación debajo de la columna correspondiente. Para cerciorarse de que no ha olvidado calificar ninguna palabra, comprobará que hizo un total de 25 marcas.

Multiplicar por 2 el resultado obtenido de MA.

Multiplicar por 1 el resultado obtenido de A.

Multiplicar por 0 el resultado obtenido de I.

Multiplicar por -1 el resultado obtenido de D.

Multiplicar por -2 el resultado obtenido de MD.

Sumar el resultado de estas multiplicaciones nos dará la puntuación de la categoría.

Proceder igual con el resto de las categorías.

Por ejemplo, supongamos que un sujeto responde de la siguiente manera en una categoría:

5. Resultados de un caso

A título ilustrativo ofrecemos los resultados obtenidos en la aplicación de nuestro test por nuestro grupo de alumnos de primer curso de Pedagogía de la Universidad de Granada. De una población accesible de 130 alumnos participó una población disponible de 103 sujetos, de la que se utilizó una muestra de 63, siendo el tamaño muestral próximo al 50% (48,46%).

Para el análisis de fiabilidad recurrimos al sistema de pruebas paralelas del mismo test. Analizamos los resultados mediante la prueba Theta de Carmines, que obtenemos aplicando el subprograma 4M del programa informático de análisis estadístico BMDP. Los datos obtenidos arrojaron el siguiente balance:

Tabla 12. Análisis de fiabilidad

<i>Categorías</i>	<i>Theta de Carmines</i>
Corporales	0.5555
Afectivos	0.7838
Intelectuales	0.8466
Estéticos	0.8424
Individuales	0.8653
Sociales	0.7971
Instrumentales	0.8450
Morales	0.8720
Ecológicos	0.8440
Religiosos	0.9343

Las puntuaciones obtenidas muestran el grado de fiabilidad para cada una de las categorías, rebasando el punto medio en todos los casos, y aproximándose a 1 (máxima puntuación posible)

la mayor parte de las categorías. El nivel de fiabilidad se mueve entre medio y alto.

Las puntuaciones medias nos permiten ordenar las categorías en la siguiente escala:

Tabla 13. Jerarquía de valores

Categorías	Puntuación media
Afectivos	41.888
Ecológicos	35.587
Morales	30.174
Individuales	27.873
Estéticos	26.571
Corporales	25.428
Sociales	25.015
Intelectuales	22.254
Religiosos	21.619
Instrumentales	17.349

Gráficamente queda como sigue:

Como valores supremos destacan los afectivos y ecológicos, cuya expresión numérica pone de relieve que la reacción del grupo tiende a ser de «muy agradable» en el primer caso, mientras que los valores ecológicos aparecen casi en el punto medio entre «muy agradable» y «agradable». Ocupando lugares centrales, dentro de la reacción «agradable», con tendencia a aumentar aparecen los valores morales, individuales, estéticos, corporales y sociales. Dentro de la reacción de agrado, pero aproximándose progresivamente a la reacción de indiferencia encontramos los valores intelectuales, religiosos e instrumentales.

Tanto si se trata de la puntuación de un sujeto como si se trata

de la puntuación media de un grupo, para cada una de las categorías, la correspondencia entre expresión numérica y expresión cualitativa es: Muy agradable= 50. Agradable= 25. Indiferente= 0. Desagradable= —25. Muy desagradable= —50.

Dado que la puntuación media que se puede obtener se mueve entre 50 (máxima reacción positiva) y —50 (máxima reacción negativa), a la vista de los resultados constatamos la jerarquía de valores de nuestro grupo de alumnos, destacando el hecho de que éste, considerado en conjunto, se manifestó ante las categorías propuestas dentro de la reacción positiva de agrado, si bien con diferente intensidad. Esto indica que todas las categorías propuestas en nuestro test están vigentes, en general, como valores de polaridad positiva para este grupo.

Los resultados obtenidos fueron objeto de reflexión individual y de discusión en grupo. Básicamente, sin embargo, el test se presentó a nuestros alumnos, como futuros profesionales de la educación, con la misma finalidad que se ofrece ahora este trabajo: aportar un instrumento y unas estrategias de elaboración de instrumentos para el conocimiento y evaluación de los valores de una persona y de un grupo.

Dirección de la autora: Pilar M. Casares García, Departamento de Pedagogía, Facultad de Ciencias de la Educación, Campus Universitario de Cartuja, Universidad de Granada. 18071, Granada.

Fecha de la versión definitiva de este artículo: 30.XII.1995

NOTAS

- [1] Cfr. FRONDI, R. (1977) *Introducción a los problemas fundamentales del hombre*, p. 481, (México, FCE).
- [2] Cfr. CEMBRANOS, C.; BARTOLOMÉ, M. et al. (1981) *Estudios y experiencias sobre educación en valores*, pp. 21 y ss., (Madrid, Narcea).
- [3] Cfr. HOWE, L. Y HOWE, M. (1979) *Cómo personalizar la educación. Perspectivas de la clarificación de valores*, p. 19, (Madrid, Santillana).
- [4] Tanto en los párrafos del preámbulo como en los artículos que se citan, se menciona explícitamente el término «valor». Esto es interesante y nos parece representativo porque pone de manifiesto que los valores están el pensamiento y el propósito de los redactores de la ley.
- [5] Aunque no es objeto del presente trabajo, queremos, al menos, hacer notar que