

## Os valores do brasileiro: uma década de pesquisa

Alvaro Tamayo  
Universidade de Brasília

O meu interesse pelo estudo dos valores começou em 1986 no contexto da mesa redonda intitulada "*Quem é o brasileiro*", que durante vários anos foi incluída no programa científico da Reunião anual da Sociedade de Psicologia de Ribeirão Preto e que tinha como objetivo acumular conhecimentos científicos capazes de contribuir para uma melhor compreensão do brasileiro. Nela eram discutidas pesquisas realizadas na área da psicologia social sobre aspectos cognitivos, atitudinais, sociais e comportamentais do brasileiro. Ao iniciar o estudo dos valores, a minha preocupação principal foi identificar a importância dos mesmos para o brasileiro, numa tentativa de compreender a sua estrutura axiológica e de poder compará-la com a hierarquia dos valores estabelecida em outros países, particularmente nos Estados Unidos. Desde o início tive também a preocupação de estudar as diferenças regionais relativas às prioridades axiológicas, bem como o impacto da idade, do gênero e do nível socioeconômico sobre os valores (Tamayo, 1986; 1988). Estes interesses de pesquisa, estritamente vinculados com a preocupação de entender *quem é o brasileiro*, desenvolveram-se progressivamente e transformaram-se numa das minhas linhas de pesquisa, com numerosos projetos, e teses de mestrado e doutorado e, inclusive, consultorias em empresas. Desta forma, além de estudar os valores sociais, passei a pesquisar os valores sexuais (Tamayo, 1993a; Tamayo & Barbosa, 1993; Tamayo, Resende, Barros, Madureira & de Souza, 1995) e, mais recentemente, os valores

organizacionais (Tamayo, 1996; Tamayo & Gondim, 1996) e os valores no trabalho (Borges, 1998). O objetivo deste trabalho é apresentar, brevemente, a evolução, durante os últimos anos, dos meus interesses de pesquisa na área dos valores, e algumas das contribuições que tenho dado nesta área.

Convém explicar porque o que, inicialmente, estava programado para uma ou duas pesquisas, no contexto da tentativa de esclarecer *quem é o brasileiro* e com o objetivo preciso de identificar as suas prioridades axiológicas, se transformou numa linha de pesquisa que perdura já por mais de uma década. O referencial teórico da minha primeira pesquisa na área dos valores foi a teoria e os achados de Rokeach que liderou durante quase duas décadas a investigação axiológica. Este referencial era o mais avançado no momento. Ele tinha dois grandes problemas que me incomodaram desde o primeiro contato que tive com a sua teoria e estratégias de medida: o modelo ordinal da medida dos valores, e a falta de estrutura no valores. O primeiro problema era fácil de contornar e, na minha primeira pesquisa, já tentei uma solução ao substituir a ordenação dos valores por uma escala para a avaliação de cada um deles. O segundo exigia mais criatividade e dedicação. Portanto, contentei-me com realizar comparações entre os grupos (gênero, idade etc.) no nível de cada um dos valores com as dificuldades inerentes no momento de tentar uma discussão e explicação dos resultados. Esta situação provocou em mim uma certa frustração e

foi, sem dúvida, um fator importante para que eu considerasse encerrada a minha incursão na área dos valores. Em 1987 Schwartz e Bilsky publicaram um artigo no *Journal of Personality and Social Psychology* intitulado "*Toward a universal psychological structure of human values*". Eu não tomei conhecimento desta publicação porque, como o meu interesse pelos valores tinha sido passageiro, eu não estava acompanhando a literatura nesta área de forma sistemática. Em 1989 foi convidado por Schwartz para participar de uma pesquisa intercultural. Ao ler a documentação que ele me encaminhou, a publicação de 1987 e um manuscrito, encontrei resposta aos meus questionamentos relativos à medida e à falta de estrutura e fiquei entusiasmado com os elementos teóricos propostos. Aceitei com prazer participar da equipe de pesquisa intercultural e comecei a trabalhar com este novo referencial teórico e metodológico.

Para facilitar a apresentação de algumas das minhas contribuições nesta área, dividi este trabalho nos seguintes pontos: 1) contribuições teóricas, 2) aprimoramento da medida, 3) pesquisa intercultural, 4) pesquisas empíricas, e 5) conclusões.

### Contribuições teóricas

A partir dos anos 60 o estudo dos valores foi dominado pela teoria e estratégias de mensuração introduzidas por Rokeach (1973). Nos últimos anos têm ocorrido mudanças importantes e progressivas na teoria dos valores e na avaliação dos mesmos. Serão discutidos aqui dois aspectos nos quais considero ter contribuído positivamente. Em primeiro lugar, estudos teóricos sobre o significado da palavra valor na linguagem cotidiana e, em segundo lugar, contribuições para a teoria motivacional dos valores.

### A palavra valor na linguagem cotidiana

A psicologia contemporânea dá grande importância à significação que é dada as palavras na linguagem cotidiana. Do ponto da compreensão psicológica, o sentido com o qual são utilizadas as palavras na linguagem cotidiana é mais importante do que o sentido técnico das mesmas. A palavra valor diz respeito à oposição que o ser humano estabelece entre o principal e o secundário, entre o essencial e o acidental, entre o desejável e o indesejável, entre o significativo e o insignificante. Ela expressa a ausência de igualdade entre as coisas, os fatos, os fenômenos ou as idéias. Desta forma, a palavra valor aplica-se em todas aquelas circunstâncias em que uma delas é julgada superior à outra, em que uma delas é objeto de uma preferência. O valor implica, portanto, o rompimento da indiferença do sujeito diante dos objetos, dos eventos ou das idéias. A manifestação de preferência por algo ou por alguém é, talvez, o comportamento mais comum da vida cotidiana. Neste sentido, a palavra valor expressa uma experiência comum a todo ser humano (Tamayo, 1993b).

Do ponto de vista da etimologia, a palavra valor deriva-se do verbo latino *valere* que significa estar em boa saúde. Os romanos cumprimentavam às pessoas com a palavra *vale* que é um voto de boa saúde. *Valere* significa também fazer um esforço, ser forte, ser corajoso, ser valente. O valor refere-se, primariamente, à coragem e à valentia na guerra. Ele expressa uma virtude guerreira, que foi altamente apreciada nas sociedades de tipo militar. O culto aos heróis é um reconhecimento à sua valentia na guerra. "A guerra é uma forma heróica de violência", afirma Nisbet (1982, p.28-29). O panteão de heróis da sociedade ocidental encerra quase exclusivamente soldados e militares. Na linguagem cotidiana, *valer a pena* expressa a idéia de algo que merece um esforço, um trabalho. Os

valores humanos participam desta significação primitiva da palavra valor, já que eles, como princípios que guiam o comportamento, exigem do indivíduo uma boa dose de esforço e de valentia para atingir as metas que eles representam.

Na sociedade contemporânea a palavra valor tem adquirido uma significação basicamente de tipo econômico. Esta evolução está ligada à passagem da sociedade de uma estrutura de tipo militar a uma estrutura de tipo industrial. Desta forma, a significação primária da palavra valor foi substituída progressivamente pela de utilidade econômica. Neste contexto, valor significa, essencialmente, aquilo que faz com que uma coisa seja desejada ou procurada. O valor econômico dos objetos reside, principalmente na sua qualidade e na sua capacidade para satisfazer necessidades do organismo. O valor de um objeto deriva-se, portanto, de algumas das suas características que fazem com que ele possa, em um grupo social específico, ser trocado por uma determinada soma de dinheiro (ou de mercadoria) que constitui, naquele momento, o seu preço ordinário. O grande prestígio da economia nos séculos XIX e XX explica a predominância atual da significação de caráter econômico da palavra valor. Cabe lembrar que o valor de um objeto é a base permanente do seu preço que, geralmente, é acidental e provisório. O valor é aquilo que justifica o preço, que determina se ele é justo. O preço é um fato; o valor é um julgamento, uma crença sobre a qualidade do objeto ou sobre a sua capacidade para satisfazer determinadas necessidades.

Na linguagem cotidiana da matemática, a palavra valor refere-se a uma quantidade, a uma grandeza expressa em número, que pode aumentar ou diminuir. Neste sentido, o seu significado é basicamente de ordem quantitativa. Contudo, ele não esgota a significação da palavra valor, já que esta pode referir-se também ao

valor de  $x$ , a uma incógnita, quer dizer, a um valor desconhecido que é preciso determinar, na resolução de um problema. Neste sentido a palavra valor implica uma atividade do sujeito, uma procura de solução do problema. Esta significação de valor na linguagem da matemática encontra-se também no mundo psicológico dos valores, já que estes são quase sempre a solução de um problema, de ordem existencial, social, moral, religioso ou afetivo, que é colocado ao indivíduo na sua vida cotidiana.

A palavra valor é freqüentemente utilizada como sinônimo de validade; a expressão "o valor de um contrato", por exemplo, indica que ele satisfaz todas as condições jurídicas necessárias para produzir o seu efeito, quer dizer, que ele é válido. A relação entre estas duas palavras na linguagem cotidiana revela que o valor não implica necessariamente uma superioridade excepcional, mas uma simples fidelidade às normas que determinam a natureza das coisas, das idéias ou das pessoas. Finalmente, a palavra valor manifesta a qualidade de um objeto, isto é, aquilo que o define, que faz com que ele seja o que é. Uma coisa não tem mais nenhum valor quando está estragada, quando perdeu as suas qualidades distintivas, quando não se reconhece mais nela a sua essência constitutiva. Assim, o valor expressa uma certa autenticidade, uma fidelidade dos objetos ou das pessoas a sua própria natureza. Os valores humanos também expressam uma fidelidade da pessoa ao seu projeto de vida e/ou aos modelos de comportamento propostos pela sociedade.

O significado da palavra valor na linguagem cotidiana faz referência sistematicamente a elementos de superação ou desenvolvimento da pessoa através de uma procura de autenticidade e fidelidade à sua própria natureza, ao seu projeto de vida, enfatizando o esforço, a valentia e a coragem necessários para esta realização. Em certa forma, a palavra valor expressa mais o

que deve ser e não aquilo que realmente é. Neste sentido, os valores são como o motor que anima continuamente a vida do ser humano e que o leva a se superar incessantemente.

#### A teoria motivacional dos valores

Uma das preocupações persistentes dos pensadores e pesquisadores tem sido identificar a fonte dos valores. As opiniões variam grandemente. Elas vão desde a identificação platônica dos valores com o absoluto (o Bem) até o enraizamento dos mesmos no desejo humano (Ehrenfels, 1890; Lavelle, 1951; 1955). Para Ehrenfels, por exemplo, o valor de um objeto reside exclusivamente na intensidade do desejo que ele desperta no sujeito. Desta forma, o valor é identificado com a *desejabilidade*; a intensidade do desejo é a medida do valor.

Na área da psicologia, os autores falam de necessidades em vez de desejo. Vários deles colocam a fonte dos valores em exigências universais do ser humano (Kluckhohn, 1951; Rokeach, 1973; Schwartz & Bilsky, 1987). Essas exigências preexistem ao indivíduo e são constituídas por 1) *necessidades biológicas* do organismo, 2) *necessidades sociais* relativas à regulação das interações interpessoais e 3) *necessidades socioinstitucionais* referentes à sobrevivência e bem-estar dos grupos.

O indivíduo, para poder dar conta da realidade, tem que reconhecer essas necessidades e planejar ou aprender respostas apropriadas para a sua satisfa-

ção. Esta satisfação, porém, deve acontecer através de formas específicas definidas pela cultura. O desenvolvimento cognitivo e a socialização desempenham um papel capital neste processo. Através do primeiro, o indivíduo capacita-se, progressivamente, para representar conscientemente essas necessidades como valores ou metas a serem atingidas. Desta forma, o indivíduo simboliza as necessidades e as coloca no mundo da cultura. Através da socialização, ele aprende as maneiras culturalmente apropriadas para comunicar com os outros no nível dessas metas ou valores. Por exemplo, as necessidades sexuais podem ser transformadas em valores de intimidade ou amor (Schwartz & Bilsky, 1987).

Tipos	Metas	Serve interesses
Hedonismo	Prazer e gratificação sensual para si mesmo	Individuais
Realização	O sucesso pessoal obtido através de uma demonstração de competência	Individuais
Poder social	Controle sobre pessoas e recursos, prestígio	Individuais
Autodeterminação	Independência de pensamento, ação e opção	Individuais
Estimulação	Excitação, novidade, mudança, desafio	Individuais
Conformidade	Controle de impulsos e ações que podem violar normas sociais ou prejudicar aos outros	Coletivos
Tradição	Respeito e aceitação dos ideais e costumes da sociedade	Coletivos
Benevolência	Promoção do bem-estar das pessoas íntimas	Coletivos
Segurança	Integridade pessoal, estabilidade da sociedade, do relacionamento e de si mesmo	Mistos
Universalismo	Tolerância, compreensão e promoção do bem-estar de todos e da natureza	Mistos

Quadro 1. Tipos motivacionais de valores.

Schwartz e Bilsky (1990) consideram que as exigências universais do ser humano que constituem a fonte dos valores se expressam através de tipos motivacionais. O Quadro 1 apresenta dez tipos motivacionais de valores (TMV) que têm sido identificados empiricamente através de pesquisa transcultural (Schwartz, 1992; 1994). No país, Tamayo e Schwartz (1993) estudaram este problema com duas amostras, uma composta de professores de escola e a outra de estudantes universitários.

A relação entre os tipos motivacionais é dinâmica. Ela foi verificada através do método da Análise do espaço menor (*Smallest Space Analysis*) que é uma técnica de análise multidimensional indicada para determinar a estrutura da similaridade de dados. Através dela os valores são representados como pontos no espaço multidimensional, de tal forma que as distâncias entre eles expressam as relações empíricas entre os valores, determinadas a partir das correlações entre os seus graus de importância, de acordo com as respostas dos sujeitos. Os cinco tipos de valores que expressam interesses individuais (autodeterminação, estimulação, hedonismo, realização e poder social) ocupam, no espaço multidimensional, uma área contígua que é oposta àquela reservada aos três conjuntos de valores que expressam primariamente interesses coletivos (benevolência, tradição e conformidade). Os tipos motivacionais *segurança* e *universalismo*, constituídos por valores que expressam interesses tanto individuais como coletivos, são opostos e situam-se nas fronteiras destas duas áreas (Tamayo & Schwartz, 1993). Schwartz e Bilsky (1987; 1990) postulam compatibilidade entre os tipos de valores que são adjacentes no espaço multidimensional (por exemplo, estimulação e hedonismo, tradição e conformidade) e conflito entre os tipos de valores situados em direções opostas (exemplo: estimulação e conformida-

de, hedonismo e tradição). A busca simultânea de valores pertencentes a áreas adjacentes é compatível porque esse tipo de valores está ao serviço de um mesmo interesse. Desta forma, "as ações tomadas no perseguimento de um tipo de valores têm conseqüências psicológicas, práticas e sociais que podem ser conflituosas ou compatíveis com a perseguição de outro tipo de valores" (Sagiv & Schwartz, 1995, p.438).

A relação estrutural básica entre os valores e entre os tipos motivacionais por eles constituídos, pode ser sintetizada através de duas dimensões bipolares, já verificadas empiricamente, tanto no Brasil (Tamayo, 1993c; 1994a; Tamayo & Schwartz, 1993) como no exterior (Schwartz, 1992; 1994). A primeira, "abertura à mudança versus conservação", ordena os valores com base na motivação da pessoa a seguir os seus próprios interesses intelectuais e afetivos através de caminhos incertos e ambíguos, por oposição à tendência a preservar o *status quo* e a segurança que ele gera no relacionamento com os outros e com as instituições. Teoricamente, situam-se, num dos pólos deste eixo, os valores relativos aos tipos motivacionais "estimulação" e "autodeterminação" e, no outro, os referentes aos tipos "segurança", "conformidade" e "tradição". A segunda dimensão, "autopromoção versus auto-transcendência", apresenta, num dos extremos, os valores relativos aos tipos motivacionais "poder", "realização" e "hedonismo" e, no outro, os valores de filantropia e benevolência. Este eixo ordena os valores com base na motivação da pessoa para promover os seus próprios interesses mesmo à custa dos outros, por oposição a transcender as suas preocupações egoístas e promover o bem-estar dos outros e da natureza.

A teoria motivacional dos valores tem sido submetida à verificação em diversas culturas (Schwartz, 1992; 1994) e os resultados sugerem que esta estrutura é universal. Isto não

significa de forma nenhuma que os valores ou alguns deles sejam universais. O que seria universal seriam as motivações que sustentam os diversos valores existentes nas mais variadas culturas. Assim, a estrutura universal dos valores refere-se 1) aos 10 tipos motivacionais que, teoricamente, respondem ao conteúdo de todos os valores, 2) ao relacionamento dinâmico entre eles que dá origem as relações de compatibilidade e de conflito, e 3) às categorias de interesses, — individual, coletivo e misto — que estão na base dos valores.

Esta nova teoria dos valores utiliza como núcleo a dimensão motivacional e as relações de compatibilidade e de conflito existentes entre as diversas motivações. Convém salientar, por oportuno, que esta dimensão motivacional corresponde aos resultados dos estudos sobre o significado da palavra valor na linguagem cotidiana, brevemente discutidos no parágrafo anterior.

### **Aprimoramento da medida**

Até a década de 1990, os instrumentos mais amplamente usados para a avaliação dos valores eram a escala de Valores de Allport e Vernon (1931), e, particularmente, a escala de valores de Rokeach (1967). A escala de Allport e Vernon avalia seis orientações axiológicas: 1) teórica, definida, fundamentalmente, pela busca da verdade; 2) econômica, enfatiza a utilidade; 3) estética, dá importância à forma e à harmonia; 4) social, enfatiza as limitações humanistas para o amor e o altruísmo; 5) política, dá importância à influência pessoal e ao poder e 6) religiosa, valoriza a busca de experiências transcendentais e místicas. O sistema de valores do indivíduo é definido através de um perfil com base nas suas orientações axiológicas.

A escala de valores de Rokeach (1967) consta de 36 itens distribuídos em duas listas de 18 valores cada, sendo a primeira de valores

terminais (exemplo, liberdade, igualdade, honestidade) e a segunda de instrumentais (independente, leal, honesto). Cada valor é definido operacionalmente através de uma curta frase. O sujeito é solicitado a ordenar os valores de cada lista de acordo com a importância que eles apresentam para ele. Rokeach (1973) utilizou três critérios para a seleção dos 18 valores terminais: 1) a literatura relativa aos valores, 2) a experiência pessoal e 3) um levantamento feito com uma amostra representativa (N=100) dos habitantes de uma cidade estadunidense. Os valores instrumentais foram escolhidos a partir de uma lista de 555 traços de personalidade identificados por Anderson (1968) no vocabulário psicológico (18.000 termos), publicado por Allport e Odbert (1936). Na elaboração das duas listas de valores, os itens semanticamente equivalentes foram eliminados. Os critérios fundamentais para a seleção foram a relevância cultural dos itens e a sua adequação com o conceito de valor. A tradução e adaptação da escala de Rokeach para o Brasil existe desde 1981 (Günther). A popularidade da escala de Rokeach deve-se a três características: 1) a sua sensibilidade para identificar valores específicos que diferenciam grupos sexuais, regionais, políticos, religiosos, econômicos etc., 2) a sua adaptabilidade às mais variadas necessidades e 3) a sua relativa economia, já que com 36 itens podem-se obter resultados bastante ricos.

Vários autores (Braithwaite & Law, 1985, Gorsuch, 1970; Keats & Keats, 1974; Kitwood & Smithers, 1975; Lynn, 1974; Rankin & Grube, 1980) têm criticado o modelo hierárquico da escala de Rokeach, porque para certos sujeitos os valores podem não estar organizados hierarquicamente e vários valores podem apresentar um mesmo grau de importância. Critica-se também a estratégia mesma da classificação dos valores por ordem de importância. Segundo os autores acima mencionados, o pesquisador não

tem certeza se o sujeito, ao responder, considera a série total de valores ou somente alguns deles, com detrimento dos outros. Para solucionar estas dificuldades tem sido modificado o procedimento de avaliação dos valores introduzindo escalas de 5 ou 7 pontos para a avaliação independente de cada um dos valores (Tamayo, 1986; 1988). Outros autores criticam também os critérios utilizados por Rokeach para a seleção dos valores que constituem os itens da escala. O seu caráter intuitivo comprometeria a representatividade dos itens da sua escala (Jones, Sensevic & Ashmore, 1978). Na opinião de Rokeach (1973), porém, os 36 itens do seu instrumento representam, razoavelmente, os mais importantes valores humanos.

Até que ponto os estudos realizados a partir desta amostra de valores expressam a estrutura axiológica de uma sociedade? Vários autores (Braithwaite & Law, 1985; Bond, 1988) têm manifestado preocupação com a representatividade dos valores da escala de Rokeach. Será que eles constituem uma amostra suficientemente representativa dos mais importantes valores humanos? Rokeach (1973) insiste que os 36 valores da sua escala são razoavelmente representativos do universo dos valores. Braithwaite e Law (1985) concluíram, após pesquisa empírica, que a Escala de valores de Rokeach cobre adequadamente a área multidimensional dos valores humanos. Bond (1988) mostrou que alguns dos valores contidos na Chinese Value Survey (Chinese Culture Connection, 1987) complementam adequadamente a amostra axiológica da escala de Rokeach.

Na tentativa de superar todas estas dificuldades, Schwartz (1992) elaborou um Inventário de valores que tem como base a Escala de Rokeach. Com base em instrumentos desenvolvidos em outras culturas e em levantamentos específicos junto a determinadas sociedades,

ela foi acrescida de 21 itens, de tal forma que o número total de valores passou de 36 para 57. Parte dos valores agregados foi tomada de instrumentos desenvolvidos em outras culturas (Chinese Culture Connection, 1987; Hofstede, 1980; Levy & Guttman, 1974, Munro, 1985) e, através de entrevistas com sujeitos muçulmanos e drusos, cujas dimensões axiológicas pareciam não estar suficientemente representadas. A importância dos valores "*como princípios que orientam a minha vida*" é avaliada através de uma escala de 0 a 6. Quanto mais alto o número, mais importante é o valor para a pessoa. Além disso, são utilizados -1 e 7. O primeiro "*significa que o valor é oposto aos princípios que orientam a sua vida*"; 7 "*significa que o valor é de suprema importância como um princípio orientador em sua vida; geralmente, uma pessoa não possui mais do que dois desses valores*". Os sujeitos foram solicitados a ler todos os valores e escolher, primeiro, o valor mais importante, em seguida, os valores opostos aos seus e, finalmente, avaliar o resto dos valores através da escala de 0 a 6. O Inventário de valores de Schwartz tem sido traduzido e adaptado a mais de 20 línguas e utilizado em pesquisa intercultural em mais de 40 países. A tradução e adaptação para o Brasil foram realizadas pelo autor.

Embora o Inventário de valores de Schwartz represente um núcleo dos mais importantes valores humanos, parece indicado e necessário pesquisar a existência de possíveis valores peculiares, ou mesmo específicos, à cultura para a qual se pretende estabelecer as prioridades axiológicas e identificar a sua estrutura motivacional. O autor identificou quatro valores que parecem ser característicos da cultura brasileira. Utilizando um dos métodos apresentados por Rokeach (1979) para identificar os valores de uma sociedade, entrevistei individualmente 20 educadores e ministros de diversas afiliações religiosas. Os sujeitos foram

questionados sobre a existência de um ou mais valores que pudessem ser considerados como sendo específicos aos brasileiros. A convergência entre os sujeitos foi surpreendente e, desta forma, foi fácil identificar quatro valores que parecem ser peculiares aos brasileiros. Esses valores foram: 1) "esperto", definido operacionalmente pelos sujeitos entrevistados como "driblar obstáculos para conseguir o que quero", 2) "sonhador" (ter sempre uma visão otimista do futuro), 3) " vaidade" (preocupação e cuidado com minha aparência) e 4) "trabalho" (modo digno de ganhar a vida). Este último foi sugerido pelos entrevistados como sendo característico da cultura brasileira, por causa dos altos índices de desemprego e das condições nas quais o trabalho é realizado no país. Esses quatro valores foram agregados ao Inventário de valores de Schwartz. Desta forma, aqui no Brasil ele possui 61 itens, em vez de 57. Tamayo e Schwartz (1993) mostraram que os quatro valores postulados como característicos da cultura brasileira se integram adequadamente na matriz motivacional, obtida através da *Smallest Space Analysis*, e apresentam correlações significativas com os valores integrantes do seu respectivo tipo motivacional. Os resultados revelaram também que o valor trabalho não é visto pelos sujeitos como uma forma de autorealização nem como a satisfação de uma necessidade pessoal, mas como um meio para garantir a subsistência da família. Posteriormente Tamayo (1994a) verificou que os quatro valores se integram adequadamente na hierarquia de valores e se situam em níveis relativamente elevados. O trabalho é um dos valores supremos, ele apresentou um dos escores mais altos. Os outros três valores ocuparam posições elevadas na hierarquia, embora mais modestas que a do trabalho, revelando desta forma que eles também são princípios que orientam a vida das pessoas. "Sonhador" se situou no terceiro nível axiológico, com um escore

médio de 3,75. Esse valor que tem como meta manter sempre uma visão otimista do futuro, pode estar relacionado com o "otimismo ingênuo" observado por Rodrigues (1984) em sujeitos brasileiros. "Vaidade" e "esperto" localizaram-se no quarto nível axiológico. Os resultados mostraram também que a " vaidade" tem como meta motivacional atingir prestígio e status social a fim de obter controle ou domínio sobre os outros e que o valor "esperto" é uma forma de autorealização. Os quatro valores postulados como peculiares à cultura brasileira, portanto, ocuparam posições na hierarquia axiológica significativamente mais importantes que a de vários estados de existência ou modelos de comportamento desejáveis, tradicionalmente aceitos como valores, tais como autoridade, respeito à tradição, segurança nacional, riqueza, audacioso, influente e devoto.

O Inventário de Valores de Schwartz avalia os dez tipos motivacionais de valores descritos anteriormente, bem como as duas dimensões em torno às quais se estruturam os valores humanos. Esta nova medida, baseada na teoria motivacional dos valores, permite ter uma abordagem mais psicológica e menos atomística do que os instrumentos anteriores. Pode-se afirmar que com ela o estudo dos valores tem progredido significativamente e conquistado um lugar de ponta nas pesquisas científicas em psicologia.

### Pesquisa intercultural

Em 1989 fui convidado por Schwartz para participar na pesquisa intercultural na área dos valores. Desta forma, o Brasil passou a fazer parte dos mais de 40 países, das mais variadas culturas, que compõem esta equipe. Duas pesquisas de grande porte foram realizadas. A primeira teve como objetivos verificar a teoria em diversas culturas, identificar as prioridades axiológicas de cada país participante e tentar

determinar grupos de países com afinidade axiológica. A segunda pesquisa foi realizada cinco anos depois de primeira com o objetivo de determinar mudanças nos valores. Os dados desta segunda pesquisa ainda estão sendo analisados.

A análise dos valores pode ser realizada em dois níveis diferentes: o nível individual e o nível cultural. O primeiro se utiliza para comparar as prioridades axiológicas de indivíduos ou grupos dentro de uma mesma sociedade ou cultura e o segundo, para comparar sociedades ou culturas entre si. As análises das comparações, ao interior de uma mesma cultura, de prioridades axiológicas inter-individuais e inter-grupais, realizam-se no nível das motivações individuais, das metas que as pessoas se fixam (Tamayo, 1994b). Para este tipo de análise utilizam-se os dez tipos motivacionais de valores e os dois eixos que definem a estrutura bidimensional dos valores, anteriormente discutidos. Ao comparar as prioridades axiológicas entre nações, os dados recolhidos analisam-se levando em consideração as metas axiológicas culturais, compartilhadas coletivamente. Ao passo que os valores individuais expressam a dinâmica de compatibilidade e incompatibilidade que as pessoas experimentam na perseguição dos seus valores na vida cotidiana, os valores de uma sociedade ou de uma cultura refletem as crenças compartilhadas na sociedade sobre o que é bom, desejável e correto. Neste último caso, os valores expressam normas e princípios compartilhados que prescrevem o comportamento que é adequado nas diversas situações.

Quais os eixos culturais em torno aos quais se organizam os valores? Schwartz Ros (1995), a partir de três problemas básicos que enfrentam todas as sociedades, apresentam os elementos para a análise dos valores no nível cultural: 1) toda sociedade enfrenta inevitavelmente o problema resultante do conflito entre

os interesses do indivíduo e os interesses da coletividade e para poder subsistir tem que dar-lhe algum tipo de solução, 2) a sociedade deve estabelecer algum tipo de estrutura para que o comportamento responsável possa ser garantido e 3) toda sociedade tem que definir o tipo de relacionamento com o meio ambiente físico e social.

As soluções dadas à relação indivíduo-grupo têm dado origem a uma importante dimensão cultural, individualismo-coletivismo, que tem sido e continua sendo objeto de numerosas pesquisas (Triandis, 1995). Esta dimensão bipolar expressa o dilema entre os interesses do indivíduo e os interesses do grupo, entre a autonomia e a conservação do *status quo* (Schwartz & Ros, 1995). Algumas sociedades privilegiam relações harmoniosas e estreitas entre os seus membros, nas quais os interesses do indivíduo não são vistos como sendo diferentes dos do grupo. Os valores característicos do pólo da conservação enfatizam a manutenção do *status quo*, da propriedade e da interdição de comportamentos que possam perturbar as normas e as tradições da sociedade. No extremo oposto desta dimensão, encontram-se valores que têm como meta a autonomia da pessoa como sendo uma entidade autônoma, habilitada para perseguir seus próprios interesses e desejos. Os autores distinguem dois tipos de autonomia: intelectual (promoção da independência de idéias, criatividade, procura de soluções novas) e afetiva (promoção da independência do indivíduo para buscar experiências afetivas novas).

As soluções dadas ao problema da estrutura necessária para garantir um comportamento responsável na sociedade oscilam entre a hierarquia e a estrutura igualitária. Certos valores culturais (autoridade, poder social, riqueza, influência etc.) expressam uma preferência nítida pela hierarquia. Eles enfatizam a legitimidade da hierarquia e da distribuição hierárquica de

recursos e de papéis sociais. No pólo oposto desta dimensão encontram-se valores que enfatizam a transcendência de interesses egoístas em prol do bem-estar dos outros, da sociedade em geral (igualdade, justiça social, honestidade, responsabilidade).

Finalmente, as respostas relativas ao tipo de relação da sociedade com a natureza e com o mundo social têm oscilado entre a harmonia e o domínio. O primeiro pólo enfatiza a proteção da natureza, a paz, a beleza, e outros valores que levam a uma adequação harmoniosa com a natureza e com as outras sociedades ou grupos. No pólo do domínio a ênfase é na ação sobre o meio físico e social, com uma marcada tendência em transformar a natureza e, desta forma, favorecer o progresso material, mesmo à custa de destruição da natureza. Além disso, as relações com outros povos são definidas pelo desejo de sucesso e de domínio e pela tendência a impor aos outros a sua imagem do mundo.

Ao analisar empiricamente os valores no nível cultural, surgem grupos de nações que apresentam entre si afinidades nas prioridades axiológicas. Por exemplo, segundo Schwartz e Ros (1995), os países do oeste europeu e o Canadá francês caracterizam-se pela prioridade dada à autonomia intelectual e afetiva, ao igualitarismo e à harmonia e pela pouca ênfase dada à hierarquia, conservação e ao domínio. Os Estados Unidos, junto com o Canadá inglês, enfatizam a autonomia afetiva e o domínio à custa da harmonia, dão importância média ao conservadorismo e à hierarquia e pouca à autonomia intelectual. O Brasil, junto com outros países latino-americanos, situa-se num lugar central do espaço multidimensional, relativamente equidistante dos diversos pólos que definem as três dimensões. Assim, ele apresenta-se como uma mistura de culturas, ainda à procura de uma identidade cultural própria, com tendências tanto ao conservadorismo, à hierarquia

e ao domínio como à autonomia, ao igualitarismo e à harmonia.

### Pesquisas empíricas

As pesquisas por mim realizadas nesta área durante a última década obedecem a interrogações que iam surgindo à medida que avançava neste terreno. A hierarquia dos valores do brasileiro foi a minha primeira preocupação. Associado a este interesse esteve desde o início o desejo de comparar os valores dos brasileiros com as prioridades axiológicas de pessoas de outra cultura. A seguir me interessei em estudar as possíveis diferenças entre diversos setores da população: ricos e pobres, afiliação religiosa (Tamayo, 1986), diversas faixas etárias (Tamayo, 1988), pais e filhos (Tamayo, Matos, Oliveira & Braz, 1995) etc. Posteriormente, a minha curiosidade científica voltou-se para o que poderia ser denominado de antecedentes e conseqüentes dos valores. Como exemplo de antecedentes pode ser mencionada a pesquisa sobre a influência do gênero. Na categoria dos conseqüentes, encontram-se pesquisas relativas à relação das prioridades axiológicas com a orientação política, o consumo de drogas, a escolha profissional e a satisfação no trabalho. Sendo todas elas pesquisas *ex post facto*, a terminologia aqui utilizada de antecedentes e conseqüentes deve ser entendida no contexto da metodologia utilizada. Estas pesquisas foram todas realizadas com o Inventário de Valores de Schwartz, na versão brasileira que, como foi discutido anteriormente, compreende quatro valores característicos da cultura brasileira. A análise dos dados foi realizada levando em consideração os 10 tipos motivacionais de valores (TMV) e a estrutura bidimensional dos valores, discutidos anteriormente.

### Prioridades axiológicas e gênero

O gênero influencia de alguma forma as prioridades axiológicas da pessoa? O meu interesse em relação a esta problemática aumentou quando, discutindo com Schwartz num congresso internacional em Madri, fiquei sabendo que, em pesquisas por ele realizadas em Israel, não tinha observado nenhuma diferença nas prioridades axiológicas de homens e de mulheres. Coloquei para ele que esse resultado dificilmente poderia ser generalizado para o Brasil e que eu tinha a convicção de que aqui existiam diferenças na estrutura axiológica dos homens e das mulheres. A professora Isabel Luján espanhola, que participava da discussão, afirmou que ela acreditava que no seu país também existiam diferenças de gênero. Foi assim como decidi estudar o impacto do gênero sobre as prioridades axiológicas (Tamayo, 1996a). A pesquisa foi realizada com uma amostra de 1410 adolescentes de diversas regiões do país, sendo 47% do sexo masculino e 53% do sexo feminino. Todos eram estudantes de escolas públicas (31%) ou privadas (68%). O gênero teve impacto sobre oito dos dez TMVs. Os escores foram superiores para os sujeitos de sexo feminino em autodeterminação, traição, conformidade, benevolência, seguridade e universalismo. O escore nos TMVs estimulação e hedonismo foi superior para os sujeitos de sexo masculino. Observe-se que em todos os TMVs compostos por valores coletivistas ou misto, o escore das mulheres foi superior ao dos homens. Isso não significa, porém, que as prioridades axiológicas das mulheres sejam exclusivamente coletivistas; elas superaram os homens na importância dada à autodeterminação, cujas metas são individualistas. Os TMVs nos quais o escore foi superior para os homens são compostos exclusivamente por metas individualistas.

O gênero teve impacto também sobre três dos quatro fatores de segunda ordem que cons-

tituem a estrutura bidimensional dos valores. O escore dos homens foi superior em autopromoção e o das mulheres em conservadorismo e autotranscendência. Esses resultados mostram claramente que as prioridades axiológicas das mulheres são predominantemente coletivistas e altruístas, ao passo que as dos homens são de autopromoção.

### Valores de adolescentes brasileiros e estadunidenses

Se os valores expressam metas e princípios que guiam o comportamento da pessoa, é provável que existam diferenças nas prioridades axiológicas de adolescentes originários de sociedades e culturas diferentes. Do ponto de vista axiológico, quais são as diferenças entre brasileiros e norte-americanos? As duas sociedades certamente apresentam características culturais diferentes que, de uma ou outra forma, devem determinar as prioridades axiológicas. Para estudar este problema utilizei uma amostra composta por 140 adolescentes, estudantes na Escola Americana de Brasília. Os resultados da Anova 2X2 (nacionalidade e gênero) revelaram escores superiores para os brasileiros nos tipos motivacionais *hedonismo* (p 0,006), e *poder social*, (p 0,001). Os adolescentes estadunidenses apresentaram escore superior no tipo motivacional *realização* (*achievement*) (p 0,02). Também foram observadas diferenças no nível de dois fatores de ordem superior: o escore dos norte-americanos foi superior em individualismo (p 0,05) e o dos brasileiros em autotranscendência (p 0,04). A interação observada neste fator ajuda a compreender a superioridade dos brasileiros em autotranscendência. Ao passo que no grupo de adolescentes estadunidenses não existe diferença entre homens e mulheres na importância dada à autotranscendência, no grupo dos brasileiros o escore neste

fator é nitidamente superior para as mulheres (Tamayo, 1993c).

Do ponto de vista motivacional, os adolescentes brasileiros manifestaram preferência pelos valores que têm como meta o prazer, ao passo que os estadunidenses deram mais importância aos valores de realização, que visam o sucesso pessoal através da demonstração de competência pessoal. Este resultado sintetiza diferenças importantes existentes entre as duas sociedades estudadas: a brasileira é a cultura do prazer e da sensualidade, enquanto a estadunidense é a cultura da realização e do sucesso.

#### **Prioridades axiológicas e consumo de drogas**

A relação entre consumo de droga, valores sociais e fatores socioculturais em geral tem sido enfatizada pelos pesquisadores. Com base em resultados de pesquisas empíricas pode-se postular que os valores de usuários de droga diferem, quando comparados aos dos não usuários, no seu conteúdo e, mais provavelmente, nas prioridades dos mesmos. Este problema foi estudado com uma amostra de 194 estudantes universitários. O grupo experimental foi constituído por 92 sujeitos (51 homens e 41 mulheres). O critério utilizado para definir o grupo de usuários foi o uso de drogas ao menos uma vez por semana. A maior parte eram usuários de maconha e alucinógenos, com frequência de uso entre uma e duas vezes por semana. O grupo controle foi constituído por sujeitos que nunca tinham utilizado drogas ilícitas. Na dimensão axiológica abertura à mudança *versus* conservadorismo, os usuários apresentaram escores superiores em abertura à mudança e os não usuários no pólo do conservadorismo. Assim, do ponto de vista axiológico, os usuários caracterizam-se pela busca de novas formas de pensar, de sentir e de se comportar, numa tentativa de fugir do *status quo*, da ordem estabelecida.

Além disso, no eixo da autotranscendência *versus* autopromoção, eles enfatizam, mais do que os não usuários, o hedonismo e o universalismo (Tamayo, Nicaretta, Ribeiro & Barbosa, 1995).

#### **Prioridades axiológicas e orientação política**

A relação teórica dos valores com as ideologias (Macridis, 1982) estimulou a minha curiosidade para estudar o impacto das prioridades axiológicas das pessoas sobre a sua orientação política. Este problema foi pesquisado com uma amostra composta de 347 estudantes universitários de instituições particulares e públicas. Os sujeitos foram selecionados em 39 departamentos diferentes. Do ponto de vista da orientação política dos sujeitos a distribuição foi a seguinte: 129 de esquerda, 193 de centro e 23 de direita.

Os escores dos sujeitos de esquerda e centro, quando comparados com os dos sujeitos da direita, foram maiores em universalismo e autodeterminação e menores em segurança. Isto significa que os de esquerda e centro enfatizam mais do que os da direita os valores que têm como meta promover a compreensão e o bem-estar de todos, a igualdade, a criatividade e a liberdade e menos os valores de segurança nacional, poder e estabilidade. Esses resultados coincidem com a descrição que vários autores modernos apresentam da esquerda, particularmente da nova esquerda. Macridis (1982) afirma que a esquerda procura um mundo novo, que é exatamente o inverso do que ela vê nas sociedades industriais contemporâneas. A sua opção é decididamente pela qualidade. Segundo ele, as características desse novo mundo são o individualismo, a simplicidade, a autogestão, a liberdade, a igualdade, a paz, a cooperação, a tolerância e o sentimento. Essas características da ideologia de esquerda coincidem com os valores que constituem os tipos motivacionais universalismo e autodeterminação.

A análise no nível da estrutura bidimensional dos valores também revelou diferenças importantes entre as três orientações políticas. Nos fatores *abertura à mudança* e *autotranscendência* os escores do grupo de direita foram inferiores aos dos outros dois grupos. As diferenças observadas entre a esquerda e a direita no nível do fator *abertura ao cambio* não são surpreendentes. O espaço político mais simples e mais utilizado é o da dimensão direita-esquerda. Geralmente os politólogos consideram que o verdadeiro elemento discriminador entre a esquerda e a direita é a atitude favorável ou desfavorável às políticas de mudança no *status quo* (Bobbio, Matteucci, & Pasquini, 1994; Lipset & Altbach, 1969; Stokes, 1963). Segundo Hayek (1983), uma das principais características da orientação política de direita é o medo da mudança, a desconfiança em relação ao novo enquanto tal, ao passo que a ideologia de esquerda se baseia na disposição de permitir que as mudanças e as transformações sigam seu curso, mesmo quando é difícil prever aonde elas levarão a sociedade. Os valores do fator *abertura à mudança* têm como meta exatamente a procura de caminhos novos na forma de pensar, de agir, de governar numa tentativa de superar o *status quo*. A relação, portanto, entre as prioridades dos valores de abertura ao câmbio e à orientação política de esquerda não é surpreendente.

No fator de *autotranscendência*, a diferença entre a direita e as outras duas orientações políticas consideradas é nítida. Os sujeitos de esquerda e centro apresentaram escores mais elevados do que os da direita nos valores de autotranscendência que têm como meta a procura do bem-estar dos outros, mesmo à custa dos seus interesses pessoais. Hayek (1983) afirma que é da natureza dos homens tornar o bem-estar dos outros seu objetivo básico. As diferenças nas prioridades axiológicas de autotranscendência entre os sujeitos de direita e de

esquerda não parecem, contudo, ser resultado de uma tendência natural do ser humano, mas de uma aprendizagem. É provável que esta aprendizagem seja, em parte, resultado do próprio projeto de identificação proposto pela sociedade a cada indivíduo através de expectativas e ideais formulados para ele e que definem a orientação geral do seu destino. Como é sabido, este projeto varia em função do gênero, do nível socioeconômico, da religião, da própria tradição familiar etc. Desta forma, as pessoas que aprendem a considerar os outros como elemento integrante do seu próprio *self* (Josephs, Markus, & Tafarodi, 1992; Kashima et alii, 1995; Markus & Kitayama, 1991; Sampson, 1989) mais provavelmente desenvolvem valores de autotranscendência e encontram maior afinidade com partidos políticos que explicitam no seu discurso político a preocupação com o bem-estar dos outros (Tamayo, Pimenta, M/ L.; Rolim, M. M. de A., Rodovalho, O. R. M., & De Castro, P. M. R, 1996).

#### **Prioridades axiológicas e escolha profissional**

Determinar o valor preditivo dos valores e, particularmente, estabelecer a sua relação funcional com a opção por uma profissão, com a prossecução de estudos universitários numa determinada área do conhecimento e com o exercício de uma profissão ou ocupação tem constituído um desafio para os pesquisadores. Os valores podem ser considerados como determinantes da escolha e do exercício de uma profissão? As conseqüências do exercício da profissão são relevantes para a obtenção de objetivos motivacionais inerentes às prioridades axiológicas do indivíduo? Este problema foi estudado (Tamayo et al., 1998) com uma amostra de 122 sujeitos, sendo 71 advogados e 51 músicos profissionais. A maioria dos advogados era profissional liberal, os demais eram empregados de

pequenas empresas de advocacia ou funcionários públicos. O tempo de atuação médio na área profissional para a amostra total foi de 9,3 anos (D. P. = 9,42).

Ao analisar os dados, foram observados dois perfis axiológicos parcialmente diferentes. Os músicos, quando comparados com os advogados, caracterizaram-se pela importância relativa dada ao hedonismo e à estimulação. Cabe lembrar que estes dois TMVs são constituídos por valores ao serviço de interesses individuais (Tabela 1). Os dois, hedonismo e estimulação, expressam o desejo de excitações afetivamente agradáveis. Os advogados enfatizaram, mais do que os músicos, três TMVs: conformidade, segurança, e poder. O primeiro está constituído por valores ao serviço de interesses coletivos, o segundo a serviço de interesses mistos e o poder ao serviço de interesses individuais. A conformidade tem como meta o controle de impulsos e de comportamentos que possam incomodar os outros e violar normas, tradições e expectativas da sociedade. A segurança e o poder visam evitar ou superar a ambigüidade através do controle das relações sociais, das informações e dos recursos. Para uma melhor compreensão das diferenças observadas nas prioridades axiológicas de músicos e advogados convém lembrar que a perseguição dos valores de estimulação e hedonismo pode ser conflituosa com a perseguição de valores opostos de conformidade, tradição e segurança. A diferença fundamental, do ponto de vista das prioridades axiológicas, entre os músicos e os advogados situa-se no nível da dimensão abertura à mudança *vs* conservação. Segundo Schwartz (1996), "this dimension reflects a conflict between emphases on own independent thought and action and favoring change versus submissive self-restriction, preservation of traditional practices, and protection of stability" (p. 5). O perfil dos músicos é caracterizado pela

procura de mudança, de sensações novas e de prazer. É o pólo do individualismo, da autonomia intelectual e afetiva e da abertura à mudança. No pólo oposto desta dimensão encontra-se a tendência ao conservadorismo, ao coletivismo, a preservar o *status quo*, que foi a característica do perfil dos advogados. Assim, estas duas profissões são baseadas em motivações opostas. De um lado, a motivação a inovar, a criar, a procurar formas novas de pensar e de sentir mesmo à custa de errar e, do outro lado, a motivação a conservar e a respeitar as tradições, as normas e os usos da sociedade (Tamayo et al., 1998).

#### **Prioridades axiológicas e satisfação no trabalho.**

Várias pesquisas recentes têm comparado a satisfação no trabalho entre sujeitos pertencentes a culturas individualista e coletivista. Poucas pesquisas têm estudado a relação entre as prioridades axiológicas do indivíduo dentro de uma mesma cultura e a satisfação no trabalho. Um estudo realizado no Brasil (Tamayo, 1996b) mostrou que a satisfação com os colegas do trabalho parece ser o elemento mais sensível às prioridades axiológicas do indivíduo. Os sujeitos do grupo que enfatizaram mais os valores coletivistas e de autotranscendência apresentaram também maior satisfação com os colegas. Uma explicação deste fenômeno pode ser o fato de que os sujeitos coletivistas e com maior autotranscendência têm tendência e, talvez, costume de compartilhar, de procurar o bem-estar dos outros, de desenvolver relações harmoniosas, de valorizar os outros.

O coletivismo teve impacto significativo sobre os fatores colegas de trabalho e chefia e sobre o escore total de satisfação. A dimensão coletivista é, sem dúvida, a que tem maior impacto sobre a satisfação no trabalho. A convergência de pesquisas anteriores (Hofstede, 1980; Hui, Yee, & Eastman., 1995) e

os resultados deste estudo suportam essa afirmação. Segundo Triandis (1994), o protótipo do relacionamento social para os coletivistas é a família que vincula as pessoas com fortes e duradouros laços afetivos e com objetivos comuns. Pode-se supor que o empregado transfere para a empresa o tipo de relacionamento desenvolvido na família. Desta forma, o sujeito coletivista, na empresa, tentaria criar vínculos não conflituosos com os outros e se identificar com os objetivos do grupo. Esta sua atitude pode explicar a sua maior satisfação no trabalho.

#### Valores e cidadania organizacional

As prioridades axiológicas dos sujeitos influenciam a sua disponibilidade para apresentar comportamentos espontâneos, extra-papel e benéficos para a organização? Para estudar este problema foi realizada uma pesquisa com uma amostra composta por 300 sujeitos de uma empresa pública. Para avaliação do comportamento de cidadania organizacional foi utilizada a escala de Siqueira (1995), composta de 18 itens distribuídos em cinco fatores: cooperação com os colegas, proteção do sistema ou subsistema, sugestões criativas, autotreinamento e criação de clima favorável à organização no ambiente externo.

Os resultados do impacto das prioridades axiológicas sobre as intenções de cidadania organizacional podem-se sintetizar da seguinte forma: 1) os fatores *sugestões criativas* e *autotreinamento* foram influenciados simultaneamente pela prioridade dada pelos sujeitos ao *individualismo* e aos valores de *autopromoção*, 2) os fatores *cooperação com os colegas* e *proteção ao sistema* foram influenciados simultaneamente pela prioridade dada ao *coletivismo* e aos valores de *autotranscendência*, 3) o fator *clima externo favorável à organização* foi influenciado simultaneamente pela prioridade dada ao *coletivismo*, à

*autotranscendência* e à *autopromoção* e 4) o fator *sugestões criativas* foi influenciado, além da prioridade dada ao individualismo e à autopromoção, também pela prioridade dada aos valores de *autotranscendência*. Os valores de individualismo expressam a motivação da pessoa a seguir os seus próprios interesses intelectuais e afetivos através de caminhos novos e incertos. Os valores de autopromoção expressam a motivação da pessoa para promover os seus próprios interesses mesmo à custa dos outros. Assim, o individualismo visa a autonomia e a procura de novidade e a autopromoção visa a promoção dos interesses pessoais e a procura de superioridade social. Como explicar que a prioridade dada pelas pessoas a estes dois conjuntos de valores influencia os comportamentos organizacionais de espontaneamente dar sugestões criativas ao sistema e de procurar o autotreinamento? Os resultados desta pesquisa sugerem que a raiz motivacional destes dois comportamentos é a procura de novidade e de realização pessoal. Isso explica a relação observada com a prioridade dada pelas pessoas ao individualismo e à autopromoção. Desta forma, as sugestões criativas ao sistema e o autotreinamento são relevantes para a expressão de tendências motivacionais de autonomia e de procura de superioridade social através da realização pessoal.

A motivação por trás dos comportamentos de cooperação com os colegas de trabalho e de proteção ao sistema parece ser de natureza diferente. Os dois foram influenciados pela prioridade dada ao coletivismo e aos valores de autotranscendência. O coletivismo, em direção oposta ao individualismo, manifesta a motivação da pessoa a preservar o *status quo* e a segurança que ele gera no relacionamento com os outros e com as instituições. Os componentes deste fator de segunda ordem são os TMVs tradição, conformidade e segurança. Os valores de autotranscendência levam a pessoa a transcen-

der as suas preocupações egoístas, sacrificar parcialmente os seus interesses pessoais e promover o bem-estar dos outros. Os resultados observados nesta pesquisa sugerem que as motivações que sustentam os comportamentos de cooperação com os colegas de trabalho e de proteção ao sistema são de tipo sociocêntrico, voltadas para a procura do bem-estar do grupo e da sua estrutura cultural.

A criação de clima favorável à organização no ambiente externo parece possuir raízes motivacionais múltiplas e, inclusive, opostas entre si, já que ele foi influenciado pela prioridade dada, simultaneamente, ao coletivismo e a valores de autotranscendência e de autopromoção. É obviamente um comportamento que procura o bem-estar da organização através da promoção da sua imagem social, mas que também redundará em benefício do indivíduo, aumentando o seu prestígio social pelo fato de pertencer a uma empresa considerada de alto nível. Os dados desta pesquisa revelam que, do ponto de vista motivacional, os comportamentos de cidadania organizacional são heterogêneos. Uma das suas características de base é de serem benéficos para o sistema. Isto não significa, porém, que a motivação que os sustenta seja sempre e necessariamente de tipo sociocêntrico (Tamayo, et al., no prelo).<sup>1</sup>

## Conclusão

A síntese apresentada de algumas das pesquisas realizadas nos últimos dez anos constitui um exemplo da minha incursão científica na área dos valores. Não pretendo discutir, nesta breve conclusão, a relação entre os diversos resultados encontrados, nem a contribuição destas pesquisas para o progresso da área. Prefiro salientar três aspectos que ilustram melhor a minha trajetória no estudo dos valores.

<sup>(1)</sup> Tamayo, A.; Moniz, A. L. F.; de Oliveira, B.; Carvalho, R. S.; Macedo, S.; Armando, P. e Guimarães, F. T. Prioridades axiológicas, tempo de serviço e cidadania organizacional, no prelo.

Estudar os valores tem sido para mim uma experiência fascinante. Mesmo a primeira pesquisa que, como foi mencionado, deixou em mim frustrações do ponto de vista teórico e metodológico, me deu também gratificações importantes. O meu encontro com a teoria e a metodologia propostas por Schwartz foi decisivo para estimular e orientar os meus interesses de pesquisa nesta área. Obviamente, muitas coisas que no início foram solução para problemas do momento, com o passar do tempo, passaram a ser problemas em busca de solução. Um exemplo típico desta situação foi a análise multidimensional utilizada para identificar a estrutura dos valores, constituída pelos tipos motivacionais de valores e pela relação dinâmica entre eles. Como foi mencionado anteriormente, o método utilizado tem sido a *Smallest Space Analysis* (SSA). Os resultados obtidos através destas análises estão na base da elaboração da teoria e da própria validação do Inventário dos Valores. Acontece que a SSA situa os valores no espaço multidimensional, mas não fornece indicações estatísticas definitivas sobre a orientação e localização precisa dos eixos que organizam os diversos grupos de valores. Desta forma, no momento de traçar os eixos o pesquisador pode seguir, dentro dos limites já definidos pela SSA, o caminho mais favorável para a verificação da teoria. Do meu ponto de vista atual, o uso da SSA já deu a sua preciosa contribuição. Talvez seja o momento de pensar em análises confirmatórias para verificar de forma mais objetiva a consistência dos tipos motivacionais de valores e de utilizar modelos LISREL para estabelecer as relações dinâmicas entre eles.

O meu interesse pelos valores não se satisfiz com o estudo dos valores sociais e do seu impacto sobre o comportamento. Ele se diversificou e me levou a estudar os valores organizacionais. (Tamayo, 1996c). Esta tem sido uma área de pesquisa que me tem brindado

enorme satisfação profissional. A partir da teoria dos valores sociais, de resultados obtidos em várias pesquisas e do modelo de análise dos valores no nível cultural, tive a idéia de pesquisar os valores organizacionais como princípios que guiam a vida da organização. Este tema tem sido pesquisado por vários pesquisadores mas a fonte para a identificação dos valores organizacionais tem sido sempre os documentos oficiais da empresa. Através desta abordagem os valores estudados são os oficiais, aqueles que são proclamados por fundadores e presidentes das organizações mas que não necessariamente são nelas implementados e praticados. A minha idéia, então, foi de estudar os valores da organização a partir da percepção dos empregados. Quais são os valores que os empregados consideram que são realmente praticados na organização e que, em conseqüência, têm influência sobre a vida cotidiana da empresa? O primeiro passo foi a construção de instrumento de medida para a avaliação dos valores organizacionais (Tamayo & Gondim, 1996). Atualmente estou pesquisando o impacto das prioridades axiológicas da organização sobre o comportamento organizacional. Além disso, como o instrumento de medida permite a avaliação dos valores no nível do real e do desejado, elaborei um índice de satisfação ou insatisfação dos empregados com as prioridades axiológicas da organização ou de seu setor organizacional. O impacto destes índices sobre o comportamento organizacional está sendo também objeto de estudo em diversos projetos.

Outra conseqüência do meu estudo dos valores tem sido o número de alunos de iniciação científica, mestrado e doutorado que foram e continuam sendo contaminados pelo meu entusiasmo. Numerosos alunos de graduação participaram nas minhas pesquisas e vários

deles são co-autores nas publicações; alunos de mestrado e doutorado têm elaborado a sua tese na área dos valores e mais de três doutorandos têm feito estágio no exterior com pesquisadores internacionalmente reconhecidos no mundo da pesquisa axiológica. Esta é, sem dúvida, uma das grandes gratificações que tenho encontrado no estudo dos valores. Comecei a pesquisar de forma solitária e atualmente estou inserido num grupo de pesquisadores que iniciaram a sua pesquisa sob a minha orientação.

### Referências Bibliográficas

- Allport, G.W. e Vernon, P.E. (1931) *A study of values: Manual of direction*. Boston: Houghton Mifflin.
- Allport, G.W. e Odbert, H.S. (1936) Trait-names: A psycho-lexical study. *Psychological Monographs*, 47, 171.
- Anderson, N.H. (1968) Likableness ratings of 555 personality-trait words. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 272-279.
- Braithwaite, V.A. e Law, H.G. (1985) Structure of human values: Testing the adequacy fo the Rokeach value survey. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 250-263.
- Bobbio, N.; Matteucci, N. e Pasquini, G. (1994) *Dicionário político*. Brasília: Editora Universidade de Brasília.
- Bond, M. (1988) Finding universal dimensions of individual variation in multicultural studies of values: The Rokeach and Chinese value surveys. *Journal of personality and Social Psychology*, 55, 1009-1015.
- Borges, L. de O. (1998) *Significação do trabalho e socialização organizacional. Um estudo empírico entre trabalhadores de construção habitacional e de redes de supermercados*. Tese de doutorado. Universidade de Brasília, DF.

- Chinese Culture Connection (1987) Chinese values and the search of culture-free dimensions of culture. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 18, 143-164.
- Ehrenfels, Ch. (1890) Ueber Gestaltqualitäten. *Vierteljahrschrift für wissenschaftliche Philosophie*, XIV, 259-295.
- Gorsuch, R. L. (1970) Rocheach's approach to value systems and social compassion. *Review of religious research*, 11, 139-143.
- Günther, H. (1981) Uma tentativa de traduzir e adaptar a Escala de valores de Rokeach para uso no Brasil. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, 33(3), 58-72.
- Hayek, F. A. (1983) *Os fundamentos da liberdade*. Brasília: Editora Universidade de Brasília.
- Hofstede, G. (1980) *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Hui, C. H.; Yee, C. e Eastman, K. L. (1995) The relationship between individualism-colectivism and job satisfaction. *Applied Psychology: An International Review*, 44, 276-282.
- Jones, R.A.; Sensenic, J. e Ashmore, R.D. (1978) Systems of values and their multidimensional representations. *Multivariate Behavioral Research*, 13, 255-270.
- Josephs, R. A.; Markus, H. R. e Tafarodi, R. W. (1992) Gender and self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 391-402.
- Kashima, Y.; Yamaguchi, S.; Kim, U.; Choi, S. C.; Gelfand, M. J. e Yuki, M. (1995) Culture, gender, and self: A perspective from individualism-collectivism research. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 925-937.
- Keats, D. M. e Keats, J. A. (1974) Review of "The nature of human values" by M. Rokeach. *Australian Journal of Psychology*, 26, 164-165.
- Kitwood, T. M. e Smithers, A. G. (1975) Measurement of human values: an appraisal of the work of Milton Rokeach. *Educational Research*, 17, 175-179.
- Kluckholhn, C. K. M. (1951) Values and value orientation in the theory of action: An exploration in definition and classification. Em, T. Parsons e E. Shils (Eds.). *Toward a general theory of action*. Cambridge, M. A.: Havard University Press, 388-433.
- Lavelle, L. (1951) *Traité des valeurs*. Vol. 1. Paris: PUF
- Lavelle, L. (1955) *Traité des valeurs*. Vol. 2. Paris: PUF
- Levy, S. e Guttman, L. (1974) *Values and attitudes of Israel: high school youth*. Jerusalem: Israel Institute of Applied Social Research.
- Lipset, S. M. e Altbach, P. G. (1969) *Students in revolt*. Boston: Houghton-Mifflin.
- Lynn, R. (1974) Review of "The nature of human values" by M. Rokeach. *British Journal of Psychology*, 65, 453.
- Macridis, R. C. (1982) *Ideologias políticas contemporâneas*. Brasília: Editora Universidade de Brasília.
- Markus, H. e Kitayama, S. (1991) Culture and the self: implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98, 224-253.
- Munro, D. (1985) A free-format values inventory: Explorations with Zimbabwean student teachers. *South African Journal of Psychology*, 15, 33-41.
- Nisbet, R. (1982) *Os filósofos sociais*. Brasília: Editora Universidade de Brasília.
- Rankin, W.L. e Grube, J.W. (1980) A comparison of ranking and rating procedures for value system measurement. *European Journal of Social Psychology*, 10, 233-246.
- Rodrigues, A. (1984) *Detectação de preconceito racial e de estereótipo sexual através de atribuição diferencial de causalidade*. Relatório técnico No. 1. FGV/ISOP/CBPP.
- Rokeach, M. (1967) *Value Survey, Sunnival, Calif.: Halgren Tests*.
- Rokeach, M. (1973) *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Sagiv, L. e Schwartz, S. H. (1995) Value priorities and readiness for out-group social contact. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 437-448.

- Sampson, E. E. (1989) The challenge of social change for psychology: Globalization and psychology's theory of the person. *American Psychologist*, 44, 914-921.
- Schwartz, S.H. e Bilsky, W. (1987) Toward a Universal Psychological Structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 550-562.
- Schwartz, S.H. e Bilsky, W. (1990) Toward a theory of the universal content and structure of values: extensions and cross-cultural replications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 878-891.
- Schwartz, S. H. e Ros, M. (1995) Value in the west: A theoretical and empirical challenge to the individualism-collectivism cultural dimension. *World Psychology*, 1(2), 91-122.
- Schwartz, S. H. (1992) Universals in the content and structure of human values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. Em M. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*. Orlando, FL: Academic vol. 25, 1-65.
- Schwartz, S. H. (1994a) Are there universal aspects in the structure and contents of human values? *Journal of Social Issues*, 50, 19-45.
- Schwartz, S. H. (1996) Value priorities and behavior: Applying a theory of integrated value systems. Em C. Seligman, J. M. Olson e M. P. Zanna (Eds.), *The psychology of values: The Ontario Symposium*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Vol. 8, 1-24.
- Siqueira, M. M. M. (1995) *Antecedentes de comportamentos de cidadania organizacional: A análise de um modelo pós-cognitivo*. Tese de doutorado. Universidade de Brasília. Brasília.
- Stokes, D. (1963). Spatial models of party competition. *American Political Sciences Review*, 57, 286-292.
- Tamayo, A. (1986) Hierarquia de valores e fatores sociais em brasileiros. I Simpósio Nacional sobre características psicossociais do brasileiro. Rio de Janeiro, Universidade Gama Filho.
- Tamayo, A. (1988) Influência do sexo e da idade sobre o sistema de valores. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, 38, 91-104.
- Tamayo, A. (1993a) Escala de valores sexuais. *Resumos de comunicações científicas*. Riberão Preto:SBP, 102.
- Tamayo, A. (1993b) Salud integral y estructura axiológica del adolescente. Em J. Rodriguez Rojas (Ed.) *Quinta Antologia: Salud y Adolescencia*. San José de Costarica: Caja Costarricense de Seguro Social, 5-18.
- Tamayo, A. (1993c) Valores de los adolescentes: ejes motivacionales. *Acta Psiquiátrica y Psicológica de América Latina*, 39, 140-151.
- Tamayo, A. (1994a) Hierarquia de valores transculturais e brasileiros. *Psicologia: Teoria e pesquisa*, 10, 269-285.
- Tamayo, A. (1994b) Value profile of present and future Brazilian teachers. *Abstracts. XXIII International Congress of Applied Psychology*, Madrid, 143.
- Tamayo, A. (1996a) Genre et priorités axiologiques de l'adolescent. *International Journal of Psychology*, 31(3-4), 62.
- Tamayo, A. (1996b) Priorités axiologiques et satisfaction professionnelle. *International Journal of Psychology*, 31(3-4), 135.
- Tamayo, A. (1996c) Os valores organizacionais. Em A. Tamayo, Borges-Andrade, J. E. e Codo, W. *Trabalho, organizações e cultura*. São Paulo: CAA.
- Tamayo, A. e Schwartz, S. H. (1993) Estrutura motivacional dos valores. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 9, 329-348.
- Tamayo, A. e Barbosa V. da M. (1993) Valores sexuais de adolescentes de escola pública e privada. *Resumos de comunicações científicas*. Riberão Preto: SBP, 104.
- Tamayo, A.; de Resende, T. I. M.; Barros, A. L.; Madureira, A. F. A. e de Souza, J. C. (1995) Valores sexuais, gênero e prática religiosa. *Resumos de comunicações científicas*. Riberão Preto: SBP, 370.
- Tamayo, A. e Gondim, M. G. C. (1996) Escala de valores organizacionais. *Revista de Administração*, 31(2), 62-72.

- Tamayo, A.; Matos, A. C.; Oliveira, D. S. e Braz, M. P. (1995) Prioridades axiológicas de pais e filhos adolescentes. *Resumos de comunidade científicas*. Riberão Preto: SBP, 368.
- Tamayo, A.; Nicaretta, M.; Ribeiro, R. e Barbosa, L. de P. G. (1995) Prioridades axiológica y consumo de drogas. *Acta Psiquiátrica y Psicológica de América Latina*, 41, 300-307.
- Tamayo, A.; Pimenta, M. L.; Rolim, M. M. de A.; Rodovalho, O. R. M. e De Castro, P. M. R. (1996) Prioridades axiológicas e orientação política. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 12, 253-259.
- Tamayo, A.; de Faria, J. B.; Filho, A. B.; Tavares, S. O. C.; Carvalho, E. M. e Bertolini, V. (1998) Diferenças nas prioridades axiológicas de músicos e advogados. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 11, 281-293.
- Tamayo, A.; Moniz, A. L. F.; de Oliveira, B.; Carvalho, R. S.; Macedo, S.; Armando, P. e Guimarães, F. T. Prioridades axiológicas, tempo de serviço e cidadania organizacional, no prelo.
- Triandis, H. C. (1995) *Individualism & Collectivism*. San Francisco: Westview Press.