

PRIORIDADES AXIOLÓGICAS DE VALORES DE ESTUDANTES DO ENSINO MÉDIO EM ESCOLAS CONFSSIONAIS

Iranilson Correia de Lima (UCB)
Cláudia Cristina Fukuda (UCB)

O contexto social em que vivemos, tem suscitado uma pergunta bastante pertinente: estariam os valores humanos em crise? Constantemente nos deparamos com denúncias de ‘falta de valores’ na sociedade contemporânea ou de sua ausência, principalmente quando se refere à etapa do desenvolvimento denominada adolescência. Com base nesta perspectiva, é preciso aceitar que vivemos um profundo processo de transformações sociais e históricas que se compatibilizam com mudanças nos valores e acompanham os novos desenvolvimentos tecnológicos, eletrônicos, políticos, econômicos e culturais.

Reforça ainda a ideia de crise de valores humanos, principalmente entre os adolescentes, o fato de na realidade atual se conviver com a forte presença da violência, da irresponsabilidade, da corrupção, do *bullying*, da intolerância, da ganância, do descuido com a vida e tantos outros problemas que permeiam o contexto social. São aspectos que podem ser responsáveis por gerar dúvidas sobre quais valores defender e também pelo surgimento de novos comportamentos e posturas frente a tudo aquilo que atinja ou ponha em descrédito os valores da pessoa humana¹.

Entretanto, o contexto de crise dos valores pode servir como oportunidade para a educação desenvolver novas formas de orientação e formação permeadas de princípios éticos e morais, imprescindíveis à realidade humana.

La Taille et al.² afirmam que as crianças e adolescentes passam grande parte de sua vida na escola; tempo suficiente para influenciar a sua sensibilidade, sua maneira de pensar e julgar. A partir dessa realidade, deduz-se que a escola reconheça a centralidade do tema valores e introduza-o como uma dimensão essencial ao currículo e às práticas educativas. A escola, no conjunto de suas atribuições, assume a tarefa de formar seus alunos numa perspectiva integral, que não ignora seu papel na formação de valores considerados socialmente relevantes para os indivíduos.

¹ LA TAILLE et al., 2009.

² Ibid.

O sistema de valores de uma pessoa é definido como uma disposição hierárquica, uma classificação ordenada de valores ao longo de um contínuo de importância³. A priorização dos valores, denominada prioridades axiológicas, pressupõe uma relação dinâmica entre o indivíduo e o mundo físico e social, ou seja, o sujeito não é um mero observador e sim um participante que se envolve e toma partido frente à realidade em que vive. Neste sentido, valores implicam necessariamente numa preferência, numa nítida distinção entre o que é importante e o que é secundário, entre o que tem valor e o que não tem⁴.

A abordagem estrutural dos valores desenvolvida por Schwartz e Bilsky⁵ parte do pressuposto de que comportamentos são guiados não pela prioridade dada pela pessoa a um único valor, mas pela prioridade dada a conjuntos de valores que apresentam entre si relação de oposição e de conflitos. Os valores representam, neste contexto teórico, as tendências motivacionais da pessoa e expressam o que ela considera bom para si e para a sociedade.

Numa perspectiva de teoria transcultural sobre valores pessoais, Schwartz e Bilsky⁶ definem valores como “(a) princípios ou crenças, (b) sobre comportamentos ou estados de existência, (c) que transcendem situações específicas, (d) que guiam a seleção ou avaliação de comportamentos ou eventos e (e) que são ordenados por sua importância”.

Uma premissa importante que tem se destacado na teoria de valores é que esses são utilizados pelas pessoas para avaliar ações ou indivíduos, isto é, valores não são qualidades dos objetos. Com base nisso, Schwartz⁷ apresenta uma teoria dos valores básicos, que propõe 10 tipos motivacionais com uma dinâmica de conflito e congruência reconhecida por indivíduos de distintas culturas.

Portanto, para Schwartz e Bilsky⁸,

valores são representações cognitivas de três tipos de necessidades humanas universais: necessidades biológicas do organismo, as exigências de interação social para a regulação das relações interpessoais e necessidades socioinstitucionais, que priorizam a prosperidade e a sobrevivência do grupo.

³ SCHWARTZ, 1992; 1996.

⁴ TAMAYO et al., 1998

⁵ SCHWARTZ; BILSKY, 1987.

⁶ Ibid., p. 551.

⁷ SCHWARTZ, 1992.

⁸ SCHWARTZ; BILSKY, 1987, loc. cit.

Com base nessa definição, pode-se afirmar que os tipos motivacionais dos valores tendem a ser universais, porque estão baseados em uma ou mais de uma das necessidades humanas básicas, ou seja, os tipos motivacionais de valores foram deduzidos a partir das exigências básicas do ser humano: necessidades biológicas do organismo, necessidades sociais relativas à regulação das interações interpessoais e necessidades socioinstitucionais referentes à sobrevivência e bem-estar dos grupos⁹.

Para Schwartz¹⁰, os estudos realizados em diferentes nações, que confirmam os 10 tipos motivacionais, também permitem demonstrar a estrutura de sistema de valor como organizada em duas dimensões básicas. Cada dimensão é uma oposição polar entre dois tipos de valores de ordem superior: Autopromoção (poder, hedonismo e realização) *versus* Autotranscendência (universalismo, benevolência) e Abertura à Mudança (hedonismo, estimulação e autodeterminação) *versus* Conservação (segurança, conformidade e tradição). O tipo motivacional hedonismo participa de duas dimensões de segunda ordem.

Os tipos motivacionais de ordem superior definem bem as relações de compatibilidade e conflitos dentro de cada agrupamento, formando duas dimensões bipolares: Abertura à Mudança *versus* Conservação e Autopromoção *versus* Autotranscendência. A primeira dimensão contrasta a ênfase no pensamento e ações independentes com a autorrestrrição que garante práticas tradicionais e preserva a estabilidade. Teoricamente, situam-se em um dos polos desse eixo os valores relativos aos tipos motivacionais *estimulação, autodeterminação e hedonismo*, e no outro, os referentes aos tipos motivacionais *segurança, conformidade e tradição*. A segunda dimensão confronta a busca do próprio sucesso e poder sobre os outros com a busca do bem-estar comum; apresenta, em um dos extremos, os valores relativos aos tipos motivacionais *poder, realização e hedonismo*; e no outro, os valores de *universalismo e benevolência*¹¹.

Schwartz¹² propôs uma estrutura circular para representar os tipos motivacionais e as dimensões de segunda ordem, bem como definir as relações de conflitos e compatibilidades, pois quanto mais próximos dois tipos motivacionais, em qualquer das direções do círculo, mais semelhança pode-se encontrar nas motivações subjacentes e,

⁹ SCHWARTZ, 2005a.

¹⁰ SCHWARTZ, 1996.

¹¹ SCHWARTZ, 2005a.

¹² Ibid.

quanto mais distanciamento, mais antagônicas serão as motivações subjacentes. Assim a estrutura representa as dimensões abertura a mudança e autotranscendência próximas e opostas a conservação e autopromoção, respectivamente.

Figura 1: Estrutura teórica de relações entre valores



Fonte: Schwartz (2005a).

A sustentação da universalidade da teoria de valores parte da evidência de que muitas pessoas, ao refletirem sobre a importância dos valores nas sociedades contemporâneas, confirmam os 10 tipos motivacionais, suas congruências e seus conflitos, assim como diferentes estudos teóricos¹³ têm demonstrado a consistência da teoria de valores pessoais. Para Almeida e Sobral¹⁴ embora a clareza e a consistência da estrutura dos valores de Schwartz possam ser desafiadas filosoficamente, essa estrutura tem sido confirmada em diversos estudos interculturais e intraculturais, servindo de referência em pesquisas com distintos objetos de estudo e diferentes instrumentos de medidas.

De acordo com Schwartz¹⁵ o indivíduo, ao falar de valores, está essencialmente referindo-se ao que é considerado importante para a sua vida. Isso significa que os valores são impulsionados por determinadas unidades pessoais, que orientarão a

¹³ SCHWARTZ, 1992; 1994; SCHWARTZ; BILSKY, 1987; 1990; TRIANDIS, 1995.

¹⁴ ALMEIDA; SOBRAL, 2009.

¹⁵ SCHWARTZ, 1992.

composição da hierarquia de valores que, por sua vez, tem uma lógica interna, ou seja, quando certos valores têm alta prioridade, seus opostos apresentam menor importância.

Prioridades axiológicas, portanto, é a diferença entre pessoas ou grupos conforme a importância relativa dada a cada tipo motivacional. Conforme a teoria de valores, proposta por Schwartz¹⁶, as prioridades axiológicas representam unidades motivacionais pessoais, que orientam escolhas, metas, decisões, comportamentos e ações. A estrutura das prioridades axiológicas deve ser visualizada como um *continuum* de tipos motivacionais que apresentam sobreposições em suas fronteiras.

Para Infante e Souza¹⁷ a pessoa humana, possuidora da capacidade intelectual ou evolutiva, é capaz de elaborar uma hierarquia de valores que o leva, na sua percepção social, a deixar algum valor em benefício de outro valor maior. Portanto, será a escolha ou não escolha que vai diferenciar, nessa sociedade, um indivíduo do outro e possibilitar a compreensão dos diferentes grupos sociais.

Considerando a relevância e as inúmeras indagações propostas pelo tema, objetivou-se, neste trabalho, identificar as prioridades axiológicas de adolescentes, estudantes do Ensino Médio, bem como as diferenças nas prioridades axiológicas entre adolescentes de ambos os sexos e de diferentes religiões.

Participaram deste estudo 806 estudantes do 1º ano do Ensino Médio, de cinco colégios de uma rede de ensino privado e de confessionalidade católica. São consideradas escolas confessionais aquelas que assumem em seu projeto político-pedagógico uma denominação religiosa e uma expressão de fé. Foram selecionados os cinco maiores colégios dessa rede no país, de um total de 20 colégios. A escolha dos colégios se deu pelas diferentes localizações geográficas e o contingente do número de alunos no 1º ano do Ensino Médio.

Dos participantes 51% eram do sexo feminino, 65% eram católicos, 91% afirmaram possuir religião. A idade média foi de 15 anos, entre 14 a 18, ($\pm 0,64$). Quanto ao local, 173 participantes eram do Distrito Federal, 296 de Minas Gerais, 144 do Pará, 110 do Espírito Santo e 83 eram do Rio de Janeiro.

Foi utilizado o instrumento denominado *Portrait Values Questionnaire* – PVQ desenvolvido por Schwartz¹⁸ e validado no Brasil por Tamayo e Porto¹⁹, denominado de

¹⁶ SCHWARTZ, 1992; 2005b; SCHWARTZ; BARDI, 2001.

¹⁷ INFANTE; SOUZA, 2003.

¹⁸ SCHWARTZ, 1999.

¹⁹ TAMAYO; PORTO, 2009.

Questionário de Perfis de Valores – QPV. Além disto, foram incluídos itens para caracterização sociodemográfica dos participantes: sexo, idade, cidade onde nasceu, religião e o grau de importância dado à religião.

O QPV inclui 40 sentenças curtas com descrições verbais sobre diversas pessoas, incluindo diferentes metas, objetivos e aspirações que, implicitamente, sinalizam 10 tipos motivacionais de Valores Pessoais. Para cada perfil apresentado, o participante avalia o grau de semelhança entre ele e as pessoas descritas no item, respondendo em uma escala de Likert de 6 pontos, invertida, que varia de 1 – “essa pessoa se parece muito comigo” - a 6 - “essa pessoa não se parece nada comigo”. A escolha dessa medida se deu, primeiramente, pelo contexto de coleta de dados desse estudo, ou seja, o QPV de Schwartz é mais adequado para pesquisas com crianças e adolescentes e é um instrumento mais concreto e menos abstrato em comparação ao *Schwartz Values Survey – SVS* ou também conhecido no Brasil por Inventário de Valores de Schwartz²⁰.

Para análise dos dados obtidos utilizou-se o pacote estatístico *SPSS – Statistical Package for the Social Sciences*, versão 13.0. Foram realizadas análises exploratórias, visando à adequação dos dados. Após a coleta de dados, foi excluído da pesquisa um questionário que havia sido apenas parcialmente preenchido. No estudo de sistematicidade dos casos omissos foram encontrados e eliminados 04 casos de modo que o banco de dados resultante foi de 801 estudantes.

O Teste “t” de *student* pareado foi utilizado para comparar as médias dos tipos motivacionais. Foi realizada a análise de variância univariada (ANOVA) para testar as diferenças entre as variáveis sexo e religião.

Conforme estudo de Tamayo e Porto²¹ este estudo também apresentou como resultado o agrupamento dos tipos motivacionais em sete fatores: Universalismo/Benevolência, Hedonismo/Autodeterminação, Segurança, Estimulação, Conformidade, Tradição e Poder/Realização. A Tabela 2 apresenta a hierarquia dos tipos motivacionais da amostra total, compreendendo os estudantes do Ensino Médio, com ordenação descendente.

²⁰ Ibid.

²¹ TAMAYO; PORTO, 2009.

Tabela 2: Descrição das prioridades axiológicas de valores dos adolescentes

Tipos Motivacionais	N	Média (DP)
Hedonismo/Autodeterminação **	785	4,96 (0,66)
Universalismo/Benevolência **	766	4,88 (0,66)
Estimulação **	781	4,67 (0,85)
Segurança *	784	4,18 (0,92)
Conformidade **	781	4,13 (0,83)
Poder/Realização*	761	3,84 (0,93)
Tradição	777	3,75 (0,93)

** $p < 0,001$

* $p < 0,10$

Nessa tabela observa-se uma maior priorização dos tipos motivacionais Hedonismo e Autodeterminação, com a média mais alta (4,96), ambos compõem a dimensão Abertura à Mudança que ordena os valores com base na motivação da pessoa para seguir seus próprios interesses. Os tipos motivacionais Universalismo e Benevolência, que são compostos por valores em torno ao bem-estar das pessoas e da natureza aparecem logo em seguida, com média de 4,88 e significativamente inferior ao tipo motivacional anterior Hedonismo/Autodeterminação ($t=6,04$; $p<0,001$). Estimulação aparece como terceiro item na hierarquia dos tipos motivacionais com média de 4,67, também significativamente inferior a Universalismo e Benevolência ($t=11,17$; $p<0,001$); seguido de Segurança, média 4,18, porém, apenas com evidência diferença significativa em relação à Estimulação ($t=1,79$ e $p<0,10$). Conformidade apresentou média de 4,13, significativamente inferior a Segurança ($t=5,97$; $p<0,001$). Conformidade motiva o controle de impulsos e ações que violem as expectativas e normas sociais. Segurança visa principalmente à estabilidade da sociedade, dos relacionamentos e de si mesmo. Os dois últimos tipos motivacionais na hierarquia são Poder/Realização e Tradição. Poder e Realização, que se agrupam num único fator, tiveram médias 3,84, apenas com evidência de diferença significativa em relação à Conformidade ($t=1,77$; $p<0,10$), estes tipos motivacionais têm como objetivos respectivamente a busca pelo sucesso pessoal por meio de uma demonstração de competência e a procura por status social e prestígio; Tradição, por sua vez, é o tipo motivacional que apresentou média de 3,75, que não apresentou diferença significativa

em relação a Poder e realização. Tradição refere-se aos valores voltados para o respeito, aceitação dos ideais e costumes da cultura e da sociedade à qual a pessoa pertence.

A Tabela 3 apresenta as médias para os tipos motivacionais de valores para os sexos masculino e feminino, assim como o nível de significância.

Tabela 3: Escores médios nos tipos motivacionais de valores dos sexos masculino e feminino e níveis de significância.

Tipos Motivacionais	Feminino	Masculino	t; p
	M (DP)	M (DP)	
Hedonismo/Autodeterminação	5,04 (0,66)	4,88 (0,64)	t= 3,43; p < 0,001
Universalismo/Benevolência	4,98 (0,63)	4,77 (0,66)	t= 4,31; p < 0,001
Estimulação	4,78 (0,84)	4,55 (0,85)	t= 3,81; p < 0,001
Conformidade	4,15 (0,84)	4,11 (0,81)	ns
Segurança	4,10 (0,95)	4,28 (0,87)	t= - 2,62; p < 0,05
Tradição	3,74 (0,93)	3,76 (0,92)	ns
Poder/Realização	3,70 (0,97)	3,98 (0,87)	t= - 4,19; p < 0,001

ns = não significativa

Quanto às diferenças entre as médias de adolescentes do sexo feminino e masculino observou-se que as adolescentes apresentaram médias significativamente superiores em Hedonismo e Autodeterminação, Universalismo e Benevolência e Estimulação. Já os adolescentes tiveram médias significativamente maiores nos tipos motivacionais: Poder/Realização e Segurança.

Assim, para elas os tipos motivacionais de valores relacionados a prazer, gratificação sensual para si mesmo, bem como independência de pensamento, ação e opção são mais importantes que para eles. Por outro lado, os adolescentes dão maior importância a tipos motivacionais que demonstrem *status* social, prestígio, sucesso pessoal e principalmente estabilidade dos relacionamentos e de si mesmo.

Para verificar a influência da variável religião nos tipos motivacionais, dividiu-se a amostra em quem afirmava possuir e em quem afirmava não possuir religião. Dos adolescentes participantes 729 afirmaram possuir religião e 71 disseram não ter religião. Apenas 01 não respondeu este item.

Conforme a Tabela 4 os tipos motivacionais Conformidade, Tradição e Segurança apresentaram médias significativamente maiores no grupo que afirmava

possuir religião. O tipo motivacional Estimulação apresentou média significativamente maior para os que afirmaram não possuir religião. Os tipos motivacionais Hedonismo e Autodeterminação, Universalismo e Benevolência e Poder e Realização não demonstraram diferenciar-se em relação ao fato do adolescente possuir religião.

Tabela 4: Médias, desvios padrões dos tipos motivacionais de valores e nível de significância em relação à variável religião.

Tipos Motivacionais	Possui Religião	Não possui Religião	t; p
	M(DP)	M(DP)	
Hedonismo/Autodeterminação	4,96 (0,66)	5,04 (0,58)	ns
Universalismo/Benevolência	4,87 (0,66)	4,88 (0,65)	ns
Estimulação	4,64 (0,85)	4,98 (0,78)	t=-3,23 p < 0,001
Segurança	4,21 (0,91)	3,91 (0,99)	t=2,62 p < 0,05
Conformidade	4,17 (0,82)	3,69 (0,82)	t=4,65 p < 0,001
Tradição	3,84 (0,89)	2,84 (0,90)	t=8,84p < 0,001
Poder/Realização	3,83 (0,92)	3,95 (0,99)	ns

ns = não significativa

Valores é um tema presente em diversas dimensões e aspectos da vida humana. É comum acreditar que os valores são atributos mais influenciadores do comportamento humano, ou mesmo que tudo tem uma relação direta com eles. No entanto, é fundamental entender que além dos valores existem outros aspectos como atitudes e normas sociais que também exercem um papel e têm relação direta com o comportamento.

O presente estudo procurou integrar três aspectos importantes: os valores humanos, o contexto da pós-modernidade e a formação das novas gerações sob a ótica da religião. Basicamente, o trabalho procurou trilhar um percurso que compreendesse o sistema de valores dos adolescentes, cujo perfil e características são bem específicos, pois são participantes de uma classe social média e alta, envolvidos em uma cultura com características pós-modernas, influenciados por uma perspectiva de ensino tradicional de escolas confessionais que apresentam em seu percurso educativo priorização de

valores relacionados com a coletividade, o bem-estar comum e a manutenção de ideais e costumes já existentes.

Os dados aqui apresentados apontaram para uma hierarquia em que os adolescentes priorizaram valores do nível individual (hedonismo e autodeterminação), seguidos pelo nível coletivo (universalismo e benevolência). Assim como priorizaram menos tradição que também é um tipo motivacional que serve aos interesses coletivos.

Cada indivíduo possui uma hierarquia de valor, ao que se integra sua identidade, informações a seu respeito e principalmente elementos que contribuem na compreensão do seu comportamento. Este é outro elemento que contribui para um conhecimento mais detalhado da realidade juvenil, uma vez que atualmente nos deparamos com um contexto multicultural, plural, diverso e principalmente globalizado. Os jovens que se encontram na escola não trazem consigo apenas a idade, apresentam outros aspectos identitários, como a perspectiva de gênero, de raça, de educação, de sexualidade que incidem diretamente nas prioridades axiológicas dessas novas gerações.

Os adolescentes priorizaram os valores que estão diretamente ligados à cultura pós-moderna e à realidade juvenil. Em indivíduos pós-modernos estão presentes algumas características como autonomia, independência, autoavaliação, preocupação com o bem-estar pessoal, com o prazer e a gratificação sensual. Não devemos confundir ou julgar estas características como algo ruim, egoísta, elas podem ser indispensáveis para a sobrevivência em um mundo atual perigoso, competitivo, violento e em constantes mudanças. São adolescentes e as experiências pessoais passam pela busca da autonomia, independência, da necessidade de prazer e sucesso pessoal.

Os valores desempenham um papel importante no desenvolvimento da identidade, principalmente no período da adolescência. Por outro lado, a formação da identidade se realiza através da formulação de princípios e de metas que orientam a vida do indivíduo. Sendo assim, os espaços educativos têm um papel significativo na formação em valores desta nova geração, principalmente no favorecimento de princípios e metas mais favoráveis ao desenvolvimento da sociedade.

As prioridades axiológicas dos adolescentes do sexo feminino foram predominantemente em tipos motivacionais individualistas (Hedonismo, Autodeterminação e Estimulação) que expressam o desejo de excitações afetivamente agradáveis e independência na forma de pensar e agir. É como se isto fosse o inverso da realidade feminina, ou seja, sempre se acreditou que as mulheres são mais expressivas e destinadas ao lar e maternidade, aos valores que refletem grupalidade, tradição, amizade

e amor. No entanto, esse resultado é uma expressão do mundo contemporâneo que tem gerado, mesmo que numa leve mudança nas condutas, diferentes configurações para as mulheres, seja nos aspectos mais individuais, por exemplo, a sexualidade e profissão, como nas condutas coletivas, como família, escola, trabalho e lazer (FORMIGA et al., 2008).

Além dos valores possuem um papel muito importante na definição da identidade dos adolescentes, esta é uma etapa da vida em que se aprecia com maior intensidade a relação entre as tendências do indivíduo e as metas socialmente disponíveis. Sendo assim, os resultados desta pesquisa reafirmam que os valores expressam necessidades individuais socializadas, metas e orientações que a sociedade tem apresentado aos indivíduos. Numa sociedade individualista, característica marcante das culturas ocidentais e também presente na realidade brasileira, é fácil identificar as expectativas que a sociedade tem em relação à juventude e que também definem suas metas, uma vez que o contexto social tem exigido pessoas capazes de produzir, criativas, curiosas e com competências inovadoras.

Na relação entre valores e religião os jovens que afirmam possuir religião apresentaram valores ligados à dimensão Conservação, cujas características principais são aceitação dos ideais e costumes da cultura e da sociedade. Denota uma possibilidade de que o jovem quando está associado a um grupo de referência que valoriza o espiritual e o religioso, muito provavelmente se deixará conduzir em seu processo pessoal pelo que vivencia nesse grupo. No entanto, isto exige estudos futuros, que incluam outros contextos que não sejam diretamente vinculados a uma definição religiosa.

Por fim, a pesquisa favoreceu no entendimento da premissa de que educar com valores passa necessariamente pelo contexto social e cultural, pois da mesma maneira que as gerações que os antecederam, cada jovem tem seu modo original de assimilar ou não os valores e contravalores presentes nos comportamentos, rituais e crenças da realidade contemporânea. No processo educacional e na realidade dos adolescentes e jovens há sempre uma beleza a ser desvendada e um potencial a ser gerado.

Notoriamente, alguns desafios são postos e que servirão de continuidade para outros estudos. O primeiro desafio é a necessidade de ampliação da amostra, incluindo outros estudantes de realidades escolares não confessionais, com perfil socioeconômico e contexto social bem distinto dos participantes atuais. Outro aspecto fundamental será o de novos estudos sobre prioridades axiológicas, envolvendo adolescentes, porém

incluindo variáveis de comportamento a fim de verificar até que ponto determinados valores priorizados podem anteceder comportamentos específicos.

A compreensão das prioridades axiológicas dos adolescentes contribui significativamente para mudança na relação educativa que devemos ter com os mesmos nos diferentes ambientes de socialização, família, escola, trabalho e sociedade. Considerando que a adolescência é uma fase de intensas mudanças e de que vivemos um contexto histórico com profundas transformações, identificar como os adolescentes priorizam os seus valores é fundamental para oferecer espaços educativos e socializadores que gerem novos saberes, hábitos, comportamentos e novas representações do individual, do coletivo e do social.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, F. J. R.; SOBRAL, F. J. B. O sistema de valores humanos de administradores brasileiros: adaptação da escala PVQ para o estudo de valores no Brasil. *Revista de Administração Mackenzie*, São Paulo, v. 10, n. 3, p.102-126, maio 2009.

INFANTE, V. S.; SOUZA, R. L. Sobre os valores humanos: uma hierarquização empírica. *Revista Espaço Acadêmico*, Maringá, n. 21, p. 1-5, fev. 2003.

LA TAILLE, Y. et al. *Crise de valores ou valores em crise?* Porto Alegre: Artmed, 2009. 198 p.

SCHWARTZ, S. H.; BILSKY, W. Toward a Universal Psychological Structure of Human Values. *Journal of Personality and Social Psychology*, Washington, v. 53, n. 3, p. 550 – 562, 1987.

_____. Toward a Theory of the Universal Content and Structure of Values: Extensions and Cross-Cultural Replications. *Journal of Personality and Social Psychology*, Washington, v. 58, n. 5, p. 878– 891, 1990.

SCHWARTZ, S. H.; BARDI, A. Value hierarchies across cultures: Taking a similarities perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, Washington, v. 32, n. 3, p. 268–290, 2001.

SCHWARTZ, S. H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*. Orlando: Academic, v. 25, p. 1-65, 1992.

_____. Are there universal aspects in the structure and contents of human values? *Journal of Social Issues*, Washington, v. 50, n. 4, p. 19-45, 1994.

_____. Value priorities and behavior: Applying a theory of integrated value systems. In: SELIGMAN, C.; OLSON, J. M. *et al.* (Org.). *Psychology of Values: The Ontario Symposium*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate, v. 8, p. 1- 26, 1996.

SCHWARTZ, S. H. A theory of cultural values and some implications for work. *Applied Psychology: An International Review*, v. 48, n. 1, p. 23-47, 1999.

_____. Valores humanos básicos: seu contexto e estrutura intercultural. In: TAMAYO, A.; PORTO, J. B. (Org.). *Valores e comportamento nas organizações*. Petrópolis: Vozes, 2005a, p. 21-55.

_____. Validade e aplicabilidade da teoria de valores. In: TAMAYO, A.; PORTO, J. B. (Org.). *Valores e comportamento nas organizações*. Petrópolis: Vozes, 2005b. p. 56-95.

TAMAYO, A. et al. Diferenças nas prioridades axiológicas de músicos e advogados. *Psicologia: Reflexão e crítica*, Porto Alegre, v. 11, n. 2, p. 1-9, 1998.

TAMAYO, A.; PORTO, J. B. Validação do questionário de Perfis de Valores (QVP) no Brasil. *Psicologia Teoria e Pesquisa*, Brasília, v. 25, n. 3, p. 369-376, 2009.

TRIANDIS, H. C. *Individualism and collectivism*. Boulder: Westview, 1995.