

PERSONALIDAD, VALORES SOCIALES Y SU RELACIÓN CON LA ORIENTACIÓN IDEOLÓGICA Y EL INTERÉS POR LA ACTUALIDAD POLÍTICA: FACTORES QUE MEDIAN ENTRE LA PROPAGANDA Y LA OPINIÓN PÚBLICA

PERSONALITY, SOCIAL VALUES AND THEIR RELATIONSHIP TO IDEOLOGICAL ORIENTATION AND INTEREST IN CURRENT AFFAIRS: FACTORS MEDIATING BETWEEN PROPAGANDA AND PUBLIC OPINION

Hugo Simkin¹ y Susana Azzollini²

Resumen

Si bien existen numerosos antecedentes que han observado que la orientación ideológica se encuentra asociada a la personalidad y los valores sociales, son escasos los estudios que exploran este vínculo en el contexto local. Por este motivo, el presente trabajo se propone evaluar la relación entre el Modelo de los Cinco Factores de la Personalidad, la orientación ideológica, el interés por la actualidad política y la Teoría de los Valores Sociales de Schwartz en una muestra compuesta por 238 estudiantes universitarios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. De acuerdo con los resultados, los cinco factores de la personalidad se encuentran asociados a los valores propuestos por Schwartz, a la orientación ideológica y al interés por la actualidad política, de manera similar a lo informado en los antecedentes en el contexto internacional. Se concluye la necesidad de incrementar los estudios en el área que puedan contribuir a explorar el modo en el que estas variables afectan el comportamiento político en el contexto argentino.

Palabras clave: personalidad, valores, orientación-política

Abstract

While there are numerous studies that find political orientation associated to personality and social values, there is a lack of studies exploring this link in the

¹ Magister en Psicología Cognitiva y Aprendizaje (FLACSO / Universidad Autónoma de Madrid, UAM). Jefe de Trabajos Prácticos Psicología Social, Universidad de Buenos Aires (UBA). E-mail: hugosimkin@psi.uba.ar

² Dra. en Psicología (Universidad de Buenos Aires). Investigadora Adjunta, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Profesora Adjunta Psicología Social, Facultad de Psicología (UBA). Secretaria de Ciencia y Técnica Instituto Universitario del Ejército (IUE).

local context. Therefore, this study aims to evaluate the relationship between the five personality factors, ideological orientation, interest in political current affairs and the Schwartz Theory of Social Values, in a sample of 238 university students in the city of Buenos Aires. According to the results, the five personality factors are associated with the values proposed by Schwartz, with political orientation and interest in political current affairs, as reported regarding the international context studies. Need for further research in this area is concluded as it may lead to explore ways in which these variables affect political behaviour in the Argentine context.

Keywords: personality, values, political-orientation.

1. Introducción

La propaganda puede ser definida como el intento deliberado y sistemático para dar forma a las percepciones, manipular cogniciones y el comportamiento directo para lograr una respuesta que promueve la intención deseada del propagandista, frecuentemente asociada al manejo de la opinión pública (Jowett & O'Donnell, 2014). Sin embargo, si bien inicialmente se ha considerado que la propaganda influía directamente en la opinión de las personas acerca de temas de interés público, actualmente se ha sugerido que la personalidad y la orientación ideológica afectan el modo en que las personas perciben e interpretan la información de los medios y forman opinión respecto de diferentes temas de la vida pública (Duckitt, & Sibley, 2010). Por otra parte, el Modelo de los Cinco Grandes Factores de la Personalidad (FFM) ha sido empleado como un marco integrador que se ha conectado con numerosas áreas de amplia relevancia para la Psicología, entre las que se destaca el estudio de la orientación ideológica (Duckitt, & Sibley, 2010; McCrae, 1996; McCrae & Costa, 2012; Yang & Chiu, 2009). Así, los primeros teóricos asumieron que las actitudes socio-políticas o ideológicas se organizaban a lo largo de un continuo izquierda-derecha, expresando las dimensiones básicas de la personalidad (Duckitt & Sibley, 2010). Sin embargo, se ha observado que los resultados empíricos no apoyan dicha relación, por lo que se han sugerido modelos en donde la relación entre la personalidad y la orientación ideológica se encuentra mediada por otras variables, como los valores sociales (Caprara, Vecchione & Schwartz, 2009). Eso se debe a que, de acuerdo con el modelo de Schwartz (1992), los valores inciden en las evaluaciones políticas de una manera constante, contribuyendo en la formación de una estructura general de las actitudes políticas (Feldman, 2003; Barnea & Schwartz, 1995).

Si bien existen numerosos estudios (Caprara et al., 2009) que han dado cuenta de estas relaciones en el contexto internacional son escasos los trabajos que exploran este vínculo en el contexto local. Por este motivo, el presente estudio se propone evaluar si existen relaciones entre el Modelo de los Cinco Factores de la Personalidad, la Orientación ideológica, el interés por la actualidad política y la Teoría de los Valores Sociales de Schwartz, con el objeto de contribuir a explorar los factores psicosociales que median entre la propaganda y la opinión pública.

2. El Modelo de los Cinco Factores de la Personalidad

El estudio de la personalidad ha sido abordado desde diferentes recortes disciplinares, tales como la Sociología, la Antropología, la Filosofía o la Psicología, y hacia el interior de cada disciplina se han suscitado numerosos debates en torno a los diversos modos de definirlos, explicarlos o evaluarlos (Barembaum & Winter, 2003). A pesar de que tal multiplicidad de enfoques ha dificultado la posibilidad de establecer un consenso relativo a su definición (Pervin, 1990; Simkin, Etchezahar & Ungaretti, 2012), en el ámbito de la psicología se considera que la teoría de los rasgos es uno de los enfoques históricamente más utilizados para el estudio de este constructo (McCrae & Costa, 2012). Desde este enfoque, los rasgos se definen como patrones relativamente estables del comportamiento, los pensamientos y las emociones de las personas (Kassin, 2003). Uno de los pioneros en el estudio de la teoría de los rasgos fue Allport (1937), quien define la personalidad como una organización dinámica, dentro del individuo, que determina sus ajustes únicos al ambiente. Para el estudio empírico de los rasgos de personalidad, Allport y Odbert (1937) confeccionaron una lista con más de 16.000 términos, que intentaron organizar en un número reducido de factores de acuerdo a diferentes criterios teóricos. Posteriormente, sobre la base del trabajo de Allport y Odbert (1937) y a partir de la técnica del análisis factorial, se han propuesto diversas clasificaciones de rasgos en categorías que varían desde los tres (Eynseck, 1976) hasta los dieciséis factores (Cattell, 1950) de la personalidad. Por su parte, Costa y McCrae (1980) postulan la existencia de cinco dimensiones: Neuroticismo, Extraversión, Apertura a la Experiencia, Amabilidad y Responsabilidad, suficientes para el estudio de la personalidad. De acuerdo al modelo, el Neuroticismo se define como la inestabilidad emocional o la predisposición a experimentar emociones negativas como miedos, sentimientos de culpa, tristeza, enojo (Costa & McCrae, 1980; Widiger, 2009). La Extraversión evalúa la tendencia a comunicarse con las demás personas, a ser asertivos, activos y verbalizadores (Wilt & Revelle, 2009). La Apertura se caracteriza por la presencia de imaginación activa, sensibilidad estética, capacidad de introspección o curiosidad intelectual (McCrae & Sutin, 2009). La Amabilidad caracteriza a quienes tienen la capacidad de establecer vínculos psicosociales, son altruistas y tienen amplia disposición a preocuparse por los demás (Graziano & Tobin, 2009). Por último, la Responsabilidad refiere a la capacidad para controlar los impulsos, actuar con propósitos o metas claras, planificar, organizar y llevar adelante proyectos e ideas (Roberts, Jackson, Fayard, Edmonds & Meints, 2009).

En la actualidad existen múltiples instrumentos de evaluación del modelo de los cinco grandes de la personalidad (Bausela Herreras, 2005). Uno de los más empleados ha sido el Inventario de Personalidad NEO (*The NEO Personality Inventory*), originalmente elaborado por McCrae y Costa (1989), cuya última versión (NEO-PI-R; McCrae y Costa, 1992) consta de 240 ítems con 48 ítems en cada uno de los cinco factores que lo componen. El instrumento cuenta con cinco anclajes de respuesta que van desde 1= Se parece mucho a mí a 5 = No se parece en nada a mí (e.g. Me cuesta expresar

mi enojo aunque esté justificado; Sinceramente me agrada la mayoría de la gente que conozco; A menudo hago cosas en el momento, sin pensar en las consecuencias). El inventario ha sido administrado en diferentes poblaciones tales como pacientes psiquiátricos (Egger, Huber, De Mey, Derksen, & Van der Staak, 2003), sujetos con trastorno maníaco depresivo y trastorno depresivo unipolar (Bagby, R. M., Joffe, R. T., Parker, Kalembe, & Harkness, 1995), esquizofrenia (Tien, Costa, & Eaton, 1992) trastorno borderline (Clarkin, Hull, Cantor & Sanderson, 1993), o población general tanto en adultos (Van den Broeck, Rossi, Dierckx, & De Clercq, 2012) como en adolescentes (Ortet, Ibáñez, Moya, Villa, Viruela, & Mezquita, 2012).

Otro de los instrumentos que han operacionalizado el modelo de los cinco grandes es el NEO *Five Factor Inventory* (NEO FFI; Costa & McRae, 1992), una reducción del original que evalúa las cinco grandes dimensiones en 60 ítems. Posteriormente, fue construido el *Big Five Inventory* (BFI; John & Srivastava, 1999), el cual se encuentra compuesto por 44 ítems. Con la finalidad de obtener una medida indicadora de los rasgos de la personalidad, Gosling, Rentfrow y Swann (2003) desarrollaron dos escalas breves: el *Ten Item Personality Inventory* (TIPI; Gosling et al., 2003) y el *Five Items Personality Inventory* (FIPI; Gosling et al., 2003), compuestos por diez y cinco ítems respectivamente. De acuerdo con Benet Martínez (1998) diferentes instrumentos que evalúan la Teoría de los Cinco Grandes Factores de la Personalidad han sido traducidos a más de diez idiomas y utilizados en diversos estudios. En nuestro contexto, Castro Solano (2002) ha validado el BFI en población militar. Además, el NEO-PI-R fue adaptado al contexto local por Richaud de Minzi, Lemos de Ciuffardi y Oros de Sapia (2001). Los resultados de ambos trabajos confirmaron la misma estructura factorial de rasgos de personalidad verificada en los EE. UU. en adolescentes y adultos. Más recientemente, siguiendo las recomendaciones de Digman (1997) y De Young (2007) se ha explorado su dimensionalidad, identificando factores de orden superior (Simkin & Etchezahar, 2012).

Como fue señalado, el Modelo de los Cinco Grandes de la Personalidad (FFM, Costa y McCrae, 1980) ha sido conectado con numerosas teorías psicológicas, entre las que en los últimos años se ha destacado la Teoría de los Valores (Schwartz, 1992).

3. El Modelo de los Valores Sociales

A pesar de que en Ciencias Sociales el estudio de los valores sociales pueda remontarse a comienzos del siglo XX con el trabajo pionero de Thomas y Znaniecki (1918), su abordaje desde una perspectiva psicológica ha tenido lugar recién en las últimas décadas (Gouveia, Martínez, Meira & Lemos, 2001, Jaume, 2013). Schwartz (1992) define los valores como metas deseables, que varían en su importancia y que sirven como principios rectores en la vida de las personas (Schwartz, Caprara & Vecchione, 2010). Para su evaluación, Schwartz (1992) introduce un modelo de diez valores que ha demostrado validez en diferentes países y culturas: Poder, Logro, Hedonismo, Esti-

mulación, Autodeterminación, Universalismo, Benevolencia, Tradición, Conformidad y Seguridad. El Poder se refiere a valorar el estatus social y prestigio, así como el control o dominio sobre personas y recursos (e.g. poder social, autoridad, riqueza, preservar la imagen pública). El Logro remite al éxito personal a través de la demostración de la competencia de acuerdo a las normas sociales (e.g. éxito, capacidad, ambición). El Hedonismo se define como la búsqueda del placer y la gratificación sensual para uno mismo (e.g. placer, disfrutar de la vida). La Estimulación implica un interés por las emociones, la novedad y el reto en la vida. La Autodeterminación identifica la búsqueda del pensamiento independiente y la acción creativa, la necesidad de explorar. El Universalismo refiere a la comprensión, el aprecio, la tolerancia y la protección para el bienestar de las personas y de la naturaleza (e.g. amplitud de miras, sabiduría, justicia social, igualdad, un mundo en paz, un mundo de belleza, unidad con la naturaleza, protección del medio ambiente). La Benevolencia representa un interés por el bienestar de la gente con quien uno está en contacto personal frecuente. La Tradición remite al respeto, el compromiso y la aceptación de las costumbres y las ideas que la cultura tradicional o la religión proveen. La Conformidad se comprende como la restricción de las acciones, inclinaciones e impulsos que puedan alterar o perjudicar a otros y violar expectativas o normas sociales. La Seguridad persigue la armonía y la estabilidad de la sociedad, de las relaciones y de sí mismo (e.g. seguridad nacional, mantenimiento del orden social). Para el autor, estos valores pueden agruparse en cuatro bipolaridades: (1) Apertura al cambio (2) Autopromoción (3) Conservación y (4) Autotrascendencia.

La Teoría de los Valores (Schwartz, 1992) ha sido usualmente evaluada empleando el Perfil de Valores Personales (PVQ; *Portrait Values Questionnaire*: Schwartz et al., 2001), instrumento que cuenta con 40 ítems que describen los valores de cada persona (e.g. es importante escuchar a las personas que piensan diferente a mí aun cuando no estoy de acuerdo con ellos). Diversos estudios apoyaron la fiabilidad de la PVQ para la evaluación de los diez valores (Schwartz, 2005), confirmando la validez convergente y discriminante de los mismos. Los índices PVQ también han demostrado poseer validez predictiva para numerosas conductas y actitudes (Schwartz, 2011). La técnica ha sido administrada en más de 40 países y se encuentra adaptada y validada al contexto local por Castro Solano y Nader (2006). En Argentina, diferentes estudios han evaluado los valores humanos utilizando el modelo teórico de Schwartz (Nader, 2009; Zubieta, Delfino & Fernández, 2007), considerando diferencias individuales tales como diversas poblaciones (e.g. civil / militar), contextos (e.g. trabajo, relaciones familiares, recreación y tiempo libre), sexo y edad y diversas variables asociadas.

4. Personalidad y valores sociales

Numerosos estudios han observado relaciones entre el FFM y los valores (Luk & Bond, 1993; Bilsky & Schwartz, 1994; Dollinger, Leong & Ulicni, 1996; Yik & Tang, 1996; Herringer, 1998; Olver & Mooradian, 2003) identificando correlaciones estadísticamente significativas entre ambos constructos. Roccas, Sagiv, Schwartz y Knafo

(2002) identifican una relación positiva entre la Extraversión y los valores de Estimulación, Logro y Hedonismo y una relación negativa con el valor Tradición, que entra en conflicto con la novedad, la excitación y agresividad, características de este rasgo de personalidad. Por su parte, la Amabilidad en cuanto confianza, altruismo, sencillez y modestia, ha sido asociada positivamente a los valores Benevolencia, Conformidad y Tradición y negativamente a Logro y Poder, ya que las personas con alta amabilidad tienden a una horizontalidad en cuanto a la distribución del poder, para lo cual deben dejar de lado los logros e intereses personales (Roccas et al., 2002). De manera similar, la apertura a la experiencia es altamente compatible con los valores de Autodirección y Universalismo, entrando en conflicto con los valores de Conformidad, Tradición y Seguridad. Finalmente, el factor Responsabilidad se asocia positivamente al Logro, la Conformidad y la Seguridad. En cuanto al Neuroticismo, los autores no han observado relaciones significativas con ninguno de los valores mencionados, de modo que las personas que tienden a experimentar estados de ánimo negativos pueden presentar diferentes valores entre sí (Simkin & Etchezahar, 2013).

5. Personalidad, valores sociales y orientación ideológica

En los últimos años, numerosos estudios han conectado la personalidad y los valores (Parks & Guay, 2009; Vecchione, Alessandri, Barbaranelli & Caprara, 2011) destacando el fuerte impacto que ambos presentan de manera conjunta para diversos aspectos psicosociales, tales como el bienestar subjetivo (Haslam, Whelan & Bastian, 2009) o el conflicto intergrupalo (Pozzebon & Ashton, 2009). En particular, una de las áreas en las que el estudio de la personalidad y los valores que ha recibido mayor atención es el estudio de la orientación ideológica, en tanto recientes trabajos han observado que la personalidad y los sistemas de valores inciden en el comportamiento político de los ciudadanos y en la dinámica entre individuos, colectivos e instituciones (Barbaranelli, Caprara, Vecchione & Fraley, 2007). El modelo de los cinco grandes de la personalidad ha sido frecuentemente empleado en este área, destacando que el factor de Apertura es el que explica en mayor medida las diferencias individuales en el comportamiento político (McCrae, 1996). De acuerdo a diversos autores, esto puede deberse a que las personas con mayor apertura a la experiencia tienden a identificarse con las ideas de pluralismo y multiculturalidad que defienden los partidos orientados hacia la izquierda (Van Hiel, Kossowska & Mervielde, 2000). Si bien se han identificado relaciones con otros factores de la personalidad, aún se debate acerca del alcance y la fortaleza teórica de tales observaciones (Jost, Glaser, Kruglanski, & Sulloway, 2003). El estudio de los valores también ha sido conectado al comportamiento político de las personas (Schwartz, 1994; Feldman, 2003), de modo que los individuos tienden a identificarse con aquellos partidos que defienden los propios valores (Caprara, Schwartz, Capanna, Vecchione & Barbaranelli, 2006). De esta manera, mientras quienes presentan valores ligados al Universalismo tienden a preferir partidos de izquierda, aquéllos que presentan fuertes valores asociados a la seguridad, prefieren partidos de derecha (Barnea & Schwartz, 1998).

Con el propósito de integrar el impacto de la personalidad y de los valores en la participación política, Caprara, Vecchione y Schwartz (2009) proponen un modelo en el que la relación entre la participación política y la personalidad se encuentra mediada por los valores sociales. De acuerdo con los autores, desde este enfoque, los valores de Seguridad y Universalismo modulan la relación entre Apertura, Amabilidad y Responsabilidad en relación a la preferencia por partidos políticos de izquierda o derecha.

Diversos trabajos han destacado la importancia de explorar dichas variables de manera conjunta, en tanto permite a líderes políticos y organizaciones ir más allá de las dimensiones ideológicas de izquierda y derecha, dando lugar a lecturas más complejas que explican el comportamiento político de los ciudadanos (Caprara et al., 2006; Caprara et al., 2009). Por ejemplo, Caprara et al. (2006) han sido pioneros en explorar el impacto de la personalidad y los valores en la intención de voto empleando el Modelo de Cinco Factores de la Personalidad (Costa & McCrae, 1980) y la Teoría de los Valores de Schwartz (1992) en un estudio llevado a cabo en el marco de la elección nacional de Italia de 2001. De acuerdo con los autores, la personalidad y los valores resultan los fundamentos esenciales de la ideología, permitiendo explicar los patrones en la intención de voto. Caprara et al. (2006) observaron que los partidarios de las dos coaliciones difirieron en cuanto a sus rasgos de personalidad y sus valores (N=3044): los votantes de centro-izquierda presentaron mayores niveles que los votantes de centro-derecha en rasgos de personalidad asociados a la Amabilidad ($r=.15, p < .001$) y la Apertura ($r=.11, p < .001$) (Caprara et al., 2006). En relación a los valores, los votantes de centro-izquierda presentaron mayores niveles que los votantes de centro-derecha en Autodeterminación (.08, $p < .001$), Universalismo (.28, $p < .001$) y Benevolencia (.18, $p < .001$). Al mismo tiempo, obtuvieron niveles más bajos en Seguridad (.20, $p < .001$), Poder (.14, $p < .001$), Logro (.08, $p < .001$), Conformidad (.10, $p < .001$) y Tradición (.07, $p < .001$). De acuerdo con Caprara et al. (2006), los análisis de regresión permitieron observar que los Valores Sociales explicaron una parte importante de la varianza relativa a la intención de voto, incluso en mayor medida que la personalidad. Resultados similares han sido reportados desde entonces en diferentes estudios en diversos contextos tales como Alemania (Schoen, 2007), Brasil (Silva, 2007), Estados Unidos (Bell, Woodley, Schermer & Vernon, 2012), Francia (Campus, 2010), Italia (Caprara, et al., 2006) o Turquía (Baslevant & Kirmanoglu, 2008).

6. Metodología

6.1. Participantes

La selección de la muestra fue de tipo intencional, no probabilística. Participaron en el estudio 238 estudiantes universitarios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (23,4% hombres y 76,6% mujeres). El rango etario de los mismos fue de 20 a 42 años ($\bar{x} = 24,8; DE = 3,59$).

6.2. Muestra

Los datos fueron recolectados a través de un instrumento de evaluación de índole autoadministrable, asegurando el anonimato de los participantes. El mismo estuvo compuesto por:

- *Five Items Personality Inventory (FIPI; Gosling et al., 2003)*. El FIPI es un cuestionario autoadministrable de 5 ítems que evalúan cinco dimensiones de la personalidad en población adolescente y adulta: (1) Apertura a la Experiencia o Apertura Mental (Openness to experience) (“Abierto/a la experiencia; es decir, curioso/a, reflexivo/a, creativo/a, profundo/a, de mente abierta, NO convencional.”), (2) Responsabilidad, Escrupulosidad o Tesón (Conscientiousness) (“De finar, organizado; es decir, que trabaja duro, es responsable, autodisciplinado/a, cuidadoso/a, NO descuidado/a, o impulsivo/a”), (3) Extraversión (“Extrovertido, entusiasta; es decir, alegre, enérgico, que habla mucho, activo, NO reservado/a o tímido/a”), (4) Amabilidad, Afabilidad o Tendencia al Acuerdo (Agreeableness) (“Que tiende al acuerdo, amable; es decir, confiable, generoso/a, simpático/a, cooperativo/a, NO agresivo/a, o frío/a”) y (5) Neuroticismo o Estabilidad Emocional (“Emocionalmente estable, calma; es decir, relajado/a, seguro/a de sí mismo, NO ansioso/a, de mal humor, o que se enoja o se estresa con facilidad”). La escala presenta un formato de respuesta tipo Likert con cinco anclajes de respuesta en función del grado de acuerdo de los participantes, siendo 1 “Completamente en desacuerdo” y 5 “Completamente de acuerdo”. Para la traducción del Inventario se ha considerado un ítem a la vez, estudiando su significado dentro de su marco teórico como un conjunto. La traducción palabra por palabra no fue tan importante como retener el sentido psicológico de cada ítem. Después de traducir los artículos, se solicitó a un traductor que no estuviera familiarizado con el Inventario que realizara una traducción al inglés. Por último, se compararon ambas versiones en inglés con el fin de evaluar si se conservaba el sentido psicológico original de cada ítem.
- *Short Schwartz’s Value Survey (SSVS; Lindeman & Verkasalo, 2005)*: el SSVS es un cuestionario autoadministrable de 10 ítems que evalúan el grado de importancia de los valores de cada persona en población adolescente y adulta: (1) Poder (Power) (“Poder; por ejemplo: poder social, autoridad, riqueza”), (2) Logro (Achievement) (“Logro; por ejemplo: éxito, capacidad, ambición, influencia sobre las personas y los hechos”), (3) Hedonismo (Hedonism) (“Hedonismo; por ejemplo: satisfacción de los deseos, el placer en la vida, la auto-indulgencia”), (4) Estimulación (Stimulation) (“Estimulación; por ejemplo: ser atrevido/a, llevar una vida desafiante, emocionante y llena de estímulos variados”), (5) Autodeterminación (Self-Direction) (“Autodeterminación; por ejemplo: valorar la creatividad, la libertad, la curiosidad, la independencia, la elección de las propias metas”), (6) Universalismo (Universalism) (“Universalismo; por ejemplo: valorar la amabilidad, la honestidad, el perdón, la lealtad, la responsabilidad”), (7) Benevolencia

(Benevolence) (“Benevolencia; por ejemplo: valorar la amabilidad, la honestidad, el perdón, la lealtad, la responsabilidad”), (8) Tradición (Tradition) (“Tradición; por ejemplo: valorar el respeto a la tradición, la humildad, aceptando el lugar de cada uno en la vida, la devoción, la modestia”), (9) Conformidad (Conformity) (“Conformidad; por ejemplo: valorar la obediencia a los padres y mayores, el honor, la auto-disciplina, la cortesía”) y (10) Seguridad (Security) (“Por ejemplo: valorar la seguridad nacional, la seguridad de la familia, el orden social, la limpieza, la reciprocidad de favores”). La escala presenta un formato de respuesta tipo Likert con cinco anclajes de respuesta en función del grado de acuerdo de los participantes, siendo 1 “Opuesto a mis principios” y 5 “De suma importancia para mi vida”. La SSVS ha demostrado validez convergente con la escala original de Schwartz de 45 ítems (Lindeman & Verkasalo, 2005). Para la traducción del SSVS se ha estudiado el significado de cada ítem en el marco teórico del modelo propuesto por Schwartz. Se ha considerado prioritario retener el sentido psicológico de cada ítem antes que traducir palabra por palabra de manera literal. Después de traducir cada ítem, un traductor que no estuviera familiarizado con el instrumento realizó una nueva traducción al inglés. Finalmente, se compararon ambas versiones en inglés con el objetivo de constatar que se conservara el sentido psicológico original de cada afirmación.

- *Posicionamiento ideológico*: para el presente se empleó una adaptación de Rodríguez, Sabucedo y Costa (1993) que consta de un ítem que evalúa el posicionamiento ideológico (“en asuntos de política la gente habla de izquierda y derecha, ¿Dónde se situaría Ud. en esa escala?”) con un formato de respuesta tipo Likert con cinco anclajes de respuesta en función del grado de acuerdo de los participantes, siendo 1 = Izquierda, 3 = centro y 5 = derecha.
- *Interés por la actualidad política*: para conocer el interés por la política se empleó un ítem que evalúa el grado de relevancia que presenta conocer la actualidad política para la persona (“¿Te interesa la política, seguís noticias políticas o a políticos en los medios?”) con un formato de respuesta tipo Likert con cinco anclajes de respuesta en función del grado de acuerdo de los participantes, siendo 1 = nunca y 5 = siempre.
- *Variables socio-demográficas*: se indagó por sexo y edad de los participantes.

7. Resultados

Con el objeto de responder las preguntas de investigación se realizó un análisis de correlación entre las variables Personalidad – Valores Sociales – Posicionamiento ideológico - Interés por la política, (Tabla 1).

Tabla I. Correlaciones entre los factores de la personalidad, los valores, la orientación ideológica y el interés por la actualidad política

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1. Poder	-																
2. Logro	.532**	-															
3. Hedonismo	.269**	.275**	-														
4. Estimulación	.176**	.108	.219**	-													
5. Autodirección	.041	-.036	.097	.278**	-												
6. Universalismo	-.097	-.101	.08	.096	.478**	-											
7. Benevolencia	-.199**	-.137*	.082	-.097	.207**	.298**	-										
8. Tradición	-.043	.018	.143*	-.031	.133*	.169**	.340**	-									
9. Conformidad	.023	.148*	.064	-.095	0.07	.001	.295**	.503**	-								
10. Seguridad	-.011	.157*	.073	-.183**	.002	.053	.249**	.427**	.484**	-							
11. Apertura	-.025	-.011	-.037	.337**	.272**	.186**	-.04	-.053	-.092	-.098	-						
12. Responsabilidad	.065	.046	-.031	-.07	.033	.026	.104	.114	.204**	.067	.147*	-					
13. Extroversión	-.023	.097	-.017	.142*	.164*	.113	.002	.253**	.154*	.085	.282**	.059	-				
14. Amabilidad	-.016	.02	.084	.02	.218**	.187**	.137*	.226**	.211**	.149*	.141*	.228**	.278**	-			
15. Neuroticismo	.022	.015	-.165*	.024	.174**	.072	.009	-.011	.077	-.066	.121	.158*	.048	.247**	-		
16. Orientación ideológica	-.029	-.009	.106	-.071	.007	-.014	.063	.154*	.220**	.284**	-.039	.019	-.045	.035	-.067	-	
17. Interés Actualidad Política	.117	.056	.08	.150*	.084	.209**	-.023	-.177**	-.217**	-.226**	.125	-.134*	-.019	-.062	.073	-.172**	

** . $p < .01$; * . $p < .05$

Se destaca que la personalidad, los valores sociales, el posicionamiento ideológico y el interés por la política presentan asociaciones estadísticamente significativas de modo que la **Extraversión** se encuentra asociada al valor de Estimulación ($r=.14$), Tradición ($r=.25$), Autodirección ($r=.16$) y Conformidad ($r=.15$), la **Amabilidad** a Benevolencia ($r=.13$), Conformidad ($r=.21$), Tradición ($r=.22$), Autodirección ($r=.21$), Universalidad ($r=.18$), Seguridad ($r=.14$), la **Apertura** se asocia a la Autodirección ($r=.27$), Universalismo ($r=.19$) y Estimulación ($r=.34$), la **Responsabilidad** se asocia a Conformidad ($r=.20$) e Interés por la actualidad política ($r=-.13$), el **Neuroticismo** se asocia al Hedonismo ($r=-.16$) y Autodirección ($r=.17$). Por su parte, la orientación ideológica se asocia a la Tradición ($r=.15$), Conformidad ($r=.22$) y Seguridad ($r=.28$), mientras que el interés por la política se asocia a Estimulación ($r=.15$), Universalismo ($r=.20$), Tradición ($r=-.17$), Conformidad, ($r=-.21$) y Seguridad ($r=-.26$).

A continuación, se procedió a evaluar las correlaciones entre los cinco factores de la personalidad, y las cuatro subestructuras del modelo de Schwartz

Tabla II. Correlaciones entre los factores de la personalidad, cuatro bipolaridades de los valores, la orientación ideológica y el interés por la actualidad política

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Apertura											
2. Responsabilidad	.147*										
3. Extraversión	.282**	.059									
4. Amabilidad	.141**	.228**	.278**								
5. Neuroticismo	.121	.158	.048	.247**							
6. Conservación	-.101	.162*	.204**	.244**	.003						
7. Autopromoción	-.032	.034	.025	.040	-.060	.107					
8. Apertura Cambio	.271**	-.044	.132**	.135**	-.007	.020	.501**				
9. Autotrascendencia	.104	.076	.078	.204**	.054	.266**	-.093	.221**			
10. Orientación Ideológica	-.039	.019	-.045	.035	-.067	.272**	.032	.017	.025		
11. Interés por la política	.125	-.134*	-.019	-.062	.073	-.257**	.111	.157*	.129*	-.172**	

** . $p < .01$; * . $p < .05$

Se destaca que la Apertura se asocia a Apertura al cambio ($r=.27$), Responsabilidad se asocia a Conservación ($r=.16$) e Interés por la política ($r=.13$), la Extraversión se asocia a Conservación ($r=.20$) y con Apertura al cambio ($r=.13$), la Amabilidad con Conservación ($r=.24$) Apertura al cambio ($r=.13$), Autotrascendencia ($r=.34$).

8. Discusión y conclusiones

La personalidad ha sido considerada una de las variables de mayor relevancia para la Psicología, dado que se encuentra relacionada con la mayoría de las variables psicológicas (McCrae & Costa, 2012). Particularmente, la Psicología de la Personalidad ha contribuido ampliamente a la Psicología Política, en tanto contribuye a comprender numerosos comportamientos vinculados con la ideología política (Duckitt & Sibley, 2010). En particular, Caparra et al. (2009) han destacado la relevancia de evaluar estas categorías de manera conjunta con el modelo de valores sociales propuesto por Schwartz (1992). Estos estudios presentan una fuerte implicancia para las ciencias sociales, dado que estudiar estas variables relacionadas permite trascender las dimensiones ideológicas de izquierda y derecha para elaborar lecturas más complejas que dan cuenta de manera integral del comportamiento político de los ciudadanos (Caparra et al., 2006; Caparra et al., 2009).

Al igual que en los antecedentes (e.g. Roccas et al., 2002), en el presente trabajo se ha observado que la Extraversión se encuentra asociada al valor de Estimulación ($r= .14$).

Sin embargo, a diferencia de otros estudios no se han podido identificar relaciones con el Hedonismo, a la vez que su relación con el valor Tradición ($r=.25$) resulta positiva. Además, se observan relaciones con el valor de Autodirección ($r=.16$), que no han sido reportadas anteriormente (Simkin & Etchezahar, 2013). Por su parte, la Amabilidad, en tanto confianza, altruismo, sencillez y modestia, ha sido asociada positivamente a los valores Benevolencia ($r=.13$), Conformidad ($r=.21$) y Tradición ($r=.22$). Asimismo, a diferencia de otros trabajos, se observaron relaciones con Autodirección ($r=.21$), Universalidad ($r=.18$), Seguridad ($r=.14$) y no se hallaron asociaciones con los valores de Logro o Poder. De manera similar, la Apertura resulta compatible con los valores de Autodirección ($r=.27$) y Universalismo ($r=.19$), tal como se ha sugerido anteriormente (e.g. Roccas et al., 2002). A diferencia de los antecedentes, sin embargo, se han observado además relaciones con el valor de Estimulación ($r=.34$). Finalmente, el factor Responsabilidad se asocia positivamente a la Conformidad ($r=.20$), tal como ha sido reportado en estudios previos (Roccas et al, 2002). A diferencia de los antecedentes, no se han identificado relaciones con Logro ni con Seguridad (Simkin & Etchezahar, 2013). En cuanto al neuroticismo, a diferencia de los antecedentes, se observan asociaciones con Hedonismo ($r=-.16$) y con Autodirección ($r=.17$).

Por otra parte, de manera diferente de lo que señalan los antecedentes (e.g. McCrae, 1996) la Personalidad no ha sido asociada a la orientación política con excepción del vínculo inverso entre Interés por la política y Responsabilidad ($r=-.134$).

En relación a los valores sociales, al igual que estudios previos (e.g. Caprara et al., 2006; Caprara et al., 2009), quienes se sienten inclinados por la derecha presentan valores orientados a la Tradición ($r=.15$), Conformidad ($r=.22$) y Seguridad ($r=.28$). A su vez el interés por la política se asoció a Estimulación ($r=.15$), Universalismo ($r=.20$), Tradición ($r=-.17$), Conformidad, ($r=-.12$) y Seguridad ($r=-.26$).

De acuerdo con los resultados, se observa que la Personalidad y los Valores Sociales se encuentran asociados a la orientación ideológica y al interés por la política. Es probable que uno de los rasgos de personalidad de mayor relevancia, sea la Apertura (Costa, 2012), dado que quienes presentan altos valores de esta dimensión se orienten a perseguir valores ligados al Universalismo y a los partidos de izquierda, mientras que una menor apertura se asocie con valores de Seguridad, conformidad y tradición y una orientación ideológica de derechas. Además, la apertura y la estimulación inciden en el interés por la política, orientando a las personas a atender a la actualidad política, consumir noticias, seguir políticos en los medios y a buscar activamente noticias, propagandas o información sobre estos temas. También se observan relaciones significativas con las cuatro bipolaridades, observadas en estudios previos.

Una de las principales limitaciones del presente estudio radica en los instrumentos de evaluación, dada su breve extensión. Futuros trabajos deberían emplear medidas de

Personalidad y Valores que cuenten mayores fortalezas. A la vez, se sugiere emplear muestras de mayor dimensión. Estas limitaciones, junto a factores socioculturales, podrían explicar las diferencias entre los resultados reportados y los observados en los antecedentes.

Otra limitación del presente estudio, al igual que en trabajos previos radica en que si bien el Modelo de los Cinco Factores permite establecer patrones relativamente estables en el comportamiento las cogniciones y las emociones de las personas, posibilitando discriminar diferencias individuales en el comportamiento político, el modelo no resulta suficiente para la comprensión del fenómeno de la personalidad en su conjunto (Costa & McCrae, 2012). Esto motivó a McCrae y Costa (1996) a desarrollar la Teoría de los Cinco Factores, que permite explicar el funcionamiento de la personalidad como un sistema en el cual estas cinco dimensiones o tendencias básicas interactúan con influencias externas y factores biológicos en la formación y mantenimiento de características adaptativas tales como actitudes, valores o el autoconcepto. Sin embargo, a pesar de que la Psicología de la Personalidad ha comenzado a considerar estos aportes, todavía no se han desarrollado estudios que puedan incorporar este enfoque en el estudio de la relación entre los valores sociales y la orientación política. Por este motivo, investigaciones futuras deberían integrar los conocimientos previos y diseñar estudios que sean capaces de evaluar el modo en que los valores sociales y la orientación política se comprendan en el marco del funcionamiento del Sistema de la personalidad, tal como se describe en la FFT.

Bibliografía

Allport, G.W. (1937). *Personality: a psychological interpretation*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

Allport, G.W. y Odbert, H.S. (1936). Trait-names: A psycho-lexical study, *Psychological Monographs*, 47, 211.

Jowett, G.S. & O'Donnell, V. (2014). *Propaganda & persuasion*. London: Sage.

Bagby, R.M.; Joffe, R.T.; Parker, J.D.; Kalembe, V. & Harkness, K.L. (1995). Major depression and the five-factor model of personality. *Journal of Personality Disorders*, 9(3), 224-234.

Bagby, R.M.; Trevor, L.; Schuller, D.R.; Bindsell, K.D.; Cooke, R.G.; Dickens, S.E.; Levitt, A.J. y Joffe, R.T. (1996). Bipolar disorder, unipolar depression and the Five Factor Model of personality. *Journal of Affective Disorder*, 41 (1), 25-32.

Barbaranelli, C.; Caprara, G.V.; Vecchione, M. & Fraley, C.R. (2007). Voters' personality traits in presidential elections. *Personality and Individual Differences*, 42(7), 1199-1208.

- Barenbaum, N.B. & Winter, D.G. (2003). *Personality*. En D.K. Freedheim (Ed.). *Handbook of psychology* (Vol. 1). History of psychology (pp. 177–203). Hoboken: Wiley
- Barnea, M.F. & Schwartz, S.H. (1998). Values and voting. *Political Psychology*, 19(1), 17-40.
- Barnea, M.F. & Schwartz, S.H. (1994). Value dimensions of political conflict: a cross-national perspective. In *Twelfth Congress of the International Association of Cross-Cultural Psychology*, Pamplona, Spain.
- Başlevent, C. & Kirmanoğlu, H. (2008). The Role of Basic Personal Values in the Voting Behavior of Turkish People. *Social Science Research Network working paper*. Available at <http://ssrn.com/abstract,1307031>.
- Bausela Herreras, E. (2005). Modelos alternativos de evaluación de la personalidad: modelo de los cinco grandes factores, modelo 16 PF y otros. *Revista Internacional On-line Avances en Salud Mental Relacional*, 4(2), 12-16. Fundación OMIE. Bilbao, España.
- Bell, E.; Woodley, M.A.; Schermer, J.A. & Vernon, P.A. (2012). Politics and the general factor of personality. *Personality and Individual Differences*, 53(5), 546-551.
- Benet-Martínez, V. & John, O.P. (1998). Los Cinco Grandes across cultures and ethnic groups: Multitrait-multimethod analyses of the Big Five in Spanish and English. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 729-750.
- Bilsky, W. & Schwartz, S.H. (1994). Values and personality. *European journal of personality*, 8(3), 163-181.
- Campus, D. (2010). Mediatization and personalization of politics in Italy and France: The cases of Berlusconi and Sarkozy. *The International Journal of Press/Politics*, 15(2), 219-235.
- Caprara, G.V.; Schwartz, S.; Capanna, C.; Vecchione, M. & Barbaranelli, C. (2006). Personality and politics: Values, traits, and political choice. *Political Psychology*, 27(1), 1-28.
- Caprara, G.; Vecchione, M. & Schwartz, S.H. (2009). Mediatonal role of values in linking personality traits to political orientation. *Asian Journal of Social Psychology*, 12(2), 82-94.

Castro Solano, A. (2002). *Técnicas de evaluación psicológica en los ámbitos militares*. Buenos Aires: Paidós.

Castro Solano, A. & Nader, M. (2006). La evaluación de los valores humanos con el Portrait Values Questionnaire de Schwartz. *Interdisciplinaria*, 23(2), 155-174.

Cattell, R.B. (1950). *Personality a systematic theoretical and factual study*. New York: McGraw Hill.

Clarkin, J.F.; Hull, J.W.; Cantor, J. & Sanderson, C. (1993). Borderline personality disorder and personality traits: a comparison of SCID-II BPD and NEO-PI. *Psychological Assessment*, 5(4), 472.

Costa, P.T. y McCrae, R.R. (1980). *Still stable after all these years: personality as a key to some issues in adulthood and old age*. En P.B. Baltes & O.G. Brim, (Eds.). *Life span development and behaviour* (3rd. ed.) (pp. 65-102). New York: Academic Press.

Costa, P.T., Jr. & McCrae, R.R. (1985). *The NEO Personality Inventory manual*. Odessa: Psychological Assessment Resources.

Costa, P.T., Jr. & McCrae, R.R. (1989). *The NEOPI/FFI manual supplement*. Odessa: Psychological Assessment Resources.

Costa, P.T., Jr. & McCrae, R.R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO PI-R) and NEO Five Factor Inventory (NEO-FFI) professional manual*. Odessa: Psychological Assessment Resources.

Duckitt, J., & Sibley, C.G. (2010). Personality, Ideology, Prejudice, and Politics: A Dual-Process Motivational Model. *Journal of personality*, 78(6), 1861-1894.

DeYoung, C.G.; Peterson, J.B. & Higgins, D.M. (2002). Higher-order factors of the Big Five predict conformity: Are there neuroses of health? *Personality and Individual Differences*, 33, 533-552.

Digman, J.M. (1997). Higher-order factors of the Big Five. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 1246-1256.

Dollinger, S.J.; Leong, F.T. & Ulicni, S.K. (1996). On traits and values: With special reference to openness to experience. *Journal of research in Personality*, 30(1), 23-41.

Duckitt, J. & Sibley, C.G. (2010). Personality, Ideology, Prejudice, and Politics: A Dual-Process Motivational Model. *Journal of Personality*, 78(6), 1861-1894.

- Egger, J.I.; De Mey, H.R.; Derksen, J.J. & van der Staak, C.P. (2003). Cross-cultural replication of the five-factor model and comparison of the NEO-PI-R and MMPI-2 PSY-5 scales in a Dutch psychiatric sample. *Psychological assessment*, 15(1), 81.
- Etchezahar, E., & Simkin, H. (2013). Religiosidad, Espiritualidad, Escepticismo: la mediación del autoritarismo. *Subjetividad Y Procesos Cognitivos*, 17(2), 48–58.
- Eysenck, H.J. (1976). *The measurement of personality*. University Park Press.
- Feldman, S. (2003). Enforcing social conformity: A theory of authoritarianism. *Political psychology*, 24(1), 41-74.
- Gerber, A.; Huber, G.; Raso, C. & Ha, S. (2009). Personality and political behavior. Available at SSRN 1412829.
- Gosling, S.D.; Rentfrow, P.J. & Swann Jr., W.B. (2003). A very brief measure of the Big-Five personality domains. *Journal of Research in Personality*, 37(6), 504. doi:10.1016/S0092-6566(03)00046-1
- Gouveia, V.V.; Martínez, E.; Meira, M. & Milfont, T.L. (2001). A estrutura eo conteúdo universais dos valores humanos: análise fatorial confirmatória da tipologia de Schwartz. *Estudos de Psicologia*, 6(2), 133-142.
- Graziano, W.G. & Tobin, R.M. (2009). Agreeableness. En M.R. Leary & R.H. Hoyle (Eds.), *Handbook of individual differences in social behavior* (pp. 46-61). New York: The Guilford Press.
- Haslam, N.; Whelan, J. & Bastian, B. (2009). Big five traits mediate associations between values and subjective well-being. *Personality and Individual Differences*, 46(1), 40-42.
- Herringer, L.G. (1998). Relating values and personality traits. *Psychological Reports*, 83(3), 953-954.
- Jaume, L.C. (2013). Teoría de los Valores. En G.L. Costa y E.D. Etchezahar (Comp.). *Temas de Psicología Social*. Buenos Aires: Ediciones Académicas.
- John, O.P. & Srivastava, S. (1999). The Big Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. En L. A. Pervin & O.P. John (Eds.). *Handbook of personality: Theory and research* (2nd ed., pp. 102-138). New York: The Guilford Press.

Jost, J.T.; Glaser, J.; Kruglanski, A.W. & Sulloway, F.J. (2003). Political conservatism as motivated social cognition. *Psychological bulletin*, 129(3), 339.

Kassin, S. (2003). Psychology. USA: Prentice-Hall, Inc.

Lindeman, M. & Verkasalo, M. (2005). Measuring values with the short Schwartz's value survey. *Journal of Personality Assessment*, 85(2), 170-178.

Luk, C.L. & Bond, M.H. (1993). Personality variation and values endorsement in Chinese university students. *Personality and Individual Differences*, 14(3), 429-437.

McCrae, R.R. (1996). Social consequences of experiential openness. *Psychological bulletin*, 120(3), 323.

McCrae, R.R. & Costa Jr., P.T. (2012). *Personality in adulthood: A five-factor theory perspective*. Guilford Press.

McCrae, R.R. & Sutin, A.R. (2009). *Openness to Experience*. En M.R. Leary & R.H. Hoyle (Eds.), *Handbook of individual differences in social behavior* (pp. 257-273). New York: The Guilford Press.

Nader, M. (2009). Relación entre los estilos de liderazgo, valores y cultura organizacional: un estudio con líderes civiles y militares. *Anuario de psicología*, 40(2), 237-254.

Olver, J.M. & Mooradian, T.A. (2003). Personality traits and personal values: a conceptual and empirical integration. *Personality and individual differences*, 35(1), 109-125.

Ortet, G.; Ibáñez, M.I.; Moya, J.; Villa, H.; Viruela, A. & Mezquita, L. (2012). Assessing the Five Factors of Personality in Adolescents The Junior Version of the Spanish NEO-PI-R. *Assessment*, 19(1), 114-130.

Parks, L. & Guay, R.P. (2009). Personality, values, and motivation. *Personality and Individual Differences*, 47(7), 675-684.

Pervin, L.A. (1990). Personality theory and research: Prospects for the future. *Handbook of personality: Theory and Research*, 723-727.

Pozzebon, J.A. & Ashton, M.C. (2009). Personality and values as predictors of self- and peer-reported behavior. *Journal of Individual Differences*, 30(3), 122.

- Roberts, B.W.; Jackson, J.J.; Fayard, J.V.; Edmonds, G. & Meints, J. (2009). *Conscientiousness*. En M.R. Leary & R.H. Hoyle (Eds.). *Handbook of individual differences in social behavior* (pp. 257-273). New York: The Guilford Press.
- Roccas, S.; Sagiv, L.; Schwartz, S. H. & Knafo, A. (2002). Basic values and the five factor model of personality traits. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 789-801.
- Rodríguez, M.L., Costa, M. & Sabucedo, J.M. (1993). *Participación política. Modelos teóricos*. Santiago de Compostela: Tórculo.
- Schoen, H. (2009). Basic values and attitudes toward foreign and domestic policies in Germany. *Annual Meeting of the American Political Science Association*, Toronto.
- Schwartz, S.H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In M. Zanna (Ed.). *Advances in experimental social psychology*, 25, (pp. 1-65). New York: Academic Press,
- Schwartz, S.H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology*, 25(1), 1-65.
- Schwartz, S.H. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values? *Journal of social issues*, 50(4), 19-45.
- Schwartz, S.H. (2005). Basic human values: Their content and structure across countries. *Valores e comportamento nas organizações/Values and behaviour in organizations*, 21-55.
- Schwartz, S.H. (2011). Studying values: Personal adventure, future directions. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42(2), 307-319.
- Schwartz, S.H., Caprara, G.V., & Vecchione, M. (2010). Basic personal values, core political values, and voting: A longitudinal analysis. *Political Psychology*, 31(3), 421-452.
- Simkin, H. (2013). Factores de la personalidad y su relación con los valores sociales y la orientación política. *Hologramática*, 2(19), 17-33.
- Simkin, H. y Etchezahar, E. (2013). Personalidad: tendencias básicas y características adaptativas. En G.L. Costa y E.D. Etchezahar (Comp.). *Temas de Psicología Social*. Buenos Aires: Ediciones Académicas.

Simkin, H. & Etchezahar, E. (2009). Factores de orden superior de la personalidad (FFM). Memorias del

Simkin, H. & Etchezahar, E. (2013). Personalidad: tendencias básicas y características adaptativas. En G.L. Costa & E. Etchezahar (Eds.). *Temas de Psicología Social* (pp. 189–212). Buenos Aires: Ediciones Académicas.

Simkin, H.; Etchezahar, E. & Ungaretti, J. (2012). Personalidad y autoestima desde el modelo y la teoría de los cinco factores. *Hologramática*, 17(2) 171-193. ISSN 1668-5024.

Thomas, W.I. y Znaniecki, F. (1921). *The Polish peasant in Europe and America*. Chicago: The University of Chicago Press.

Tien, A.Y.; Costa, P.T. & Eaton, W.W. (1992). Covariance of personality, neurocognition, and schizophrenia spectrum traits in the community. *Schizophrenia research*, 7(2), 149-158.

Van den Broeck, J.; Rossi, G.; Dierckx, E. & De Clercq, B. (2012). Age-neutrality of the NEO-PI-R: Potential differential item functioning in older versus younger adults. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 34(3), 361-369.

Van Hiel, A.; Kossowska, M. & Mervielde, I. (2000). The relationship between openness to experience and political ideology. *Personality and Individual Differences*, 28(4), 741-751.

Vecchione, M.; Alessandri, G.; Barbaranelli, C. & Caprara, G. (2011). Higher-order factors of the big five and basic values: Empirical and theoretical relations. *British Journal of Psychology*, 102(3), 478-498.

Widiger, T.A. (2009). *Neuroticism*. En M.R. Leary & R.H. Hoyle (Eds.). *Handbook of individual differences in social behavior* (pp. 129–146). New York: The Guilford Press.

Wilt, J. & Revelle, W. (2009). *Extraversion*. En M.R. Leary & R.H. Hoyle (Eds.). *Handbook of individual differences in social behavior* (pp. 257–273). New York: The Guilford Press.

Yang, Y.J. & Chiu, C.Y. (2009). Mapping the structure and dynamics of psychological knowledge: Forty years of APA journal citations (1970–2009). *Review of General Psychology*, 13(4), 349.

Yik, M.S. & Tang, C.S. (1996). Linking personality and values: The importance of a culturally relevant personality scale. *Personality and Individual Differences*, 21(5), 767-774.

Zubieta, E.M.; Delfino, G. & Fernández, O. (2007). Dominancia social, valores y posicionamiento ideológico en jóvenes universitarios. *Psicodebate*, 8, 151-169.

Fecha de recepción: 5/10/14
Fecha de aceptación: 10/11/14