

## CRISIS DE PERCEPCION DE LOS VALORES

Willmar de J. Acevedo Gómez

### SINTESIS

El artículo presenta una reflexión sobre la mal llamada crisis de valores tratando de argumentar que no estamos asistiendo propiamente a una crisis de valores en cuanto a su desaparición, sino a una crisis de percepción de los valores. Esta idea es desarrollada en el presente ensayo de forma progresiva comenzando por aclarar que los valores no dependen de la subjetividad de la persona y no valen porque nos agraden sino que por el contrario, nos agradan porque valen. Posteriormente se soporta la hipótesis de que el hombre está confundiendo el valor de las cosas con las cosas mismas, aprovechando los aportes de analistas y críticos de la contemporaneidad como G. Lipovetsky, V. Verdú, Z. Bauman y P. Virilio. Finalmente se proponen tres alternativas de salida a la problemática.

**DESCRIPTORES:** Valores, Subjetividad-objetividad, Crisis, Procesos tecnológicos, Fragmentación, Sujeto, Sentido, Sealdidad.

### ABSTRACT

This article presents a reflection about the wrong called values crisis trying to argue that we are not going towards a values crisis, because of fading, but we are testifying a values crisis of perception. This idea is developed through this essay on a progressive way, starting for clarifying that the values do not depend on the person's subjectivity and they are not valuable because we like them, on the contrary, we like them because they are valuable. The hypothesis that men are confusing the value of the things with the things themselves, by taking advantage of the contributions of contemporary analysts and critics such as G. Lipovetsky, V. Verdú, Z. Bauman y P. Virilio is supported. Finally, three alternatives for solving this problematic are proposed.

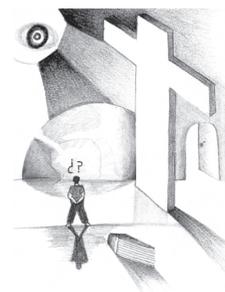
**DESCRIPTORS:** Values, Subjectivity-objrtivity, Crisis, Technological processes, Fragmentation, Subject, Sense, Reality.

Resulta más difícil abordar teórica y académicamente el tema de la estimativa o de los valores que experimentarlos en la vida cotidiana.

Cuando nos expresamos, cuando conocemos, cuando simplemente vivimos, estamos haciendo uso de nuestra estimativa; en la mayoría de las ocasiones la operación valorativa no está precedida por una reflexión racional y sistemática, simplemente se refleja en los actos cotidianos y en nuestra manera común de valorar o apreciar los objetos, las personas y las situaciones que nos rodean.

Aún con la apreciación anterior y siendo la estimativa propia del hombre, resulta paradójico descubrir cómo dicha estimativa es algunas veces relegada por el valor que el mismo hombre le da a las cosas, creyendo que el valor son las cosas. Esto obedece a la confusión entre la manera como vemos las cosas y como percibimos los valores que tienen esas cosas.

Para profundizar en esta afirmación recurramos inicialmente a José Ortega y Gasset uno de los más grandes pensadores y ensayistas de la



lengua castellana del siglo veinte, quien en un artículo intitulado *Introducción a una estimativa* trata esclarecedoramente este asunto.

Frecuentemente creemos que el valor de las cosas apreciadas proviene del sujeto, es decir, que surge como resultado del agrado que nos produce, pues el agrado o desagrado parte del sujeto<sup>1</sup>; Ortega (1966, 315) establece con claridad que los valores no son las cosas agradables, ni las cosas deseadas o deseables, sino que son cualidades objetivas residentes en las cosas; no son cosas, no dependen de la subjetividad de la persona, no dependen de la querencia individual, de tal forma que, las cosas y sus valores no valen porque nos agraden sino que nos agradan porque valen.

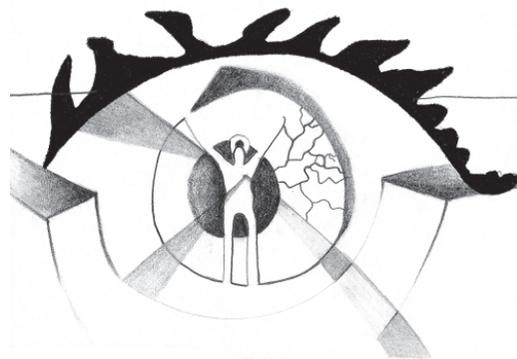
Siguiendo las reflexiones de Ortega hemos de decir que los valores no son cosas, no son realidades, aclarando que la realidad no está compuesta solo por cosas. Son los valores unos objetos irreales en tanto que no son cualidades objetivas que están en las cosas a la manera de los objetos fotografiables o medibles desde la perspectiva positivista, sino “un linaje peculiar de objetos irreales que residen en los objetos reales”(Ortega, 1966, 330) y que no se ven con los ojos o se entienden

como los números, simplemente se estiman o desestiman.

Teniendo en cuenta que los valores no son perceptibles a la manera del positivista y que hay una gran distancia entre la percepción de las cosas y la percepción de los valores que hay en ellas, surge una pregunta de capital importancia: ¿estamos asistiendo a la confusión monumental de creer que la percepción de la cosa como tal es la percepción de sus valores? ¿Estamos creyendo que el valor son las cosas?

Si los valores no existieran sino para los sujetos dotados (capaces) de la facultad estimativa y si no hubiera sujetos con capacidad estimativa para valorar el valor de esos objetos ¿cómo entender que el valor es una cualidad que está en los objetos independiente del sujeto que las valora?

Hasta el momento lo que se ha planteado es una mera reflexión inicial frente al asunto de los valores y su percep-



1 Idea defendida por Meinong, el primero que de manera formal planteó el asunto del valor y trató de establecer una teoría general del mismo

ción. Lamentablemente este tipo de cuestiones queda en el anonimato en muchos espacios; sin embargo, también es posible que desde allí emerja una verdadera preocupación en cuanto a lo que nuestro tiempo está viviendo frente al tema de la percepción de los valores.

Esta reflexión sobre la crisis causada por la percepción de los valores sugiere una pregunta que necesita ser considerada constantemente debido a su relevancia y a su impacto en la sociedad actual: ¿qué ha acontecido en el mundo actual para que dicha percepción se encuentre alterada o atrofiada? ¿A qué se debe la ceguera axiológica?

### **NUESTRO TIEMPO FRENTE A LA VIVENCIA Y PERCEPCION DE LOS VALORES**

En la actualidad estamos asistiendo no a una crisis de valores sino a una crisis de la percepción de los valores. Si “el lienzo de Velásquez sin la percepción de la gracia sobria de su cromatismo y la conmovedora palpación de su ambiente es ‘sólo una cosa’” (Cfr. Ortega, 1966, 330) ¿cuántas realidades que al hombre llenarían de sentido son percibidas por él mismo como simples cosas, confundiendo la realidad de los valores con la de las cosas?

Esta preocupación nos remite de nuevo a la pregunta formulada: “¿Qué ha acontecido en el mundo actual para que la percepción de los valores se encuentre alterada o atrofiada?, ¿a qué se debe la ceguera axiológica?”, interrogantes que pueden tener muy diferentes opciones de respuesta y que aquí se orientarán preferencialmente desde las perspectivas de analistas contemporáneos como G. Lipovetsky, Vicente Verdú, Zygmunt Bauman y Paul Virilio.

### **CONFUSION ELEMENTAL**

Cuando G. Lipovetsky<sup>2</sup> se refiere a la época actual (Cfr 2002, 79-135), no define una línea que divida claramente la modernidad de la posmodernidad porque los sucesos sociales de la llamada posmodernidad son, en cierto sentido, la continuidad de los sucesos de la modernidad de tal forma que la posmodernidad y su “manera de ser” se convierten en el cenit o ‘suavización’ de los ímpetus que traía la modernidad.

Si la sociedad moderna es tipificada por Lipovetsky (Cfr 2002, 86-135) como la sociedad de los escándalos de vanguardia, el divorcio entre los valores de la esfera artística y lo cotidiano, los conflictos de clase, lo libidinal y lo pulsional, el heroísmo del hedonismo; tal tipificación es



2 Sociólogo y analista crítico de la contemporaneidad.

sólo el momento precedente de la decadencia de la vanguardia y su virtud provocatoria del entendimiento del placer y del estímulo como valores dominantes de la vida corriente, de la democratización del hedonismo, de la consagración generalizada de lo nuevo, del triunfo de la anti-moral y del antiinstitucionalismo. De tal suerte que la modernidad y la posmodernidad vienen siendo entre sí como momentos: precedente y consecuente, de una manera de ser y de entender el mundo que se impone en un proceso creciente de individualización y personalización, en donde lo primordial es la satisfacción de las necesidades del individuo creadas conscientemente por el capitalismo de ficción y ratificadas inconscientemente, la mayoría de la veces, por ese mismo individuo.

Esta tipificación de la modernidad y de la posmodernidad nos ofrece el primer acercamiento de respuesta a la pregunta formulada.

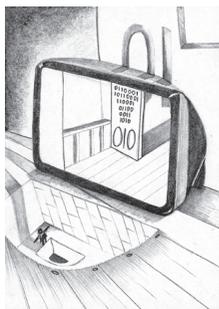
Si seguimos respaldando las formulaciones de Ortega en cuanto a la objetividad de los valores, comprenderemos que aquellos valores de antaño siguen estando presentes tanto en la modernidad como en la posmodernidad, o época actual, y que efectivamente lo que ha cambiado y sigue cambiando es

la percepción de esos valores por parte de los individuos que, en el uso de su subjetividad, los interpretan de acuerdo con sus intereses y necesidades.

Una de las características de la época actual es la democracia en la que el hombre encuentra la posibilidad de entenderse como fin último, de rescatar su individualidad y de liberarse de ataduras que coartan su libre desarrollo. La democracia concede al hombre actual suficientes espacios para la divergencia y para el surgimiento de nuevas maneras de afrontar su realidad. Así, los modernos y posmodernos inventan la idea de una libertad sin límites que no acepta la heteronomía de las normas que perfilen sentidos generales, se enfrentan abiertamente a los valores del humanismo clásico y desafían sus leyes. El hombre actual se ha convertido en creador de su propio destino destruyendo las herencias y asumiendo la responsabilidad de organizar libremente su obra.

De esta manera los valores democráticos siguen siendo tenidos en cuenta, no a la manera tradicional sino a través de los postulados de la actualidad que han cambiado la percepción de esos valores.

En cuanto al arte (Cfr. Lipovetsky, 2002, 119-126), se evidencian in-



contables manifestaciones en las que surge la búsqueda constante de innovación y legitimación, aparecen combinaciones estilísticas inusitadas que se alejan de todo canon o estandarización surgiendo la personalización de las creaciones, los mismos espectadores se convierten en cocreadores a través de su participación sistemática en la elaboración de la obra. El público, ahora disperso, recibe mensajes a su medida tratando de evitar alguna clase de interpretación unívoca que pueda ser entendida como una forma de imposición; el sentido y el sinsentido se sientan a conversar como parte fundamental del mismo discurso. Los valores del arte siguen siendo tenidos en cuenta aunque de una manera muy distinta y se perciben de manera diferente porque obedecen a propósitos diferentes.

Es importante tener en cuenta que el proceso de personalización<sup>3</sup> (como otra manera nueva y diferente de percibir los valores) es definitivo a la hora de comprender adecuadamente la dinámica de consumo y hedonismo, puesto que el consumo se manifiesta como un agente de personalización en el cual se individualizan de la manera más delicada los gustos de los usuarios y su satisfacción.

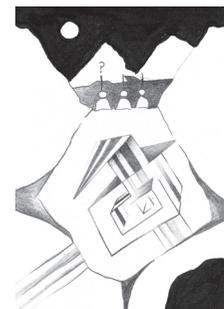
3 Como proceso o nueva lógica de asumir la vida social, nuevo tipo de organización y control social que nos arranca del orden disciplinario-revolucionario-convencional en el que es evidente el afán de salir de una sociedad disciplinaria, en un esfuerzo de afirmación que motiva las acciones sociales e individuales.

El hedonismo se entiende como una continuación de la modernidad en donde la moda *cool* es la expresión de lo polivalente, lo *Light*; no existen discontinuidades sino más bien continuidades en la manera de entender y asumir la realidad como una inmensa posibilidad para encontrar la satisfacción de las necesidades creadas por el mundo del consumo.

Así, el Hedonismo, el consumo, el individualismo, la democracia, entre otros, se convierten en ejes alrededor de los cuales giran el modernismo y el posmodernismo.

La era de consumo como vector principal de hedonismo es el verdadero agente de personalización que ha permitido la distensión *cool*, el derecho de ser absolutamente uno mismo, el apetito de personalidad hasta su culmen narcisista. Por esto la era de consumo como agente de personalización responsabiliza a los individuos obligándolos a escoger y cambiar los elementos de su modo de vida.

La renovación espiritual también ha entrado en la era de la nueva percepción de los valores religiosos; ahora el retorno a lo sagrado y el resurgimiento de las espiritualidades, se entiende como otra de las mate-



rializaciones del proceso de personalización que busca aumentar el abanico de opciones para dar respuesta hasta a las más inusitadas tendencias y necesidades.

El cambio en la percepción de los valores también se hace presente en lo que Lipovetsky llama la sociedad humorística, la cual es criticada por el autor con tono agudo, anotando cómo lo cómico se ha convertido en un imperativo social generalizado del cual el individuo no se puede sustraer ni en su más íntima cotidianidad.

Piensa Lipovetsky que en estos momentos nos encontramos mucho más allá de la era satírica y de su comicidad irrespetuosa y asistimos a la era en donde los *gadgets* y los *comics* dominan toda clase de medios, no propiamente con argumentos satíricos sino sobre todo con propuestas lúdicas (Cfr. 2002, 136- 172)

El humor actual ha eliminado la fase satírica y caricaturesca introduciendo la insustancialidad y lo diverso. El humor de las masas perdió su agudeza. Lo cómico aparece en la conjunción de lo nuevo con lo viejo en un movimiento de permanente innovación cíclica.

Así como la publicidad, la moda no dice nada; es una estructura vacía

en donde el imperativo no es explicar o sonar sino simplemente cambiar por cambiar, vaciando de sentido el rico proceso de la transformación.

Todo el andamiaje de la moda ha acabado con la estética ya que el *look* ha de salirse de todo estereotipo, ha de ser totalmente personalizado y cuanto más, mejor. Lo *relax*, lo *retro* no significa de ninguna manera el fin de la moda sino más bien su sentido humorístico y su capacidad para reproducirla. Lo nuevo ha de parecer usado y lo estudiado o elaborado, espontáneo.

El sexo porno, la microtecnología, los implantes, las prótesis, la apariencia de acuerdo a la situación, son otras de las tantas manifestaciones de esta sociedad humorística que no cesa en la elaboración de los procesos de personalización en donde la percepción de los valores ha cambiado a tal punto que, paradójicamente, el hombre está confundiendo el valor de las cosas con las cosas mismas y está creyendo que las cosas y sus valores no nos agradan porque valen sino que valen por el agrado que de ellas tengamos.

Esta confusión elemental, pero suficientemente importante como para operar todo un cambio en la percepción del valor y conducir a una ce-



guera axiológica, es la responsable de la nueva percepción del valor; es por eso que en este ensayo se defiende la hipótesis de que no asistimos propiamente a una crisis de valores en cuanto a la desaparición de los valores, sino más bien a una crisis de la percepción de los valores que se puede entender más ampliamente como la emergencia<sup>4</sup> de la confusión entre la valoración de las cosas y la percepción de los valores que hay en las cosas valoradas o apreciadas.

## PROCESOS TECNOLÓGICOS COMO GENERADORES DE SENTIDO

Otra de las razones por las cuales la percepción de los valores se encuentra atrofiada es la importancia que el mismo hombre actual le ha concedido a los procesos tecnológicos como posibilitadores y generadores de sentido para su vida. En este aspecto dos pensadores de nuestro tiempo nos pueden ilustrar bastante.

Uno de ellos es Zygmunt Bauman<sup>5</sup> quien cree que los avances tecnológicos han venido a convertirse en nuestra actualidad en sistemas cíclicos irresolubles y cerrados puesto que ante cualquier dificultad plan-

teada, de cualquier orden, está inmediatamente a la mano la respuesta tecnológica (Cfr. 2004, 213-253)

Esta noción promovida por ingenieros, técnicos y científicos nos está arrojando en medio de un sistema cerrado en donde no hay salida posible, pues la tecnología define el vocabulario de la narrativa mundial en donde todo problema planteado encuentra en la alternativa tecnológica su más expedita legitimación y respuesta. Si algo puede hacerse, deberá hacerse: los medios justifican el fin, cualquiera que sea.

La respuesta tecnológica es la declaración de independencia de los medios respecto a los fines, en última instancia el anuncio de la soberanía de los medios sobre los fines (si tienes un auto, puedes viajar, no importa el destino al que quieras llegar).

En sus pretensiones la edad moderna ha tocado fondo en el hecho de llegar a liberar los medios de los fines; ha hecho que los medios ahora sean imperativos. La revolución industrial conjurada por la tecnología ha logrado recomodar las prácticas de los seres humanos y los ha utilizado en su manejo y posicionamiento sobre la naturaleza y sus recursos.



4 Del latín *emérgeo, mérsi, mérsim* (emerge)

5 Pensador social. Expulsado de su Polonia natal en 1968. Uno de los comentaristas más interesantes e influyentes sobre la condición humana. Se percibe en su obra un inmenso compromiso (moral) con su mundo y con su labor como sociólogo aun más allá de su propia vida personal y privada

La tecnología es el único individuo genuino. El sistema cerrado de la tecnología no permite agentes externos que lo interroguen y problematicen su actuación, su realidad no es la realidad total. El ser humano tecnológico (moderno) se convierte en un objeto tecnológico más. La descomposición, la división, la fragmentación, la atomización y la necesidad de la experticia en cada una de las actividades humanas actuales han hecho de la tecnología la manera más sutil de la división de la experiencia.

Cada construcción tecnológica con su principio de fragmentación impide concebirnos como una totalidad “mayor que una colección de fragmentos”

En este propósito tecnológico de fragmentación, el yo moral es el más lesionado. En un mundo partido, dividido y atomizado el yo moral, entendido como completud no tiene futuro.

El sujeto<sup>6</sup> no puede sobrevivir al mapeamiento de la realidad y se convierte así en un indeseable, pues nunca puede actuar como “persona total”, no le está permitido. Aún queriendo el sujeto moral compromete-

terse con causas colectivas, se encuentra con una realidad desmembrada desde todo flanco que quiera impactar. Los movimientos sociales contemporáneos, por ser consecuentes con sus propósitos, se organizan en torno a un problema y de esta manera autentican su principio de singularidad. Aún sin quererlo, inconscientemente, están legitimando y cooperando con la manera independiente y particular propia del encubrimiento tecnológico.

Otro de los autores que llama la atención sobre los innumerables problemas que se le pueden sobrevenir al hombre con la automatización de la mayor parte de los asuntos de su vida es Paul Virilio<sup>7</sup> (1997), quien cree que uno de esos problemas es el de la sexualidad asumida desde la virtualidad, puesto que con la prolongación biomecánica, el individuo de la era tecno-científica pierde la capacidad de sentirse centro de energía y se convierte en un ser inútil.

El amor en la red se impone cada vez más y la internet es un vehículo propicio para el desarrollo de las nuevas artes amatorias a distancia que sutilmente imponen el miedo a la relación con el otro, con el otro dife-



6 Como aquél que se relaciona con el mundo y construye sus propias significaciones para valorar los productos culturales que lo rodean y lo relacionan (MARIN, B. y TAMAYO, G., 2005, 50)

7 Arquitecto, urbanista y filósofo que describe en su pensamiento una visión integral de lo urbano en donde la velocidad, la información y las redes juegan un papel determinante.

rente, prevaleciendo el individualismo sobre la atracción sexual.

Tras las diversas perversiones *contra natura*, van esbozándose ahora otras prácticas alternativas del amor, *otras diversiones*, complejas en esta ocasión, no ya bestiales y zoófilas, sino maquinales y descaradamente tecnófilas.

Esta situación compleja presenta a la humanidad un verdadero inconveniente puesto que muchos no parecen darse cuenta de los riesgos y las consecuencias de tal tendencia. Algún lema publicitario de la cibercultura afirma que 'lo único que puede salvarnos es un nuevo arte de gozar' pretendiendo reinterpretar y percibir de una nueva manera los valores de la sexualidad.

Signo inequívoco de la ceguera axiológica del mundo son los procesos de globalización y antiglobalización que son presentados por Vicente Verdú<sup>8</sup> (2003) como una verdadera mezcla reflejada en internet (como medio donde se cruza la escritura, la radio, la televisión, el hogar- cruces del yo), los autos (diferentes tipos a gusto del consumidor), las comidas (lo *in* es comer exótico, el riesgo es no comer autóctono), la religión, las películas, la música (mezclas de música

de monjes con música de la nueva era); el capitalismo de ficción y la polivalencia son el centro del estilo.

El capitalismo de ficción ha cambiado la manera de asumir los valores más elementales de la vida, ahora el sueño de ser único se puede hacer realidad a través de las compras personalizadas de todo tipo de aditamento personal, empresarial o simplemente de gusto individual. Ya no van más las producciones de artículos seriados con su correspondiente customización; inclusive en la educación hoy la lúdica se impone sobre la educación tradicional.

El capitalismo de consumo ofreció grandes cantidades de objetos para aumentar la sensación de bienestar, pero, ahora, el capitalismo de ficción procura aumentar la impresión de ser alguien. Ahora estamos en la época del ultra individualismo.

¿700 millones de deprimidos en el mundo que requieren más contacto humano? Es paradójico que esta situación se presente en una de las épocas de más conectividad en la historia del hombre; seguramente lo que llamamos conectividad está haciendo referencia a otra cosa muy diferente a la conectividad entre seres humanos, pues estar conectados

8 Escritor y periodista dedicado en los últimos tiempos a explorar el capitalismo de ficción que no tiene como objetivo la producción de bienes, sino la producción de realidad (una segunda realidad basada en la distracción, en la imagen en donde nada es lo que parece)



no significa estar comunicados y mucho menos en contacto. Una cosa es el contacto virtual y otra muy diferente el contacto real<sup>9</sup>.

## A MANERA DE CONCLUSION

Tanto G. Lipovetsky, P. Virilio, Z. Bauman y V. Verdú terminan presentando un panorama difícil para el mundo actual en el cual se ven reflejadas las nuevas maneras de percibir los valores tradicionales, creyendo que el valor son las cosas, confundiendo las cosas con su valor; estas nuevas formas de percepción están conduciendo al hombre a la hiperindividualización que arremete contra cualquier forma de institucionalización o imperativo que pretenda proponerse como guía o camino hacia la construcción de sentidos colectivos.

El propósito de todas las consideraciones anteriores ha sido el de dar respuesta a la pregunta formulada sobre “¿Qué ha acontecido en el mundo actual para que la percepción de los valores se encuentre alterada o atrofiada?, ¿a qué se debe la ceguera axiológica?”; dichas consideraciones son apenas un primer intento de respuesta, aunque es bien entendido por todos que la

interpretación y el desenmascaramiento de un problema es ya el primer paso para su solución. Sin embargo, para no quedarse en la sola interpretación es importante dejar esbozadas algunas tentativas de salida a saber:

Como primera medida resulta fundamental retomar el estudio del conocimiento de sí mismo comprendido como consecuencia lógica del cuidado de sí a la manera de los antiguos. Esta nueva perspectiva del *conocerse* a la luz del *cuidarse* puede iluminar una sana percepción de los valores como propiciadores y mediadores de una necesaria y nueva manera de ver y percibir el mundo en el que vivimos.

En segundo lugar, se hace operativamente necesario poder llegar a la elaboración de consensos que permitan construcciones de sentido, así sea de mínimos, en lo referente a los valores y a sus percepciones.

En tercer lugar, resulta crucial (asunto antes ni siquiera imaginado) desenmascarar posiciones que pretenden presentar la virtualidad como una realidad alterna y asumir la utopía, la cotidianidad y el dolor de la vida en su más crudo y real sentido.



<sup>9</sup> Uno supone la posibilidad de ser lo que desee ser mientras que el otro impone la realidad de lo que verdaderamente se es.

Llegará la época, para muchos ya presente, en la cual, hartos de ficción pediremos realidad, así como

antes hartos de la realidad se pidió ficción para escapar de la realidad.

### BIBLIOGRAFIA

BAUMAN, Zygmunt. *Ética posmoderna*. Argentina: Siglo veintiuno editores, 2004. 295p.

LIPOVETSKY, GILLES. *La era del vacío*. Barcelona: anagrama, 2002. 220p.

MARIN Beatriz y TAMAYO Gonzalo (2005). *Algunas nociones sobre el concepto de formación: una discusión preliminar en la formación de psicólogos*. En: *Páginas*. No. 71, (abril 2005); pp. 43-55.

ORTEGA Y GASSET, José. *Introducción a una estimativa*. En: *Obras completas*. Tomo IV. 7 ed. Madrid: Revista de Occidente, 1966. 11 V.

VERDU, Vicente. *El estilo del mundo*. Barcelona: anagrama, 2003. 286p.

VIRILIO, Paul. *La velocidad de liberación*. Manantial: 1997.

FOUCAULT, Michel. *La hermenéutica del sujeto*. México: Fondo de Cultura Económica, 539 p.

\_\_\_\_\_ *Tecnologías del yo*. Barcelona, Paidós Ibérica, 1990

MOUNIER, E. *El personalismo*. Bogota: El Búho, 1984

