

[ARTÍCULO]

Aproximación plurisensum al concepto de valor y una síntesis discursiva

Hugo Campos Winter

Doctor en Ciencias Humanas Mención Discurso y Cultura

Investigador independiente

Email de contacto: hugo.campos.w@gmail.com

Recibido: 6 de abril, 2025

Aceptado: 20 de octubre, 2025

Publicado: 5 de diciembre, 2025

A plurisensum approach to the concept of value and a discursive synthesis

Cómo citar este artículo:

Campos, H. (2025). Aproximación plurisensum al concepto de valor y una síntesis discursiva. *Revista Chilena de Semiótica*, 22 (109-124).

Resumen

En este artículo se desarrolla una aproximación *plurisensum* al concepto de valor, con la cual se obtuvieron definiciones, conceptos, tipologías y dinámicas conceptuales. La primera aproximación fue siguiendo la perspectiva de José Ortega y Gasset, la segunda aproximación se realizó desde Max Scheler, la tercera aproximación se desarrolló con Wittgenstein, la cuarta aproximación se llevó a cabo desde Victor Frankl, la quinta aproximación fue desde Cristóbal Holzapfel, la sexta aproximación desde Kurt Lewin, y la séptima aproximación se efectuó a partir de Karl Jaspers. Luego se realizó una síntesis lingüística con la que se obtuvo una definición de los valores en tanto unidades de sentido organizados en campos semánticos de valor; siendo también coordinadas semánticas de posicionamientos subjetivos; vectores semánticos que influyen en las tendencias de construcción y evaluación de objetos, acontecimientos y estructuras; e indicios del trasfondo de imágenes de mundo.

Palabras clave

Valor; Sentido; Campo semántico de valor; Coordenada; Vector; Indicio.

Abstract

This article develops a "plurisensum" approach to the concept of value, which yields definitions, concepts, typologies, and conceptual dynamics. The first approach was following the perspective of José Ortega y Gasset, the second approach was made from Max Scheler, the third approach was developed with Wittgenstein, the fourth approach was carried out from Victor Frankl, the fifth approach was from Cristóbal Holzapfel, the sixth approach from Kurt Lewin, and the seventh approach was made from Karl Jaspers. A linguistic synthesis was then conducted, resulting in a definition of values as units of meaning organized into semantic value fields; they are also semantic coordinates of subjective positions; semantic vectors that influence the tendencies to construct and evaluate objects, events, and structures; and clues to the background of worldviews.

Keywords

Value; Sense; Semantic field of value; Coordinate; Vector; Hint.

Introducción

Los valores son de uso corriente en la cultura mental. Todos hemos escuchado más de una vez la proposición: el valor X es hacer Y. Pero más allá de eso, no se profundiza en qué es, no el valor a, el valor b o el valor c, sino en qué es un valor y cómo lo conocemos. Esta pregunta es previa a la pregunta a la que se suele dar respuesta con la definición ostensiva: el valor X es hacer Y.

Siempre que se habla de valor o de valores se tiene una intención disciplinaria endoculturante o moralizante. Pero estos van más allá de cumplir esas funciones, están en la constitución misma del mundo de cada uno y del mundo compartido, a modo de elementos estructurales de pre-comprensión. Es por la clarificación de los valores por lo cual un mundo se hace preclaro en su horizonte y el ser humano llega a ser persona (Frankl, 1994). Son constantes de sentido que guían el comportamiento desde su origen y dotan a la persona de una posición en el mundo. Son, en términos de Heidegger (2015), existenciales, esto es, estructuras inherentes a la persona que componen su originario estar-en-el-mundo. Es por lo anterior, que su clarificación trae consigo la mayor comprensión del sí-mismo en sus estructuras a priori, es decir, antes de su particularización empírica en portadores materiales de valor.

Lo que llama la atención, sin embargo, es el escaso tratamiento que se hace de estos, habiendo un vacío investigativo en relación con los valores, como si su uso de sentido común fuera el modo pregnante de comprenderlos, lo cual vela un importante recurso epistemológico y existencial para el desarrollo personal, cultural e histórico.

Por tales razones, se lleva a cabo esta investigación hermenéutica; esto es, para dar cuenta de modo exploratorio de la profundidad semántica del concepto de valor y de su potencial epistémico y existencial. Desde Adriana Valdés (2017), las humanidades tienen que ver con aquello que nos permite exceder las necesidades del ciclo vital, es decir, “la consciencia, el lenguaje, la memoria, que pueden transmitir la experiencia individual y colectiva a las nuevas generaciones y permiten así la civilización” (p. 89). En efecto, la presente es una investigación humanista, por su énfasis en la riqueza semántica del concepto de valor, lo que permite el ascenso desde un conocimiento de sentido común, cercano al ciclo vital, hacia un conocimiento de índole espiritual intelectual y existencial; a través de la sistematización y refinamiento de los significados del concepto. Esto se busca mediante el concurso simultáneo de varias significaciones, lo que permite obtener la unidad en potencia del concepto; puesto que de acuerdo con Pico della Mirandola, “con la discusión de las más variadas filosofías luce más claro a nuestras mentes aquel fulgor de la verdad” (1984: 128).

Acercamientos humanísticos

Un primer acercamiento es posible desde la comprensión de los valores de Ortega y Gasset (2004), siendo “cualidades irreales residentes en las cosas” (29). Asimismo, desde el autor, los valores son objetivos; el valor de una

persona, de un objeto o de un acontecimiento no depende del deseo, el gusto o la utilidad que pueda implicar al perceptor, sino que es una cualidad objetiva de tal persona, de tal objeto o de tal acontecimiento. Es necesario el aprendizaje del modo de expresión del sentimiento de estima, que permita responder con respeto a los actos ceremoniales de una persona, con admiración a la belleza de un objeto o con asombro a lo sublime de un acontecimiento; aunque estos no sean acordes al deseo, gusto o utilidad del perceptor.

Así como los colores se perciben con los ojos y los conceptos se entienden con la razón, los valores se estiman con el sentimiento de la estima. Cada uno de estos tres fenómenos es objetivo, pero mientras el primero es real, los segundos son irreales al modo en que lo son los números, por eso argumenta el autor que “el conocimiento de los valores es absoluto y cuasimatemático” (Ortega y Gasset, 2004: 32).

Siguiendo con Ortega y Gasset (2004), los valores tienen tres dimensiones: su cualidad, su rango y su materia. De acuerdo con su cualidad estos pueden ser oposicionalmente positivos o negativos; según su rango los valores se ordenan por jerarquía; y según su materia, las propiedades de cualidad y rango solo se pueden percibir en la materia en la cual el valor reside como cualidad irreal.

De lo anterior se desprende una clasificación general de los valores en útiles, vitales, espirituales y religiosos, cada uno de estos géneros valóricos con sus especies en ordenamiento oposicional según cualidad.

De acuerdo con el filósofo español, los valores útiles tienen como ejemplos de especies valóricas oposicionales según cualidad: capaz-incapaz, caro-barato y abundante-escaso. Los valores vitales tienen como ejemplos: sano-enfermo, selecto-vulgar, enérgico-inerte y fuerte-débil. Los valores espirituales se dividen, a su vez, en tres clases: intelectuales, morales y estéticos. Ejemplos de los valores intelectuales son conocimiento-error, exacto-aproximado y evidente-probable. Especies oposicionales de valores morales son: bueno-malo, bondadoso-malvado, justo-injusto, escrupuloso-relajado y leal-desleal. Especies de valores estéticos son: bello-feo, gracioso-tosco, elegante-inelegante y armonioso-inarmónico. Finalmente, están los valores religiosos, ordenados en especies oposicionales de: santo/sagrado-profano, divino-demoníaco, supremo-derivado y milagroso-mecánico, (Ortega y Gasset, 2004).

Resultan valiosas las anteriores distinciones epistémicas, ya que sienta las bases para un entendimiento objetivo de los valores. Es importante destacar también que los valores no se contraponen unos a otros, no compiten unos con otros, sino que se armonizan en repertorios de valores que dan estatus a la materia de la cual sean cualidades y que deben ser apreciados mediante el sentimiento de la estima. Sentimiento que por lo demás está a la par con la percepción y el entendimiento, como indicadores de la integridad de una persona y del tiempo histórico en el que una cultura determinada se encuentra; es decir, la presencia de estructuras de valores y la capacidad de estimarlos revelan el espacio de experiencias que una persona y una cultura tiene, y el horizonte de expectativas que se puede producir a modo del destino

de la persona y en forma de acontecimientos históricos factibles.

Las anteriores reflexiones, Ortega y Gasset las obtuvo principalmente del diálogo con el más productivo intelectual del siglo XX en lo que a cultura y valores se refiere; Max Scheler. Desde este autor se desprende una definición de los valores como “cualidades materiales que tienen una determinada ordenación mutua en el sentido de “alto” y “bajo”; y esto acaece con independencia de la forma de ser en que se presenten” (Scheler, 2001: 60). Similar a Ortega y Gasset, pero a diferencia de este, dichas cualidades de valor pueden definirse con ausencia de sus portadores materiales, comprendidos estos como bienes. En términos del autor:

Hay auténticas y verdaderas cualidades de valor, que representan un dominio propio de objetos, los cuales tienen sus particulares relaciones y conexiones, y que pueden ser, ya como cualidades de valor, más altas y más bajas, etc. Pero si tal es el caso, puede también haber entre ellas un orden y una jerarquía, independientes de la existencia de un mundo de bienes en el cual se manifiesten, y también independientes de las modificaciones y el movimiento que ese mundo de los bienes sufra a través de la historia y para cuya experiencia los valores y su jerarquía son a priori (Scheler, 2001: 58).

Lo anterior es plausible puesto que se tiene la intuición racional de que el valor es absoluto, es decir no cambia cultural ni históricamente, como no cambian las coordenadas espaciales. Lo que cambia, ya sea cultural e históricamente, son los bienes portadores de valores, donde los valores penetrando la cosa haciéndola cosa de valor, se hacen reales; asimismo, las jerarquías de valores, por ejemplo, estilo y moral (Scheler, 2001); pero los valores, como entidades eidéticas o irreales con efectos reales, siguen siendo objetivamente los mismos. El bien sigue siendo el bien independiente de la persona que sea depositaria de dicho valor, lo honroso sigue siendo lo honroso independiente del acto que sea su depositario, lo bello sigue siendo lo bello independiente de la variación de los bienes que sean depositarios de lo bello. Puede ocurrir, eso sí, que cultural e históricamente ciertos valores sean descubiertos, redescubiertos y/o velados, olvidados; a tal punto que un avance histórico, no tecnocrático, sino humanista, se puede entender como el descubrimiento y redescubrimiento de valores; el que a su vez, puede implicar el velamiento y olvido de otros tantos. Pero que estén aún velados o hayan sido velados y olvidados, no significa que no estén ahí, tal como se descubren estrellas o en su momento se descubrió el número cero.

En lo que respecta al vínculo entre persona y valor, Scheler (2001) llamó a dicho enlace sentir intencional o percibir sentimental. Hay un percibir sentimental intencional primario; distinto a los sentimientos que son siempre mediatos y que pertenecen al fenómeno o contenido afectivo. Aquel, a modo de un órgano receptor de valores o de una especie de juicio sintético a priori del sentimiento, tiene la función no de pertenecer al fenómeno o representación objetiva, sino la función de aprehenderlo, y es un primario e inmediato dirigirse hacia el valor, un acto objetivador que no requiere de una imagen mediadora. En efecto, “hay una fase en la captación de valores en la cual nos es dado ya clara y evidentemente el valor de una cosa, sin que nos estén dados aún los depositarios de ese valor” (Ibíd: 60), es decir que “los valores de las cosas nos son dados con anterioridad e independencia de sus

representaciones imaginativas (o conceptuales)” (Ibíd: 401). Por acción del sentir intencional, de esa fusión co-originaria entre valor y persona, es el valor de un objeto el que abre la marcha, es el primer mensajero de la peculiar naturaleza del objeto, incluso donde el objeto es todavía indiferenciado y confuso, puede ya el valor estar para la estima claro y distinto (Ibíd: 2001). Lo anterior implica que en el sentir intencional no se siente por algo, sino que se siente inmediatamente un determinado valor.

Siempre desde Scheler (2001), la diferencia entre sentir intencional y los estados sentimentales se explica de este modo: el alegrarse de algo, entristecerse por algo, entusiasmarse por algo, aburrirse de algo o libidinizarse por algo, implican la previa presencia de ese algo, dotado a su vez de cualidades de valor. Las cuales son captadas siendo repertorio en el sentir intencional, y exigen reacciones de respuesta semejantes por medio de conexiones de comprensión y sentido, que son distintas a las respuestas sentimentales a sus gatillantes, ya que se dirigen al valor previamente captado en el percibir sentimental y sus funciones intencionales del sentir; con las cuales se desvela o abre el mundo más bien que ser representado, aunque solo por el lado de los valores, que presionan a una reacción de respuesta dirigida a estos, presiones que constituyen el esquema del estar-en-el-mundo.

Por su parte, el amor y el odio se presentan no como sentir intencional, sino que siendo actos espontáneos en los cuales se experimenta una ampliación y restricción respectivamente del horizonte de la pluralidad de valores percibibles para un determinado sujeto, esto es, como condiciones de las posibilidades de percibir estimativamente el tesoro de valores objetivos del mundo (Scheler, 2001). El amor es entonces ese acto que precede al sentir intencional, jugando “el papel de auténtico descubridor en nuestra aprehensión del valor —y solamente él representa ese papel—; y, por así decir, representa un movimiento en cuyo proceso irradian y se iluminan para el ser respectivo nuevos y más altos valores que hasta entonces desconocía totalmente” (Ibíd: 363).

Por cuenta del sentir intencional, los valores son jerarquizados no por elección, sino que por el preferir y postergar, algunos valores se prefieren y otros se postergan lo que da cuenta de su graduación (Scheler, 2001). Por ende, en el preferir y postergar se manifiesta la duración, extensión, divisibilidad, fundamentación, satisfacción y relatividad de los valores, cualidades que los ordenan jerárquicamente (Ibíd., 2001), por consiguiente, los valores más altos son aquellos que tienen mayor duración y extensión, menor divisibilidad o fragmentación, aquellos que son fundamento de otros valores, que además entregan una satisfacción vital más profunda con su realización, y que son absolutos.

De acuerdo con Scheler (2001), respecto de las modalidades de valor, hay valores de lo agradable y desagradable; que les corresponde el percibir afectivo sensible en el modo del goce y el sufrimiento, y sentimientos como el placer y dolor sensibles. Valores vitales o del percibir afectivo vital, como noble y vulgar; que les corresponden modos del sentimiento vital como el sentimiento de la vida ascendente y decadente, reacciones sentimentales como el alegrarse y el afligirse, o reacciones instintivas como valor y angustia. Valores espirituales, con sus clases de bello-feo, justo-injusto y conocimiento

puro de la verdad; a los cuales corresponde el percibir sentimental espiritual y actos de preferir, amar, odiar, y alegría y tristeza espirituales; independientes de los cambios de estado del sentimiento vital y de los estados afectivos sensibles, son más bien dependientes de la variación de los valores de los objetos. Reacciones como agradar-desagradar, aprobar-desaprobar y aprecio-menosprecio se corresponden con estos valores. Finalmente, valores de lo santo y lo profano, que son valores absolutos, y que le corresponden sentimientos como felicidad y desesperación, y reacciones como fe, incredulidad, veneración y adoración. El acto con que captamos originariamente los valores de lo santo es una clase de amor anterior a la conceptualización y objetivación plástica, y va dirigida a una persona en tanto valor de persona que puede estar referida por símbolos de valor. Los anteriores modos de valor se ordenan jerárquicamente en ascenso en el orden en que fueron presentados.

Por su parte, para Wittgenstein (1998), los valores también aparecen siendo metaculturales en tanto que la cultura se presenta como una gran organización que ordena a los valores y sus modos de expresión, mas no a los valores en sí mismos. Como el espacio y el tiempo, no es posible abstraernos de los valores, solo de su organización y modos de expresión. Son cualidades sin las cuales es impensable el existir, tal y como las categorías del tiempo y el espacio no pueden ser abstraídas cuando pensamos nuestra posición. Los valores están, por lo tanto, implicados en nuestra disposición más esquemática en el mundo, es más, son los elementos que estructuran tal esquema, y su organización exige un cierto estilo de respuesta que no es si no nuestro ser más íntimo.

Siguiendo con Wittgenstein (1998); argumenta el autor que el cambio de modo desde los individuos fuertes al individuo *self made man* conllevó el cambio desde una cultura moderna a una contemporánea. Desde esto se destaca la función de la cultura interiorizada por cada uno para expresar un estilo en modos cada vez más afines a los valores a los que responde dicho estilo. Esto en profunda coimplicación con los sentimientos, ya sean sensibles, vitales, anímicos o espirituales, y con el sentir intencional a la base que los preconfigura. Lograr constante clarificación de lo anterior implica un notable avance que se ve manifestado en la estabilidad del estar-en-el-mundo y constancia del estar-siendo-en-el-mundo.

Las disquisiciones realizadas en función de Ortega y Gasset, Scheler y Wittgenstein abren la comprensión de los valores, arrojando luces sobre el universo valórico. Con este universo de valores a modo de trasfondo, se pasará a una forma de pensar los valores en el modo en que se ponen en juego en la vida de las personas. Para esto, resulta destacable la teorización que realizó Víctor Frankl en relación con el inconsciente espiritual, el sentido y los valores.

Según Frankl (1994), el inconsciente espiritual, esto es, la persona profunda o la persona en tanto fuente de las producciones espirituales: intelecto, estética, ética y religiosidad, no puede ser sino inconsciente estando en la actitud cotidiana. En la persona profunda se encuentra el deber ser más propio que es la consciencia. La consciencia en tanto intuición inconsciente del deber ser, remite a los valores. La consciencia es trascendente porque en

tanto voz proveniente de un gran Otro en el desarrollo ontogenético de la persona, está compuesta por las figuras de Dios filogenéticamente producidas.

El inconsciente espiritual, a través de la consciencia remite así a los valores en tanto trascendencia que en el modo de llamado le exige un íntimo deber ser al yo; el cual debe hacerse libre de sus impulsos para responder al llamado valórico de la consciencia. En este sentido, el existente es responsable, porque responde a la voz de su consciencia.

Son los valores provenientes de la trascendencia del gran Otro, los que adquieren voz en la consciencia y le exigen al individuo un más íntimo deber ser. Son estos valores los que son inconscientes y deben ser sacados a la luz para hacer patente el llamado a la persona en el modo de una pregunta que debe responder; esto es, la noodinámica (Frankl, 2021).

La conciencia es la conciencia moral; la consciencia es una inteligencia premoral de los valores, asimismo, un conocimiento trascendental, en el sentido kantiano, del sentido que es la respuesta que damos a la consciencia. La voluntad de sentido es la facultad propiamente humana de descubrir formas de sentido. La voluntad de sentido es específica a cada estar-en-el-mundo singular y requiere de su ejercicio cada situación particular para dar respuesta correcta a tal situación. Pero también existen universales de sentido, que son precisamente los valores (Frankl, 1994).

Según Brenicio (2015), para Frankl hay tres tipos de valores que permiten a la persona encontrar sentido a su vida, respondiendo así a la voz de su consciencia; los valores creativos que pueden ser realizados por la actividad creativa; valores de experiencia que son realizados por la receptividad y el disfrute estético de la naturaleza y el arte; y valores de actitud o respuesta, expresados por el modo en que la persona responde al sufrimiento psíquico por el límite al acceso de los valores creativos y experienciales.

Los valores, desde el punto de vista de la voluntad de sentido, son pensables siendo fuentes de sentido; que Holzapfel (2005) ha desarrollado como fuentes referenciales, programáticas, icónicas, ocasionales y permanentes de sentido. Desde las cuales el sentido es donado por el Ser al hombre.

Entre las fuentes referenciales están, por ejemplo, Dios, la verdad, el amor y el lenguaje siendo valores abstractos y absolutos. Las fuentes programáticas de sentido son formas de conocimiento que inculcan una determinada disciplina en la vida de la persona, por ejemplo, la ciencia y el arte. Las fuentes icónicas de sentido son imágenes que significan por semejanza física un referente o por semejanza simbólica una idea, a saber, una pintura, una película, una escultura o las fotografías que se utilizan para recordar lugares visitados.

Respecto de las fuentes ocasionales de sentido, son aquellas que se utilizan con una cierta periodicidad para encontrar sentido, entre las que se puede encontrar un libro que se lee de vez en cuando para obtener sentido de su narrativa, las seriales o un pasatiempo.

Por último, las fuentes permanentes de sentido son aquellas constantes que a modo de manantiales imperecederos otorgan un incesante fluir de sentido, como lo es la mujer amada y el proyecto de vida profesional y familiar.

Por consiguiente, desde Holzapfel (2005), los valores, en tanto universales de sentido, son fuentes de sentido para la persona; la cual, mediante el vínculo donador de sentido con tales fuentes, es habilitada para dotar de sentido su mundo. El Ser en cuanto cosmos y motor inmóvil, a través de los valores; dona sentido al hombre para que este dote de sentido su mundo interno, circundante y objetivo.

La voluntad de sentido se encuentra relacionada con la estima de Ortega y Gasset y con el sentir intencional de Max Scheler en tanto conocimientos trascendentales; pertenecientes al sentimiento o ello los dos últimos, y al yo, existencia o voluntad la primera, mientras que la consciencia pertenece al súper yo, donde se expresan en cada persona los valores, ya sean de situación para cada quien o universales para todos. Con este esquema, que en su profundidad se presenta inconsciente para la actitud cotidiana, la persona encuentra un sentido según Víctor Frankl y dota de sentido, de acuerdo con Cristóbal Holzapfel, su vida, en la posición particular en que la cultura como gran organización, de acuerdo con Wittgenstein, la sitúa y modela según estilos y modos de respuesta a los valores.

Ya de manera más específica, cabe traer al frente a Kurt Lewin (1988), quien operativiza los valores como un constructo psicológico y social; puesto que esto autoriza al desarrollo de un concepto lingüístico de valor, más allá de sus definiciones de sentido común, las cuales se han refinado en este artículo.

Desde Kurt Lewin (1988), la psicología tiene como materia los conceptos de sentido común, y, como función, el dar forma científica a tales conceptos en el modo de constructos psicológicos; con el objetivo de hacerlos más eficientes en la captación y generación de las dimensiones conceptuales, mejorando así la calidad de vida, puesto que no hay nada más práctico que una buena teoría. En este sentido; algo muy práctico es el estudio de determinados conceptos fundamentales para el desarrollo cultural e histórico.

Para esto, según Lewin (1988), es relevante saber qué es la dimensión conceptual de un constructo, esto es, cual es la realidad o irre realidad con la cual se enlaza el constructo. Señala el autor que solo los constructos que tienen las mismas dimensiones conceptuales pueden compararse en magnitud. Los constructos se deben desarrollar atendiendo a los principios de no contradicción, exhaustividad y simplicidad (Hjelmslev 1971); principios que deben interpretarse en cada cultura y desarrollo histórico particular. Si se cumple lo anterior, entonces se puede hablar de tipos conceptuales.

El concepto de valor, de acuerdo con Lewin (1988), es un concepto psicológico confuso. Lo que no es óbice para un esfuerzo de clarificación. Según el autor, los valores influyen sobre la conducta, pero no en el modo de una meta, la cual es un campo de fuerza, o campo de tendencias de locomoción donde todas las fuerzas convergen hacia una región específica. Por ejemplo, la persona no trata de alcanzar el valor de la lealtad; pero la lealtad guía su conducta. Más bien, los valores determinan los tipos de actividad de una persona, con valencia positiva o negativa en una situación específica. En otros

términos, los valores no son campos de fuerza, pero los inducen, es decir, son comprendidos como campos de potencia; esto es, como campos de posibilidades de inducir campos de tendencias de locomoción hacia una región específica respecto de la persona en una situación dada, mediante internalización. En otros términos, en los valores se está, hacia las metas se tiende.

Finalmente, de manera similar a lo planteado por Lewin, es decir, los valores como campos de potencia; Karl Jaspers (1967) entrega una visión móvil de los valores en tanto fuerzas o espíritus dinamizadores no solo de las tendencias de locomoción sino también de la íntima fisión sujeto-objeto. Espíritus por los cuales se constituye el sujeto en una actitud subjetiva específica y su objeto en una imagen de mundo determinada; siendo, por ende, recursivamente causa y efecto de la escisión sujeto-objeto. En efecto, dicha escisión es dinamizada por los valores que hacen su aparición en “los movimientos dentro de la disociación sujeto-objeto (...), así existe esquemáticamente, por decirlo así, un movimiento circular. De las fuerzas surgen disociaciones sujeto-objeto específicas y éstas, por su parte, despiertan nuevas fuerzas” (Jaspers, 1967: 51).

Con lo anterior nos acercamos al núcleo de lo psíquico, en tanto que la magnitud de energía psíquica, a diferencia de la energía física que produce cambios cuantitativos, es la capacidad de producir cambios cualitativos. En palabras de Wundt (1896), “por lo que concierne a la producción de grados de valor, a la capacidad de producir efectos puramente cuantitativos, que llamamos magnitud de energía física, puede contraponerse, como magnitud de energía psíquica, la capacidad de producir efectos cualitativos” (434).

Por consiguiente, si se consideran las elucubraciones de Ortega y Gasset y Max Scheler respecto de los tipos de valores, y las disquisiciones de Víctor Frankl, Cristóbal Holzapfel, Kurt Lewin y Karl Jaspers respecto de la dinámica de los valores; se obtiene que si dentro de los movimientos de la fisión sujeto-objeto surgen valores de lo agradable y de lo útil, recursivamente, a modo de efectos múltiples cruzados, tenderán a configurarse en el sujeto actitudes autorreflexivas gozadoras y objetivas activas; y encontrará o serán dotadas de sentido imágenes de mundo sensitivo espaciales técnicas. Si surgen valores vitales, recursivamente se configurarán actitudes activas, intuitivas y entusiásticas; y se encontrarán o serán dotadas de sentido imágenes de mundo anímico culturales inmediatas. Si surgen valores espirituales, en los que caben los valores creativos, de experiencia y de actitud, tenderán a configurarse actitudes contemplativas, estéticas, racionales, ascéticas y autoconformadoras; y se encontrarán o serán dotadas de sentido imágenes de mundo anímico-culturales de las culturas y de las personalidades humanas.

Por último, si surgen valores religiosos y de lo santo y lo sagrado, las actitudes emergentes tenderán a ser místicas y/o entusiásticas; y las imágenes de mundo en que se encontrará sentido o que serán dotadas de sentido tenderán a ser metafísicas.

Síntesis discursiva del concepto de valor

Lo dicho respecto del concepto de valor forma el escenario para traer al frente los valores en su manifestación discursiva. Según Scheler (2001: 361), “las percepciones sentimentales y los valores juegan el papel fundamental y conductor en la concepción del mundo que se expresa en cada caso a través del idioma”, pero esto último no ha sido investigado lo suficiente según el autor. Se requieren entonces reflexiones que atañen a tal papel de los valores en el lenguaje, para las cuales, luego de habérmolas visto con algunos de los principales autores respecto del concepto de valor, se está en posición de esbozar teóricamente dicha problemática, abriendo así, con la mayor delicadeza, una posible forma de lectura.

El siguiente esbozo teórico, además de los autores presentados, tiene sus fuentes en el construccionismo social (Berger & Luckmann, 2008), en la filosofía del lenguaje (Austin, 1975; Searle, 1969; Wittgenstein, 1988, 2012), en la retórica (Billig, 1996; Holzapfel, 2015; Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1989; Potter, 1998), en la pragmadialéctica (Van Eemeren & Grootendorst, 2002), en la semántica (Schaff, 1966; Wotjak, 1979), en la lingüística general (Adrados, 1969; Akmajian, Demers & Harnish, 1984; Saussure, 1994), en la gramática general (Alarcos, 1999), en la lingüística generativa (Chomsky, 1965, 1985; Nivette, 1973), en la translingüística (Bajtín, 1999, 2003; Volóshinov, 1976), en la lingüística sistémico funcional (Ghio & Fernández, 2008), en la teoría de la valoración (Martin & White, 2005), en la psicosociolingüística de orientación sociológica y lingüística (Azurmendi, 2000), en la lingüística sociohistórica (Conde 2007), en el análisis del discurso (Brown & Yule, 1983; Calsamiglia & Tusón, 2002; Van Dijk 2000), en la psicología discursiva (Burman & Parker, 2017; Edwards & Potter, 1992; Potter & Wetherell, 1987; Wiggins, 2017) y en la teoría del posicionamiento subjetivo (Harré & Langenhove, 1999). Después de varios años de estar viéndonos con tales autores, se puede espirar un pequeño soplo de espíritu teórico.

El sentir intencional por ser un sentimiento es una respuesta anímica a los valores. Pero estos son también fuentes de sentido, por ende, el sentir intencional puede ser comprendido siendo sentido anímico-simbólico. Esto es, que en tanto respuesta activa y originaria a los valores es un sentido que implica un sentimiento activo con significación.

El sentido dado por los valores es entonces la sinopsis anímica-simbólica de la percepción o la presentación de un esquema de cosas relacionadas entre sí en sus líneas generales; es decir, un esquema del mundo de la persona y de su posición subjetiva en este con otras posiciones subjetivas y objetos.

Siendo los valores fuentes de sentido anímico-simbólico, son entonces semas, en tanto unidades de sentido. Los valores en cuanto semas se ordenan en campos semánticos que es una actualización apropiada de los campos de potencia. Por su parte, los campos de fuerzas son contextos pragmáticos o modos de presentación del mundo de la persona.

Los valores ordenados en campos de significado participan del género más amplio y del registro más específico en que se enmarca un discurso; desde ahí influyen en los posicionamientos subjetivos, construcción de objetos discursivos y contextos. Los géneros son patrones de patrones de registros y los registros patrones de patrones de discursos; constituyentes de identidades culturales imbricadas en estructuras sociales históricamente dinamizadas.

Pero los valores no son cualquier sema, tienen su especificidad. En efecto, los valores son semas valóricos o semas de cualidades específicas organizados oposicionalmente en campos semánticos jerarquizados de menor a mayor en el orden ascendente de lo agradable, útil, vital, espiritual y religioso. Cada campo con sus clases y/o especies de oposiciones valóricas. El campo de los valores de lo agradable con sus especies de placer-dolor, agradable-desagradable, cómodo-incómodo, rico/sabroso-insípido, dulce-salado, amargo-ácido, perfumado-fétido, agrio-dulce, caliente-frío, liso-estriado y suave-áspero. El campo de los valores de lo útil con sus especies de capaz-incapaz, caro-barato, abundante-escaso, funcional-disfuncional. El campo de los valores vitales con sus especies ascendente-decadente, deseo-repulsión, sano-enfermo, vitalidad-abulia, vigor-atonía, robusto-lánguido, selecto-vulgar, noble-innoble, enérgico-inerte, ágil-torpe y fuerte-débil. El campo de lo espiritual con sus clases moral, estética e intelectual; la clase moral con sus especies bueno-malo, responsable-irresponsable, bondadoso-malvado, justo-injusto, sensato-insensato, escrupuloso-relajado y leal-desleal; la clase estética con sus especies bello-feo, mesurado-desmesurado, modelo-imitación, prototípico-serial, gracioso-tosco, afinado-desafinado, genial-mediocre, refinado-obtuso, elegante-inelegante, armonioso-inarmónico y delicado-bruto; y la clase intelectual con sus especies conocimiento-error, verdad-falsedad, exacto-aproximado, evidente-probable, profundo-superficial, amplio-estrecho, exhaustivo-somero, complejo-simple, claro-oscuro/confuso, acorde-contradictorio, exotérico-esotérico, racional-irracional, razonable-irrazonable, serio-trivial y rigor-desidia. Y el campo de los valores religiosos con sus especies santo/sagrado-profano, divino-demoníaco, supremo-derivado y milagroso-mecánico.

Los valores son también coordenadas semánticas de posicionamiento subjetivo en el orden moral (cultural). La presencia de campos semánticos de valores implica la ubicación de la persona en el ordenamiento cultural y la actitud subjetiva que esta puede desplegar condicionada por tal posicionamiento. Asimismo, implica la ubicación discursiva de los otros significativos y las actitudes subjetivas promovidas para estos, también condicionadas por los campos semántico de valores presentes en el registro específico y género discursivo más amplio. De este modo, según el o los campos de valores operantes, las actitudes subjetivas que se pueden desplegar son actitudes objetivas o dirigidas al objeto tales como activa, contemplativa (intuitiva, estética, racional) y mística; actitudes autorreflexivas tales como contemplativa, activa (gozadora, ascética, autoconformación) y reflexiva-inmediata; y actitud entusiástica.

Los valores son, asimismo, vectores semánticos que inducen tendencias de construcción, caracterización y evaluación (positiva-negativa y

graduación) discursiva de objetos, acontecimientos y estructuras. Verbigracia, si se presenta un campo semántico de valor del tipo agradable, los objetos tenderán a construirse y caracterizarse con cualidades según las especies oposicionales placer-dolor, cómodo-incómodo, dulce-salado, amargo-ácido, perfumado-fétido, caliente-frío, seco-húmedo, liso-estriado y suave-áspero entre otras especies de valores propias de este campo semántico de valor. O si el discurso se enmarca en un campo semántico de valor del tipo espiritual, clase estética, los objetos, acciones, acontecimientos y estructuras tenderán a construirse y caracterizarse con cualidades según las especies oposicionales bello-feo, medido-desmedido, gracioso-tosco, afinado-desafinado, refinado-obtuso, elegante-inelegante, armonioso-inarmónico y delicado-bruto.

A lo anterior se debe hacer una salvedad; algunos valores solo son pertinentes para el posicionamiento subjetivo y no para la construcción de objetos, acontecimientos y estructuras. Por ejemplo, si el discurso se enmarca en el campo semántico de valor de lo vital, los posicionamientos subjetivos de sí mismo y de los otros estará en alguna de las coordenadas ascendente-decadente, sano-enfermo, selecto-vulgar, noble-innoble, enérgico-inerte y fuerte-débil; con sus correspondientes actitudes subjetivas posibilitadas, tales como una actitud activa o entusiástica. Pero no es pertinente que el discurso, estando en el campo semántico de valor de lo vital, se vectorice hacia la construcción de objetos, acontecimientos y estructuras, a menos que sea de manera retórica o lírica. Asimismo, con los campos semánticos de valor de lo religioso y de lo espiritual clase moral e intelectual. Por su parte, los campos semánticos de valor de lo agradable y de lo útil son más acordes para la construcción y caracterización de objetos, acontecimientos y estructuras, y la clase estética del campo semántico de valor espiritual es apropiada tanto para posicionamientos subjetivos como para la construcción y caracterización de objetos, acontecimientos y estructuras.

Respecto de la evaluación positiva-negativa y graduación, la primera se obtiene del registro específico y género más amplio donde se organizan los valores según jerarquía. La segunda se obtiene por el uso de preposiciones que aumentan o disminuyen la intensidad de la evaluación, tales como muy, muy poco, más, menos, peor que, mejor que, y sufijos tales como ísimo.

Además, los valores son indicios de determinados trasfondos de imágenes de mundo. Estas se ordenan en imagen de mundo sensitivo-espacial, con sus clases inmediata, cósmico-geográfica limitada, cósmico-geográfica ilimitada, mecánico-natural, histórico-natural y mítico-natural. Imagen de mundo anímico-cultural con sus clases imagen de lo inmediato, el mundo del otro y de lo extraño, el mundo infinito de lo comprensible, imagen de las culturas, imagen de mundo de las personalidades humanas e imagen de mundo anímico mítica. Finalmente, la imagen metafísica del mundo, con sus clases de todo aislado en la totalidad de las imágenes de mundo en general, tipos comprensivos y los tipos del pensar filosófico. En el caso de que el campo de valores prominente sea el de lo útil, esto es indicio de la formación de un trasfondo de imagen de mundo sensitivo-espacial. O en el caso de que el campo de valores prominente sea el espiritual, esto es indicio de la formación de trasfondo de una imagen de mundo anímico-cultural.

Los valores se denotan o connotan en los actos locutivos ya sea que se realicen en estas atribuciones de cualidad o atribuciones causales respectivamente, tanto en los posicionamientos subjetivos como en las construcciones, caracterizaciones y evaluaciones objetuales, de acontecimientos y estructuras. Respecto de las connotaciones, verbigracia, un enunciado como X rescató a Y, en un registro heroico, en un género épico, implica la connotación de los valores de lo justo, bueno y bondadoso en la clase moral y en el campo semántico de valor espiritual. Otro ejemplo de connotación es X admira a Y en un registro de exposición en un género artístico, que implica la connotación de los valores de lo bello, mesurado, gracioso, prototípico, afinado, refinado, elegante, armonioso y delicado, en la clase estética y en el campo semántico de valor espiritual. Un último ejemplo de connotación puede ser X superó a X (se superó a sí mismo), en un registro de competición, en un género deportivo, lo que connota la presencia de valores de lo ascendente, sano, selecto, noble, enérgico y fuerte, en un campo semántico de valor de lo vital.

Los valores actualizan su influjo en los actos ilocutivos y perlocutivos a través de la fuerza ilocutiva. Esto implica que la presencia de un campo semántico de valor en el género y el registro exige una actuación acorde de la persona a través de un discurso con una fuerza ilocutiva pertinente; verbigracia, la aseveración o la afirmación para los valores de la verdad y claridad de la clase intelectual en el campo semántico de valor espiritual. Asimismo, implica un acto perlocutivo ensamblado con la fuerza ilocutiva específica, a saber, un asentimiento para la aseveración.

Conclusiones

Se ha realizado una investigación introductoria a un tema amplio y profundo que atañe eminentemente a las ciencias humanas de manera transversal. Mediante aproximaciones múltiples consecutivas se ha logrado desvelar un reflejo de la fuente inagotable de luz que son el concepto de valor y los fenómenos con los cuales se enlaza. De este modo se ha logrado una clarificación inicial mediante el cuestionamiento hermenéutico a autores prominentes en este tema, y luego se pasó a una especificación discursiva de los valores y su puesta en juego en el discurso.

Evidentemente, la indagación debe ser ampliada para desvelar preguntas que quedaron abiertas con esta investigación, por ejemplo, ¿de qué modo se ha producido el descubrimiento de valores en la historia? y ¿cómo lo anterior ha estado implicado en el avance de esta? o ¿cuáles son los valores presentes y su organización jerárquica en nuestra cultura en el tiempo histórico actual? Son preguntas que bien podrían ser respondidas con estudios con miras más amplias que el de un artículo.

Por lo pronto, cabe recalcar que se ha cumplido el cometido de definir los valores de manera no trivial y se ha ampliado la mirada de estos más allá de los fines disciplinarios endoculturantes y moralizantes. No obstante, queda trabajo por hacer.

Referencias

- ADRADOS, F. (1969). *Estudios de lingüística general*. Editorial Planeta.
- AKMAJIAN, A.; DEMERS, R. & HARNISH, R. (1984). *Lingüística: una introducción al lenguaje y la comunicación*. Alianza Editorial.
- ALARCOS, E. (1999). *Gramática de la lengua española*. Editorial Espasa Calpe.
- AZURMENDI, M. J. (2000). *Psicosociolingüística*. Servicio Editorial Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea.
- AUSTIN, J. (1975). *How to do things with words*. Harvard University Press.
- BAJTÍN, M. (1999). *Estética de la creación verbal*. Siglo XXI Editores.
- ___ (2003). *Problemas de la poética de Dostoievski*. Fondo de Cultura Económica.
- BERGER, P. & Luckmann, T. (2008). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu.
- BILLIG, M. (1996). *Arguing and thinking. A rhetorical approach to social psychology*. Cambridge University Press.
- BRENCIO, F. (2015). Sufferance, freedom and meaning: Victor Frankl and Martin Heidegger. *Articles and Dissertations*, (18), 217-246. <https://doi.org/10.12775/SPI.2015.011>
- BROWN, G. & Yule, G. (1983). *Discourse analysis*. Cambridge University Press.
- BURMAN, E. & PARKER, I. (2017). *Discourse analytic research. Repertoires and readings of texts in action*. Routledge Library Editions.
- CALSAMIGLIA, H. & Tusón, A. (2002). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Editorial Ariel.
- CHOMSKY, N. (1965). *Aspects of the theory of syntax*. The M. I. T. Press.
- ___ (1985). *El conocimiento del lenguaje. Su naturaleza, origen y uso*. Alianza Editorial.
- CONDE, J. E. (2007). *Sociolingüística histórica*. Gredos.
- EDWARDS, D. & Potter, J. (1992). *Discursive psychology. Inquiries in social construction*. Sage.
- FRANKL, V. (1994). *La presencia ignorada de dios. Psicoterapia y religión*. Herder.
- ___ (2021). *El hombre en busca de sentido*. Herder.
- GHIO, E. & Fernandez, M. (2008). *Lingüística sistémico funcional. Aplicaciones a la lengua española*. Ediciones UNL.
- HARRÉ, R. & Langenhove, V. (1999). *Positioning theory: moral contexts of intentional action*. Blackwell.

- HEIDEGGER, M. (2015). *Ser y tiempo*. Editorial Universitaria.
- HJELMSLEV, L. (1971). *Prolegómenos a una teoría del lenguaje*. Gredos.
- HOLZAPFEL, C. (2005). *A la búsqueda del sentido*. Editorial Sudamericana.
- ____ (2015). *Argumentación y proyección de mundo*. Editorial Universitaria.
- JASPERS, K. (1967). *Psicología de las concepciones del mundo*. Editorial Gredos.
- LEWIN, K. (1988). *La teoría del campo en la ciencia social*. Paidós.
- MARTIN, J. R. & White, P. (2005). *The language of evaluation. Appraisal in english*. Palgrave Macmillan.
- MIRANDOLA, P. (1984). *La dignidad del hombre*. Editorial Nacional.
- NIVETTE, J. (1973). *Principios de gramática generativa*. Editorial Fragua.
- ORTEGA Y GASSET, J. (2004). Introducción a una estimativa. ¿qué son los valores? In: J. Ortega y Gasset. *Obras completas*, tomo 6, pp. 315-335. Alianza Editorial.
- PERELMAN, C. & Olbrechts-Tyteca, L. (1989). *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Gredos.
- POTTER, J. (1998). *La representación de la realidad: discurso, retórica y construcción social*. Paidós.
- POTTER, J. & Wetherell, M. (1987). *Discourse and social psychology. Beyond attitudes and behavior*. Sage.
- SAUSSURE, F. (1994). *Curso de lingüística general*. Losada.
- SCHAFF, A. (1966). *Introducción a la semántica*. Fondo de Cultura Económica.
- SCHULER, M. (2001). *Ética. Nuevo ensayo de fundamentación de un personalismo ético*. Caparrós Editores.
- SEARLE, J. (1969). *Speech acts. An essay in the philosophy of language*. Cambridge University Press.
- VALDES, A. (2017). Redefinir lo humano. Las humanidades en el siglo xxi. In: Instituto de Chile (eds.). *Anales del Instituto de Chile*, vol. xxvi. Estudios: invención, innovación, transformación, pp. 85-110. Instituto de Chile.
- VAN DIJK, T. (2000). *El discurso como estructura y proceso. Estudios del discurso: introducción multidisciplinaria*. Gedisa Editorial.
- VAN EEMEREN, F. & Grootendorst, R. (2002). *Argumentación, comunicación y falacias. Una perspectiva pragmatológica*. Ediciones Universidad de Chile.
- VOLOSHINOV, V. (1976). *El signo ideológico y la filosofía del lenguaje*. Ediciones Nueva Visión.
- WIGGINS, S. (2017). *Discursive psychology. Theory, method and applications*. Sage Publications.
- WITTGENSTEIN, L. (1988). *Investigaciones filosóficas*. Grijalbo.
- ____ (1998). *Culture and value. A selection from the posthumous remains*. Blackwell Publishers.

___ (2012). *Tractatus lógico-philosophicus*. Alianza Editorial.

WOTJAK, G. (1979). *Investigaciones sobre la estructura del significado*. Editorial Gredos.

WUNDT, W. (1896). *Compendio de psicología*. La España Moderna.