

**COMO CITAR ESTE ARTÍCULO:**

Sarrazin, J.P. (2015). Aportes para el estudio empírico de los valores y su difusión social. *Revista de Antropología y Sociología: Virajes*, 17 (1), 135-158.

# VIRAJES

## APORTES PARA EL ESTUDIO EMPÍRICO DE LOS VALORES Y SU DIFUSIÓN SOCIAL\*

**JEAN PAUL SARRAZIN\*\***

Recibido: 17 de julio de 2014

Aprobado: 6 de noviembre de 2014

*Artículo de Reflexión*

---

\* Artículo de reflexión, producto de una investigación independiente sin financiación institucional.

\*\* Antropólogo con Opción en Filosofía de la Universidad de Los Andes, Bogotá. Magíster en Migraciones y Relaciones Interétnicas de la Universidad de Poitiers. Doctor en Sociología de la Universidad de Poitiers, Francia. Profesor de planta de la Universidad de Antioquia. E-mail: jean.sarrazin@udea.edu.co

## Resumen

**Objetivo.** Presentar una reflexión crítica sobre las definiciones preponderantes del concepto de ‘valores’ que se han propuesto en las ciencias sociales, siempre considerando que una definición útil es aquella que nos permita identificar claramente un objeto de estudio empírico y verificar sus resultados en la realidad social. **Metodología.** Se plantea una propuesta metodológica que consiste en analizar las metáforas y ontologías que fundamentan las valoraciones manifiestas en prácticas discursivas. **Resultados.** Investigaciones pasadas, generalmente, han presentado listas de palabras jerarquizadas que, supuestamente, representan los valores de una sociedad. Sin embargo, estas palabras dicen muy poco sobre las preferencias y evaluaciones reales de las personas en su vida cotidiana. **Conclusiones.** Se concluye así que el resultado de una investigación sobre valores no debería ser una lista de palabras jerarquizadas, sino el desciframiento de las lógicas detrás de los muy variados tipos de valoraciones que realizan los sujetos.

**Palabras clave:** interpretación, moralidades, ontologías, prácticas discursivas, valores.

## CONTRIBUTIONS TO THE EMPIRICAL STUDY OF VALUES AND THEIR SOCIAL DISSEMINATION

### Abstract

**Objective:** This article presents a critical reflection on the main definitions of the concept “values” found in the social sciences, always considering that a useful definition is that allowing the clear identification of an empirical object of study and the verification of its results in social reality.. **Methodology:** A methodological proposal consisting of the analysis of metaphors and ontologies underlying the valuations expressed in discursive practices is proposed. **Results:** Previous research generally has presented hierarchical lists of words which supposedly stand for the most important values in a given society. However, these words say very little about people’s true preferences and valuations in their everyday life. **Conclusion:** It is concluded that the result of an investigation on values should not be a hierarchical list of words, but the deciphering of the logics behind the various types of valuations made by people.

**Key words:** interpretation, moralities, ontologies, speech acts, values.

## Introducción

Por lo general, y en su aserción popular, la expresión “valores morales” se relaciona con un “deber ser” formalizado e impuesto que no siempre coincide con lo que las personas realmente valoran en sus vidas cotidianas. Sin embargo, aunque no se trate de precisos códigos morales o principios éticos formalmente consignados por instituciones (como la Iglesia o las escuelas estatales), es importante entender las razones por las cuales las personas valoran de manera similar ciertos objetos, eventos, personas, acciones, entre otros. Y, aunque no correspondan con los valores de un grupo o una moralidad institucionalizada, como investigadores, no podemos simplemente desdeñar lo que un colectivo valora considerándolo como expresiones inmorales, a-morales o como el resultado de una “pérdida de valores”<sup>1</sup>, imaginando una supuesta naturaleza humana perversa o egoísta.

Introspectivamente, sabemos que muchos de nuestros comportamientos están fundamentados en algún tipo de valoración de los objetos que perseguimos o de las acciones que emprendemos. Por demás, son muchas las investigaciones sociales donde se menciona el concepto de ‘valores’ —empezando por varios de los fundadores de la sociología—. Sin embargo, como señala Graeber (2001), actualmente, no hay una teoría unificada sobre el concepto de ‘valor’; las definiciones no son sistemáticas y, peor aún, buena parte de los investigadores simplemente continúan creyendo que no hay nada que debatir o cuestionar al respecto. La idea del presente texto es reabrir el debate alrededor de este “concepto durmiente” sobre el cual los estudios, luego de los años 60, han sido intermitentes, escasos e inconsistentes (Hitlin y Piliavin, 2004). Sin pretender realizar una revisión sistemática de la literatura sobre el concepto<sup>2</sup>, lo que se pretende aquí es analizar críticamente las definiciones más influyentes y los usos predominantes de este, siempre teniendo en cuenta que cualquier definición debe permitir el estudio empírico de las valoraciones llevadas a cabo por personas en sus contextos sociales. A partir de allí, se plantean algunos nuevos elementos metodológicos para dicho estudio, particularmente, en lo que respecta a la reproducción y difusión de los valores a través de prácticas discursivas.

<sup>1</sup> Parafraseando a Ulrich Beck (1999), estamos contra las lamentaciones por una supuesta pérdida de los valores en la modernidad tardía.

<sup>2</sup> Esto ya ha sido realizado, recientemente, por ejemplo, por Graeber (2001, 2005) y Hitlin y Piliavin (2004). Allí, se observa precisamente que la cantidad de definiciones y aspectos secundarios que se desprenden de aquellas es abrumadora y confusa. Por demás, ‘valores’ se confunde con otros conceptos como ‘normas’, ‘actitudes’, ‘disposiciones’, ‘necesidades’ y hasta ‘ideologías’.

Cabe aclarar que este no es un acercamiento normativo o moralizante: no se pretende encontrar una definición general de lo que serían los “verdaderos valores” ni se pretende definir una ética, moral o conjunto de valores generales para la sociedad. No se trata tampoco de trabajar dentro de un tipo de proyecto kantiano —universalista en esencia— que pretenda encontrar una herramienta para la aplicación de la moral en cualquier sociedad a través de un “imperativo categórico” (Kant, 1986). Esta herencia kantiana ha tenido una influencia —mayor de lo que se suele creer— en el estudio de las moralidades hasta nuestros días (Fassin, 2012, p. 2). Así, muchos antropólogos (por citar solo un ejemplo dentro de las ciencias sociales) actúan frecuentemente como “agentes morales” (Fassin, 2012, p. 3), quienes gracias a su formación y autoridad académica podrían decidir qué es lo bueno y lo malo frente a la diversidad cultural, tomando partido de manera precipitada en proyectos para la “defensa de los indígenas” o de los “derechos humanos” en cualquier país del mundo. Esta actitud se basa en un “universalismo moral” (Fassin, 2012, p. 5) que no corresponde con el enfoque de este artículo.

Aquí, insistiremos en la necesidad de comprender los juicios de valor que realizan las personas en determinados contextos y como miembros de grupos sociales. Esta es, pues, una posición investigativa relativista<sup>3</sup> que plantea la necesaria relación entre los valores de un grupo y sus particularidades socioculturales. Ya Aristóteles (1995) había señalado la relación existente entre la ética, la comunidad y la pertenencia del individuo a esta última. El filósofo griego muestra así un camino de investigación en el que la ética es *relativa* a un grupo social y su forma de vida. De igual manera, el análisis propuesto por Nietzsche (1984), también se esforzó por demostrar el origen socio-histórico de ciertos valores de la moral cristiana y su relación con formas de dominación. Durkheim, por su parte, planteó un acercamiento no normativo sino descriptivo a la moral. La cual entendió como uno más de los hechos sociales observables (Durkheim, 1967, p. 41). Asimismo, Weber (2002) hizo aún más explícito su rechazo hacia unas ciencias sociales normativas que pretendían validar o invalidar los juicios de valor realizados por las distintas sociedades del planeta; señaló, en cambio, que nuestro objetivo debía ser describir y entender dichos juicios. Contribuir a ese proyecto es el objetivo de la presente reflexión.

Así como no es posible partir del supuesto de una moral universal, tampoco debemos asumir que podemos determinar una moral ‘objetiva’.

---

<sup>3</sup> Es evidente que el concepto de ‘relativismo’ es muy polémico, pero retomamos acá la defensa que de este hace Latour (2008) rescatando que todo fenómeno existe por su relación con lo que le rodea y le da origen. Esta perspectiva investigativa no es de ninguna manera igual a —ni compatible con— un cierto “todo-vale” postmodernista.

Se puede hacer un estudio objetivo del mundo emitiendo afirmaciones que correspondan con las observaciones empíricas, pero tales afirmaciones no bastan para establecer la importancia o el valor de ciertos objetos, estados, comportamientos, entre otros. Construir una moralidad exclusivamente a partir de “los hechos” (lo cual permitiría universalizarla) no es posible porque, como señaló Wittgenstein (1996a), no hay nada en el mundo que tenga valor *por sí mismo*. El significado y el valor son otorgados por el ser humano en sus relaciones sociales; son una construcción intersubjetiva cuya legitimidad depende de su aceptación por parte de los miembros de un grupo.

Putnam y Habermas (2008) analizan esta cuestión en un debate que los opone, pero del que también obtenemos un punto en común: para Habermas es posible encontrar un fundamento objetivo (y, por tanto, universalizable) de las normas, aunque finalmente admite que la objetividad en este terreno se debe limitar a establecer las normas más apropiadas para alcanzar un ideal de convivencia y de “vida buena” (es decir, un conjunto de valores que nada tienen que ver con la objetividad empírica), en un contexto de globalización como el que vivimos actualmente. Putnam, por su parte, hace énfasis en que las normas están basadas en valores: sin el fundamento valorativo o moral, las normas quedarían en un “vacío formalista”. Puesto que ambos admiten el pluralismo y el relativismo con respecto a los valores, no podemos aceptar de manera general una presunta validez universal de todas las normas: tenemos que ponernos de acuerdo con respecto a un conjunto de valores y, a su vez, si este acuerdo existe, podríamos llegar también a un acuerdo sobre las normas de convivencia que mejor corresponden con dichos valores.

Por último, aclararemos a manera introductoria que nuestra propia revisión bibliográfica, así como la de Fassin (2012), muestra que la distinción entre los términos de ‘moral’ y ‘ética’ está lejos de ser unívocamente aceptada. No entraremos pues en esta discusión ni trataremos de dar definiciones generales de lo que es “la moral” o “la ética”, o lo que las diferencia entre sí. No obstante, reconocemos que la noción de moralidad, más que la de ética, se asocia en la literatura científica a los valores culturales, mientras que la palabra ‘ética’ suele ser considerada como una rama de la filosofía. Por eso, en estudios empíricos desde la antropología, la sociología o la psicología, generalmente se habla de los “valores morales” o de las ‘moralidades’ de una población por lo que eventualmente podemos retomar estas expresiones. Finalmente, no sobra aclarar que consideramos a los “valores morales” dentro de la categoría más amplia de “valores culturales”, ya que cualquier conjunto de valores morales es necesariamente un producto cultural.

## Hacia una definición de 'valores' como objeto de investigación

Desde que Durkheim publicara su ensayo: "La determinación de los hechos morales", se ha tratado de analizar la relación entre los valores (morales) y la acción social: "toda moralidad se nos presenta como un sistema de reglas de conducta" (Fassin, 2012, p. 7). La relación, aunque central en el debate sobre los valores, ha causado muchas discrepancias y ha dado pie a numerosas afirmaciones erróneas. Si bien podemos sostener que hay una relación entre las valoraciones y las conductas, no podemos presuponer que toda conducta sea determinada por una valoración moral. Las conductas pueden seguir patrones donde no necesariamente interviene la "dimensión evaluativa" (Fassin, 2009, p. 1249). En efecto, las prácticas mismas pueden contener su propia lógica y guían las 'disposiciones' de los individuos hacia la acción (Bourdieu, 1985). Además, aunque detrás de una acción en particular haya una valoración, esto no necesariamente permite afirmar que la valoración es la causa única y directa de dicha acción. Por eso, nuestro objetivo no es encontrar un sistema de valores que estaría detrás de todos los actos sino el de entender algo sobre el origen sociocultural de determinados juicios de valor.

Como ya se dijo existe una gran variedad de fenómenos relacionados con los valores por lo que una definición puede parecer insuficiente o demasiado extensiva y, por ambas razones, conducir a malentendidos. Generalmente, el concepto se relaciona con "intereses, placeres, gustos, preferencias, deberes, obligaciones morales, deseos, necesidades, aversiones, atracciones y muchas otras modalidades de orientación selectiva" (Williams, 1979, p. 610). Cabe mencionar que no consideraremos dentro del concepto analítico de 'valores' los deseos producto de las necesidades fisiológicas (como el deseo de beber agua), ni las reacciones reflejo del organismo (como retirar la mano de una superficie caliente), ni tampoco consideraremos como objeto de estudio los comportamientos aprendidos en sociedad por imitación o considerados por los individuos como la manera única y 'natural' de hacer las cosas (por ejemplo, cuando los hablantes nativos de una lengua articulan las palabras siguiendo apropiadamente las reglas gramaticales y sintácticas no están actuando en función de valores).

Analíticamente, también es necesario distinguir los valores de las reglas de comportamiento o normas<sup>4</sup> puesto que estas últimas prescriben, de manera más o menos precisa, qué se debe hacer y en qué circunstancias,

---

<sup>4</sup> Tomaremos esta acepción limitada del concepto de 'normas' tal como lo entiende Jürgen Habermas (Putnam y Habermas, 2008).

mientras que los primeros no constituyen ese tipo de prescripciones precisas sobre la conducta. Como Habermas señala, las normas establecen expectativas de conducta para la convivencia en una situación particular. Los valores, en cambio, reflejan preferencias compartidas en sociedad. Entretanto las primeras disponen un código binario de validez (correcto/incorrecto), los segundos admiten solo grados de preferencia lo cual implica que hay bienes o estados más valorados que otros. La distinción analítica permite entender que unas personas puedan comportarse según la norma, incluso cuando no valoren el comportamiento en cuestión. No obstante, la distinción *analítica* no debe entenderse como la separación radical y excluyente de los dos conceptos, ya que, como se discutió, las normas establecidas proceden de un conjunto particular (y a veces perdido en el tiempo) de valores.

Para clarificar y delimitar la cuestión aún más, notaremos que los valores forman parte del comportamiento selectivo. Esto significa que su estudio empírico involucra condiciones estructurales que permitan al individuo realizar una elección. Adicionalmente, se requiere que el individuo tenga la posibilidad de: (i) anticipar las consecuencias de las acciones propias; (ii) generalizar para realizar juicios de valor similares a objetos clasificados de la misma manera; y (iii) elegir entre líneas de acción alternativas. Por otra parte, dentro de las acciones valoradas, hay que saber que unas pueden ser valoradas en sí mismas, mientras que otras lo son tan solo porque permiten alcanzar fines valorados. En el plano de las ideas, también podemos decir que los valores se relacionan con las nociones de lo bueno y lo malo en un sentido más amplio, así como las nociones sobre lo que es una “buena vida” o sobre lo que es importante en ella (Putnam y Habermas, 2008).

Según Hitlin y Piliavin (2004), una de las definiciones más influyentes del concepto en ciencias sociales ha sido la de Clyde Kluckhohn: “concepciones de lo deseable” que influyen la selección de modos, medios y fines de la acción (Kluckhohn, 1951, p. 395)<sup>5</sup>. Kluckhohn desarrolló y usó esta definición durante el gran proyecto de estudio de los valores dirigido por él mismo en los años 1950-60. A pesar de que todo un grupo de investigadores trabajó durante largos años buscando los valores de diferentes sociedades a través de etnografías detalladas, el proyecto de Kluckhohn y sus seguidores llegó a un punto muerto (Graeber, 2005); la razón de este fracaso seguramente radicó en que se pretendía explicar la acción humana en general a través de una teoría unificada de los valores, sin encontrar finalmente la relación directa entre lo uno y lo otro. El equipo

---

<sup>5</sup> Traducción por parte del autor.

de seguidores de Kluckhohn concluía, por ejemplo, que una sociedad poseía valores identificables con una palabra como 'armonía' o 'éxito'. Esto correspondía con la afirmación:

la sociedad es un conjunto de valores comunes que dan sentido y propósito a la vida colectiva, y que además pueden ser expresados simbólicamente, que se acomodan a la situación del momento [...] y que, al mismo tiempo, están vinculados a sus emociones. (Kluckhohn, 1962, p. 297-298)<sup>6</sup>

Aunque es interesante el componente simbólico y emocional<sup>7</sup> que se planteaba, el problema de este tipo de afirmaciones era justamente el suponer que toda una 'sociedad' (concepto que no es para nada fácil de delimitar y menos, hoy en día, en tiempos de globalización) se regiría por un conjunto cerrado de valores estables y comunes a todos los individuos, utilizables en toda ocasión y de igual manera.

Talcott Parsons, por su parte, propuso que "se puede llamar valor a un elemento de un sistema simbólico compartido, que sirve de criterio para la selección entre alternativas de orientación que se presentan intrínsecamente abiertas en una situación" (1966, p. 31). Al igual que Kluckhohn, Parsons pretendía construir una teoría general de la acción, pero la expresión "alternativas de orientación" es demasiado ambigua y difusa. No obstante, rescataremos de esta definición la búsqueda de un criterio (general), así como la relación que plantea entre los valores y un sistema simbólico o estructura de significados compartida.

Otra definición bastante utilizada en ciencias humanas es la de Milton Rokeach:

los valores son creencias perdurables según las cuales un modo específico de conducta es preferible —desde el punto de vista personal o colectivo— a otro modo de conducta opuesto o contrario. (1973, p. 5)<sup>8</sup>

Esta definición se concentra en la preferencia por ciertos "modos de conducta", lo cual ciertamente vincula los valores a la acción: los valores serían, entonces, creencias sobre qué acciones son preferibles. No obstante, este tipo de definiciones presenta algunos problemas: (i) limita nuestro estudio empírico a la valoración de los "modos de conducta", excluyendo otros tipos de valoración como los objetos, las personas o los eventos; (ii)

---

<sup>6</sup> Traducción por parte del autor.

<sup>7</sup> La mayoría de estudios coinciden en afirmar que existe una estrecha relación entre los valores y las emociones (Fassin, 2009, p. 1257).

<sup>8</sup> Traducción por parte del autor.

nos devuelve al problema de confundir lo ‘preferible’ con lo *preferido*; lo preferible puede aparecer en decálogos y discursos explícitamente considerados como morales o éticos, pero puede no corresponder con lo que las personas realmente prefieren en su vida cotidiana, un área de estudio que merece nuestra atención; (iii) como lo señalan Tilin y Piliavin (2004), la definición de Rokeach llevó a ver los valores como aquello que le da significado a la acción, lo cual puede ser una construcción discursiva *a posteriori* que poco o nada tiene que ver con lo que motivó la acción en primera instancia.

Analicemos una definición posterior, evidentemente, basada en lo que Kluckhohn había planteado: “los valores son creencias sobre la deseabilidad que organizan la experiencia y dirigen el comportamiento con respecto a ciertas clases generales de eventos” (Epstein, 1989, p. 4)<sup>9</sup>. De allí rescataremos la relación propuesta entre los valores, los modos de experiencia y los sistemas de clasificación o categorización; pero, de nuevo, el concepto de “creencias sobre la deseabilidad” (*desirability* es el término utilizado en los textos originales en inglés) es poco claro y difícilmente aprehensible en términos concretos: ¿cómo estudiar empíricamente en un grupo de personas la ‘deseabilidad’? ¿Cómo relacionar esa construcción conceptual de ‘deseabilidad’ con las valoraciones o preferencias reales de las personas en diario vivir?

## Ejemplos de investigaciones empíricas desde diferentes disciplinas

La economía, evidentemente, ha sido una ciencia que ha abordado por mucho tiempo el tema del valor. Sin embargo, esta ciencia deja de lado el hecho de que el valor de los objetos es simbólico, imaginario y socialmente atribuido. Dicho de manera simple y coloquial, la economía no aborda la pregunta del por qué la gente desea lo que desea, en última instancia. El enfoque economicista (especialmente de la escuela neoclásica) parte de la premisa —erróneamente considerada como universal— de que todo individuo busca ‘racionalmente’ maximizar sus ganancias con un mínimo de esfuerzo. Si bien, es cierto que, la maximización de bienes materiales es ampliamente valorada en el mundo occidental capitalista, esta tendencia es una particularidad cultural que es en sí un objeto de estudio y no puede ser universalizada ni naturalizada. Al constatar que no todas las sociedades quieren lo mismo, tarde o temprano, la supuesta racionalidad del *homo-economicus* se queda corta para explicar las valoraciones.

---

<sup>9</sup> Traducción por parte del autor.

La racionalidad que algunos de los modernos economistas (y no solo ellos) imaginan, como universal y fundamento de toda acción humana, ni siquiera sirve para explicar todas las acciones del más moderno y capitalista de los empresarios. Aunque un individuo moderno crea que sus decisiones son simplemente fruto de aquella racionalidad y de la apreciación *objetiva* de las cualidades naturales de los objetos, el valor de estos no se puede inferir a partir de tal racionalidad ni brota exclusivamente de los objetos en sí. Refiriéndose, específicamente, a las mercancías (especificidad a la que no nos limitamos en el presente artículo), Karl Marx (2010, Capítulo I) habló de un cierto ‘fetichismo’ gracias al cual la mercancía es investida por el hombre de “sutilezas metafísicas” (2010, p. 87) y adquiere un “carácter místico”, lo cual lleva a la ilusión de creer que tiene “vida propia” (2010, p. 89) y valor intrínseco independientemente de la sociedad humana. A este propósito, Marx critica a los economistas, quienes creían que el valor (valor de cambio) es un atributo de las cosas en sí. Mofándose un poco de esta “ilusión fisiocrática”, Marx dice: “hasta hoy, ningún químico ha logrado descubrir valor de cambio en el diamante o en la perla” (2010, p. 101-102).

La racionalidad de la que hablan los economistas es en realidad la razón instrumental moderna (que aclaró para nosotros Weber, 2002), la cual puede indicar un curso de acción en la medida en que este constituye un medio más eficiente o más conveniente que otro para lograr un determinado fin, pero la importancia de alcanzar ese fin (por ejemplo, la maximización de las ganancias o... ir al cine) no puede ser definido a partir de esta razón únicamente. El fin es valorado de acuerdo a criterios que no hacen parte de la razón *strictu sensu*.

Cambiando de disciplina, también es importante considerar los estudios sobre los valores que se han realizado desde la psicología social. Allí, comúnmente, se ha utilizado la técnica de los cuestionarios pidiendo a los individuos jerarquizar ciertas palabras que supuestamente representan valores tales como: ‘honestidad’; ‘libertad’; ‘justicia’; ‘poder’; ‘hedonismo’; ‘conformidad’; ‘seguridad’; entre otros<sup>10</sup>. Estas “mediciones de valores” arrojan datos estadísticos que, aunque precisos matemáticamente hablando, presentan jerarquías de palabras sin profundizar sobre el significado de estas ni sobre la manera en que serían usadas para valorar situaciones concretas de la vida real. Lo único que sabemos es que las personas valoran más una *palabra* que otra en el contexto de una encuesta realizada en un momento y lugar determinado. Por otra parte, llamar ‘valores’ a ciertas palabras como ‘libertad’ o ‘justicia’ ignora que en la práctica estas palabras

---

<sup>10</sup> Los autores más citados en este tipo de estudios son Rokeach y Schwartz (ver el recuento que de sus trabajos hacen Tiliin y Piliavin, 2004).

se pueden aplicar de muy diversas maneras, juzgando las situaciones más disímiles y contradictorias como manifestaciones de justicia. Poco o nada sabremos entonces sobre cuáles acciones, objetos o eventos *específicamente* son considerados como ‘justos’ o ‘injustos’ ni sobre los criterios en que se basa tal categorización, lo cual es justamente a lo que aspiramos llegar. Finalmente, pretender que las personas poseen valores que son expresables a través de conceptos abstractos como ‘justicia’ o ‘hedonismo’ no solo es demasiado etnocéntrico, sino que corresponde a una visión intelectualista y racionalista del ser humano poco frecuente más allá de ciertos sectores sociales (típicamente los académicos).

Cuando la psicología aborda el tema de los valores, frecuentemente, lo ha hecho en términos del “desarrollo moral” del ser humano siendo su aproximación, sorprendentemente, universalista y a-social (Hitlin y Piliavin 2004, p. 360), es decir, que ignora demasiado el contexto sociocultural del que hace parte el individuo. El método usado suele ser el de presentar a las personas “dilemas morales” (a modo de historias narradas) frente a los cuales los individuos deben dar su opinión y decidir lo que harían en ese caso. Sin embargo, así como el método estadístico de las encuestas, la gran limitación aquí es que los investigadores no usan los términos que los individuos evocarían espontáneamente y, además, proponen sus dilemas en condiciones artificiales donde la realidad pretende ser suplantada por una narración por lo que llegan a conclusiones basadas en reacciones descontextualizadas.

Por otro lado, como señala Epstein (1989), los psicólogos han tendido a considerar el sistema de valores de una persona como una unidad coherente por lo que los investigadores constantemente se ven enfrentados a incongruencias entre las acciones reales y los testimonios verbales. Suponen entonces un engaño, un error en el raciocinio del sujeto o una falla del instrumento de medición; en cambio, no atinan a considerar que las diferencias de contexto hacen que la situación de interacción sea leída de manera muy diferente por lo que las preferencias y las reacciones — verbales o de otro tipo— varían radicalmente.

Por su parte, las ciencias sociales han tendido a estudiar los valores tomando como unidad de estudio ciertas instituciones sociales. En efecto, desde Durkheim (2000) hasta nuestros días (ver por ejemplo Latour, 2013) se ha insistido en la importancia de estudiar los valores a través de las instituciones que los reproducen. Esto es sin duda útil, pero también debe ser posible plantear el estudio de los valores que profesan los individuos mismos los cuales no necesariamente corresponden a los de una institución específica. Por otro lado, la pérdida de la influencia generalizada de las instituciones (o fin de las “instituciones totales”) que se observa con el

avance de la modernidad, aunados al proceso de individuación propio también de estos tiempos, nos instan a no limitar el estudio de los valores a ciertas instituciones. Si bien, hay valores institucionales, estos pueden tener poco eco en las preferencias de las personas siendo dichos valores interiorizados los que más nos pueden interesar.

Entre los estudios sociológicos más importantes a nivel mundial sobre el tema hay que mencionar los dirigidos por Ronald Inglehart. Este investigador ha realizado varios *World Value Surveys*, donde se ha pretendido comparar los 'valores' durante tres décadas, en 65 sociedades, lo cual teóricamente cubre el 75 % de la población mundial (Inglehart and Baker, 2000, p. 19). Por la envergadura de estos estudios se ha usado un método cuantitativo a través de encuestas donde las palabras que, supuestamente, representan los valores de la población son estandarizadas e impuestas a los sujetos del estudio. En estas investigaciones sociológicas se trasciende la perspectiva individualista y universalista (común en las aproximaciones económicas y psicológicas) y se analiza la correlación entre los valores y las instituciones, la modernización, la familia, las formas de producción, la historia social, entre otras. Sin embargo, se asume también de manera a-crítica el hecho de que los valores se puedan tratar como una serie de palabras o conceptos, lo cual tiene los inconvenientes que ya se han discutido anteriormente.

En cualquiera de los abordajes citados desde diferentes disciplinas muy pocos trabajos han podido relacionar los conceptos-valor expresados en palabras, con determinados comportamientos de una manera sistemática y convincente. Los resultados de estas investigaciones tampoco brindan modelos que puedan predecir finalmente cómo una población valorará un determinado hecho o estado en una situación dada. La desconexión entre los resultados y las realidades vividas por las personas es flagrante. Teniendo en cuenta esta historia, de insuficiencias teóricas y metodológicas, parece necesario hacer un alto y replantear la situación: si el objetivo es conocer el sistema de valores de una población ¿qué tipo de resultado se espera? ¿Se trata de una lista de palabras-valores? Pero ¿cómo es usada esa lista por las personas en la práctica cotidiana? ¿Qué utilidad tendría tal lista en nuestras investigaciones *sobre la sociedad*? Por tomar un ejemplo reciente, e importante, Latour (2013) menciona el valor de la fidelidad a las tradiciones, pero si sabemos que dentro de un mismo grupo social, en un momento específico de la historia e incluso al interior de una misma institución (como la Iglesia), puede haber fuertes discrepancias sobre qué es ser fiel a la tradición, cuáles innovaciones son validadas y qué actos deberían ser considerados como traiciones a la tradición, no es muy útil afirmar que la fidelidad es un valor. Por decirlo sencillamente y siguiendo

a Wittgenstein (1996b) el significado de una palabra no es lo que aparece en un diccionario, sino su *uso* en situaciones concretas de interacción. Si no sabemos cómo es usada la palabra ‘fiel’, sabremos muy poca cosa sobre la fidelidad como valor.

Por todo esto, para dar mayor relevancia a los estudios empíricos sobre los valores, es importante volver a los actos mismos de valoración; es necesario volver a lo básico y estudiar valoraciones concretas (lo cual es, sin duda, mucho más dispendioso y complejo que realizar encuestas con listas de palabras), tratando de inferir, a partir de ellas, algunos criterios más generales que las motivan.

### **“Ver cómo” y valorar. Ontologías y deontologías**

Para comprender el fundamento de las valoraciones es necesario conocer cómo definen los sujetos las situaciones y los objetos de su experiencia; por eso, entender una valoración es similar a entender un significado. Taylor (1996), entre otros, ha señalado claramente la relación entre una ontología y una deontología. Es así como el estudio de los valores y los juicios morales pasa por el estudio de una ontología, es decir, que existe una relación entre las definiciones ontológicas y las valoraciones.

Contrario a lo que comúnmente se piensa, el universo no está compuesto de entidades discretas listas para ser aprehendidas por los humanos quienes simplemente les damos un nombre. Es el ser humano, en su relación con los demás y con el mundo en general, el que define el estatuto ontológico de lo que existe. Como afirmó el filósofo griego Protágoras: “el hombre es la medida de todas las cosas en cuanto son, y de las que no son en cuanto no son”. El acto de identificar es, también, un acto de creación, ya que se está segmentando una unidad dentro del continuum del universo objetivo. Por demás, en un gran número de casos, el identificar una cosa de cierta manera implica la atribución de propiedades y cualidades que supuestamente constituyen el objeto en cuestión. En un proceso de construcción intersubjetiva, el objeto identificado es asociado cognitivamente a otros símbolos, a una serie de imágenes, ideas, comportamientos, usos, sensaciones, recuerdos o emociones, dependiendo del contexto de enunciación y de la comunidad en que el individuo se haya formado.

Ese proceso es de relevancia en nuestro análisis, ya que al nombrar y clasificar se asignan cualidades a partir de las cuales se realizan las valoraciones de los objetos. Así, por ejemplo, que algo sea nombrado como un “tejido embrionario” o como una ‘personita’, hace que la construcción

cognitiva del objeto cambie radicalmente y, consecuentemente, su valoración. En función de ello, una acción como el aborto puede ser percibida también de maneras distintas: como una “operación de remoción” o como un “asesinato repudiable”. Estas diferentes maneras de interpretar o de “*ver cómo...*” (Wittgenstein, 1996b) fundamentan debates morales, leyes a favor o en contra del aborto y acciones concretas en el cuerpo de las mujeres.

La decisión ‘ética’ o ‘moral’ frente al aborto no puede ser resuelta únicamente a través de la razón instrumental o de un análisis objetivo e imparcial de los hechos por más detallado que sea. Identificar, interpretar, evaluar y responder ante los elementos del mundo son producto de la vida social humana. Lo que nos queda, entonces, es comprender las causas que llevan a que una cierta visión de las cosas se imponga lo cual implica una gran complejidad de factores históricos, sociales, culturales, económicos y políticos<sup>11</sup>. Y no se trata de una pura construcción conceptual y en abstracto sino del producto de una intrincada relación entre las prácticas, las condiciones materiales y la construcción de significados, en lo que Latour (2008) llama un ‘ensamblaje’.

Las visiones de mundo que así se constituyen permiten al individuo orientarse, dar un sentido a su acción y diseñar planes y expectativas personales. Parafraseando a Turner (1980), los miembros de una sociedad viven en una “selva de símbolos” en la cual aprenden a moverse. Percibir el medio de una cierta forma depende del significado que le atribuimos a sus elementos: “un significado debe ser ‘otorgado’ para que haya percepción del entorno por parte del individuo” (Shotter, 1992, p. 197). Independientemente de que los órganos fisiológicos reciban luz, sonido o sustancias químicas, si retiramos las significaciones no queda más que un vacío sin *sentido* en el cual la persona no puede orientarse cabalmente.

Desde la lingüística estructuralista, sabemos que el significado depende del lugar de un término en un sistema total. En efecto, Saussure (1987) señaló que el lenguaje no es simplemente un sistema de nombrar cosas, sino un sistema de términos interdependientes, en el cual el valor de cada uno es el resultado de su relación con otros. El estructuralismo permite explicar la organización formal de los símbolos en aras de entender su significado: lo cocido no se entiende, sino por oposición a lo crudo (Lévi-Strauss, 1968). Pero como el antropólogo Louis Dumont (1970) señalase, el

---

<sup>11</sup> Estos factores se interrelacionan y todos confluyen permitiendo la aparición de un fenómeno particular sin que haya uno que determine a los demás. Reconocer, por ejemplo, la importancia de los aspectos económicos o materiales no implica asumir que estos determinan de manera predecible y sistemática ciertas formas culturales y, específicamente, ciertos valores, como lo asume una corriente de pensamiento marxista que pretendió anticipar los valores de una sociedad en función de su grado de industrialización (Inglehart and Baker, 2000, p. 19-20).

estructuralismo es ciego ante el hecho de que uno de los términos de un binomio puede tener más valor que el otro para los hablantes de una lengua. Existe entonces una carga de valor en los conceptos, lo cual llevó a Dumont a proponer la expresión de “ideas-valores”. Por su parte, Marshall Sahlins (1997) también trabajó la relación entre significado y valor mostrando, por ejemplo, que para entender por qué la gente quiere comprar algo hay que entender el lugar del objeto y del acto de comprar dentro de un código de significado más amplio.

El principio estructuralista ha sido desarrollado dando lugar al concepto de ‘esquema’, el cual es más específico y, quizás por eso, más útil para un estudio empírico. Un esquema (*schema*) “consiste en un conjunto de elementos conceptuales conectados entre sí dentro de una red semántica. [Dichos elementos] presentan una serie de valores y potenciales de conexión con otros elementos” (Porter, 1994, p. 834)<sup>12</sup>. Además, existe un condicionamiento emocional relacionado con el significado afectivo que se le da a las palabras y/o frases, el cual guarda relación con las conexiones semánticas establecidas entre elementos lingüísticos (Reykowski, 1989). De esta manera, la percepción está compuesta por esquemas cuyas conexiones semántico-afectivas-emocionales producen también la valoración de los objetos de la percepción. Por lo mismo, podemos afirmar que las expresiones lingüísticas o los elementos que componen la “selva de símbolos” están cargados de valor.

Cabe enfatizar que la noción de significado que estamos manejando acá está muy lejos de las definiciones de una palabra tal como aparecen en los diccionarios de la lengua. La problemática del significado se acerca, más bien —y de manera muy general—, al producto de un acto de asociación entre el significante y una serie de elementos de varios tipos (como ya se mencionó: palabras, sensaciones, recuerdos, emociones, entre otros). En efecto, la construcción del significado es un proceso de construcción de asociaciones. De hecho, el origen griego de la palabra latina ‘symbolum’ se refiere aproximadamente a un elemento que se une a otro, por lo que simbolizar es un concepto cercano al de unir o asociar. Por otro lado, los principios asociativos (A se relaciona con B y C, mas no con P) son aprendidos por los individuos en su interacción con el medio natural y social. Explicitar esa red de asociaciones y las formas de clasificar que se derivan de ello es, entonces, fundamental para entender las valoraciones particulares<sup>13</sup>.

<sup>12</sup> Traducción por parte del autor.

<sup>13</sup> Un ejemplo aplicado de esto es el lenguaje de tipo *New Age* —con todas sus referencias e imágenes— a través del cual un sector de las élites intelectuales colombianas representa “las otras culturas” y “lo indígena”. Ello permite imaginar una alteridad étnica valorada gracias a las cualidades ‘espiritualidades’ o ‘ecológicas’ que se han asociado a ella (Sarrazin, 2012).

Hay que recordar, además, que los significados son ‘negociados’ en la interacción social y cobran sentido solo en contextos localizados, dependiendo de la situación comunicativa y su desarrollo en el tiempo. Lo anterior conlleva a que, al igual que los significados, las valoraciones sean negociadas en medio de dinámicas sociales cambiantes. Así, comprender una valoración implica comprender un vasto conjunto de elementos que son pertinentes para los individuos en un momento dado y el esquema de asociaciones que está en vigor en ese momento. Esta definición de la situación según un esquema particular concuerda con el concepto de “marcos cognitivos”, los cuales nos permiten “situar, percibir, identificar y etiquetar un número aparentemente infinito de sucesos concretos definidos en sus términos” (Goffman, 2006, p. 22). Los marcos cognitivos permiten también generar inferencias, anticipaciones, expectativas, afectos y comportamientos apropiados. Extrapolando, podemos decir que nuestro objetivo debe ser el de conocer los “marcos valorativos” de un grupo social en un momento determinado.

Ahora bien, en los grupos sociales se imponen ciertos marcos cognitivos y valorativos y estos, a su vez, están distribuidos de una manera desigual en las sociedades. Existen, por ponerlo en términos de Giddens: “asimetrías en las formas de sentido y de moralidad” (2012, p. 202), las cuales dependen de las relaciones de poder. En efecto, según este autor, existen tres aspectos de la producción de interacción: “la constitución de sentido, la moralidad y las relaciones de poder” (2012, p. 201). En este artículo —por límites de espacio— nos referimos a los dos primeros aspectos, con el fin de analizar la manera en que los valores son reproducidos en contextos específicos a través del lenguaje, pero esto no significa que ignoremos las condiciones materiales y las relaciones de poder mencionadas que posibilitan o impiden el florecimiento de ciertos marcos cognitivos y valorativos.

## Una propuesta para el estudio de los valores en el discurso

Estudiar las producciones lingüísticas (orales o escritas, todo lo cual llamaremos acá ‘discursos’) de los individuos, constituye una herramienta importante para conocer los marcos cognitivos que fundamentan las valoraciones, así como para entender la difusión de estas, para así convertirse verdaderamente en un fenómeno sociocultural.

Pero que dicha propuesta no se interprete como el pretender estudiar los valores haciendo encuestas o entrevistas sobre lo que nosotros, como investigadores, llamamos ‘valores’, “dilemas morales”, “comportamientos

éticos”, entre otros. Es un error etnocéntrico pretender encontrar los ‘valores’ de una sociedad preguntando directamente a los individuos “¿cuáles son sus valores?” No todas las personas en el mundo tienen que reconocer el concepto de valores como los hacemos desde la academia. También sería erróneo suponer que las acciones de las personas, necesariamente, pueden ser explicadas por ellas mismas en términos de actos intencionales<sup>14</sup> o como producto de “sus valores”. Recordemos que ‘valores’ es un concepto analítico, mas no necesariamente uno de tipo *emic*, por lo que nuestra labor como investigadores es inferirlos a partir de los comportamientos sociales donde se evidencien valoraciones concretas.

Por ejemplo, como se puede anticipar fácilmente, una persona que soborna a un empleado oficial no va a confesar abiertamente en su discurso que valora dicha acción. Sin embargo, este comportamiento se basa en lo que hemos llamado marcos cognitivos y valorativos que podemos, eventualmente, inferir al analizar el proceso de socialización del individuo. Los valores se pueden transmitir a través de prácticas que, lejos de presentarse como imposiciones o discursos morales, difunden un orden ontológico que parece ‘natural’ o de “sentido común” (el soborno se puede justificar con ideas como “ser vivo”, “si no lo hago yo, lo va a hacer otro” o “facilitémonos la vida”).

Cuando nos referimos a los discursos es importante señalar que estos no deben ser considerados como representaciones dudosas o imperfectas de lo que la gente *realmente* piensa o hace, sino como comportamientos en sí.

Ya no podemos definir la hermenéutica como una búsqueda de las intenciones psicológicas de la persona que escribió un texto [...] Interpretar es explicar una forma de estar en el mundo que se manifiesta en el texto. (Ricoeur, 1990, p. 141)<sup>15</sup>

El discurso es entonces una acción en sí y una manera de estar en el mundo donde aparecen patrones de asociación y encadenamiento que podemos describir.

Entender el discurso como un comportamiento implica reconocer que el actor utiliza la lengua para interactuar en el mundo social. Como señaló Austin (1976) las palabras no son simples formas de describir hechos del mundo exterior, sino que son herramientas para “hacer cosas” en el mundo social con efectos ostensibles. La diferenciación entre un acto de habla

<sup>14</sup> A este propósito, ver la contundente crítica que hace Giddens (2012) a la sociología comprensiva de Alfred Schütz.

<sup>15</sup> Traducción por parte del autor.

que, aparentemente, solo describe hechos y uno de carácter normativo/ evaluativo no es una oposición necesariamente cierta, ya que los dos tipos de acto muchas veces son indisolubles (Austin, 1976, p. 149). Debemos indagar entonces en esos discursos que aparentemente se limitan a describir el mundo, pero que tienen efectos concretos entre los cuales puede estar el asignar valor a ciertos objetos, estados, acciones, entre otros.

Como ya vimos, el valor de un objeto depende de la manera como sea asociado a otros elementos. Las asociaciones dan lugar a un proceso clave en la comprensión de los valores: la *transferencia*. En efecto, una conexión permite la transferencia de propiedades entre los elementos asociados. Definir un objeto a través de un concepto o categoría puede entonces resultar en su valoración de una manera tácita o indirecta.

Un dispositivo lingüístico preponderante en el establecimiento de asociaciones, es la metáfora. De manera esquemática, la metáfora consiste en vincular dos elementos a través de una similitud encontrada (analogía) la cual no depende únicamente de las características objetivas: “el argumento ontológico ataca la ingenua perspectiva de la teoría comparativa según la cual los símiles metafóricos están basados en similitudes objetivas” (Nöth, 1985, p. 9-10)<sup>16</sup>. Se trata entonces de establecer similitudes que son percibidas gracias a códigos culturales de identificación (Nöth, 1985, p. 11-12). Estas similitudes pueden ser de muchos tipos, como el estructural o relacional: por ejemplo, cuando una persona enuncia la frase metafórica “esta empresa es mi hijo”, se evidencia la posibilidad de establecer una comparación entre relaciones (padre es a hijo como fundador es a la empresa), lo que puede favorecer una transferencia circunstancial de comportamientos paternos al ámbito empresarial.

Según Dirven (1985, p. 96), al ponerse en relación distintos elementos a través de la metáfora, se pueden transferir ciertos atributos de un dominio al otro<sup>17</sup>. Así, por ejemplo, entender la frase “la tecnología es progreso” implica saber que los individuos vinculan al concepto de ‘progreso’ una serie de características valoradas positivamente, tales como: “calidad de vida”, un “mundo mejor”; las cuales son transferidas a ‘tecnología’, dando a entender que la tecnología creará un “mundo mejor” y, por tanto, debe ser valorada.

Lakoff (1987) añade que la metáfora es un medio de categorizar los hechos o experiencias en términos o esquemas familiares. La metáfora es, entonces, un dispositivo que influye en los criterios de inclusión o exclusión de un elemento en categorías como lo bueno y lo malo, lo importante y lo

---

<sup>16</sup> Traducción por parte del autor.

<sup>17</sup> La palabra griega ‘*metaphorein*’ —origen de ‘metáfora’— equivale aproximadamente a la palabra ‘transferencia’.

banal, lo sagrado y lo profano, lo decente y lo indecente. Esto muestra la importancia de la metaforización en el proceso de construcción de juicios y clasificaciones morales.

El análisis de las metáforas requiere de un conocimiento no solo de la lengua, sino de una forma de vida, de manera que se comprendan los fundamentos de las asociaciones establecidas, así como sus implicaciones. Este conocimiento (al que podemos acceder a través de la etnografía) nos puede dar luces sobre los elementos valorativos presentes en dichas asociaciones. Así, entender la metáfora “Carlos es un sapo” implica un conocimiento cultural profundo que permite inferir que ciertas cualidades animalescas o comportamientos valorados negativamente son transferidos a Carlos. Pero la imagen metafórica no habla *solo* de Carlos como individuo: la frase misma es una forma de difusión de valores.

Las metáforas no son construcciones extrañas y momentáneas. De hecho, las metáforas son omnipresentes en el lenguaje que usamos a diario: “el lenguaje es profundamente tropológico —una obra de arte—” (DeBernardi, 1994, p. 870)<sup>18</sup>. No obstante, hay metáforas de las que somos conscientes por su carácter novedoso y creativo (por ejemplo, “te haré un collar de estrellas”) y que Ricoeur (1997) llama “metáforas vivas”. Por otro lado, la gran mayoría de las metáforas con las que hablamos y pensamos pasan desapercibidas ante nuestra conciencia: Ricoeur las llama “metáforas muertas” (por ejemplo, “un tiempo largo”). La mayoría de las formas de concebir el mundo y las valoraciones que las acompañan son transmitidas a través de este segundo tipo de metáforas.

Por citar algunos ejemplos más<sup>19</sup>, es común oír decir que en la vida hay que ‘avanzar’, “ir para adelante” o ‘realizarse’. Para alcanzar estos ideales la persona debe estar ‘abierta’ a recibir ‘datos’ o “información útil”. El individuo ‘autónomo’ y ‘racional’ imagina que no hay ningún tipo de imposición moral: él simplemente tomaría “información útil” para ‘avanzar’. La metáfora de “ir para adelante” es sin duda cercana a la idea moderna de progreso, pero ahora el referente principal es el individuo y su propia “realización personal”. El sujeto moral se expresa por ejemplo en la frase “uno tiene que saber para donde va”, lo cual significa orientarse en la vida y decidir cuáles son las acciones ‘correctas’. “¿Hacia dónde voy?”, es una pregunta metafórica que esconde una constante supervisión del yo, así como una inquietud deontológica: “qué debo hacer”. Así, la idea-valor presentada a través de una metáfora como “ir para adelante” (cuya riqueza

<sup>18</sup> Traducción por parte del autor.

<sup>19</sup> Estos ejemplos provienen de historias de vida donde cuatro sujetos (gerentes de empresas en Bogotá, de edades entre los 35 y 65) se describen a sí mismos, sus logros, ideales y aspiraciones, entre otros temas abordados en entrevistas abiertas y extensas.

de asociaciones simbólicas es demasiado extensa como para presentarla acá) fundamenta conceptualmente el que ciertos comportamientos sean preferidos por el individuo.

A propósito de estos extractos donde se evidencia la visión del individuo como ser autónomo, quien se regula a sí mismo a través de los ideales de persona que ha interiorizado, cabe recordar que la sociedad, sus instituciones, los medios de comunicación o los grupos primarios de socialización y de referencia directa, contribuyen de manera fundamental a la definición de tales ideales. Estos ideales varían según el sector de la sociedad en que se encuentre el individuo, lo cual corresponde con la manera desigual en que está distribuido en una sociedad el capital cultural (Bourdieu, 1979). Así, los individuos emiten juicios de valor particulares según su posición en la estructura social, expresados en descripciones de su mundo, de su trabajo, de su familia, de sus preocupaciones, de sus recuerdos felices, entre otros.

## Conclusión

Distintas investigaciones, ya sea desde la psicología, la sociología, la antropología o incluso desde la ciencia política, han pretendido hablar de los valores de las poblaciones estudiadas, frecuentemente, presentando datos cuantitativos, sin haber definido previamente a qué se refieren con esas afirmaciones o cuál es la relevancia de estas en la explicación de los comportamientos humanos. Tratar de encontrar una definición del concepto no es solo de rigor, sino que nos permitiría articular el tema con la comprensión de otro tipo de fenómenos sociales. Uno de los problemas principales de los estudios sobre este tema es que han pretendido llegar a conclusiones demasiado generales sobre un conjunto de 'valores' (una serie de conceptos) que regirían los comportamientos de sociedades enteras, sin explicar de qué manera dichos conceptos-valor se usan en la práctica y en situaciones concretas. Otra perspectiva sobre los valores, en cambio, ha desdeñado el tema por considerarlo una cuestión puramente individual y subjetiva.

A pesar de los vacíos y las discrepancias el conocimiento de los valores continúa siendo, aunque de manera intermitente, un objetivo latente en estudios sociológicos y antropológicos, incluso desde el nacimiento de estas disciplinas. Por demás, en la medida en que las valoraciones se expresan como gustos, intereses o preferencias sentidos subjetivamente, su estudio nos sitúa directamente frente al reto de entender la relación entre subjetividad e intersubjetividad, entre personalidad y cultura, entre agencia individual

y estructura social. Al respecto, es importante abrir la discusión sobre la manera en que se pueden explicar las valoraciones, saliéndonos de dos ópticas analíticas extremas y opuestas: ya sea en términos de obligaciones y condicionamiento irreflexivo, o sea en términos de decisiones que cada individuo resuelve de manera racional, aislada y autónoma.

Uno de los aportes que surgen de esta reflexión es el de la prudencia y humildad a la hora de hablar de los valores, planteando incluso que quizás sea errado el pretender que “los valores” sea un objeto de estudio en sí. De alguna manera, este concepto se ha asumido como un objeto observable directamente y medible en las personas (solo haría falta una herramienta apropiada para llegar a ellos). Es importante recordar que se trata de un concepto analítico que, eventualmente, podríamos construir como investigadores luego de observaciones detalladas de prácticas que los sujetos no necesariamente relacionan en absoluto con “sus valores”. En vez de seguir midiendo objetos difusos y ambiguos que pretendemos aprehender a través de palabras como ‘lealtad’, ‘libertad’, entre otras, deberíamos volver a las bases y comenzar por describir los distintos tipos de acciones donde las personas valoren objetos de su percepción. Por eso, lo que se plantea acá es que antes de hablar de valores, debemos comenzar por describir *valoraciones* concretas tal como ocurren en el diario vivir de las personas, preguntándonos además cuáles de esas valoraciones son colectivas y cómo es que llegan a ser colectivas.

A partir de esa base descriptiva y detallada, quizás podamos plantear hipótesis sobre ciertos principios generales que dan lugar a un conjunto de valoraciones. Dichos principios generales podríamos llamarlos ‘valores’, aunque también podríamos llamarlos “marcos valorativos”, los cuales están necesariamente vinculados a una ontología y a esquemas interpretativos que nos permiten concebir las situaciones de una forma particular.

Por otro lado, aunque acá se ha propuesto la posibilidad de estudiar las valoraciones a partir del discurso, en este terreno se ha cometido frecuentemente el error de asumir que el discurso es el reflejo parcial o imperfecto de lo que la gente realmente piensa o haría. Es importante tomar al discurso como un comportamiento en sí y como una de las maneras en que ciertas formas de percibir y valorar se difunden y se reproducen. El discurso es uno más de los tipos de comportamiento en que los individuos manifiestan sus valoraciones, mas no un acceso aparentemente dudoso a los “verdaderos valores de la gente”.

Puesto que el lenguaje es esencialmente tropológico, el estudio de las metáforas en los discursos constituye un objeto de observación interesante. Las metáforas pueden, en efecto, difundir tácitamente el fundamento de muchas valoraciones. Metáforas como “ir para adelante” o “realizarse” se

naturalizan al ser consideradas como formas 'normales' de ver el mundo las cuales, a su vez, influyen en los ideales y preferencias de las personas.

El estudio empírico de los valores a través de las valoraciones presentes en los discursos, sus tropos y sus construcciones ontológicas, debe ir más allá del nivel referencial o denotativo de los signos puesto que hay una densidad simbólica —es decir, *asociativa*— que vincula los significantes a diferentes tipos de elementos con cualidades de las cuales dependen las valoraciones. En efecto, para comprender esa red de asociaciones que define ontológicamente los objetos, es necesario conocer un contexto que va más allá de lo lingüístico incluyendo una forma de vida y una estructura social.

Finalmente, este proyecto deberá afrontar y aspirar a explicar algunas preguntas evidentes, fundamentales, y, sin embargo, frecuentemente, ignoradas: ¿por qué determinadas situaciones, aparentemente similares, son evaluadas diferentemente por los miembros de un mismo grupo sociocultural? ¿Por qué las preferencias de los individuos a veces coinciden y a veces difieren de las nociones institucionales de lo deseable? Para este tipo de cuestiones, sin duda, será muy útil el aporte particular de diferentes disciplinas como la historia, la psicología, la antropología o la sociología, las cuales, desde sus miradas específicas, pueden señalar variables y aspectos de la realidad social que no han sido contemplados.

## Referencias bibliográficas

- Aristóteles. (1995). *Ética Nicomáquea*. Madrid, España: Gredos.
- Austin, J. (1976). *How to Do Things with Words*. New York, USA: Oxford University Press.
- Beck, U. (1999). Hijos de la libertad. Contra las lamentaciones de la pérdida de valores. En U. Beck (ed.), *Hijos de la libertad*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, P. (1979). *La Distinction: Critique Sociale du Jugement*. Paris, Francia: Minuit.
- Bourdieu, P. (1985). *Outline on a Theory of Practice*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- DeBernardi, J. (1994). Social Aspects of Language Use. En T. Ingold (ed.), *Companion Encyclopedia of Anthropology*. New York, USA: Routledge.
- Dirven, R. (1985). Metaphor as a Basic Means for Extending the Lexicon. En W. Paprotté and R. Dirven (eds.), *The Ubiquity of Metaphor*. Amsterdam, Holland: John Benjamin Publishing Company.
- Dumont, L. (1970). *Homo Hierarchicus: ensayo sobre el sistema de castas*. Madrid, España: Aguilar.
- Durkheim, É. (1967). *De la division du travail social*. Paris, Francia: Presses Universitaires de France.
- Durkheim, É. (2000). *Las reglas del método sociológico y otros escritos sobre filosofía de las ciencias sociales*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Epstein, S. (1989). Values from the Perspective of Cognitive-Experiential Self-Theory. En N. Eisenberg (ed.), *Social and Moral Values*. New Jersey, USA: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

- Fassin, D. (2009). Les économies morales revisitées. *Annales HSS*, 6, 1237-1266.
- Fassin, D. (2012). Toward a Critical Moral Anthropology. En D. Fassin (ed.), *A Companion to Moral Anthropology*. Chichester, England: John Wiley & Sons.
- Giddens, A. (2012). *Las nuevas reglas del método sociológico: crítica positiva de las sociologías comprensivas*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu Editores.
- Goffman, E. (2006). *Frame analysis: los marcos de la experiencia*. Madrid, España: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Graeber, D. (2001). *Toward an Anthropological Theory of Value. The False Coin of Our Dreams*. New York, USA: Palgrave.
- Graeber, D. (2005). Anthropological Theories of Value. En J. Carrier (ed.), *A Handbook of Economic Anthropology*. Cheltenham, England: Edward Elgar Publishing.
- Hitlin, S. y Piliavin, J.A. (2004). Values: Reviving a Dormant Concept. *Annual Review of Sociology*, 30, 359-393.
- Inglehart, R. and Baker, W. (2000). Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. *American Sociological Review*, 65 (1), 19-51.
- Kant, I. (1986). *Fundamentación de la metafísica de las costumbres*. Ciudad de México, México: Porrúa.
- Cluckhohn, C. (1951). Values and value orientations in the theory of action. En T. Parsons and E. Shils (eds.), *Toward a General Theory of Action*. New York, USA: Harper.
- Cluckhohn, C. (1962). *Culture and Behaviour*. Glencoe, Scotland: Free Press.
- Lakoff, G. (1987). *Women, Fire and Dangerous Things: What Categories Reveal about Mind*. Chicago, USA: University of Chicago Press.
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social: una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires, Argentina: Manantial.
- Latour, B. (2013). *An Inquiry into Modes of Existence*. Cambridge, England: Harvard University Press.
- Lévi-Strauss, C. (1968). *Mitológicas*. Ciudad de México, México: Fondo de Cultura Económica.
- Marx, K. (2010). *El capital: crítica de la economía política. Libro primero: el proceso de producción de capital*. Madrid, España: Siglo XXI.
- Nietzsche, F. (1984). *La genealogía de la moral*. Madrid, España: Alianza.
- Nöth, W. (1985). Semiotic Aspects of Metaphor. En W. Paprotté and R. Dirven (eds.), *The Ubiquity of Metaphor*. Amsterdam, Holland: John Benjamin Publishing Company.
- Parsons, T. (1966). *El sistema social*. Madrid, España: Ediciones de la Revista de Occidente.
- Porter, J. (1994). Socialization, Enculturation and the Development of Personal Identity. En T. Ingold (ed.), *Companion Encyclopedia of Anthropology*. New York, USA: Routledge.
- Putnam, H. y Habermas, J. (2008). *Normas y valores*. Madrid, España: Trotta.
- Reykowski, J. (1989). Dimensions of Development in Moral Values. En N. Eisenberg (ed.), *Social and Moral Values*. New Jersey, USA: Lawrence Erlbaum Publishers.
- Ricoeur, P. (1990). *Hermeneutics and the Human Sciences*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Ricoeur, P. (1997). *La métaphore vive*. Paris, Francia: Seuil.
- Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York, USA: Free Press.
- Rokeach, M. (1979). From Individual to Institutional Values. En M. Rokeach (ed.), *Understanding Human Values*. New York, USA: Free Press.
- Sahlins, M. (1997). *Cultura y razón práctica: contra el utilitarismo en la teoría antropológica*. Barcelona, España: Gedisa Editorial.
- Sarrazin, J.P. (2012). New Age y la búsqueda de espiritualidad indígena. *Revista Colombiana de Antropología*, 48 (2), 139-162.
- Saussure, F. (1987). *Curso de lingüística general*. Madrid, España: Alianza.
- Shotter, J. (1992). Social Constructionism: Relativism, Moral Sources, and Judgments of

- Adequacy. En D. Robinson (ed.), *Social Discourse and Moral Judgement*. San Diego, USA: Academic Press.
- Taylor, Ch. (1996). *Fuentes del Yo: la construcción de la identidad moderna*. Barcelona, España: Paidós.
- Turner, V. (1980). *La selva de los símbolos*. Madrid, España: Siglo XXI.
- Weber, M. (2002). *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*. Madrid, España: Fondo de Cultura Económica.
- Williams, R. (1979). Concepto de valores. En D. Sillis (dir.), *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales, Vol. 10*. Madrid, España: Aguilar.
- Wittgenstein, L. (1996a). *Philosophical Investigations*. Oxford, England: Basil Blackwell.
- Wittgenstein, L. (1996b). *Lecciones y conversaciones sobre estética, psicología y creencia religiosa*. Barcelona, España: Paidós.