

Valores e Ideología

Values and Ideology

Caleb LÓPEZ

Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.

RESUMEN

Los valores operan a escala individual, institucional y de sociedades enteras. Existe una relación de mutua influencia entre los valores individuales y las ideologías prevaletentes en una sociedad determinada. La ideología es el puente que une lo macro social con lo micro social (el individuo). La ideología es un término amplio que incluye sistemas de valores personales, creencias y modos de pensamiento que conducen a la explicación y al cambio del mundo en donde vivimos. Los valores se transmiten, se mantienen y se cambian por intermedio de las ideologías. La ideología, como falsa consciencia, tiene su mejor expresión en tiempo de paz y crecimiento económico; mientras que las diferencias ideológicas encuentran su mayor relevancia para el cambio, en tiempos de presiones sociales y crisis políticas y económicas. Tres ideologías contemporáneas (Pragmatismo, Ética y Hedonismo) presentan características propias y distintivas, con diferentes concepciones ontológicas, epistemológicas y axiomáticas.

Palabras clave: Valores, ideología, pragmatismo, ética, hedonismo, cambio social.

ABSTRACT

Values operate at the level of individuals, of institution and of entire societies. There is a relationship of mutual influence between individual values and the current ideologies in a specific society. Ideology serves as a bridge connecting the macrosocial and the microsocal (the individual). Ideology is an encompassing term that includes personal value systems, beliefs, and modes of thinking which help to explain and change the world. Values are transmitted through, maintained by, and changed through ideologies. Ideology, as a false consciousness, is best expressed in times of peace and economic growth; while ideological differences find their greatest relevance for change in times of struggles and political and economic crisis. Three current universal ideologies (Pragmatism, Ethics, and Hedonism), with different ontological, epistemological and axiomatic conceptions, are presented.

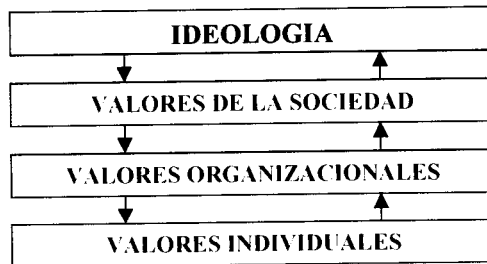
Key words: Values, ideology, pragmatism, ethics, hedonism, social change.

INTRODUCCIÓN

Los grandes y graves desajustes económicos, políticos y sociales que viven las naciones a escala mundial en la actualidad, demandan soluciones efectivas. Estas soluciones, en su gran mayoría, involucran cambios profundos; en tiempos de crisis, los cambios son inevitables. La historia ha sido el medio para darnos a conocer cómo las naciones han afrontado sus diversas crisis: Unas han utilizado la fuerza o la revolución armada como mecanismos para producir los cambios deseados en sus entornos económicos, políticos y sociales, mientras que otras, han emprendido reformas parciales basadas en mecanismos menos traumáticos para conseguir sus propósitos.

Este artículo presenta una manera de producir cambios en las sociedades, a partir de reformas parciales basadas en el cambio de valores, y presenta, además, el cambio de dirección que ciertas ideologías específicas podrían producir en una sociedad determinada. Estos dos objetivos principales se lograrían al presentar los aspectos siguientes: la relación mutua entre ideología y valores individuales, la definición de ideología en sus dos connotaciones (estudio científico de las ideas y falsa consciencia); la ideología como transmisora, mantenedora y promotora de cambios de valores; el rol de la ideología en diferentes circunstancias y las características de las ideologías pragmática, ética y hedonista.

Figura 1
Marco teórico de la relación entre ideología, valores sociales, valores organizacionales y valores individuales



El modelo teórico presentado en la Figura 1 crea las bases para una mayor discusión sobre ideología y valores. Este modelo presenta una influencia mutua entre las ideologías y valores que posee una sociedad y los comportamientos de los individuos (orientados por sus valores) dentro de una organización social en particular. Los valores operan en el ámbito individual, institucional y de sociedades enteras. Esta interdependencia es explicada por Schwartz (1993) de la siguiente forma:

Una institución social incorpora valores individuales cuando, en el curso normal de su operación, ofrece a las personas roles que fomentan comportamientos manifestadores de valores, y que promueven condiciones para una mayor expresión de éstos. . . Un orden social encarna un valor, en la medida en que provea condiciones para alimentar instituciones sociales que fomentan ese valor determinado. Los valores que un individuo puede expresar están muy limitados por el carácter de las

instituciones y por el orden social en el cual el individuo se desenvuelve. La estabilidad social depende, probablemente, del engranaje de los valores personales y las oportunidades institucionales para su expresión (p. 155).

Esta interdependencia de valores a diferentes niveles, se basa en dos premisas diferentes: argumentos sociológicos, que proponen el determinismo en el comportamiento de las personas, y las proposiciones psicológicas, que claman por el libre albedrío de las personas para tomar sus propias decisiones a través de procedimientos cognoscitivos. En la opinión de Montero (1990).

La noción de ideología, la cual une lo macro con lo micro-social (psicológico, en este caso), es esencial para conocer el significado de este rompecabezas. Sin este concepto, no hay manera de conocer cómo y porqué las actitudes, creencias, valores, representaciones sociales e imágenes se integran en complejos procesos sociales e individuales (p. 50).

Los valores que poseen las personas necesitan ser entendidos como el resultado de la interacción de los individuos con las fuerzas de la sociedad. La sociedad le da forma a los valores de los individuos, pero éstos, a su vez, moldean los valores de una sociedad en particular – por ejemplo, ideologías sociales.

VALORES E IDEOLOGÍA

El sistema de valores de las personas no puede considerarse en forma aislada, sino que debe estudiarse como parte de un concepto mucho más amplio – ideología. La *Encyclopedia Americana* (1991) define ideología como “un sistema de creencias prácticas desarrollado por un grupo, cuyos miembros tienen en común nexos políticos, económicos, religiosos o culturales” (p. 744).

El término ideología, tal como se usa en la sociología del conocimiento, tiene dos connotaciones. La primera, se relaciona con el estudio científico de las ideas (basada, no en principios de fe y autoridad, sino en el conocimiento proveniente de los sentidos humanos) y, en una versión más contemporánea, es un sistema de creencias, valores y actitudes compartidos por los individuos en grupos específicos de la sociedad. La segunda connotación o “Falsa Conciencia” – defendida principalmente por el pensamiento marxista – es definida como “cualquier conjunto de ideas falsas, o categóricamente equivocadas, cuya falsedad es explicable, total o parcialmente, en términos del rol o función que éstas cumplen en la sociedad en forma normal e inconsciente” (Harré & Lamb, 1983, p. 292). Este doble significado del concepto *ideología* sirve como puente para conectar el enfoque sociológico del determinismo cultural, y el enfoque psicológico del determinismo personal. La sociología del conocimiento incluye estas dos acepciones en su objeto de estudio.

Para propósitos de este artículo, una pregunta importante es: ¿Cómo se relaciona el concepto de *valores* con el concepto de *ideología*? Schwartz (1993), al opinar acerca de la necesidad de construir una ciencia de valores, arguye que este proyecto sólo es posible si la gente entiende a la ciencia como producto del análisis crítico de la historia y de la cultura. Tal análisis conducirá a la exploración de la relación entre valores e ideologías – los valores de las personas en tiempos y culturas específicas, y las ideologías prevaecientes en una sociedad particular en un momento determinado. Los científicos sociales conciben la ideolo-

gía como un cuerpo sistemático de principios que une la percepción del mundo con valores morales explícitos (Connolly, 1967). Estas percepciones del mundo, con su respectivo grupo de valores, están contenidas en la mayoría de los "ismos" que dirigen los aspectos económicos, políticos, filosóficos y religiosos de la sociedad actual: Comunismo, Socialismo, Capitalismo, racismo, pragmatismo, idealismo, hedonismo, etc. La *New Grolier Multimedia Encyclopedia* (1993) resume el rol de éstas y otras ideologías en diferentes esferas de la sociedad:

En su aspecto filosófico, una ideología busca explicar los problemas clave que vive una sociedad, y la interpretación de sus eventos sobresalientes. Esta explicación da significado a la vida y a la historia. En aspectos relacionados con las políticas, la ideología moldea los propósitos y las prioridades de la acción política. Una vez que los líderes deciden resolver problemas sociales específicos, la ideología política influye en la selección de las políticas más deseables y factibles. Una ideología opera, por lo tanto, como una pantalla perceptiva que acepta algunas alternativas, pero que filtra otras. Aún más, al proveer razones para realizar acciones, la ideología contribuye a que las personas que poseen poder, ganen aceptación para sus políticas. Los líderes que no ejercen poder gubernamental, usan la ideología para desafiar la autoridad establecida, criticar políticas existentes y ofrecer propuestas de cambio. Finalmente, las ideologías pueden movilizar esfuerzos humanos para el logro de una causa, tal como, igualdad social o libertad de la dominación extranjera y de la explotación interna (p. 537).

La ideología, tal como ha sido definida anteriormente, es un término amplio que incluye sistemas de valores personales, creencias y modos de pensamiento que conducen a la explicación y al cambio del mundo en que vivimos. En este sentido, una ideología no sólo interpreta el significado de los eventos como resultado de la posesión de ciertos valores, sino que promueve la necesidad de cambio en una situación existente.

Valores e ideología son dos términos estrechamente entrelazados. Ellos se nutren entre sí y mantienen la sociedad a la par con las demandas de la época. Los valores se transmiten, se mantienen y se cambian por intermedio de las ideologías.

LA IDEOLOGÍA COMO MECANISMO PARA LA TRANSMISIÓN DE VALORES

La ideología, como visión del mundo o visión social, es un sistema de creencias, valores y actitudes compartida por los individuos pertenecientes a un grupo específico en un tiempo determinado. Montero (1990) enfatiza:

Estas creencias, valores y representaciones pueden ser negativas o positivas, o pueden referirse a cualquier objeto psicológico o social. Por lo tanto, desde esta perspectiva, uno puede hablar de ideología como una visión del mundo (*Weltanschauung*) perteneciente a una cultura o subcultura (p. 45).

En este caso, la ideología posee una connotación neutral, ya que no implica necesariamente un cambio social. Las ideologías, como parte de una cultura particular, transmiten valores de generación a generación. Cavalli-Sforza (1993) afirma: "Esta claro que la cultu-

ra se transmite, y que su transmisión es la base para promover valores de adaptación. Esta transmisión permite la acumulación de conocimiento por generaciones” (p. 311). Cuando los valores son transmitidos, un aspecto importante de la cultura también es transmitido.

Cavalli-Sforza y Feldman (1981) presentan algunos mecanismos para la transmisión cultural: (1) padre-hijo (transmisión vertical); (2) transmisión por intermedio del portador de un rasgo particular (“maestro”) a otro que inicialmente no es portador de ese rasgo. Esta transmisión (horizontal) es considerada como típicamente “cultural,” pero no es la única en su género; (3) transmisión de un portador de rasgos (maestro, líder político o social) a muchos individuos (más frecuente a medida que se desarrollan jerarquías sociales, escuelas, y sistemas indirectos de comunicación); y (4) presión de un grupo social (en el cual muchos individuos, usualmente una generación mayor, influyen en un individuo en una dirección coherente, de manera que sus enseñanzas producen un refuerzo mutuo). Los mecanismos a través de los cuales se transmiten las ideologías, vía enseñanza de valores a individuos, son importantes para entender el mantenimiento y cambio de valores (Cavalli-Sforza & Feldman, 1981, Price & Garland, 1981).

LA IDEOLOGÍA COMO MECANISMO PARA EL MANTENIMIENTO DE VALORES

Al considerar la noción de ideología como una perspectiva del mundo, se podría asumir que las personas son completamente libres para tomar decisiones conscientes de las creencias, valores y actitudes que toman como suyas, pero la experiencia sugiere que éste no es el caso. La toma de decisiones de un individuo es parcialmente influenciada por los mecanismos de control de la sociedad, tales como: propaganda, diferenciación social, adoctrinamiento, ejercicio desigual de poder, etc. (Freire, 1996).

La ideología como falsa consciencia (un punto de vista político basado en el ejercicio de cuotas desiguales de poder) considera a las personas como sujetos/agentes inconscientes a merced de una ideología transmitida por la sociedad. Marx, en su explicación de la sociedad como producto de las luchas de clases sociales, creía que muchas de las acciones del individuo en la sociedad están condicionadas por factores económicos, los cuales son, en sí mismos, el resultado del pensamiento ideológico que actúa por intermedio del *status quo*.

En un análisis del papel moldeador de la ideología, De Ipola, Abouhamad y Lanz (1981) consideran que la ideología asegura la integración de la subjetividad individual dentro de una estructura social particular. La ideología acomoda la consciencia de las personas a las leyes de funcionamiento de la sociedad. Esta regulación no es una imposición externa *per se*, sino una imposición que ha sido incorporada de por vida en la personalidad de cada individuo en sus deseos, antipatías, vida sexual, gustos, hábitos, etc.

De Ipola y sus colegas no ven esta incorporación como coercitiva, en el sentido de coerción física, pero tampoco, como algo que ha sido escogido por la persona como parte constituyente de su “carácter” o “personalidad”. La ideología opera el “milagro” de convertir las consciencias de las personas (el indicador más visible de su unicidad) en un lugar donde la sociedad inscribe sus normas de funcionamiento. Este proceso de acomodamiento es lo que Secord y Backman (1964) llaman socialización. Estos autores consideran la socialización como un proceso donde el comportamiento de un individuo es modificado para conformarse a las expectativas del grupo social al cual pertenece. Cavalli-Sforza (1993) señala que la presión de un grupo social – como mecanismo de transmisión de valores – es altamente conservador; dicha presión tiende a destruir las variedades individuales y, por lo

tanto, a crear homogeneidad en la población. Dicha homogeneidad puede, también, ser el resultado de la transmisión realizada por un portador de rasgo (maestro, líder social o político) a muchas personas.

Aunque los valores se mantienen por mecanismos ideológicos, este hecho no excluye la posibilidad de que estos valores cambien de tiempo en tiempo entre sociedades y dentro de ellas. Rosales (1989) llama la atención al hecho de que las creencias, valores e ideas pueden diferir significativamente de una sociedad a otra. También arguye que existen diferencias en las preferencias culturales de los miembros de subgrupos dentro de la misma cultura. Esta diversificación cultural demuestra la flexibilidad y mutabilidad de los valores.

LA IDEOLOGÍA COMO MECANISMO DE CAMBIO DE VALORES

La interpretación de la ideología como falsa consciencia puede ser comparada y contrastada con el concepto de utopía, “el tipo de orientación que trasciende la realidad y que al mismo tiempo rompe las cadenas de un orden existente . . .” (Mannheim, 1949, p. 173). El elemento utópico latente en el pensamiento ideológico – debido a la connotación seminal de cambio social implícita en él – hace de este elemento un concepto importante para el estudio de valores. Esta concepción de ideología considera a las personas como sujetos/agentes activos y conscientes de una ideología transmitida por la sociedad. En este sentido, la ideología influye en individuos que son capaces, a través de procesos cognoscitivos, de tomar o rechazar valores ideológicos particulares. De acuerdo a Rempel (1965), esta connotación ideológica es compartida por Mannheim, un sociólogo alemán que combinó el Marxismo con el Historicismo Alemán.

Aún a costa del énfasis constante de Mannheim en el acondicionamiento social de los procesos cognoscitivos y de valoración, existe simultáneamente un fuerte énfasis en la unicidad, individualidad, espontaneidad, consciencia propia y en una genuina afirmación de la “persona” como fin último. (pp. 120-121)

En tiempos de paz y crecimiento económico coexisten diferentes ideologías en una misma sociedad, sin mayores problemas, y el pensamiento se torna funcionalista. En otras palabras, las personas no analizan otras formas de pensar, sino que retienen las suyas (aun si éstas no son las mejores), por causas que no tienen nada que ver con la importancia o validez interna del discurso ideológico. En este sentido, la ideología como falsa consciencia tiene su expresión. El resultado de estas dinámicas es el mantenimiento del *status quo* de una sociedad en particular.

Las diferencias ideológicas encuentran su relevancia para el cambio, en tiempos de presiones sociales y crisis políticas y económicas. Merton (1968) opina sobre este aspecto al señalar, en una forma concisa e impresionante, su visión de una sociedad en problemas:

En una sociedad donde la desconfianza recíproca encuentra su expresión folclórica en “¿Qué hay en eso para él?”; . . . donde la publicidad y la propaganda han generado resistencia activa a la aceptación de declaraciones de valor aparente; . . . donde las relaciones sociales son cada vez más instrumentales, por lo que el individuo ve a otros como personas que buscan oportunidades para controlarlo, manipularlo y explotarlo; donde un creciente cinismo conlleva a una separación pro-

gresiva de relaciones de grupo significativas y a un considerable grado de enajenación personal; . . . donde las defensas en contra de desilusiones traumáticas pueden consistir en permanecer permanentemente desilusionado y reducir las expectativas acerca de la integridad de otros, al dejar, a priori, a un lado sus motivos y habilidades; . . . en una sociedad como ésta, un análisis ideológico sistemático y una derivada sociología del conocimiento adquiere fuerza y pertinencia dentro del terreno social (p. 513).

En tiempos de crisis, los cambios sociales son inevitables. Mannheim (1952) propone una alternativa diferente a la perspectiva revolucionaria del Marxismo de cambio, a través de la oposición o inversión estructural – valores utópicos y elementos utópicos. Mannheim también arguye que estos valores utópicos, si se combinan con una estrategia revolucionaria, en vez de hacerlo con una reforma parcial, se tornan negativos y destructivos de los mismos valores que se están tratando de alcanzar. La revolución también trae consigo discontinuidad y rompimiento entre elites sucesivas, en las cuales están incorporados valores y normas culturales difundidos en la sociedad. La discontinuidad resultante de cambios rápidos obstruye el flujo de valores y fractura los sistemas de valores que dan coherencia y unidad a una cultura dada. De acuerdo a Rempel (1965), Mannheim sugiere “síntesis”, “integración” y “reconciliación dinámica”, basadas, en su propio orden, en una jerarquía de valores que da como resultado “unidad, totalidad y unidad”, respectivamente.

El cambio debe ser, entonces, de una naturaleza más microscópica, en vez de ser una serie de rupturas culturales y de valoración súbitas, o disturbios aislados. . . . Las bases del cambio en la vida social no radican solamente en el sistema de valores y en las normas de justicia social, sino en todos éstos, combinados con la voluntad para encauzar nuevamente, a través de técnicas sociales racionalmente determinadas, las instituciones y patrones culturales de la sociedad. Estos son las bases últimas de la transformación social. En las bases de la teoría social de Mannheim, el énfasis está en el voluntariado que busca definitivamente una penetración activa de la realidad a través de sujetos participantes de la historia (pp. 56-58).

Es tarea de una comunidad responsable y con intenciones claras, el tratar apropiadamente con la transmisión de valores, al proveer las condiciones para que los individuos puedan participar en el proceso de creación, diseminación, reconciliación y asimilación de nuevos y diferentes valores (Rempel, 1965). El cambio social debe ocurrir como resultado de la reinterpretación consciente y planificada de los sistemas de valores de una sociedad dada.

Cavalli-Sforza (1993) señala que la transmisión de valores por un portador de rasgos (“maestro”) a otro que inicialmente no poseía el rasgo, y la transmisión de un portador de rasgos (maestro, líder político o social) a muchos individuos, pueden determinar un cambio cultural rápido. Este autor arguye que la relevancia de estos mecanismos de transmisión dependerá de la “habilidad, persuasión, prestigio o autoridad del transmisor. Ella dependerá, también, de la aceptación de la información, enseñanza o sugestión” (p. 313).

Las ideologías utópicas pueden ser aspectos críticos en la comprensión de cambios en el sistema de valores de una sociedad en particular. Estos cambios podrían servir como indicadores de la evolución de una sociedad y de su conformación a las demandas de la época.

ca. Esta conformación puede llevar a una situación en la cual algunos valores pierdan relevancia y otros cambien su posición dentro de la jerarquía de valores dentro del contexto de ideologías específicas.

IDEOLOGÍAS UNIVERSALES

La clarificación y comprensión de problemas sociales son los objetivos del pragmatismo, la ética y el hedonismo – tres ideologías universales de la actualidad. La lógica para la selección y discusión de estas ideologías particulares en este artículo, está basada en su correspondencia con los diferentes aspectos constitutivos del término “valores”: el pragmatismo está asociado con el aspecto volitivo de los valores; la ética con el aspecto racional; y el hedonismo, con el aspecto afectivo. Estas ideologías abarcan aspectos básicos de la sociedad, dentro de tres amplias categorías: problemas del ser (ontología), problemas del saber (epistemología) y problemas de valores (axiología), los cuales son considerados como aspectos importantes para el estudio del sistema de valores. Lo que sigue es un resumen de las ideologías pragmática, ética y hedonista en sus características sobresalientes.

PRAGMATISMO

El pragmatismo se refiere, básicamente, a la tarea epistemológica basada en su teoría de *verdad y significado*. Esta teoría establece que la “verdad” puede ser conocida sólo por sus consecuencias prácticas, y es, por lo tanto, una cuestión individual o social, en vez de un absoluto. El pragmatismo es una ideología que se desarrolló a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX; es un tipo de relativismo que considera la verdad y lo bueno en función del éxito generado (Gutiérrez, 1968). Los más conocidos proponentes de esta ideología son Dewey (1916), James (1981) y Peirce (1980). Charles Peirce es considerado el fundador de la Escuela Americana de Pragmatismo.

Un pragmático no ve la realidad como una cosa abstracta. En vez de esto, la realidad es un proceso de transacción que envuelve tanto el hacer como el experimentar las características propias de la experiencia. Rosen (1968) sostiene:

Para el pragmatista, la mayoría de las preguntas acerca de la naturaleza del universo metafísico es simple especulación, esto se debe a que no tenemos bases para ninguna doctrina de la realidad absoluta más allá de nuestras propias observaciones. Si, como pragmatistas, deseamos conocer la naturaleza de la realidad, debemos, en vez de construir castillos ontológicos, sumergirnos en la espesura de la vida y experimentar tanto como podamos. Para el pragmatista, cualquier realidad absoluta es simplemente nuestra experiencia del mundo (p. 72).

El pragmatista afirma que lo que podemos conocer es sólo nuestra experiencia. Para estas personas, la experiencia no es más que nuestras interacciones cotidianas con otros individuos de la sociedad. “La sociedad es la fuente de la cual las personas derivan todo lo que hace de ellos, individuos, mientras que, al mismo tiempo, la sociedad es el producto de una compleja serie de actividades que se afectan mutuamente” (Rosen, 1968, p. 77).

Los valores éticos son producto de la transacción funcional de los individuos con la sociedad. Rosen (1968) explica:

Lo bueno es aquello que resuelve situaciones indeterminadas de la mejor manera posible. Por lo tanto, el uso del intelecto en la solución de problemas es considerado bueno para el pragmatista, mientras que el rechazo total a los problemas humanos o la impensable dependencia en alguna autoridad “mayor” sería considerado malo. Los valores emergen de un proceso de deliberación reflexiva, y son aceptados sólo después de este proceso . . . cada generación debe crear nuevos valores y nuevas soluciones para tratar con sus problemas (p. 75).

Los hombres y mujeres derivan sus valores de la sociedad. Debido a que los valores ayudan a determinar mucho del carácter de nuestras vidas, la sociedad y sus relaciones con los individuos deben ser uno de los intereses más importantes para el pragmatista moderno. La sociedad es un concepto básico en el pragmatismo moderno, todas las acciones deben ser consideradas a la luz de sus consecuencias para la sociedad.

El interés del pragmatista por el bienestar social demanda la subyugación individual a este ideal. Aunque los individuos son seres humanos complicados, con características, preferencias y motivos únicos, cuando se unen a una organización en particular, se espera de ellos que renuncien a parte del control sobre sus propias vidas. Como mínimo, las organizaciones requieren que los esfuerzos de las personas sean coordinados. “Los empleados no pueden nunca ser totalmente libres para hacer lo que quieran hacer, ya que ninguna organización puede darse el lujo de manejarse, con la política de dejar hacer a los empleados lo que les plazca” (Levering, 1988, p. 122). El éxito de los individuos debe ser medido de acuerdo a la alineación de sus comportamientos con los valores y las ideologías prevalentes dentro de una sociedad en particular.

ETICA

La ética es el estudio sistemático de los principios y métodos para distinguir entre lo correcto y lo errado, entre lo bueno y lo malo. Esta distinción puede ser determinada de dos maneras: ética teleológica o consecuencialista y ética deontológica o no consecuencialista. La ética teleológica o consecuencialista considera un acto como ético o no ético solamente sobre las consecuencias de la acción. En contraste, la ética deontológica o no consecuencialista sostiene que la moralidad de una acción depende de su naturaleza intrínseca o sus motivos, o de su concordancia con alguna regla o principio, y no por sus consecuencias totales o parciales (New Grolier Multimedia Encyclopedia, 1993). De estas dos maneras de discernir lo bueno de lo malo o *vice versa*, el primero abarca ideologías éticas como el utilitarismo, ética situacional, ética social, pragmatismo, hedonismo, etc. (Grassian, 1992); el último incluye ideologías éticas como intuicionismo, la Teoría del Derecho Divino y la ética formal (Grassian, 1992).

El Intuicionismo sostiene que existen ciertos principios morales generales que son evidentes y de los cuales se derivan todos los principios morales específicos (Grassian, 1992). Esta ideología ética es lo suficientemente amplia como para acomodar muchas y diversas concepciones acerca de las bases del conocimiento moral.

La Teoría del Derecho Divino afirma que una acción correcta consiste en la obediencia a la voluntad de Dios; esta es la única base genuina de la moralidad (Grassier, 1992). Esta teoría relaciona moralidad con religión, lo cual trae consigo desacuerdos entre los religiosos acerca de lo que es bueno y lo que es malo. Un ejemplo de esta teoría ética es el trabajo de Santo Tomás de Aquino (1225-1274). Aquino presentó en su famosa *Suma Teologi-*

ca la mezcla de las enseñanzas cristianas con las enseñanzas e ideas de Aristóteles y Platón (Gutiérrez, 1968).

La ética formal, como una ciencia en sí misma, tiene un carácter racional. Esto significa que la ética no es un producto de las emociones, instintos y pasiones. La ética tiene como base la razón (Gutiérrez, 1968). La ética formal, también llamada ética racional, tiene a Kant (1724-1804) entre sus mejores proponentes, quien señala que la única manera de encontrar las bases reales y válidas de la ética es a través de la razón. Kant creía que para que las bases de la ética fueran efectivas, debían tener valor útil y universal. La razón es, entonces, la facultad de utilidad y universalidad. Una base lógica, a nivel teórico y práctico, debe ser aceptada por cada ser humano cuyo proceso de pensamiento funcione correctamente. Es inconcebible que haya un criterio racional que sea válido para algunos y no válido para otros (Miró, 1990). La ética formal puede ser relacionada con el idealismo, el cual proclama que “la mente es el principio de explicación y conocimiento de cualquier cosa, aun de sí misma” (Horne, 1942, p. 142).

El idealismo es una posición filosófica que se adhiere a la idea de que nada existe excepto como una idea en la mente humana, en la mente de Dios o en una esfera sobrenatural. Vesey (1982), al resumir las ideas de Bolton en su ensayo *Forma de Vida e Idealismo (Life Form and Idealism)*, señala:

El idealismo platónico rechaza el mundo natural y material provisto a los sentidos humanos, a favor del mundo de las ideas y formas del mundo absoluto e inmaterial. El idealismo tiende inevitablemente al punto de vista trascendental o divino, el cual ve la naturaleza externa como una apariencia que oscurece la verdad real, la cual es inmaterial, análoga al espíritu, fuera de espacio, tiempo y cambio (p. 269).

Para el idealista, la naturaleza del universo es la mente; cada cosa es una idea. En este sentido, el universo tiene dos aspectos: 1) la exploración y verificación sensitiva, y 2) el Mundo Real que tiene su base más allá del mundo sensitivo, y que sólo puede ser alcanzado por el intelecto (el mundo de las ideas). La ontología del idealismo descansa fuertemente en el mundo de las ideas, un mundo que sólo puede ser aprehendido por la mente humana – racionalismo. Consecuentemente, el racionalismo lleva al ser humano a conocer el Ser Supremo. En el idealismo de Platón, el Ser Supremo era el Estado, pero en el idealismo moderno, el Ser Supremo podría ser cualquier ideología económica o social – capitalismo, socialismo o comunismo.

El idealista deontológico (aquél que toma el lado de la ética no consecuencialista) toma una vía racional a los complicados problemas del conocimiento y la verdad, basándose mayormente en la lógica deductiva (el proceso de razonamiento que va de lo general a lo específico). El idealista deontológico intenta encontrar en el universo principios generales que puedan tener la estatura de verdades universales. Los idealistas deontológicos asumen, basados en su posición ontológica, que la verdad existe. Debido a la suposición de que la verdad existe y de que ésta no es meramente una creación del individuo o de la sociedad, sino que existe independiente de lo humano o del conocimiento que éste pueda tener de ella, la verdad puede ser descubierta. Cuando se encuentre la verdad, ésta será absoluta y obligatoria. La verdad no es accesible a todo ser humano, por lo tanto, se hacen necesarios los servicios de un intermediario para bajar al mundo material los ideales absolutos. Una

clase intermediaria (sea un profeta, maestro o predicador) está compuesta de aquellos individuos que están mejor equipados para entender y comunicar el ideal. Estos intermediarios se convierten pronto en una clase privilegiada en cualquier sociedad (Rosen, 1968). Esta concepción de clase intermediaria del idealismo platónico fue revivida al comienzo de este siglo, por el fascismo italiano. “La distinción entre líderes y seguidores, y el desarrollo de éstos, se constituyó en un interés importante en la reforma instituida en Italia en los años veinte de este siglo” (Rosen, 1968, p. 21).

“El hombre es un ser moral cuando su comportamiento está en concordancia con el ideal y con la Ley Moral Universal, la cual todos podemos y debemos reconocer” (Rosen, 1968, p. 19). Para el idealista, la meta de la vida es vivir en armonía con el universo. Si el Absoluto se considera como la última y la más ética de todas las cosas o personas, o como Dios, el epítome de la conducta ética y moral del idealista es la imitación de lo Absoluto. El papel del intermediario es enseñar al común de la gente lo que es y lo que no es correcto. El papel del individuo, de acuerdo a esta filosofía, es acercarse al Absoluto a través de la imitación del intermediario ejemplar. El individuo, como un idealista, trata de hacer lo mejor de sí mismo buscando constantemente la perfección.

HEDONISMO

El hedonismo es una ideología ética basada en la idea de que el placer es el valor supremo; todos los otros valores deben estar subordinados a éste. El resultado práctico de esta forma de pensar es el comportamiento para alcanzar el máximo placer y el mínimo dolor (Gutiérrez, 1968). En este sentido, el hedonismo es una ideología teleológica, porque está basada en las consecuencias del comportamiento; en este caso en particular, el logro del placer y el rechazo al dolor. Esta teoría fue defendida por pensadores en la literatura antigua, tal como Epicuro (341-270 A.C.), y por pensadores más recientes, como es el caso de Bentham (1748-1832) y Mill (1806-1873). Bentham incorporó el hedonismo en la psicología social; en este campo, él fue considerado el pensador más extremista. En relación con este hecho, Linzey y Aronson (1985), señalan:

Bentham niega la importancia de la simpatía en la vida social. El hecho básico es que el hombre actúa simplemente para asegurarse placer (algunas veces felicidad) y para evitar el dolor . . . Todo lo que importaba para Bethman era llevar al máximo el placer total. Para alcanzar una decisión racional en relación con este curso de conducta – el hedonismo psicológico tiene una fuerte base racionalista – uno podría simplemente computar las consecuencias hedonistas probables de un acto propuesto en términos de la duración, intensidad, seguridad, y otros aspectos semejantes del placer resultante de la acción. La persona querría (y debería) actuar de la manera que le trajese el mayor bien hedonista (pp. 4-5).

El hedonismo egoísta no es compartido por los pragmáticos que aseguran que los placeres de otros individuos deben entrar también en los cálculos de la felicidad de una persona en particular. De esta manera, las personas deben tratar de incrementar el placer de otros al obtener su propio placer. Mill no comparte el hedonismo egoísta de Bethman. La felicidad es un concepto clave de la ética utilitaria de Mill, esto implica más que la felicidad particular de un individuo — la mayor felicidad para el mayor número de personas. La moralidad egoísta no es parte de las presunciones de Mill, quien claramente expresa su opinión

al señalar, "... que el estándar no es la felicidad del propio agente, sino la mayor cantidad de felicidad en conjunto (Mill, 1979, p. 11).

Mill también alega:

Debo repetir, otra vez, que los agresores del utilitarismo raramente hacen justicia al hecho de que la felicidad, la cual forma parte del estándar utilitario de lo que es correcto en la conducta personal, no es la felicidad propia del agente, sino la de todos. Entre la felicidad de uno y la felicidad de los otros, el utilitarismo requiere de la persona ser estrictamente imparcial, como un espectador desinteresado y benevolente (p. 16).

En términos generales, los hedonistas creen en la existencia independiente del mundo de la experiencia, y profesan, además, respeto por los "hechos" de las ciencias formales y de las ciencias sociales, que incluyen aquellos provenientes de estudios psicológicos acerca de las bases de la motivación humana. El hedonismo también ha sido llamado "Hedonismo Psicológico". Lindzey y Aronson (1985) dan crédito a Bethman por la formulación extensiva del hedonismo en relación con la psicología. De este modo, la mente se convierte en la relación entre el sujeto y el objeto (Rosen, 1968).

Aunque las explicaciones simples del comportamiento humano, basadas en factores particulares (placer, dolor, egoísmo, simpatía, etc.), han sido desacreditadas por puntos de vista más pluralistas, el hedonismo ha permanecido vivo en la psicología social contemporánea. Lindzey y Aronson (1985) argumentan que "... el hedonismo, como una concepción global de la motivación humana, no está muerto ni desacreditado. Su longevidad quizás certifica que contiene una esencia de la verdad" (p. 6).

CONCLUSIONES

Los valores operan a escala individual, institucional y de sociedades enteras. Existe una relación de mutua influencia entre los valores individuales y las ideologías prevalentes en una sociedad determinada. La ideología es el puente que une lo macro social con lo micro social (el individuo). La ideología es un término amplio que incluye sistemas de valores personales, creencias y modos de pensamiento que conducen a la explicación y al cambio del mundo en donde vivimos. Los valores se transmiten, se mantienen y se cambian por intermedio de las ideologías. La ideología, como falsa consciencia, tiene su mejor expresión en tiempo de paz y de crecimiento económico; mientras que las diferencias ideológicas encuentran su mayor relevancia para el cambio, en tiempos de presiones sociales y crisis políticas y económicas. Tres ideologías contemporáneas (Pragmatismo, Ética y Hedonismo) presentan características propias y distintivas, con diferentes concepciones ontológicas, epistemológicas y axiomáticas.

BIBLIOGRAFÍA

- ALMEDER, R. F. (1980). *The philosophy of Charles S. Peirce: A critical introduction*. Totowa, NJ: Rowman and Littlefield.
- CAVALLI-SFORZA, L. (1993). How are values transmitted? In M. Hechter, L. Nadel, & R. Michod (Eds.), *The origin of values* (pp. 305-317). New York: Aldine de Gruyter.
- CAVALLI-SFORZA, L., & FELDMAN, M. (1981). *Cultural transmission and evolution: A quantitative approach*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

- CONNOLLY, W. E. (1967). *Political science and ideology*. New York: Atherton Press.
- DE IPOLA, E., ABOUHAMAD, J., & LANZ, R. (1981). *Discusión sobre ideología*. Caracas: Industrias Sorocaima, C.A.
- DEWEY, J. (1916/1966). *Democracy and education*. New York: The Free Press.
- FREIRE, P. (1996). *Pedagogy of the oppressed*. New York: The Continuum Publishing Company.
- GRASSIAN, V. (1992). *Moral reasoning*. New York: Prentice Hall.
- GUTIERREZ, R. (1968). *Introducción a la ética*. Mexico: Editorial Esfinge.
- HARRÉ, R., & LAMB, R. (Eds.). (1983). *The encyclopedia dictionary of psychology*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- HORNE, H. H. (1942). *An idealist philosophy of education*. Chicago: University of Chicago Press.
- JAMES, W. (1981). *Pragmatism*. Indianapolis: Hackett Publishing Company.
- LEVERING, R. (1988). *A great place to work: What makes some employers so good (and most so bad)*. New York: Random House.
- LINDZEY, G., & ARONSON, E. (1985). *Handbook of social psychology*. New York: Random House.
- MANNHEIM (1949). *Ideology and utopia*. New York: Harcourt, Brace and Company.
- MANNHEIM, K. (1952). *Essays on the sociology of knowledge* (Paul Kecskemeti, Trans.). London: Oxford University Press.
- MERTON, R. (1968). *Social theory and social structure*. New York: The Free Press.
- MILL, J. S. (1979). *Utilitarianism*. Indianapolis: Hackett Publishing Company.
- MIRÓ, F. (1990). "Ensayo de una fundamentación racional de la ética", in U. S. Tomas (Ed.), *VI Congreso Internacional de Filosofía Latinoamericana*, (pp. 123-171). Bogotá: Centro de Enseñanza Desescolarizada, Departamento de Publicaciones.
- MONTERO, M. (1990). Ideology and psychosocial research in third world countries. *Journal of Social Issues*, 46 (3), 43-55
- PRICE, K. H., & GARLAND, H. (1981). Compliance with leader's suggestions as a function of perceived leader/member competence and potential reciprocity. *Journal of Applied Psychology*, 66, 329-336.
- REMPEL, W. (1965). *The role of values in Karl Mannheim's sociology of knowledge*. London: Mouton & Co.
- ROSALES, S. (1989). *Valores Gerenciales*. Universidad Experimental Rafael María Baralt, "Cabi-mas".
- ROSEN, B. (1968). *Philosophic systems and education*. Columbus, OH: Charles E. Merrill Publishing Company.
- SCHWARTZ, B. (1993). On the creation and destruction of value. In M. Hechter, L. Nadel, & R. Michod (Eds.), *The origin of values*, (pp. 153-185). New York: Aldine de Gruyter.
- SECORD, P. F., & BACKMAN, C. W. (1964). Interpersonal congruency, perceived similarity, and friendship. *Sociometry*, 27, 115-127.
- THE ENCYCLOPEDIA AMERICANA INTERNATIONAL EDITION. (1991). Danbury, CT: Grolier Incorporated.
- THE NEW GROLIER MULTIMEDIA ENCYCLOPEDIA. (1993). Macintosh.
- VESEY, G. (Ed.). (1982). *Idealism, past and present*. New York: Cambridge University Press.