

Ética y valores:

fundamentos, características y evolución

Laura Marcela Londoño Vásquez
Miguel David Rojas López

Laura Marcela Londoño Vásquez (Colombia, 1988-v.)

Ingeniera Industrial, Especialista en Gestión Empresarial, Magíster en Ingeniería Administrativa, Doctora en Ingeniería y Profesora Asistente de la Universidad Nacional de Colombia. Autora de algunos libros, capítulos y artículos.

Miguel David Rojas López (Colombia, 1963-v.)

Ingeniero Civil y Magíster en Administración de la Universidad de La Salle, Especialista en Mercadeo Gerencial de la Universidad de Medellín, Doctor en Ingeniería y Profesor Titular de la Universidad Nacional de Colombia. Autor de numerosos libros, capítulos y artículos.



Resumen

La ética es un área del saber que pretende orientar la acción humana en sentido racional. Se afirma que tuvo sus orígenes en la antigua Grecia a partir de los pensamientos y las propuestas de los filósofos que buscaban comprender el obrar humano. Desde los años setenta y ochenta del siglo xx, y dados los escándalos de corrupción que salen a la luz pública, inicia la preocupación por la efectividad de la educación en temas éticos que se impartía hasta el momento. El presente documento tiene como objetivo realizar una fundamentación de los principales conceptos asociados a la ética y los valores, mostrar su evolución y sus características y aplicaciones más importantes, de manera que permitan dar claridad sobre conceptos que se utilizan constantemente en diferentes contextos.

Palabras clave

Ética, ética organizacional, valores

Introducción

La ética es entendida como la parte de la filosofía que se dedica a la reflexión sobre la moral (Cortina y Martínez, 1996); es un tipo de saber que pretende orientar la acción humana en un sentido racional, es decir, que procura que los seres humanos obren racionalmente (Cortina, 2008). Para Tamayo, Zuluaga y Gómez (2017), la ética consiste en una reflexión crítica sobre valores y principios que guían las decisiones y los comportamientos de personas, y para Griffin y Ebert (1997) es la creencia acerca de lo correcto e incorrecto, lo bueno y lo malo en las acciones que afectan a otros. Entonces, el comportamiento ético se ajusta a normas sociales aceptadas generalmente con relación a las acciones benéficas y dañinas.

La palabra ética proviene del griego *éthos*, que significa carácter o modo de ser (Cortina, 2008). En la práctica, ese origen se refleja en el carácter de los individuos y las sociedades a través de sus comportamientos (Rodríguez, 2008), por lo tanto, desde el origen de la palabra se puede concebir la ética como la formación del carácter del individuo, no solo para la toma de decisiones puntuales, sino como manera de actuar a lo largo de toda la vida; así, la ética es la teoría o ciencia del comportamiento moral de los hombres en la sociedad (Sánchez, 1984).

Al ocuparse la ética del estudio de la moral, es necesario realizar la diferenciación entre dichos conceptos, ya que existe una tendencia a confundir los términos y utilizarlos indistintamente, como si fueran sinónimos (Soto y Cárdenas, 2007). Puede decirse que la moral es un saber que ofrece orientaciones para la acción en casos concretos, mientras que la ética se centra en la reflexión sobre las distintas morales y sobre los modos de justificar la vida moral, de manera que esta última orienta indirectamente (Cortina y Martínez, 1996). La ética es el estudio de conceptos morales (principios, valores y virtudes) adquiridos y desarrollados por convenciones y evolución cultural, que mediante las prácticas reflejan el comportamiento de los seres

humanos (Rodríguez, 2008). Para Cortina (2003). La moral es un “tipo de saber encaminado a forjar un buen carácter, que ha formado y forma parte de la vida cotidiana de las personas y de los pueblos” (p. 42). La ética se inclina más hacia la teoría, en tanto que la moral lo hace hacia la práctica (Soto y Cárdenas, 2007) (tabla 14.1).

Tabla 14.1 Diferencias entre ética y moral

Ética	Moral
Trata principios generales	Trata con especificaciones
Explica	Prescribe
Establece el carácter de la sociedad	Establece costumbres
Teoría	Práctica
Ciencia	Objeto de estudio de la ciencia ética

Fuente: Rodríguez (2008)

Para Cortina y Martínez (1996), la ética tiene una triple función: 1) aclarar qué es lo moral y cuáles son sus rasgos específicos; 2) fundamentar la moralidad, es decir, las razones por las cuales las personas se esfuerzan por vivir moralmente, y 3) aplicar a los ámbitos sociales los resultados de las dos primeras funciones, para que se adopten de manera moralmente crítica y no por imposición o por ausencia de referentes. Además, la ética (Toro y Rodríguez, 2017):

- Reflexiona sobre la finalidad de la conducta humana, de las instituciones y de la convivencia.
- Busca conducir, bajo un sentido racional, las acciones de las personas; asume el estudio de comportamientos desde lo teórico y práctico.
- Involucra asuntos individuales y a nivel grupal, organizacional y contextual.
- Muestra que los seres humanos tienen la necesidad de desenvolverse en un entramado de relaciones que implican esta ciencia como dimensión humana.

La ética ha sido estudiada por diferentes disciplinas y ha sido el centro de atracción debido a su importancia para los individuos y para la sociedad (Rodríguez, 2008); además, ha evolucionado a través de los siglos por medio de diversas corrientes de pensamiento y teorías. Las teorías éticas son constructos filosóficos generalmente dotados de un alto grado de sistematización; cada una intenta establecer y ofrecer una visión de la moralidad para ser analizada desde una perspectiva diferente (Cortina y Martínez, 1996). La importancia

de la historia de la ética y su evolución radica en que “los conceptos morales en realidad cambian a medida que cambia la vida social” (MacIntyre, 1996, p. 7). Para Cortina y Martínez (1996), la diferencia entre las diversas teorías éticas no viene de los conceptos que manejan, sino de la prioridad que reciben y los métodos filosóficos que emplean, de manera que agrupan la historia de la ética en tres grandes fases de la historia de la filosofía, que pueden verse en la figura 14.1.

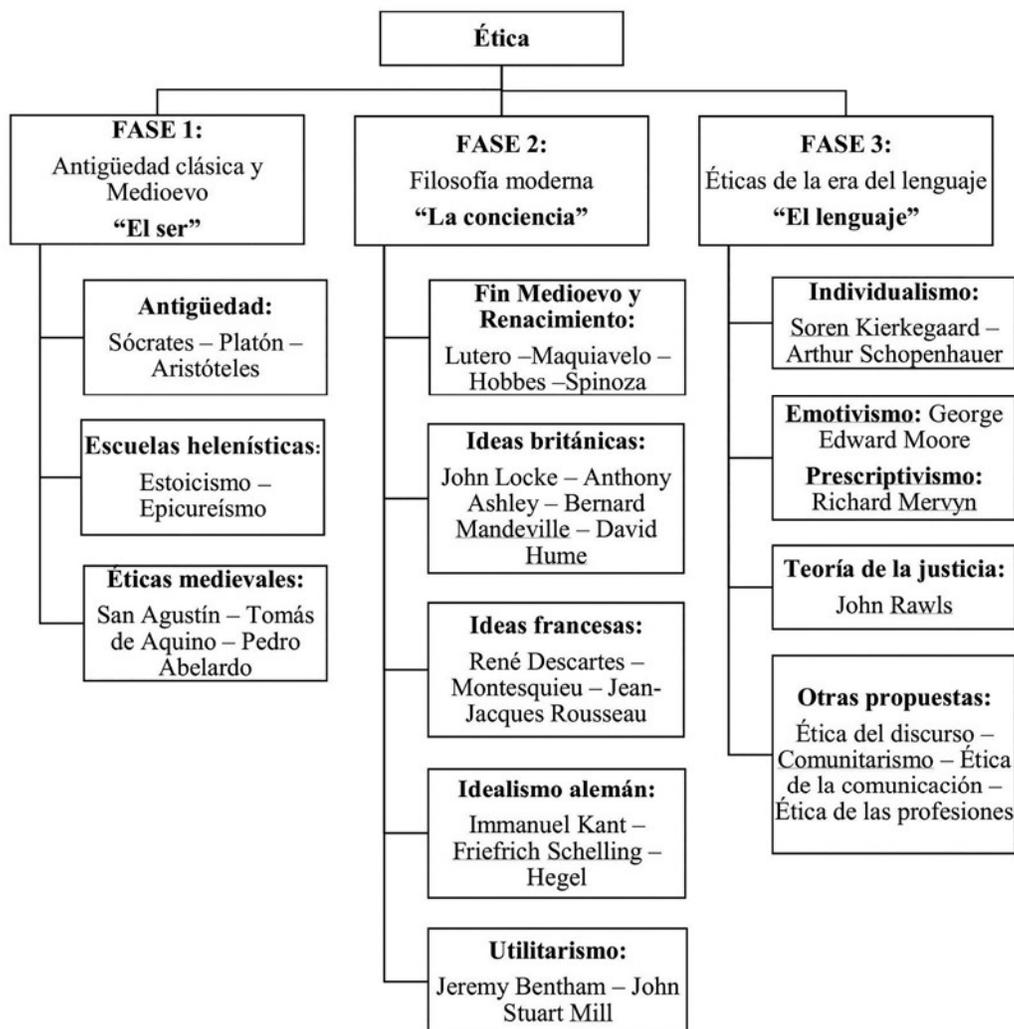


Figura 14.1 Fases de la filosofía e historia de la ética
Fuente: elaboración propia

A partir de entonces, se han desarrollado nuevas teorías y propuestas filosóficas que enriquecen y dilucidan diferentes aspectos de la teoría ética, como la ética del discurso, la ética comunitarista (Cortina y Martínez, 1996), la ética de la comunicación, el pragmatismo, la ética republicana, la ética de las profesiones (Camps, 2013) y la ética aplicada (González, 2013). Con diversas perspectivas de ética como ciencia práctica cotidiana de los seres humanos, se encuentran la bioética, la ética profesional, la ética jurídica, la ética religiosa y la ética empresarial, entre otras (Rodríguez, 2008).

Ética organizacional

Una de las aplicaciones más importantes de la ética se presenta en las organizaciones, dado que las actividades y decisiones que se realizan dentro de estas tienen que ver con relaciones basadas en la confianza, los valores y la responsabilidad; en general, la ética se vuelve fundamental para el correcto funcionamiento de las empresas, en relaciones con los grupos de interés y los resultados. En los años setenta surge, en Estados Unidos, la llamada ética en los negocios (*Business ethics*), pero buena parte del mundo prefirió llamarla ética de la empresa (Cortina, 2004; De George, 2011), a raíz de los escándalos financieros y políticos como el caso *Watergate*, que sembraron la desconfianza hacia políticos y empresarios y que, a partir de ese momento, propició la proliferación de publicaciones, cátedras, institutos y cursos de ética de la empresa (Cortina, 2009); dicha ética terminó siendo el resultado de tres corrientes, a saber: 1) la tradición de aplicar a los negocios las normas éticas; 2) el desarrollo de una disciplina académica en ética empresarial y 3) la adopción en los negocios de la ética y de lo que esta implica (De George, 2011). Posteriormente, en los años ochenta, la ética empresarial se difunde por Europa, y por Latinoamérica y Oriente en los años noventa (Cortina, 2004).

Desde su surgimiento, la ética empresarial ha sido controvertida, debido a que comúnmente se cree que ética y empresa son incompatibles (Rodríguez, 2008),

ya que las malas prácticas empresariales, relacionadas con abusos de poder, quebrantamiento de normas y valores sociales o morales y falta de consideración de las personas como centro de las instituciones (González, 2013), presionaron el surgimiento de la ética empresarial en una época en la cual las personas se asombraban de querer juntar los dos términos, pues para ellos era como “querer juntar el agua y el aceite” (Cortina, 2004), pues, para la mayoría, las empresas eran simples negocios donde el objetivo principal era obtener beneficios. Sin embargo, fueron numerosos los autores que propusieron y marcaron los inicios de la ética empresarial, personajes como Adam Smith, David Hum, Karl Marx, entre otros, escribieron sobre la moralidad o la ética de los negocios y sus pensamientos se filtraron al pueblo (De George, 2011).

Las organizaciones son entonces el gran tema en la actualidad, y el anhelo de lograr una sociedad mejor depende, en gran medida, de la transformación de estas (Rodríguez, 2008), dado que son agentes morales —no solo las personas lo son— y tienen la libertad para forjarse un carácter y tomar decisiones (Cortina, 2004). Sin embargo, las empresas son entidades creadas por seres humanos y dirigidas por ellos, por tanto, son las personas quienes otorgan la ética a las organizaciones, en especial aquellas que poseen cargos con altas responsabilidades, como los gerentes (Rodríguez, 2006). El fenómeno de la ética organizacional se produce como consecuencia de dos presiones: 1) una de carácter interno, en la cual los propios agentes de la actividad empresarial piden orientaciones éticas para su praxis, y 2) otra de carácter externo, donde la sociedad ejerce presión sobre las instituciones (González, 2013), y que es propiciada principalmente por las siguientes causas (Cortina, 2008):

- Urgencia de recuperar la confianza en las empresas para superar la falta de credibilidad ocasionada por la corrupción y las malas prácticas.
- Necesidad de tomar decisiones a largo plazo que garanticen su supervivencia.
- Responsabilidad social de las empresas, pues se

consideran instituciones con una responsabilidad moral con la sociedad.

- Necesidad de una ética de las organizaciones como recurso para reconstruir el tejido de la sociedad.
- Importancia de la figura del *manager*, quien se vuelve un personaje central en la sociedad.
- Concentración en la figura del directivo que llevará a la organización a un estado de excelencia moral.
- Recuperar la comunidad frente al individualismo; identidad, sentido de pertenencia, valores compartidos, tarea común.
- Superación de dilemas éticos, aumento de moralidad, sin heroísmos.
- Imposibilidad de eludir el nivel posconvencional; es decir, reconocer que la ética empresarial no es moda y ser consciente de su necesidad social.

La ética empresarial es el estudio de la ética aplicada a las empresas en los sectores público, privado o mixto (Rodríguez, 2008), y para González (2013) su tarea es aportar una reflexión y orientación ética a la praxis, es decir, a la práctica empresarial y sus particularidades. James (2015) determinó siete lecciones específicas de cómo las situaciones, los contextos y las circunstancias pueden afectar el comportamiento ético y no ético de las personas; estas son:

- Se puede dañar a otros si así lo pide una autoridad legítima.
- Se actúa de acuerdo con los roles asignados y los “guiones” comerciales o expectativas.
- Se hacen cosas malas como parte de un grupo, aunque nunca se considere hacerlo actuando de manera individual.
- Se responde a incentivos y desincentivos creados o existentes dentro de la estructura empresarial.
- Se puede racionalizar la conducta poco ética cuanto más se piensa que otros lo hacen.
- Se puede participar en conductas poco éticas si se ve que otros dentro del grupo lo hacen, pero es menos probable que se comporte de manera poco ética si se ve que los miembros del grupo aplican la ética.

- Se puede participar en actos menores de desviación social si la capacidad para racionalizar no contiene indicios de que tal comportamiento es incorrecto.

Toda ética aplicada, incluyendo la ética en las organizaciones, tiene dos rasgos básicos: 1) un carácter interdisciplinario que propicia la discusión y complementariedad y 2) una función propia de explicar los principios y las normas exigibles en cada ámbito práctico (González, 2013); al mismo tiempo, la ética empresarial incluye diversos temas organizacionales como cultura de la empresa, evaluaciones de calidad, recursos o capital humano, clima ético, capital social, responsabilidad corporativa, dirección por valores, comunicación interna y externa, balance social, códigos éticos y auditorías éticas o fondos éticos de inversión (Cortina, 2004).

Una empresa ética no solo crea riqueza económica para ella misma, sino que, además, contribuye a crear un clima de confianza y una buena sociedad, que es el auténtico “sentido de la economía” (Cortina, 2009). De esta manera, para desarrollar actividades empresariales de forma legítima y bajo la ética empresarial, deberán darse cuatro puntos de referencia, que son: 1) meta social, la cual da sentido a la organización y es la satisfacción de necesidades de sus grupos de interés; 2) tener mecanismos adecuados para alcanzar dicha meta; 3) un marco jurídico administrativo claro y legislación, y, finalmente, 4) conciencia moral crítica alcanzada por la sociedad (González, 2013). De acuerdo con Velásquez (2012), la ética empresarial se ocupa de tres tipos de asuntos: individuales, corporativos y sistémicos.

Por otro lado, la ética empresarial ha tenido dos enfoques que obedecen a diferentes prioridades y a la importancia dada por los teóricos y practicantes, uno es un enfoque tradicional y otro no utilitarista (Rodríguez, 2008). Desde la perspectiva tradicionalista, la empresa es considerada una mercancía con la que se puede hacer cuanto se quiera; en ella todo es cuestión de dinero, que es el fin, y las cosas son los medios (Cortina, 2008).

Su misión es generar utilidades, y otros propósitos que no estén alineados con esa misión no son prioritarios (Rodríguez, 2008). En este enfoque, los colaboradores son tratados como un bien comercial y, por tanto, la empresa debe minimizar su formación y educación (Cortina, 2008). Es un enfoque instrumentalista, en el cual la rentabilidad es el objetivo principal y la ética se convierte en un medio para asegurar el cumplimiento de esta misión (Rodríguez, 2008). Desde el enfoque no utilitarista, la ética empresarial es un proyecto en el largo plazo de la organización, con personas unidas por una tarea común, que van construyendo una cultura (Cortina, 2008). En esta corriente, la ética es por sí misma un fin, no una manera de hacer o no dinero, es cómo una organización reconoce su papel en la sociedad y ofrece buenos ejemplos de comportamiento (Rodríguez, 2008). Esta puede ser una perspectiva poco atractiva, pero segura hacia el futuro (Cortina, 2008), que se debe asumir todos los días, que dura no solo un momento, sino que se va construyendo en el mediano y largo plazo (Cortina, 2009).

Ser una empresa ética significa funcionar y generar utilidades, pero, además, en contrapartida, la sociedad exige brindar beneficios a los empleados, la comunidad y el medioambiente, es decir, cumplir el contrato social (Rodríguez, 2008). “Sin ética no hay negocios”, por lo cual las empresas deben enfrentar retos (Cortina, 2008) que les permitan implantar la ética dentro de su cultura. Acciones éticas llevarán a la empresa a generar reputación, credibilidad y confianza, mientras que comportamientos no éticos impactan directamente en el desempeño y los beneficios de la organización, en su imagen, porque la ética “vende”. Publicar las prácticas éticas atrae, pero por esta razón puede manipularse y quedarse solo en apariencia de una buena actuación (Cortina, 2009). En la actualidad, se exige una verdadera actitud responsable por parte de las empresas, ya que su comportamiento repercute de manera directa e indirecta en diferentes actores, y ser responsable significa dirigir la organización midiendo el impacto de sus actos, respetando los derechos e intereses legítimos de los grupos relacionados (Soto y Cárdenas, 2007).

Es importante tener en cuenta que “la ética empresarial no es una parte de la responsabilidad social, sino justo al revés: la responsabilidad social es una dimensión de la ética empresarial” (Cortina, 2009, p. 118). A pesar de que los precedentes de la responsabilidad social empresarial (RSE) se remontan a los años veinte del siglo pasado, es en el cambio de siglo y milenio que cobra un mayor protagonismo a nivel global y local (Cortina, 2009). La creciente presión de los grupos de interés para que las organizaciones se comporten de manera ética da relevancia a la RSE, convirtiéndola en una rama de la ética empresarial que compromete a las empresas con un triple resultado: económico, medioambiental y social (De George, 2011). La RSE es la obligación que tienen las empresas de responder a las necesidades y expectativas de sus grupos de interés (Rodríguez, 2008), y es algo que las empresas no pueden seguir ignorando sin arriesgarse a dañar su imagen pública (De George, 2011).

Algunas de las obligaciones de las empresas son producto de presiones externas, como las leyes, el gobierno y los deseos de los consumidores, que no poseen un carácter voluntario, y es posible encontrar organizaciones con programas ejemplares de RSE pero que son éticamente deficientes en otras áreas de sus operaciones (De George, 2011); es por esto por lo que la RSE debe trascender las leyes y los reglamentos exigidos (Thiry-Cherques, 2003). Además, los programas de RSE que implementen las organizaciones no pueden convertirse en una competencia febril por aparecer en *rankings*, apoyar obras benéficas o generar simpatía y buena reputación, ya que deben asumirse como “una herramienta de gestión, como una medida de prudencia y como una exigencia de justicia” (Cortina, 2009, p. 119).

Valores

Los valores siempre han estado presentes en la vida humana, dado que cuando se afrontan cosas estas son estimadas o desestimadas, preferidas o relegadas, es decir, a todas las cosas el ser humano les da una

valoración (Cortina, 2003); así, de manera consciente o inconsciente, se puede determinar si se prefiere a una persona, un objeto, una idea o una acción en lugar de otras (Rodríguez, 2008). Para Rodríguez (2001), el valor hace referencia a una “relación entre sujeto y objeto originada por un juicio, mediante el cual el hombre otorga valor a una realidad valiosa” (p. 32), y así es posible valorar cosas, instituciones o personas, de manera positiva o negativa. Al considerar una conducta, un acto o un objeto como bueno o positivo, digno de aprecio o alabanza, o, por el contrario, como malo, digno de censura o condena, lo que se hace es valorar, juzgar como tal en términos axiológicos (Sánchez, 1984).

La axiología es la rama del conocimiento que se ocupa del estudio de los valores, de aquello que por su alto valor y valer es susceptible de mantenerse y enaltecerse, y se considera el fundamento de algo que no necesita ser demostrado por ser evidente y reconocido (Soto y Cárdenas, 2007). La palabra axiología se deriva de *axios*, que significa valor, y de *logos*, estudio o tratado, y esto ha permitido establecer clasificaciones, relaciones y jerarquías entre valores (Rodríguez, 2008), facilitando su análisis conjunto y aportando a la comprensión, el análisis y la aplicación de los valores.

Los valores no son directamente observables, pero sí lo son las actitudes y el respeto a las normas, así como el esfuerzo para comprenderlos y defenderlos (Carreras *et al.*, 2002). De esta manera, hay una extensa discusión sobre si los valores son inventados por los seres humanos o existen por sí mismos; si las cosas parecen valiosas porque las personas les conceden un valor o porque reconocen que hay un valor en ellas (Cortina, 2003); esto lleva a una cuestión propia de la axiología y es la diferenciación entre subjetividad y objetividad de los valores, es decir, si los valores dependen de quienes asignan el valor, de sus intereses y emociones o existen independientes de los sujetos (Rodríguez, 2008). En la siguiente sección se detallarán ambos términos:

Subjetivismo

El sujeto es quien entrega valor a las cosas, es

decir, las cosas no son valiosas en sí mismas, es el ser humano quien crea su valoración (Seijo, 2009). Esto es, lo que se desea, se necesita, agrada o gusta es lo que vale, es lo que prefiere el ser humano y de acuerdo con sus vivencias personales es mejor (Sánchez, 1984). El origen y fundamento de los valores está en el sujeto que valora y las cosas adquieren valor por el interés que suscitan (Seijo, 2009, p. 154).

Objetivismo

Surge en oposición al subjetivismo y considera que el valor está desligado de la experiencia individual, es el hombre quien descubre el valor de las cosas (Seijo, 2009). Para los objetivistas hay objetos valiosos en sí, es decir, al margen del sujeto (Sánchez, 1984). Por su parte, Cortina y Martínez (1996) manifiestan que los valores no son ficciones inventadas por los seres humanos y no pueden ser entendidos como cosas o maneras de ser de las cosas; estos tienen valor por sí mismos al margen de cualquier realidad física o psíquica, y es el ser humano quien capta su valor a través de la experiencia sensible (Seijo, 2009). Sin embargo, si se admite que los valores son reales y se deben aceptar, entonces no sería posible explicar por qué no son válidos para todas las personas (Cortina, 2003, p. 28).

Para Sánchez (1984), ni el subjetivismo ni el objetivismo logran explicar, de manera satisfactoria el modo de ser de los valores; de manera similar, Frondizi (2001) plantea que es posible que el valor sea el resultado de una tensión entre sujeto y objeto, ofreciendo una visión subjetiva y objetiva a la vez; esto significa que los valores tienen componentes subjetivos y objetivos, pero depende de su naturaleza cuál de las dos predomine, permitiendo valores más subjetivos que objetivos y viceversa (Rodríguez, 2008). Entonces, los valores no existen en sí y por sí al margen de los objetos reales ni tampoco al margen de la relación con un sujeto, estos se dan únicamente en un mundo social, por y para el hombre (Sánchez, 1984). El valor

se encuentra en ambos, en el sujeto y en el objeto, y existe una relación entre ellos (Rodríguez, 2001). Para Rodríguez (2008):

Tal vez esta es la razón por la que la axiología se divide en dos grandes ramas: 1) la ética, en cuanto a la teoría de los valores morales o de lo bueno, y 2) la estética, en cuanto a la teoría de valores artísticos o lo bello (p. 70).

Etimológicamente, la palabra valor proviene del verbo latino *valere*, que significa estar sano y fuerte (Cota, 2002). Para Cortina y Martínez (1996) los valores son cualidades dotadas de contenido, independientes de los estados de ánimo subjetivos y de las cosas, por lo cual los valores tienen cierto grado de subjetividad y de objetividad. El valor es una relación entre el sujeto y el objeto originada por un juicio, mediante el cual el hombre otorga valor a una realidad valiosa (Rodríguez, 2001); los valores orientan la toma de decisiones, son motivadores de los comportamientos humanos y tienen incidencia en las relaciones que se tejen entre las personas y los grupos sociales (Rodríguez, 2008); “los valores son cualidades reales que no nos inventamos por las buenas, y lo son de las cosas, pero también de las acciones, de las sociedades y de las personas” (Cortina, 2003, p. 32), de manera que los valores recaen sobre cosas, otras personas, ideas, acciones o incluso grupos.

Cuando se habla de valores humanos se hace referencia a “cualidades atribuibles a seres humanos y a sus acciones, las cuales cobran importancia a partir de su relación con la vida, haciendo atractivo a quien los practica y ocasionando rechazo frente a quien no lo hace” (Rodríguez, 2008, p. 71). Dado que los valores son considerados cualidades, Cortina (2003) manifiesta que existe una tendencia a sustantivarlos; esto significa que la mayor parte de las veces son expresados mediante adjetivos calificativos, sin embargo, los valores no son cualidades físicas que se pueden identificar mediante los sentidos.

Características de los valores

Los valores son entidades no mensurables ni precisables y tienen validez cualitativa mas no cuantitativa (Soto y

Cárdenas, 2007); además, poseen algunas características y propiedades que se detallan a continuación:

Polaridad

Es la existencia de los valores entre polos positivos y negativos (Rodríguez, 2008), es decir, cuando se percibe un valor se determina si es positivo o negativo, si atrae o repele (Cortina, 2003). Esta propiedad hace que cada valor tenga su opuesto; a un valor positivo se contraponen un valor negativo (Soto y Cárdenas, 2007). Todos los valores van a tener su correspondiente antivalor (Seijo, 2009).

Dinamismo

Los valores incitan a la acción, en el sentido en que aquellos positivos inducen a las personas a tratar de alcanzarlos, mientras que los negativos estimulan a erradicarlos; son lo contrario de la neutralidad (Cortina, 2003). El hombre tiene la tendencia natural de dirigirse hacia lo valioso, hacia lo positivo (Cota, 2002).

Variación

Los valores cambian; cobran o pierden fuerza de acuerdo con el nivel cultural de las sociedades y los conflictos o desafíos que vivan (Rodríguez, 2008); cambian de acuerdo con el momento histórico y dependen de la cultura, religión o raza (Soto y Cárdenas, 2007).

Dependencia

Los valores no existen en abstracto; necesitan un sustantivo al cual calificar, que puede ser cosa, persona, animal, idea, acción, entre otros (Rodríguez, 2008). Los valores se dan en las cosas o personas (Cota, 2002), son dependientes entre sí y en su relación con las cosas (Soto y Cárdenas, 2007).

Gradación y jerarquía

Hace referencia a la intensidad o fuerza que posee un valor o antivalor (Seijo, 2009). Permite determinar valores superiores e inferiores; sin embargo, depende del sentido que la persona le dé a su propia

vida (Rodríguez, 2008). Posibilita la construcción de jerarquías (Seijo, 2009). Los valores pueden ser ordenados en jerarquías (Cota, 2002), sin embargo, esto constituye un proceso subjetivo (Soto y Cárdenas, 2007).

Clasificación de los valores

A partir de las características mencionadas, se realizan clasificaciones y jerarquías de valores que pretenden diferenciarlos dependiendo de si son positivos o negativos, fijos o dinámicos, individuales o constelaciones de valores, entre otras (Rodríguez, 2008). Existen numerosas clasificaciones; una de las más relevantes es la propuesta por Max Scheler en 1941 (Cortina, 2003), donde cataloga los valores desde su polaridad (tabla 14.2), aunque también ha sido ampliamente criticada por su marcado subjetivismo (Rodríguez, 2008).

Tabla 14.2 Clasificación de valores según Scheler

Valores sensibles	Placer/dolor Alegria/pena	
Valores de la civilización	Útil/perjudicial	
Valores vitales	Noble/vulgar	
Valores culturales o espirituales	Estéticos	Bello/feo
	Ético-jurídicos	Justo/injusto
	Especulativos	Verdadero/falso
Valores religiosos	Sagrado/profano	

Fuente: Cortina (2003)

Según Seijo (2009), el artículo “Los valores, objetivos y actitudes en educación” (Marín, 1993), clasifica los valores y antivalores, y añade que existen tres categorías principales de valores, que son: 1) mundanos, que se dividen en económicos y vitales; 2) espirituales, divididos en intelectuales, morales y estéticos, y 3) trascendentales, los cuales son religiosos, filosóficos y los relacionados con la cosmovisión. Luego, a partir

de la propuesta de Scheler, Cortina (2003) plantea una nueva clasificación teniendo en cuenta los valores morales como categoría amplia e importante dentro de su propuesta (tabla 14.3). Estas clasificaciones no son definitivas y están siempre en revisión, así han surgido otras categorías como los valores eróticos, bioéticos, místicos, hedonísticos, de calidad humana, ambientales, entre otros (Soto y Cárdenas, 2007).

Tabla 14.3 Clasificación de los valores según Cortina

Tipos de valores	Valor/contravalor
Sensibles	Placer/dolor - Alegría/pena
Útiles	Capacidad/incapacidad Eficacia/ineficacia
Vitales	Salud/enfermedad - Fortaleza/debilidad
Estéticos	Belleza/fealdad - Elegancia/inelegancia - Armonía/caos
Intelectuales	Verdad/falsedad - Conocimiento/error
Religiosos	Sagrado/profano
Morales	Amor/odio - Responsabilidad/ irresponsabilidad - Justicia/injusticia - Libertad/esclavitud - Igualdad/desigualdad - Honestidad/ deshonestidad - Solidaridad/ insolidaridad - Respeto/irrespeto - Tolerancia/intolerancia

Fuente: Cortina (2003) y Rodríguez (2008)

Valores morales

A pesar de existir diferentes tipos de valores, en la actualidad son los valores morales los que tienen más alto lugar en la escala axiológica (Rodríguez, 2008); esto no quiere decir que los otros tipos de valores no sean esenciales, pero “son los morales los que parecen estar de actualidad” (p. 19), quizás porque a partir de ellos se pueden ordenar los demás, ya que actúan como integradores de los demás, no como sustitutos de ellos (Cortina, 2003).

“Los valores morales trascienden el ser físico y llegan a la esencia del ser humano, haciéndolo más pleno, más persona, reflejando sus comportamientos en la relación social diaria” (Rodríguez, 2008, p. 74); es decir, impactan únicamente al ser humano y solo lo que tiene una significación humana puede ser valorado moralmente. Estos son los actos realizados consciente y libremente (Sánchez, 1984). Para Cortina (2003), los valores morales tienen tres características que los diferencian de los demás, y se enumeran a continuación:

- Dependen de la libertad humana, es decir, está en manos de las personas tenerlos en cuenta y aplicarlos o no. Solo se encarnan en actos o productos humanos, y dentro de estos, en aquellos que se realizan libremente, de forma consciente y voluntariamente (Sánchez, 1984).
- Los adjetivos calificativos construidos a partir de valores morales solo pueden ser atribuidos a seres humanos, no a animales, plantas u objetos inanimados.

- La vida sin valores morales estaría escasa de humanidad, es necesaria su universalización; esto quiere decir que son aceptados y que las personas estarán dispuestas a intentar realizarlos.

Otra característica que manifiesta Rodríguez (2008) es su carácter democrático: “cualquier persona o grupo humano, sin importar su nivel social, educativo o económico, puede adquirirlos y aplicarlos a su cotidianidad” (p. 75); de esta manera, las personas tienen la posibilidad de elegir y tomar sus propias decisiones, además, son superiores porque perfeccionan al hombre de tal modo que lo hacen más humano (Cota, 2002).

Para los valores morales existe una clasificación propuesta por Vallmajó en el 2002, que los divide en valores públicos o cívicos y valores privados o personales; sin embargo, ambos son necesarios y se relacionan entre sí, pues “no es posible desarrollar los públicos, si no se tiene fortaleza en los valores privados, y viceversa” (Rodríguez, 2008, p. 76) (figura 14.2).

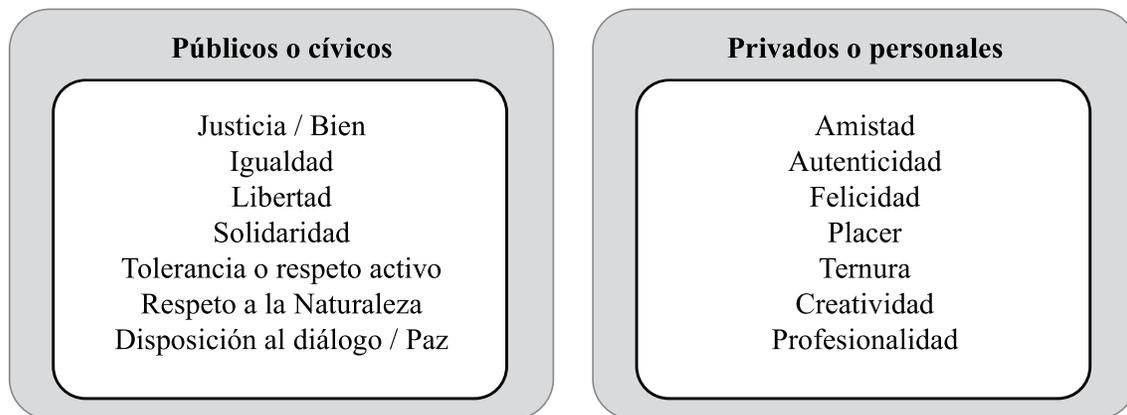


Figura 14.2 Clasificación de los valores morales de Vallmajó
Fuente: Rodríguez (2008)

Los valores se sustentan en el campo de lo moral, en la capacidad de cambio en la vida y en el encuentro con los demás, consigo mismo y con lo que rodea al hombre (Soto y Cárdenas, 2007); pero una vida moral no solo hace referencia a la aplicación de valores morales, sino a la disponibilidad de la persona de abarcar valores

morales y no morales, integrándolos de una forma plenamente humana, organizándolos de un modo armónico (Cortina, 2003) y convirtiéndolos en guías para la acción y en pautas de conducta (Rodríguez, 2008).

A partir de lo anterior, se puede concluir que la ética es un tipo de saber complejo, con amplios antecedentes de origen filosófico y extensas discusiones sobre los diferentes elementos que la componen, que difieren a lo largo de su evolución y de los autores consultados, haciendo confusa su definición, sus límites, su comprensión y análisis.

La ética es la base del comportamiento personal y social de los individuos que permite aprender y evolucionar en el pensamiento y conducta, para enfocarlos en el logro de objetivos y en el vivir de manera correcta en comunidad. La historia y evolución de la ética, así como las características y los factores identificados y asociados a la formación en ética y valores morales, contribuyen con construcción de lineamientos o pautas que orienten su inclusión exitosa dentro de herramientas y procesos de enseñanza-aprendizaje en diferentes áreas del conocimiento.

Referencias

- Camps, V. (2013). *Breve historia de la ética*. RBA Libros.
- Carreras, L., Eijo, P., Estany, A., Gómez, M. T., Guich, R., Mir, V., Ojeda, F., Planas, T. y Serrats, M. G. (2002). *Cómo educar en valores*. Narcea.
- Cortina, A. (2003). *El mundo de los valores*. El Búho.
- Cortina, A. (2004). Las tres edades de la ética empresarial. En *Construir confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones* (págs. 17-37). Trotta.
- Cortina, A. (2008). *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*. Trotta.
- Cortina, A. (2009). Ética de la empresa: no solo responsabilidad social. *Revista Portuguesa de Filosofia*, 65, 113-127.
- Cortina, A. y Martínez, E. (1996). *Ética*. Ediciones Akal.
- Cota, A. (2002). *La importancia de los valores en el desarrollo humano de la organización*. Universidad Autónoma de Nuevo León.
- De George, R. T. (2011). Historia de la ética empresarial. En T. Editores (Ed.), *Valores y ética para el siglo XXI* (págs. 361-388). BBVA.
- Fronzizi, R. (2001). *¿Qué son los valores?* Fondo de Cultura Económica.
- González, E. (2013). Formación ética de los profesionales. Forjando el interés desde la razón y la emoción. *Revista Internacional de Organizaciones*, 10, 21-40.
- Griffin, R. W. y Ebert, R. J. (1997). *Negocios*. Prentice Hall.
- James, H. S. (2015). Why do good people do bad things in business?: Lessons from research for responsible business managers. En R. Wolf y T. Issa (Eds.), *International Business Ethics and Growth Opportunities* (págs. 1-23). Business Science Reference.
- MacIntyre, A. (1996). *Historia de la ética*. Lectulandia.
- Rodríguez, E. (2001). *El sembrador de valores*. El Cid Editor.
- Rodríguez, M. P. (2006). Ética gerencial. Comportamientos éticos de los gerentes que más valoran los empleados en Colombia. *Revista Universidad EAFIT*, 42(143), 41-54.
- Rodríguez, M. P. (2008). *Formación gerencial en valores. Conceptos y prácticas*. Universidad Nacional de Colombia.
- Sánchez, A. (1984). *Ética*. Crítica.

- Seijo, C. (2009). Los valores desde las principales teorías axiológicas: cualidades apriorísticas e independientes de las cosas y los actos humanos. *Clío América*, 3(6), 152-164.
- Soto, E. y Cárdenas, J. A. (2007). *Ética en las organizaciones*. Mc Graw Hill.
- Tamayo, L. G., Zuluaga, A. y Gómez, R. A. (2017). La ética, el diseño y la capacidad de innovación en las pyme en Colombia. En *La ética organizacional y la ingeniería. Avances en ingeniería de la organización* (págs. 59-78). Universidad Nacional de Colombia.
- Thiry-Cherques, H. R. (2003). Responsabilidade moral e identidade empresarial. *Revista de Administração Contemporânea*, 7, 31-50.
- Toro, J. y Rodríguez, M. del P. (2017). Formación en ética en las organizaciones: revisión de la literatura. *Información Tecnológica*, 28(2), 167-180.
- Velásquez, M. (2012). *Ética en los negocios: conceptos y casos*. Pearson Educación.