



Génesis de los valores. Condiciones de los valores.

De las precisiones realizadas hasta aquí, en números anteriores, se desprende que la metodología del conocimiento de los valores exige ante todo un uso adecuado del lenguaje. El lenguaje auténtico constituye un campo de iluminación, de alumbramiento de sentido. Si, por afán de manipulación, de vencer a los hombres sin necesidad de convencerlos, se hace un uso estratégico del lenguaje, se anula en éste la capacidad de alumbrar sentido y de clarificar los valores. Actualmente, la subversión de los valores se realiza dolosamente a través de la utilización de los recursos que ofrece el lenguaje para tergiversar el sentido de realidades y acontecimientos en forma tan subrepticia y sutil que logra dar impresión a las gentes de que se las promueve a cotas elevadas de libertad al tiempo que se las somete al peor de los vasallajes: el de la inteligencia. Si no se contrarresta de forma eficaz la labor disolvente realizada a través de la estrategia del lenguaje en lo tocante a valores éticos, estéticos, religiosos, patrióticos, etc., no es posible presentar al hombre actual la experiencia de los valores en forma plausible y convincente.

El espíritu demagógico que impulsa a los que utilizan estratégicamente el lenguaje, rehuye por principio atender a los matices de los términos y conceptos; utiliza éstos de modo unilateral y opaco para convertir los contrastes en dilemas y hacer imposible captar el sentido de los fenómenos complejos, que integran diversos elementos contrastados en una unidad originaria de sentido.

De todo lo antedicho, se desprende que el valor no se ofrece nunca al hombre a modo de objeto, estáticamente; se alumbra a medida que se constituyen modos de relación comprometida. Este compromiso creador es la experiencia extática, en una u otra de sus formas. Por ello es que afirmamos que la formación humana debe consistir, esencialmente, en desarrollar la creatividad mediante experiencias de éxtasis. No debemos caer en la trampa de creer que son creativas todas las experiencias humanas, incluso las de vértigo (a menudo éstas producen la impresión de fecundidad creadora); la lógica de la creatividad nos permite predecir de antemano a qué extremos de auto-anulación puede conducir este malentendido a los hombres. Conviene, por ello, precisar de modo riguroso qué ha de entenderse por actividad creativa y cuál es su articulación interna.

Formar es entusiasmar con ideales fecundos.

El ideal más eficiente es el que se revela como el más creador. La cota más alta de la creatividad viene dada por la fundación generosa de modos elevados de unidad.

Estos modos de unión son instaurados por las realidades que ofrecen valores (posibilidades de acción con sentido) y las realidades que los asumen activamente.

La mayoría de las acciones humanas, incluso de las que pueden parecer anodinas, presentan un carácter crea-

En la base de toda actividad creativa late siempre la energía que genera el diálogo, es decir, el entreveramiento con realidades que uno presiente que son valiosas.



dor si colaboran a fundar ámbitos nuevos o a enriquecer los ya existentes. Creativo es un buen artista, un estratega militar, un político clarividente; pero no lo es menos una madre que cuida a su hijo, funda con él una urdimbre afectiva e instaura en su casa un clima de hogar. Hasta tal punto es creativa esta actividad, que de ella depende en gran medida el arraigo del nuevo ser en la realidad y su apertura al mundo de los valores. En la base de toda actividad creativa late siempre la energía que genera la apertura a realidades que uno presiente que son valiosas. Esta apertura es, por tanto, una actitud creativa de primer orden.

La creatividad y el entusiasmo por los valores se potencian mutuamente: si no hago juego con una realidad valiosa, no siento entusiasmo; sin entusiasmo, no logro decidirme a cumplir las condiciones del auténtico juego. Si me quedo fuera del juego, tendré tendencia a sentirme indiferente. Y la indiferencia provoca la apatía y el pesimismo, que están en los antípodas de la creatividad.

La sociedad debe disponer las condiciones necesarias para que las gentes se sientan motivados a entrar en rela-



*El orden de los valores es un problema
de cuya solución depende la vida
o la muerte de los pueblos.*

Fritz Heinemann.

ción con realidades valiosas. Sin embargo, las sociedades actuales, en su mayoría, están lejos de cumplir debidamente esta función: los medios de comunicación social con frecuencia incitan a cultivar diversas experiencias de vértigo. Al frenar el auténtico dinamismo creador de las gentes, la sociedad abdica de su alta condición de sujeto de la Historia y del verdadero progreso, para convertirse en un factor perturbador. Si se deja al azar el que los niños y jóvenes se abran de manera entusiasta al mundo de lo valioso y se decidan a cultivar su poder creativo en todos los órdenes, quedará libre el campo para esos ilusionistas de conceptos

que son los manipuladores.

El que se atiene a las exigencias de su propia realidad como persona y no a los dictados de la mayoría, dominada a menudo por las estrategias manipuladoras, orienta toda su vida hacia el ideal de crear modos relevantes de unidad. Con ello se torna verdaderamente libre, *libre para ser creativo*. El filósofo Xavier Zubiri solía decir que la vida ética comienza cuando uno se pregunta seriamente: "¿Qué va a ser de mí?". De ti va a ser lo que tú decidas. Y tú lo decides al optar por un ideal. Esa decisión determina el signo de las mil decisiones que has de tomar cada día.

¹ Licenciada en Pedagogía. Tutora-correctora del Instituto de Ciencias Religiosas Félix Varela y Asesora Pedagógica del Centro Juan Pablo II.

Médico especialista en Laboratorio Clínico. Profesor Auxiliar del ISCMH y diplomado en Antropología Filosófica. Vicedirector del Centro Juan Pablo II.