

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LA SANTÍSIMA CONCEPCIÓN
FACULTAD DE ESTUDIOS TEOLÓGICOS Y FILOSOFÍA



UCSC

**EL FENÓMENO DE LA CONTRADICCIÓN MORAL EN LA ÉTICA
DE DIETRICH VON HILDEBRAND**

Por

DAVID BELTRÁN DOMÍNGUEZ

TESIS PRESENTADA A LA FACULTAD DE ESTUDIOS TEOLÓGICOS Y
FILOSOFÍA DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LA SANTÍSIMA CONCEPCIÓN,
PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADO EN FILOSOFÍA.

PROFESOR GUÍA: DR. DAVID SOLÍS N.

COMISIÓN INFORMANTE: PROF. FRANCISCO NOVOA; PROFA. ANDREA BÁEZ.

CONCEPCIÓN, CHILE

NOVIEMBRE, 2022

A Belén, por su amor incondicional.

AGRADECIMIENTOS:

Agradezco a mi novia, mi padre, mi madre, mis hermanos y mis amigos por todo su apoyo y comprensión en estos cuatro años de estudio.

Agradezco a cada profesor (a) que fue parte de mi formación académica, en especial, al profesor David Solís, quien, además de dirigir esta tesis, me ha motivado a seguir trabajando y componiendo el pensamiento filosófico.

Finalmente, agradezco a la Dirección de Investigación de la Universidad por financiar esta investigación con el Fondo Apoyo a la Ejecución de Proyectos de Investigación para estudiantes de Pregrado.

Tabla de contenido

Resumen.....	2
Introducción: hacia una razón práctica 'impura'.....	3
1. El fenómeno de la contradicción moral.....	8
1.1. Vivencias intencionales.....	10
1.1.1. Actos cognoscitivos.....	10
1.1.2. Respuestas.....	11
1.2. Los valores morales y lo moralmente relevante.....	14
1.2.1. Los valores.....	14
1.2.2. Los valores morales.....	17
1.2.3. Lo moralmente relevante.....	19
1.3. Las vivencias implicadas en la acción moral.....	21
1.3.1. Aprehensión cognoscitiva, sentir o percibir el valor.....	21
1.3.2. Tomas de posición.....	24
1.3.3. Realización de la acción.....	27
1.4. La acción moralmente buena.....	28
1.5. La contradicción moral.....	31
2. Causas de la contradicción moral.....	33
2.1. Convicción ideológica y sustitutos morales.....	33
2.2. La obediencia absoluta al deber formal.....	35
2.2.1. Posiciones morales fundamentales, generales y particulares.....	36
2.2.2. Intención moral fundamental o buena voluntad.....	39
3. La persona consciente y la orgullosa.....	46
Conclusiones.....	49

Referencias Bibliográficas	53
----------------------------------	----

Resumen

En el contexto de la ética fenomenológica de Dietrich von Hildebrand, se investiga por medio de un análisis bibliográfico documental sobre el fenómeno de la contradicción moral, con el objetivo de llegar a una comprensión filosófica de este fenómeno y de las contradicciones que se dan en el ámbito empírico-práctico, tales como la realización de acciones inmorales en cumplimiento de una ley o en defensa de ciertos valores. Esta investigación ha dado como resultado que la causa principal de la contradicción moral es la posición particular de obediencia al deber formal que, a su vez, es consecuencia de la posición moral fundamental de orgullo.

Summary

In the context of Dietrich von Hildebrand's phenomenological ethics, it is investigated, through a bibliographical-documentary analysis, about the phenomenon of moral contradiction, with the objective of reaching a philosophical understanding of this phenomenon and the contradictions that occur in the empirical-practical sphere, such as performing immoral actions in observance of a law or in defense of some values. This research has brought as a result that the main cause of moral contradiction is the particular position of obedience to formal obligation that, in turn, is a consequence of the fundamental moral position of pride.

Introducción: hacia una razón práctica 'impura'

En contraposición a la ética formal kantiana, basada únicamente en la razón práctica pura, es decir, en una voluntad pura, libre de cualquier determinación externa, sea un dato empírico o antropológico, sin referencia a objeto alguno (Kant, 2012), aparece una ética fundamentada en la persona humana y sus vivencias implicadas en su relación con el mundo valioso. Dentro de esta ética, que puede ser denominada 'ética fenomenológica', se encuentra Dietrich von Hildebrand.

Para entender esta tradición ética, hay que remontarse a la crítica que Edmund Husserl, uno de sus maestros, hace a la idea de una razón pura práctica o, que es lo mismo, a la idea de una 'buena voluntad', entendida como una voluntad que actúa por deber, determinada *a priori*, formalmente (Kant, 2012); crítica que abre la puerta a esta nueva ética centrada en la persona.

En sus reflexiones fenomenológico-críticas sobre la ética kantiana, Husserl (2020) se pregunta: "¿Es pensable que un querer esté libre de todo valorar, o sea, de todo sentir? [...] *A priori*, en universalidad incondicionada, todo sujeto de la voluntad debe ser un sujeto que valora lo que siente" (p. 221). Con esto, Husserl (2020) interpreta como absurda la propuesta ética de Kant, tan absurda como pensar en "un sonido sin intensidad, un color sin extensión o una representación sin lo representado" (p. 221); ya que representa una "teoría de un ser racional infinito que [...] sólo tiene voluntad pura" (Husserl, 2020, p. 220).

La idea de una voluntad pura, libre de cualquier objeto externo (empírico, material) de deseo, es imposible porque el *ego* volente siempre que quiere (entendido el querer como el acto de la voluntad) lo hace queriendo valorativamente un objeto. Dicho de otra manera, la voluntad siempre está determinada por objetos valiosos, con los que se relaciona intencionalmente. Por lo tanto, no existe un querer puro o libre de valoración o sentimiento. En palabras de Husserl (2020):

Todo discurso sobre el motivo en el sentido de fundamento de la voluntad, del fundamento de determinación de la voluntad, remite a esta fundamentación intencional del querer en un tener por valioso. El acto de la voluntad es motivado por

el valor mentado en el tener por valioso y el yo del querer desempeña en ello su papel indispensable. (p. 221)

Para Husserl, la voluntad no puede ser determinada por un objeto sin que este sea tenido por valioso. Es decir, la voluntad quiere aquello representado y valorado, quiere *intencionalmente*. Pues, “querer, valorar, representar son una unidad indivisible merced a una fundación intencional. El representar da el objeto mentado, el valor del objeto representado da el valor mentado, el querer pone la realización de la objetividad valorada” (Husserl, 2020, p. 221).

Con la introducción de la noción de *intencionalidad* al plano práctico se comienza a construir una ética cuyo fundamento es la persona humana en su relación íntima con el mundo. La persona con toda su esencia y existencia se entrega al valor que se le dona históricamente (en su acontecer diario), y responde a él realizando acciones que enriquecen el mundo con valores morales. De esta manera se recupera, por un lado, la relevancia del mundo objetivo en lo moral y, por otro lado, al sujeto moral, la persona humana, quien se relaciona con este de manera racional, voluntaria y afectiva.

Además de la noción de intencionalidad, Husserl aporta una nueva comprensión del *objeto* y del *a priori*. En primer lugar, identifica que Kant cometió el error de entender el objeto del deseo como puramente natural o empírico. Lo que llevó a Kant a formular su primer teorema de la *Crítica de la razón práctica*: “Todos los principios prácticos que presuponen un *objeto* (materia) de la capacidad desiderativa como fundamento para determinar la voluntad son en suma empíricos e incapaces de proporcionar ley práctica alguna” (Kant, 2013, p. 97). Si este *objeto* se entiende como una cosa de la naturaleza,

efectivamente, la voluntad estaría determinada empíricamente y, por tanto, la ley moral universal tendría un carácter empírico, lo que contradice el teorema.

Con esto, Kant “hace como si solo la naturaleza pudiera ser el campo de un valorar, de un desear, de un aspirar práctico” (Husserl, 2020, p. 225). Este error sería la base sobre la que se establece el contraste y oposición entre sensibilidad y razón, y el esfuerzo por realizar una moral libre de cualquier dato, inclinaciones y sentimientos empíricos.

Sin embargo, un objeto no se limita a un objeto de la experiencia, sino que, según Husserl (2020), existen 'objetividades ideales' que son susceptibles de valoración y de realización práctico-efectiva. En consecuencia, la voluntad también está determinada por objetividades ideales que pueden ser representadas (por tanto, son inteligibles), valoradas, queridas y realizadas por ella. En la opinión de Husserl (2020), “si Kant hubiera visto las objetividades ideales en general y si hubiera visto que ellas también son objetividades prácticas [...] entonces esta oposición de sensibilidad y razón con todo lo que le pertenece no hubiera sido posible” (p. 226).

En segundo lugar, Husserl aporta una comprensión diferente del *a priori*. Para Kant, *a priori* designa lo no sensible, lo contrario a la facticidad empírica. De manera que su propuesta ética (teoría trascendental de la razón práctica), paralela a su propuesta epistemológica (teoría trascendental de la razón pura), se fundamenta en el imperativo categórico en cuanto juicio sintético *a priori* que permite al hombre orientarse en libertad, a pesar toda sensibilidad (Husserl, 2020).

Sin embargo, para Husserl, habría una confusión entre sensibilidad y experiencia sensible por parte de Kant, y un error en considerar la sensibilidad como algo contrario a la razón pura. El planteamiento de Husserl (2020) al respecto es que “para toda sensibilidad,

hay leyes *a priori*. Cualquier forma de sensibilidad es una esfera de auténtica racionalidad, de una razón pura en sentido positivo” (p. 226).

Para Husserl (2020) "el auténtico sentido del *a priori*, es designado por el reino de las verdades esenciales captadas en el puro y perfecto ver de la evidencia general" (p. 230). Este 'reino de las verdades esenciales', de validez universal, incluye las leyes esenciales de la sensibilidad que, aunque son diferentes a las leyes esenciales de actos como los actos judicativos y volitivos, pertenecen al reino de las leyes *a priori*, es decir, a la razón pura. Sólo que estas leyes de la sensibilidad son parte de "aquellas que tienen como tema otra cosa diferente a la razón" (Husserl, 2020, p. 231).

En definitiva, lo que Husserl plantea es que es una equivocación entender la esfera del *a priori* en oposición a la sensibilidad, pues esta también pertenece a la 'razón pura' o al 'reino del *a priori*'. Por tanto, "no es en modo alguno correcto pensar que la sensibilidad sea sin más un título para la mera empiria" (Husserl, 2020, p. 231).¹

Sin estos antecedentes es imposible entender el planteamiento ético de Hildebrand, pues es una continuación de la crítica husserliana a la ética kantiana. Él mismo lo hace ver cuando habla de su intención de hacer desaparecer "el inconsciente hechizo de la ética kantiana" (Hildebrand, 2014, p. 16).

A partir de esto, la filosofía moral de Hildebrand se fundamenta en, por lo menos, tres principios: 1. La relación intencional de la persona con los seres (relación que

¹También Scheler identificó a Kant como uno de los 'culpables' de este dualismo entre 'razón' y 'sensibilidad' debido a su entendimiento erróneo del objeto (lo *dado*) y del *a priori*. Por este motivo concluye que: "La construcción de una *Ética material a priori* se hará únicamente posible con la eliminación del viejo prejuicio de que el espíritu humano se agota en el dilema 'razón'-'sensibilidad', o bien que se ha de colocar todo lo que hay en el espíritu bajo una u otra de esas categorías. Este dualismo radicalmente falso, que obliga a dar de lado la especie peculiar de esferas enteras de actos o a interpretarlos equivocadamente, debe desaparecer sin contemplación alguna del umbral de la filosofía" (Scheler, 2001, p.120).

simplemente puede llamarse 'personal'); 2. En la posibilidad de que la voluntad esté determinada o motivada por objetos, tanto materiales como ideales (de ahí la idea de una razón práctica 'impura'); 3. En la existencia de leyes eidéticas (el reino de lo *a priori*) que rigen las vivencias humanas, tales como los actos cognoscitivos y las respuestas de la persona frente al mundo valioso (respuestas teóricas, volitivas y afectivas). A partir de las cuales es posible fundar una *axiología*.

Así las cosas, esta investigación tiene como objetivo describir uno de los tantos fenómenos que aparecen en la esfera de la moralidad humana, a saber, el fenómeno de la contradicción moral, y descubrir sus posibles causas, desde la filosofía moral de Dietrich von Hildebrand. Para ello, se requiere una comprensión de su teoría sobre las vivencias intencionales implicadas en la acción humana y en el conocimiento de los valores, teoría que se ha rastreado en sus principales obras sobre filosofía moral.

La importancia de investigar dicho fenómeno radica en que, junto con abordar elementos fundamentales de la moralidad humana, permite dilucidar los límites de una ética normativa puramente formal y de la obediencia a mandatos positivos, y a la vez, descubrir la riqueza del ser moral de la persona humana, fuente de bondad moral.

Una investigación de este tipo permitirá responder preguntas como: ¿Es posible que una acción *legalmente* correcta pueda ser a la vez *moralmente* incorrecta, moralmente mala o inmoral? Si esto es posible, ¿cuál es la causa de que se realicen tales acciones? También puede ayudar a entender otras contradicciones, como es el caso de la realización de acciones inmorales en defensa de ciertos valores.

La tesis de esta investigación es que la contradicción moral, entendida como la contradicción que se da entre dos vivencias: la aprehensión cognoscitiva (percibir o sentir)

del valor y el conocimiento del valor; se fundamenta en una posición particular de obediencia al deber u obligación formal, por sobre lo moralmente relevante. Dicho fenómeno explicaría no sólo la posibilidad, sino también, la existencia de acciones que siendo realizadas por deber son inmorales.

1. El fenómeno de la contradicción moral

Antes de analizar las causas de la contradicción moral es necesario definirla y describirla. Este fenómeno se puede definir como *la contradicción que ocurre entre dos vivencias intencionales humanas, a saber, la aprehensión cognoscitiva o el percibir (sentir) el valor y el conocimiento del valor*. Para entender este fenómeno, se requiere, en primer lugar, conocer lo que Hildebrand entiende por vivencias intencionales.²

Hildebrand reconoce su herencia husserliana al emplear la *intencionalidad*³ no solo como una noción o idea con fines metodológicos, sino que la entiende como un rasgo distintivo de la persona humana. Para él, intencionalidad significa “una relación racional y consciente entre la persona y un objeto” (Hildebrand, 2020, p. 228).

Tal relación sólo es posible si la realiza una persona: “las vivencias intencionales incluyen [...] una dirección significativa hacia el objeto realizada conscientemente, y esa es una manifestación de nuestro carácter de personas espirituales” (Hildebrand, 2020, p. 232); la intencionalidad es, por tanto, una “nota característica del ser espiritual” (Hildebrand, 2020, p. 233).

No es exagerado decir que la intencionalidad como relación personal (racional y consciente) de la persona con el objeto es la base de la filosofía moral de Hildebrand. Implica, de entrada, una posición epistemológica particular, que se puede denominar 'realismo

² Aquí se comparte la observación de Sánchez-Migallón, con relación a que un estudio preliminar de las vivencias que tienen lugar en la vida psíquica tal como la concibe Hildebrand “nos permitirá familiarizarnos con muchos términos con los que expresa su pensamiento moral” (Sánchez-Migallón, 2003, p. 23).

³ Husserl introduce este término (herencia de su maestro Brentano) en sus *Investigaciones Lógicas*, Tomo II, Investigación V, donde, según Hildebrand (2020), ‘intencional’ denota “una relación significativa y consciente con un objeto” (p. 228). También, en *Ideas I* se lee: “Entendimos por intencionalidad la peculiaridad de las vivencias de 'ser conciencia de algo'” (Ferrer y Sánchez-Migallón, 2018, p. 23).

fenomenológico⁴. Este plantea que el objeto⁵, tanto ideal como material, se presenta, dona o revela al espíritu humano, donde se establece una relación racional y consciente, o sea, intencional.

En toda 'consciencia de', un objeto se presenta a mi espíritu. Al tener una consciencia de él, toco, por necesidad, algo que, funcionalmente al menos, está fuera de la esfera en la que tiene lugar el acto de percepción, de recuerdo, de imaginación o de intuición intelectual. Participo intencionalmente (*intentionaliter*) del ser del objeto percibido, que está necesariamente ante mí. (Hildebrand, 2020, p. 230)

En definitiva, toda relación intencional es personal, pues solo la persona puede referirse intencionalmente a un objeto y entrar en relación con él en sus vivencias. A estas vivencias se les llama, con justa razón, *vivencias intencionales*⁶, diferenciándose entre ellas por el tipo de intencionalidad.

⁴ Hildebrand fue parte de la Sociedad Filosófica de Gotinga desde su llegada en 1909, conformada por un grupo de filósofos alemanes reunidos en torno a Husserl y a sus *Investigaciones Lógicas*. Obra que, según Edith Stein, había impresionado “sobre todo porque era un abandono radical del idealismo crítico kantiano y del idealismo de cuño neokantiano. Se consideraba la obra como una “nueva escolástica”, debido a que, apartándose la mirada filosófica del sujeto, se dirigía ahora al objeto: el conocimiento parecía ser de nuevo un ‘recibir’ que tenía su estatuto regulador en la cosa y no -como en el criticismo- en el que el conocimiento es un ‘determinar’ cuya ley connota a la cosa. Todos los jóvenes fenomenólogos eran decididos realistas” (Durán, 1987, p. 58). De ahí que el realismo fenomenológico deba considerarse como una postura epistemológica fiel al método fenomenológico de las *Investigaciones* y de corte realista. (Hildebrand, 2020; Crespo, 2012).

⁵ Para Hildebrand (2020), el objeto significa el *dato* (necesario y profundamente inteligible) o lo *dado inmediatamente*. Por eso, su método fenomenológico aplicado a la Ética consiste en comenzar con lo dado inmediatamente, los datos de la experiencia, y poner en suspenso, provisionalmente, todas las teorías referentes a la esfera moral. En consecuencia, la tarea de la Ética para Hildebrand es “conseguir una *prise de conscience* plenamente filosófica de los datos morales (es decir, un conocimiento filosófico que incluya la comprensión explícita y totalmente consciente de estos datos) y llegar de este modo a la noción precisa de su esencia específica, de su verdadero significado y de los requisitos que ha de poseer la conducta humana para alcanzar la bondad moral [...] El requisito indispensable para ello es, sin embargo, la fidelidad a la experiencia moral, a los datos morales, que se nos ofrecen tanto en nuestra vida diaria como en la buena literatura, en la vida de los santos, en la Liturgia de la Iglesia y, sobre todo, en la Biblia” (Hildebrand, 2020, p. 20).

⁶ Si bien Hildebrand no da una definición de 'vivencia intencional', se deduce que usa el término en el mismo sentido de Husserl en sus *Investigaciones Lógicas*, donde es sinónimo de 'acto' y 'fenómeno psíquico', entendido como “aquellos fenómenos que contienen intencionalmente un objeto” (Husserl, 1999, p. 492). Es decir, el contenido de toda vivencia intencional se refiere a un objeto, existe un correlato intencional conciencia-objeto. En contra del psicologismo, el contenido de la vivencia no se puede explicar simplemente por la vivencia misma (Ferrer y Sánchez-Migallón, 2018). A partir de esto, se puede definir una vivencia intencional como *un fenómeno psíquico o acto en el que se da una relación intencional (racional, consciente y significativa) con el objeto*.

1.1. Vivencias intencionales

Las vivencias intencionales deben ser diferenciadas, en primer lugar, de los meros *estados*, como el cansancio o la irritación, que no están referidos a ningún objeto, en los que se produce un “experimentar algo que está cualitativamente unido a nuestro cuerpo, pero que no posee una relación significativa con un objeto” (Hildebrand, 2020, p. 228).

En segundo lugar, se debe distinguir de las vivencias o *tendencias teleológicas*, como la sed y el hambre o cualquier *instinto*, que se dirigen inmanentemente a algo, tienen un carácter dinámico, pero no son realizadas conscientemente por la persona, es decir, no se da esa relación personal propia de las vivencias intencionales. En las tendencias teleológicas “permanecemos, por así decir, fuera de la *ratio* significativa de estas vivencias” (Hildebrand, 2020, p. 232).⁷

Una vez hecha la distinción, dentro de las propias vivencias intencionales existen dos tipos de vivencias: los *actos cognoscitivos* y las *respuestas*.

1.1.1. Actos cognoscitivos

Hildebrand (2020) entiende por acto cognoscitivo toda vivencia en la que “un objeto, cualquiera que sea su naturaleza, se revela a nuestro espíritu” (p. 233). Por ejemplo, todo tipo de percepción, desde la sensorial hasta la percepción de valores y la intuición intelectual.

Algunas características de los actos cognoscitivos son: En primer lugar, son “*consciencia de algo*, es decir, de un objeto. Son, por decirlo así, vacíos; todo su contenido está en el lado del objeto” (Hildebrand, 2020, p. 234). En segundo lugar, “en los actos cognoscitivos, la intención va, por así decir, del objeto a nosotros; el objeto se manifiesta a nuestro espíritu, nos habla y nosotros escuchamos” (Hildebrand, 2020, p. 234). Por último, “todos los actos cognoscitivos tienen un carácter fundamentalmente receptivo, aun aquellos que no son puramente pasivos. Podríamos hablar de una pasividad o de una receptividad activamente realizada. Este elemento receptivo pertenece a la esencia misma de todo conocer” (Hildebrand, 2020, p. 234).

Consecuentemente, Hildebrand (2020) llama a las vivencias intencionales "actos personales" (p. 245).

⁷ Tanto los ‘meros estados’ como las ‘tendencias teleológicas’ pueden considerarse como “vivencias no intencionales”, es decir, son “vivencias asignificativas: no poseen su objeto conscientemente” (Sánchez-Migallón, 2003, p. 24)

1.1.2. Respuestas

Según Hildebrand, las respuestas son vivencias intencionales en las que el contenido vivencial está en la parte del sujeto y no en el lado del objeto. Por ejemplo, en el caso de la alegría, “no estamos vacíos, sino 'llenos' de alegría. Este contenido de nuestra alma está dirigido a un objeto. La alegría no es consciencia *de* algo, sino que ella misma es una entidad consciente, una realidad traída al ser conscientemente" (Hildebrand, 2020, p. 234). Por lo tanto, en las respuestas “la intención va de nosotros al objeto [...] Somos nosotros quienes hablamos; el contenido de nuestro acto se dirige al objeto; es nuestra respuesta al objeto” (Hildebrand, 2020, p. 234). Además, a diferencia de los actos cognoscitivos, la respuesta es “no receptiva; tiene, más bien, un carácter manifiestamente espontáneo” (Hildebrand, 2020, p. 234).

Así las cosas, Hildebrand (2020) identifica que, si bien ambas vivencias poseen un carácter intencional, “muestran una profunda diferencia en el tipo de intencionalidad” (p. 234). Mientras que, en los actos cognoscitivos se da, por así decirlo, una intencionalidad receptiva; en las respuestas se da una intencionalidad no receptiva o espontánea.

Sin embargo, la diferencia que más interesa a esta investigación se refiere a la 'ubicación' del contenido vivencial. Por un lado, en los actos cognoscitivos el contenido vivencial es completamente objetivo, es decir, está en el objeto, lo que para Hildebrand (2020) constituye un 'acto vacío'. Por otro lado, en las respuestas el contenido vivencial está en el sujeto y se dirige hacia el objeto. Esto es clave para luego entender la relación de estas vivencias en la esfera de la acción, en la relación de la persona con los valores y, por su puesto, en la contradicción moral.

Más importante aún es la íntima relación que poseen estas vivencias. De entrada, se debe afirmar que “todas las respuestas presuponen un acto cognoscitivo. El objeto ha de manifestar primero su índole antes de que se convierta en objeto de nuestra respuesta” (Hildebrand, 2020, p. 235); o, que es lo mismo, “todas las respuestas presuponen necesariamente actos cognoscitivos y están, por esencia, fundadas en ellos”. Para Hildebrand (2020), es por medio de los actos cognoscitivos que “participamos del ser” (p. 235), es en ellos que el ser “se constituye como objeto para nuestro espíritu” (Hildebrand, 2020, p. 235).⁸

⁸ Sánchez-Migallón señala que Hildebrand, al plantear que toda vivencia intencional se funda en el entendimiento, “se sitúa, así, en la corriente que puede llamarse 'intelectualista' de la fenomenología,

Esta relación entre dichas vivencias se expresa en el adagio de la filosofía escolástica: *nihil volitum nisi cogitatum* (nada se quiere si no se conoce). Expresión que, para Hildebrand (2020), significa que “sólo después que conozcamos una cosa puede esta motivar una respuesta en nuestra alma” (p. 235). Aunque también reconoce que puede darse la relación inversa, pues “el conocimiento presupone también una cierta dirección de la voluntad” (Hildebrand, 2020, p. 235).

Dentro de las vivencias llamadas *respuestas*, Hildebrand distingue tres tipos: *teóricas*, *volitivas* y *afectivas*.

1.1.2.1. Respuestas teóricas

Son respuestas que pertenecen a la esfera del conocimiento. “Su contenido es realmente el mismo que domina los actos cognoscitivos [...]; es decir, el tema de la existencia o de la verdad” (Hildebrand, 2020, p. 236). O sea, responden a si el objeto que se presenta existe o no y a su esencia. Ejemplo de respuestas teóricas son la convicción, la creencia, la duda, la suposición y la expectativa: “En la convicción, decimos 'sí' a la esencia y a la existencia de una situación objetiva; en la duda, negamos un claro 'sí', nos inclinamos, más bien, hacia un 'no', pero dejamos en suspenso el 'no definitivo’” (Hildebrand, 2020, p. 236).

Su carácter de respuesta viene dado por el hecho de que en ellas “no conseguimos ningún conocimiento; antes bien, lo presuponemos” (Hildebrand, 2020, p. 237), o sea, el tipo de respuesta teórica depende según el objeto se revele con mayor o menor claridad al entendimiento.

1.1.2.2. Respuestas volitivas

Toda respuesta volitiva hace referencia al *querer*, es decir, a “la respuesta que damos a una situación objetiva todavía no realizada, pero que puede hacerse real. Al querer, nos dirigimos a esta situación objetiva todavía no real, con el interés específico de traerla a la existencia” (Hildebrand, 2020, p. 238). Por lo tanto, las respuestas volitivas son aquellas que tienen su origen en el acto de querer o, que es lo mismo, aquellas que son resultado de la

en la línea de Brentano o de Husserl y en contraposición a Scheler, no solo porque este último admita sentimientos no intencionales, sino sobre todo [porque Scheler sostiene] que hay también sentimientos intencionales en los que no participa de ninguna manera el entendimiento” (Sánchez-Migallón, 2003, p. 26).

voluntad. Esta "es capaz de mandar intencionalmente nuestras actividades corporales, de iniciar, libre y espontáneamente, una cadena causal. Ordena nuestros movimientos, nuestro hablar, todos los tipos de actividades y, en especial, todas las acciones en el sentido estricto de la palabra" (Hildebrand, 2020, p. 239).

Para diferenciar las respuestas volitivas de las teóricas, Hildebrand apunta al 'tema' del querer. Este no es la esencia y la existencia de un objeto, que era el tema del conocimiento; sino que es un doble tema: "la *importancia* de la situación objetiva" o del objeto y "su venida a la existencia mediante nuestra propia actividad" (Hildebrand, 2020, pp. 239-240).

También, se distinguen en que las respuestas volitivas se refieren a "algo que todavía no es real (aunque realizable en principio e incluso realizable gracias a mi)" (Hildebrand, 2020, p. 240), mientras que las respuestas teóricas presuponen "la existencia real o ideal de un hecho". Por último, "la relación esencial entre la voluntad y la realización de su objeto le concede [...] una nota práctica específica" (Hildebrand, 2020, p. 240) que no poseen las respuestas teóricas.

1.1.2.3. Respuestas afectivas

Al igual que las respuestas volitivas, las afectivas "presuponen tanto la importancia del objeto como el conocimiento de esta importancia, y son motivadas por esta" (Hildebrand, 2020, p. 241). Ejemplos de ellas son la alegría, la tristeza, el respeto, la estimación, el amor y el odio. Estas respuestas se distinguen de las volitivas en que no es esencial en ellas "presuponer que su objeto todavía no es real, aunque algunas respuestas afectivas, tales como el deseo, el anhelo y la esperanza, se dirigen a algo aun no real" (Hildebrand, 2020, p. 241). Además, difieren en que las respuestas afectivas no son libres⁹ como las volitivas y no tienen "la capacidad de mandar en nuestras actividades corporales o en alguna acción" (Hildebrand, 2020, p. 242).

⁹ Las respuestas afectivas no son libres en el sentido de que no surgen del querer de la voluntad, incluso pueden ir en contra de ella. Sin embargo, "la voluntad en su libre ejercicio llega a influir sobre las respuestas afectivas: sancionando o desautorizando las ya existentes, o favoreciendo que surjan otras no existentes. Son las formas de libertad que Hildebrand llama, respectivamente, 'cooperadora' e 'indirecta'" (Sánchez-Migallón, 2003, p. 27)

Hildebrand también llama a este tipo de respuestas 'pasiones', aunque no en el sentido clásico de impulsos irracionales opuestos al conocimiento y voluntad racionales, sino que, para él, las pasiones tienen un “carácter espiritual e intencional” (Hildebrand, 2020, p. 243).

1.2. Los valores morales y lo moralmente relevante

Siguiendo con la estructura de esta investigación, llega el momento de exponer y analizar qué son los valores, especialmente, los valores morales y, junto con ello, qué es lo moralmente relevante para Hildebrand. Tal distinción cobrará importancia, sobre todo, cuando se analice la temática sobre la acción moral.

1.2.1. Los valores

Hildebrand entiende el valor (*Wert*) como “el carácter dado en contenidos objetivos que es capaz de fundar en nosotros un interés en esos contenidos” (Hildebrand, 2014, p. 72).¹⁰ Ahora bien, si ese *carácter valioso* se entiende como el “rasgo de la importancia o relevancia que es común a todos los fundamentos objetivos de una inclinación voluntaria” (Hildebrand, 2014, p. 72), debemos distinguir dos tipos de cualidades, que son esencialmente diferentes,

¹⁰ Toda aproximación a los valores trae consigo un problema de naturaleza ontológica que se puede formular de la siguiente manera: ¿los valores tienen una existencia autónoma e independiente del sujeto que los percibe? A partir de la definición de valor que da Hildebrand, en la que distingue el ‘carácter dado’ del ‘contenido objetivo’, se puede afirmar que todo valor existe en tanto que existe un objeto que lo porte. Sin embargo, la idea de que el valor se ‘encarna’, ‘dona’ o ‘revela’ parece indicar que tuviera subsistencia propia. Para entender la naturaleza ontológica del valor hay que valerse de conceptos análogos como los números o los colores. Tal como no se puede hablar del número 1 sin hacer referencia a *un* objeto físico o del color azul sin hacer referencia a un objeto azul (no existe la ‘azuleidad’), no se puede hablar de tal o cual valor sin hacer referencia a su portador. Así las cosas, por definición el valor no se puede separar del contenido objetivo en el que se dona o encarna. Por eso, para Hildebrand (2020) “el valor es objetivo en cuanto es una propiedad real del ser del que predicamos un valor” (p. 114). Así como predicamos la existencia o la verdad de un ser, podemos predicar el valor que posee. En ese sentido, el valor tiene un carácter *irreductible*, es decir, no se puede negar sin introducirlo implícitamente (Hildebrand, 2020). Lo que sí está claro para Hildebrand (2020) es que “los valores cualitativos no poseen, aquí en la tierra, el carácter de sustancias” (p. 191), porque su subsistencia última está en Dios, quien es “la suma de todos los valores” (p. 195).

las llamadas 'categorías de la importancia (*Bedeutsamkeit*)'¹¹: lo *importante en sí y para sí*, y lo *importante para mí*¹².

Lo *importante en sí* se refiere “al modo según el cual la importancia del auténtico valor mana puramente de su cualidad [...] El valor está como absolutamente completo e independiente ante nosotros, y no sufre ninguna modificación tanto si nos interesamos por él como si no” (Hildebrand, 2014, p. 73). A esta categoría Hildebrand la designa como el valor auténtico o absoluto, pues “posee su importancia independientemente de su efecto en nosotros” (Hildebrand, 2020, p. 56). Entendiendo por absoluto no en función de su existencia trascendente, sino como “un rasgo cualitativo de un dato de valor que no se modifica sea este solo imaginado por nosotros o exista objetivamente en sentido trascendente” (Hildebrand 2014, pp. 76-77).

Por otro lado, lo *importante para mí* se refiere a cuando “la importancia inherente a un contenido objetivo está fenoménicamente en determinada relación conmigo; falta la actitud objetiva; la conciencia ‘eso debe ser porque sí’ es sustituida por la que dice: *es importante para mí*” (Hildebrand, 2014, p. 74).

De esta manera, Hildebrand distingue aquello que es intrínseca y autónomamente importante (el valor propiamente tal, lo importante en sí mismo) de lo que es importante debido a que motivan el interés de la persona simplemente porque son agradables o satisfactorios (lo importante para mí, lo subjetivamente importante o subjetivamente satisfactorio).¹³

¹¹ Es digno de destacar el aporte de Hildebrand en esta materia a la ética de los valores con respecto a la postura de Scheler. Este último sólo identificó una diferencia de *grado* o *rango* entre los valores, trátase, en términos de Hildebrand, de un valor en sí (como la justicia), o de algo subjetivamente satisfactorio (como lo agradable de un baño caliente), distinción que Scheler no hizo, pues redujo toda importancia al valor (lo importante en sí). Para Hildebrand, lo importante en sí y lo importante para mí no se diferencian simplemente porque uno es más valioso que otro, sino porque el carácter importante de cada uno es esencialmente distinto. La persona, al escoger entre uno y otro no se pregunta cuál es más valioso, sino que, se *aproxima* a (relaciona con) cada uno de ellos de manera o desde un punto de vista diferente. Mientras que el valor *exige* una respuesta adecuada, lo subjetivamente importante *reclama* su satisfacción dentro de la persona (Hildebrand, 2020). No obstante, Hildebrand (2020) establece una distinción gradual o jerárquica dentro de cada dominio o familia de valores, y entre las diversas familias de valores.

¹² Hildebrand (2020) añade una tercera categoría de importancia: el ‘bien para mí’ o “el bien objetivo para la persona (*bonum mihi*)” (p. 72).

¹³ Es interesante apreciar cómo Hildebrand retoma las nociones kantianas de lo *categorico* y lo *hipotético*, cuya equivalencia relativa es lo *importante en sí* y lo *importante para mí*, respectivamente. Esta equivalencia es relativa porque para Hildebrand la fuente de lo categorico no es solamente el deber de la ley interna, sino que, como ya se ha mostrado, esa fuente son los valores. Por lo tanto,

Junto con esta comprensión de los valores desde el punto de vista de las categorías de la importancia, Hildebrand hace una distinción dentro de la esfera de los valores que no obedece a un criterio cualitativo, que permite agrupar ciertos valores en dominios o familias, sino que, se basa en una diferencia esencial que permite distinguir entre valores cualitativos y valores ontológicos¹⁴, constituyéndose en “géneros de valor totalmente diferentes” (Hildebrand, 2020, p. 170).

Ejemplos de valores ontológicos son: el valor de la persona humana, el de sus facultades, el de cualquier ser vivo o el de la materia inerte (Hildebrand, 2020). Estos se caracterizan por no tener un disvalor en su contraparte o que le sea antagónico. Por ejemplo, al valor de la persona humana no se le contrapone un disvalor, “no existe ningún ser real con un valor negativo o disvalor que fuese lo opuesto a ese eminente valor” (Hildebrand, 2020, p. 162).

Otra característica es que dependen de su portador o del ser que lo porta: “el valor ontológico es inmanente al ser” (Hildebrand, 2020, p. 169). Por ejemplo, para referirse al valor ontológico de la persona siempre se recurre a la persona misma, o sea, “hemos de referirnos al ser que encarna ese valor” (Hildebrand, 2020, p. 163). Por lo tanto, la manera de realizarse de los valores ontológicos es mediante el portador. Así, “el eminente valor de la persona humana como tal, se realiza mediante la existencia de un ser humano” (Hildebrand, 2020, p. 168).

Por último, “dentro de un valor ontológico específico no hay grados” (Hildebrand, 2020, p. 166), es decir, no se puede afirmar que una persona posee su valor ontológico en un grado superior a otra. Pero si se puede hablar de una “jerarquía de los valores ontológicos” basada en “la relación de los distintos valores ontológicos entre sí” (Hildebrand, 2020, pp.

no es sólo la ley moral interna la que tiene el estatus de *categórico*, sino que, todo tipo de valores, sean morales, religiosos, estéticos o intelectuales. Esto se confirma cuando Hildebrand (2020b) señala que “es propio de todos los valores; todo lo valioso no solo existe sencillamente, sino que *debe existir*” (p. 68), es decir, hay en todo valor un deber-ser más allá de su pura existencia fáctica. Aunque si entendemos lo categórico como sinónimo de exigencia o deber en un sentido moral, sólo le corresponde tal estatus a los valores morales y a los valores con relevancia moral. Cf. Kant, I. *Fundamentación para una metafísica de las costumbres*, A39-40.

¹⁴ Los valores ontológicos no deben confundirse con el valor de un ser en tanto que es, que también recibe el nombre de ‘ontológico’. Para Hildebrand (2020), este último es “mucho más formal que cualquier valor ontológico encarnado en la esencia específica de un ser” (p. 179). Es decir, es el valor que posee todo ser en la medida en que es algo, en que es un ser, con independencia de su carácter y esencia.

166-167). Por ejemplo, se puede afirmar que el valor ontológico de la persona humana es superior al del animal o que el valor de la facultad del entendimiento es superior al de los sentidos (Hildebrand, 2020).

Habiendo revisado las categorías de la importancia (el valor, lo subjetivamente satisfactorio y el bien objetivo para la persona) y distinguido los valores cualitativos de los valores ontológicos¹⁵, es necesario para esta investigación profundizar en una familia o un dominio dentro de los valores cualitativos, a saber, los valores morales, para luego hacer la importante distinción con lo moralmente relevante.

1.2.2. Los valores morales

Dentro de los valores cualitativos, Hildebrand distingue, por lo menos, tres dominios o familias: valores intelectuales, estéticos y morales. Siendo este último el superior y más importante: “los valores morales no solo constituyen una familia absolutamente propia, sino que representan también los valores supremos [...], en ellos culmina el esplendor de todos los valores (Hildebrand, 2020b, p. 69). Ejemplos de valores morales son: la justicia, la pureza, la generosidad, la sinceridad, la compasión, el respeto, la lealtad, el amor, la humildad, etc.

La primera característica esencial de los valores morales es que son *valores personales*¹⁶, es decir, “presuponen necesariamente una persona” (Hildebrand, 2020, p. 203). Por lo tanto, estrictamente hablando, sólo son moralmente buenas o malas las personas, sus actos y actitudes (Hildebrand, 2020). Sin embargo, esta no es una característica exclusiva de los valores morales, pues hay otros valores, como los intelectuales, que también son propios de las personas: “La profundidad y el alcance de una gran inteligencia, la brillantez de entendimiento, la grandeza y fuerza de un genio artístico, el genio y humor de un gran escritor son, evidentemente, valores personales” (Hildebrand, 2020, p. 205).

Para distinguir los valores morales de otros valores personales hay que dar a conocer sus notas distintivas. En primer lugar, los valores morales se fundan en la *libertad* de la persona y, por tanto, en que el hombre es *responsable* de ellos. Responsabilidad que se

¹⁵ A estos tipos de valores, Hildebrand (2020b) añade los ‘valores técnicos o de perfección’ y el denominado ‘valor global’

¹⁶ Hildebrand usa el término ‘personal’ en un sentido amplio, no limitado a la persona humana, incluyendo a Dios, que es la persona absoluta, y a los ángeles. Pero reconoce que “en la investigación de los valores morales hemos de comenzar con el hombre, la única persona que conocemos por experiencia” (Hildebrand, 2020, p. 204).

expresa como culpa (cuando se trata de disvalores) o mérito (cuando se trata de valores): “Sólo porque la persona es libre, es capaz de valores morales. Solamente mediante una decisión libre puede un hombre ser bueno o malo moralmente” (Hildebrand, 2020, p. 206).

Una segunda nota distintiva de los valores morales, íntimamente relacionada con la anterior, es que “el reconocimiento de una falta moral apela a nuestra conciencia” (Hildebrand, 2020, p. 207). Esta mala conciencia produce una particular desarmonía originada en la culpa moral. Esto no sucede con los demás valores personales, pues, la persona puede sentirse irritado o frustrado por su insuficiencia intelectual o su falta de talento, pero no culpable. De esto se sigue una tercera nota, que los valores y los disvalores morales exigen recompensa y castigo, respectivamente (Hildebrand, 2020).

La cuarta nota distintiva de los valores morales es su carácter de *indispensables*. Aquí Hildebrand se refiere al hecho de que a todas las personas se les exigen los valores morales, no algunos, sino todos: “Parece natural que un hombre no posea todas y cada una de las dotes intelectuales, pero todos *deben poseer todos* los valores morales” (Hildebrand, 2020, p. 208). Según él, esto obedece al fin y al destino de la existencia humana, que es ser moralmente bueno, pero también, a la propia naturaleza de los valores morales, pues poseen un “carácter normativo (obligatorio) y profundamente vinculante” (Hildebrand, 2020b, p. 26).¹⁷

Una última nota característica es que para la persona es un bien mayor poseer los valores morales. Refiriéndose a la sentencia de origen socrático: *es mejor para el hombre padecer la injusticia que cometerla*¹⁸, Hildebrand (2020) comenta que “el hecho de que la falta de moral se considere un mal mayor para la persona que cualquier otra clase de padecimiento es también un testimonio de la importancia incomparable de los valores morales” (p. 211).

Al considerar los valores morales como valores cualitativos y personales, se debe afirmar que no poseen una existencia a parte de su portador, la persona. Si bien Hildebrand (2020) afirma que “el valor moral trasciende al ser que lo porta” (p. 169), aclara que esto no

¹⁷ Para Hildebrand (2020b) existen dos elementos (fenómenos o dimensiones) originarios de lo moral o de los valores morales: 1. La “naturaleza cualitativa de los valores morales como tales” (p. 26), es decir, su carácter valioso. 2. La obligación moral de los valores morales, “su carácter normativo (...), el ‘tú debes’ que emana de él”. En otras palabras, los valores morales poseen una dimensión formal normativa y otra, materialmente valiosa.

¹⁸ Probablemente se trate de una frase recogida por Hildebrand que intenta sintetizar las palabras dichas por Sócrates antes de su muerte, presentes tanto en la *Apología* como en el *Fedón*; diálogos en los que Platón relata la muerte injusta de su maestro.

debe entenderse “en el sentido de que los valores morales tengan una *realidad* propia subsistente. Poseen una realidad última y substancial en Dios, pero en el mundo creado son una realidad concreta en tanto que están encarnados en una persona” (Hildebrand, 2020, p. 169). En este sentido, su carácter trascendente viene dado por el hecho de que, para Hildebrand (2020), todo valor encarnado en los seres es *reflejo* de Dios, quien es “la suma de todos los valores” (p. 195). Idea análoga a la *participación* platónica.

1.2.3. Lo moralmente relevante

Las consideraciones anteriores sobre los valores morales conllevan el siguiente problema: ¿Cómo se relaciona la persona con los valores morales si estos son portados únicamente por personas? Esta pregunta cobra mayor importancia cuando se entiende que toda acción, sea moral o no, surge de una *respuesta* a un tipo específico de valor (Hildebrand, 2014), respuesta que, como ya se mencionó al tratar las vivencias intencionales, depende de un *conocimiento* de ese valor¹⁹.

Lo que se debe dejar establecido aquí es que una acción es portadora de valor moral (moralmente valiosa) sólo cuando la respuesta que la funda se dirige a valores de estados de cosas moralmente relevantes (Hildebrand, 2014) o simplemente, a valores (bienes) moralmente relevantes (Hildebrand, 2020).

Hildebrand (2020) define los valores moralmente relevantes como “todos aquellos valores que poseen una relevancia moral y para los que una respuesta correcta es moralmente buena en el pleno sentido de la palabra” (p. 311). La nota característica de este tipo de valores es su *relevancia moral*.

La relevancia moral se puede identificar con el “deber de intervenir o de omitir algo, la llamada ‘tú debes’ que apela a mi conciencia moral” (Hildebrand, 2020b, p. 25). Por tanto, lo que caracteriza a los valores con relevancia moral es que exigen una respuesta y una acción específicamente moral, es decir, portadora de valor moral y susceptible de juicio moral. Ya sea que se trate de una obligación moral o de una acción meritoria²⁰, tal respuesta, si es correcta o positiva, “es, por necesidad, moralmente buena” (Hildebrand, 2020, p. 327).

¹⁹ Esto se verá con mayor profundidad en la siguiente sección: ‘Las vivencias implicadas en la acción moral’.

²⁰ Los valores moralmente relevantes pueden ser fuente de una *obligación moral*, es decir, de algo que se debe hacer o se debe omitir, el *deber* propiamente tal; y de *acciones meritorias*, es decir,

Por supuesto, esta relevancia moral es propia de los valores morales. Lo interesante es que Hildebrand plantea que hay ciertos valores que no siendo ‘morales’ son moralmente relevantes, tienen relevancia moral y, por tanto, son capaces de fundar una respuesta moralmente valiosa: “Todos los valores morales son moralmente relevantes, pero no todos los valores moralmente relevantes son valores morales” (Hildebrand, 2020, p. 327)

No es que exista una familia o un tipo especial de valores ‘moralmente relevantes’, sino que, “el elemento que fundamenta su relevancia moral recorre, de un lado a otro, los diversos dominios de valores” (Hildebrand, 2020, p. 328). Por eso, se puede afirmar, por ejemplo, que “los valores ontológicos de la vida humana y su dignidad, sin ser valores morales, son, sin lugar a duda, moralmente relevantes” (Hildebrand, 2020, p. 327). En otras palabras, hay ciertas situaciones, hechos u objetos de relevancia moral o en los que inhiere valores moralmente relevantes, los cuales fundan respuestas y, finalmente, acciones, moralmente valiosas.²¹

aquellas que siendo moralmente buenas no son obligatorias (Hildebrand, 2020b). A propósito, en *Moralía*, Hildebrand hace un tratamiento más profundo de la relevancia moral, señalando que “la respuesta a la obligación moral es parte de la respuesta a valores moralmente relevantes solo en las acciones obligatorias, a diferencia de las acciones moralmente buenas que no son obligatorias, sino meritorias” (p. 31). En este sentido, se debe especificar que la relevancia o la obligación moral (el deber) es una nota característica de los estados de cosas moralmente relevantes *obligatorios*, y que no está presente en toda respuesta moralmente valiosa. Sin embargo, se trata de un tratamiento posterior del tema que difiere de lo expuesto en su *Ética*, donde claramente señala a la relevancia moral como lo que caracteriza a los valores moralmente relevantes. El problema es que, si se identifica la relevancia moral con la obligación moral o el deber, los valores moralmente relevantes no podrían ser fuente de acciones meritorias, sino que, solo obligatorias. Hildebrand (2020b) intenta superar este problema teórico introduciendo el dato de la ‘invitación moral’, entendido como “aquel *datum* de la relevancia moral que sustituye a la obligación” (p. 38). Al mismo tiempo, es inconsistente expresar, como lo hace Hildebrand en *Moralía*, que puede darse un valor moralmente relevante sin relevancia moral (p. 30). Otra cosa muy diferente es que la persona no perciba la relevancia moral de los valores moralmente relevantes y que no se dé la vivencia de la exigencia a un nivel subjetivo. Por otro lado, Hildebrand (2020b) señala que el dato de la relevancia u obligación moral puede darse en otros fenómenos moralmente relevantes, tales como el mandato de una autoridad, la esfera del derecho o en la situación metafísica de la persona.

Debido a lo anterior, si se quiere identificar a la relevancia moral con la obligación moral o el deber, se debe diferenciar, tal como lo hace Hildebrand (2020b), entre la obligación moral o el deber objetivo específico entrañado en los valores morales y moralmente relevantes y aquella que es propia de otros portadores de relevancia moral, como los antes mencionados. Aquí puede ser útil la distinción entre obligación o deber formal y material que se realizará más adelante.

²¹ Al respecto, Crespo (2004) distingue los valores morales de los moralmente relevantes diciendo que “los portadores de los primeros son las acciones y actitudes de las personas sancionadas por su libertad, mientras que los segundos son portados por determinados estados de cosas” (p. 48)

Como se verá a continuación, esa acción que está fundada en una aprehensión del valor (que desde ahora se entiende como moralmente relevante) y en su respuesta adecuada es la que realiza un valor moral propiamente tal.

1.3. Las vivencias implicadas en la acción moral

Los anteriores análisis sobre las vivencias intencionales, los valores y la relevancia moral encuentran su confluencia en el estudio de la acción humana. Hildebrand (2014) señala que en toda acción (sea moral o no), entendida como “una unidad de ciertas vivencias” (p. 23), hay tres vivencias implicadas: la conciencia de un estado de cosas valioso y significativo, la toma de posición que responde a ese estado de cosas y la realización de la acción.

1.3.1. Aprehensión cognoscitiva, sentir o percibir el valor

Hildebrand (2006) afirma que “existe para el reino de los valores un peculiar aprehender cognoscitivo de valores en que se nos dan los valores objetivos portados por las cosas, los estados de cosas y las personas” (p. 25), y que “los valores que presuntamente inhieren en el objeto pueden verificarse también solo mediante una correspondiente aprehensión cognoscitiva del objeto” (Hildebrand, 2014, p. 111).

Este 'aprehender cognoscitivo de valores (*Wertkenntnisnehmen*)', también llamado por Husserl 'percibir el valor (*Wertnehmen*)' y por Scheler 'sentir el valor (*Wertfühlen*)', es "una clase específica de percepción" (Hildebrand, 2020, p. 271), que consiste, como todo acto cognoscitivo, en una vivencia de carácter receptivo en la que se da un 'captar intuitivo' del valor, que es el contenido objetivo de la vivencia. Hildebrand (2014) lo describe como un “puro *tener* algo que se encuentra *frente* a nosotros” (p. 25), pues se trata de un tipo específico de percepción²² en el que se da, como en toda percepción, un despliegue del 'ser así' del objeto ante el espíritu (Hildebrand, 2020).

Lo relevante de este tipo de acto es que “todo conocer (*Erkennen*) se asienta en último término en un aprehender cognoscitivo” (Hildebrand, 2006, p. 25). No obstante, Hildebrand

²² Según Hildebrand (2020), en toda percepción se dan tres notas características decisivas: “primero, la presencia real del objeto; segundo, el contacto fecundo en el que se revela a mi espíritu me informa y se impone a mi espíritu en su ser autónomo; tercero, el carácter intuitivo del contacto, que se opone a todo contacto discursivo mediante conceptos” (pp. 271-272, nota 37).

reconoce que también se puede dar un conocimiento del valor ‘formal’, ‘vacío’, un ‘mero saber’ obtenido por razonamientos, de manera deductiva. Es decir, un conocimiento del valor no fundado en un sentir o percibir (Hildebrand, 2006).

1.3.1.1. Tipos de conocimientos del valor

A partir de lo anterior se debe distinguir, por lo menos, tres maneras de entender el concepto ‘conocimiento de valores’. En primer lugar, puede tratarse del aprehender cognoscitivo (sentir o percibir) del valor, ya descrito como un ‘captar intuitivo’ o un ‘tener’ inmediato; o bien, de un conocimiento fundado en ese percibir (Hildebrand, 2014). Este conocimiento es “la base fundamental e indispensable para toda moralidad”, al punto de que “sin un conocimiento de los valores no puede haber moralidad”²³ (Hildebrand, 2020, p. 275). Como se verá, este conocimiento fundado en la percepción de valores es la base de toda acción moralmente valiosa.

En segundo lugar, puede entenderse como un conocimiento del valor no fundado en la aprehensión cognoscitiva, sino que, “en una intelección derivada deductivamente de premisas simplemente ‘sabidas’” (Hildebrand, 2014, p. 119, nota 67), que también puede describirse como un conocimiento ‘puramente conceptual’. Aquí se puede incluir, por ejemplo, el conocimiento derivado de mandatos legales y religiosos. Esto conlleva el problema de deducir que un objeto o un estado de cosas es moralmente valioso a partir de un mandato legal o religioso, sin haber percibido el valor correspondiente.

Por último, el conocimiento del valor puede entenderse como un ‘mero saber vacío’ de un estado de cosas valioso. Hildebrand (2014) lo describe como “el vacío saber que algo es malo sin ninguna aprehensión cognoscitiva ni conocimiento” (p. 119 nota 67).

Ahora bien, este último tipo de conocimiento descrito como ‘saber vacío’ difícilmente se puede considerar ‘conocimiento’ propiamente tal. De hecho, en otro lugar Hildebrand (2006) solo distingue entre los dos primeros tipos de conocimiento, describiendo al segundo como ‘vacío’ y ‘pálido’. Lo importante aquí es, precisamente, distinguir el conocimiento

²³ Esta afirmación no debe entenderse como si este tipo de conocimiento de los valores fuera el único o el principal determinante de la moralidad, ya que existen otros aspectos de mayor relevancia, como lo son la libertad y la actitud moral fundamental positiva, es decir, la actitud reverente y de búsqueda del valor. Sin embargo, aquí se busca resaltar su carácter *indispensable* para la moralidad (Hildebrand, 2006).

fundado en el sentir el valor del mero conocimiento formal deductivo (conceptual) del mismo.

Es evidente que esto no agota toda la discusión acerca del conocimiento de los valores. Una de las dificultades que surgen es que no se puede depender siempre de un captar intuitivo inmediato del valor. Por ejemplo, ¿cómo puede una persona incorporar los valores morales y ponerlos en práctica habitualmente? ¿Cómo puede desarrollar respuestas ‘sobreactuales’ al valor y, por tanto, tener virtudes? ¿Cómo puede tener una relación permanente con el valor sin depender de la presencia de un portador?

Por un lado, Hildebrand (2006) reconoce que se puede llegar a un conocimiento de ciertos valores “fundándose en aprehensiones cognoscitivas de valor previas” (p. 26). Pero este conocimiento del valor sigue siendo limitado al momento de fundar tomas de posición y actitudes moralmente valiosas.

También, aclara que “no siempre es necesario que el objeto del que predicamos un valor sea percibido, es decir, que se nos presente en un contacto inmediato” (Hildebrand, 2020, p. 274). Bastaría con “leer o escuchar el relato de una acción o de una actitud” (Hildebrand, 2020, p. 274) para captar su bondad moral. Sin embargo, aun en estos casos se da una percepción del valor moral en un “contacto inmediato y de una manera plenamente intuitiva” (Hildebrand, 2020, p. 274).

Lo anterior no resuelve el problema de la no dependencia de la aprehensión cognoscitiva del valor para la relación habitual o sobreactual con los valores. Es por eso por lo que Hildebrand plantea un tipo de conocimiento del valor que denomina un ‘estar familiarizado intuitivo’, que “hace posible una continua relación sobreactual con el valor” (Hildebrand, 2006, p. 32).

En este ‘estar familiarizado’ se da una continua y permanente relación con el valor, de tal forma que la persona es capaz de “poner ante sí representativamente” (Hildebrand, 2006, p. 33) el valor y de hacérselo presente intuitivamente “sin que este tenga que darse en *un* portador concreto” (Hildebrand, 2006, p. 33), de manera plena y no meramente conceptual. Pero incluso si el valor no se hace presente representativamente, el ‘estar familiarizado’ implica que el valor “sigue existiendo detrás de la esfera actual, mientras actualmente se está ocupado con algo distinto” (Hildebrand, 2006, p. 34). De esta manera, se convierte en el “sustrato para una toma de posición sobreactual” (Hildebrand, 2006, p. 34).

Ahora bien, este ‘estar familiarizado intuitivo’ no debe ser identificado con el ‘saber teórico’ acerca del valor. El primero se trata de una relación permanente con un tipo de valor, un conocimiento sobreactual del mismo, mientras que el segundo se trata de un conocimiento *sobre* el valor o, más bien, sobre un estado de cosas que implica el valor, conocimiento que permite afirmar, por ejemplo, que ‘la pureza es un valor’ (Hildebrand, 2006).

Esta diferencia se aprecia, por ejemplo, en un saber transmitido mediante autoridad que permite tener un conocimiento de cierto valor, pero que no permite hacerlo presente intuitivamente, pues se trata de un conocimiento dado de antemano. O, también en que “ciertos hombres no bien dotados teóricamente en los que se da la más viva actitud moral pueden ‘estar familiarizados’ de manera precisa con particulares tipos de valor [...] sin que su conocerlos esté muy desarrollado” (Hildebrand, 2006, p. 36) y viceversa.

1.3.2. Tomas de posición

El segundo elemento de la acción es la *toma de posición* (*Stellungnehmen*). Esta no es otra cosa que una *respuesta* (*Antwort*), tal como se describió en el capítulo ‘Las vivencias intencionales’. Aquí, sin embargo, el énfasis estará en las tomas de posición frente al valor, también llamadas *respuestas al valor* (*Wertantworten*).

1.3.2.1. Respuesta al valor

La respuesta al valor, entendida como una vivencia intencional espontánea en la que su contenido vivencial se dirige a un objeto, un estado de cosas o una persona del que se tiene conciencia como valioso, puede ser de naturaleza teórica, afectiva o volitiva (Hildebrand, 2020).

Como toda respuesta, esta se funda en la aprehensión cognoscitiva del valor. Para Hildebrand estas vivencias son como ‘dos caras de la misma moneda’, pues toda toma de posición “presupone ya necesariamente una ‘conciencia de’ que nos proporcione el conocimiento del contenido objetivo al que dicha toma de posición responde” (Hildebrand, 2014, p. 31).

Esta vivencia de respuesta al valor se caracteriza, en primer lugar, por su carácter de *entrega* de la persona al valor. Esta entrega es descrita por Hildebrand (2020) como un “plegarnos al *logos* del valor” a su “ritmo incomparable” (p. 255) y como estar en “una

‘armonía’ significativa con el valor, con su importancia intrínseca y luminosa y con su carácter objetivo” (Hildebrand, 2020, p. 257).

En segundo lugar, y debido a su carácter de entrega, la respuesta al valor se distingue por su carácter *trascendente*, pues en ella “salimos fuera de nuestro egocentrismo y trasparamos los límites de nosotros mismos” (Hildebrand, 2020, p. 259), participando de la esencia o del *logos* del ser del valor. Es decir, la respuesta al valor está “motivada exclusivamente por el valor del objeto” (Hildebrand, 2020, p. 264), por algo externo a la persona. Su motivación no surge dentro de ella, aunque, naturalmente, toda persona está orientada hacia la búsqueda del bien²⁴.

Debido a esto, la respuesta al valor supera, va más allá de cualquier movimiento propio de las tendencias teleológicas inmanentes, que tienen que ver más con una búsqueda de lo subjetivamente satisfactorio que de lo importante en sí: “En todas las tendencias inmanentes [...] nuestra actitud tiene el carácter de autoafirmación; en toda respuesta al valor, en cambio, posee los rasgos esenciales de la entrega de nosotros mismos” (Hildebrand, 2020, p. 261).

1.3.2.2. Relaciones axiológicas

Otro aspecto importante por considerar es que existen leyes esenciales que rigen las respuestas a los valores²⁵. En palabras de Hildebrand (2014), existen “relaciones de *legalidad esencial* entre el contenido vivencial de la toma de posición y el valor. *Cada valor posee su*

²⁴ Hildebrand aclara que esta orientación fundamental de toda persona hacia el bien no se contradice con la respuesta al valor, es más, se compenetran. Por ejemplo, el amor es una respuesta hacia la belleza y la bondad de la persona amada, “pero al mismo tiempo experimentamos que es la realización de todo aquello que siempre hemos anhelado de un modo vago con todo nuestro ser” (Hildebrand, 2020, p. 264).

²⁵ Si bien Hildebrand reconoce que estas relaciones necesarias se rigen por leyes ideales o eidéticas, no descarta el factor subjetivo, ya que ellas se refieren a “la relación entre el valor objetivamente inherente en aquello frente a lo cual se halla la toma de posición y el contenido vivencial de la toma de posición” (Hildebrand, 2014, p. 62). También señala que “todas estas relaciones necesarias entre el valor en el lado del objeto y la palabra interior de la respuesta al valor existen únicamente en la medida en que el valor ha sido captado y comprendido, y no necesariamente con respecto al valor que el objeto posee en realidad”. (Hildebrand, 2020, p. 283). Esto se debe a que, para Hildebrand (2006), la percepción de un valor depende del grado de ser moral de la persona. Eso implica que estas leyes esenciales o ideales no determinan la respuesta al valor, sino que, expresan relaciones ideales que se cumplen en personas con cierta estatura moral. Esto se aprecia, por ejemplo, en que una persona puede responder con enojo ante el logro de otra persona, porque está lleno de envidia, a pesar de que esa no sea la respuesta adecuada para el valor que se manifiesta en ese momento.

respuesta ideal a él debida [...]; es decir, cada valor o disvalor determinado posee una respuesta positiva o negativa determinada” (p. 61). Por ejemplo, “es imposible indignarse por una actitud que se percibe con claridad como moralmente sublime” (Hildebrand, 2020, p. 279).

Esta correspondencia necesaria entre el valor y su respuesta también se expresa en que “el contenido cualitativo de la respuesta al valor corresponde necesariamente a la esencia del dominio del valor al que él pertenece” (Hildebrand, 2020, p. 280). Es decir, el contenido de una respuesta a un valor intelectual será diferente al de una respuesta a un valor estético o moral. Es más, hay respuestas que se dan únicamente para ciertos tipos de valores o disvalores. Por ejemplo, “la indignación presupone necesariamente disvalores morales” (Hildebrand, 2020, p. 280).

Además, ocurre que el contenido de la respuesta al valor se corresponde necesariamente con la “cualidad específica y el rango del valor implicado” (Hildebrand, 2020, pp. 280-281). Esto implica que “a un valor superior le corresponde asimismo una respuesta cualitativa y cuantitativamente adecuada distinta de la correspondiente a uno inferior” (Hildebrand, 2014, p. 61); lo que hace posible, por ejemplo, una respuesta volitiva al valor como lo es el acto de *preferir* y la respuesta afectiva de alegrarse más o menos por algo.

Lo anterior implica que existe una *relación axiológica* entre el valor y su respuesta. Esta relación se puede expresar de la siguiente manera: “todo objeto portador de un valor y, asimismo, todo objeto teñido con un disvalor exigen una *respuesta* adecuada” (Hildebrand, 2020, p. 284).

1.3.2.3. Respuesta sobreactual

Más arriba se ha distinguido un tipo de conocimiento del valor llamado ‘estar familiarizado’, conocimiento que hace posible las tomas de posición o respuestas sobreactuales al valor. Este tipo de respuestas son aquellas que “poseen por esencia una existencia más allá de su ser vividas actual y conscientemente” (Hildebrand, 2020, p. 285), persisten “en un plano más profundo que aquel en el que tienen lugar la actualización plena de nuestras vivencias” (Hildebrand. 2020, p. 286).

Por ejemplo, “el amor a otra persona no cesa de existir cuando nos vemos forzados a centrar nuestra atención en otros objetos” (Hildebrand, 2020, p. 285). Se trata de una respuesta constante, permanente hacia la persona amada, aunque no sea actualizada, y aun cuando es actualizada se trata siempre de la misma respuesta afectiva.

Para Hildebrand (2020), estas respuestas sobreactuales al valor desempeñan un papel importante y fundamental en la moralidad. Razón de ello es que constituyen la ‘columna vertebral’ de las virtudes y las actitudes morales.

1.3.3. Realización de la acción

El tercer y último elemento de la acción es su *realización*. Según Hildebrand (2014) “en toda acción se realizan dos cosas, a saber: 1. la conducta de la respectiva persona, la acción misma, y 2. un determinado estado de cosas, los hechos que son producidos mediante la acción” (pp. 23-24). Lo segundo es lo que distingue a la realización de la acción de otros tipos de conducta y de las vivencias anteriores. Esta nota característica es descrita por Hildebrand (2014) como el ‘momento trascendente’ de la acción, y se refiere a su capacidad de intervenir en el mundo de los hechos objetivos realizando un nuevo estado de cosas.

El carácter novedoso de la acción realizada se aprecia aún más en las acciones morales, pues en ellas (suponiendo que son moralmente valiosas) el valor moral de la acción “no está comprendido en el valor del bien moralmente relevante. No es en modo alguno un valor indirecto, sino algo del todo nuevo” (Hildebrand, 2020b, p. 24). Es decir, su novedad radica en el valor completamente nuevo que realiza.

Además, en la realización de la acción no sólo participan vivencias psíquicas (percepción y respuesta al valor), sino que, incluye una *conducta corporal* realizada en el mundo y en la historia. Lo que hace posible que a toda acción se le pueda atribuir “la intervención transformadora del mundo exterior” (Hildebrand, 2014, p. 45). Es así como, en toda acción se transforma el mundo mediante la realización de un estado de cosas completamente nuevo. Si el resultado de esta acción ‘enriquece’ o ‘empobrece’ el mundo, se verá a continuación.

1. 4. La acción moralmente buena

Con todo lo dicho sobre las vivencias implicadas en la acción, queda por profundizar en la acción específicamente moral, es decir, aquella que se puede juzgar como moralmente valiosa, moralmente imperfecta o inmoral y, consecuentemente, moralmente mala.

El principal rasgo que debe estar presente en toda acción moralmente valiosa (buena) es la vivencia de la respuesta al valor de tipo volitiva (respuesta voluntaria al valor). En otras palabras, para que una acción sea moralmente buena debe nacer del *querer* de la voluntad, debe ser “ordenada por la voluntad” (Hildebrand, 2020b, p. 476).

Hildebrand analiza en profundidad los rasgos de una respuesta voluntaria que son relevantes para el valor moral de la acción. Estos se dividen en condiciones o portadores formales y materiales. Los primeros determinan “la idea de la acción moralmente libre de carencias” y “moralmente preferible” (Hildebrand, 2014, p. 130), es decir, señalan qué acciones son moralmente correctas y preferibles; mientras que las segundas determinan “el valor propia y específicamente moral de la acción” y “la altura de ese valor” (Hildebrand, 2014, p. 130), es decir, señalan qué acciones son moralmente valiosas.

Desde el punto de vista formal, es preferible y moralmente correcta una acción originada en una respuesta fundada en un conocimiento *claro* del valor, con independencia del tipo de conocimiento: “Toda respuesta al valor dirigida a un fenómeno de valor objetivo posee una preferencia moral cuando la conciencia de ese valor es una conciencia clara, y tiene una carencia moral cuando dicha conciencia es confusa” (Hildebrand, 2014, p. 132). Esto implica que, desde el punto de vista formal, basta con que haya un conocimiento ‘claro y distinto’ del valor para que la acción sea correcta.

En este sentido, una respuesta basada en una convicción no fundada en un conocimiento evidente y claro es moralmente carente, es una convicción ‘ciega’ (Hildebrand, 2014). Este caso es interesante, pues se trata de la presencia de una respuesta teórica, como lo es la convicción. Esto implica que una acción fundada en este tipo de respuestas no es suficiente para su carácter moralmente valioso.

No obstante, cabe mencionar que siempre será preferible una “acción en la cual un percibir el valor subyace a la respuesta voluntaria; y esto debido a la inmediata cercanía al valor que distingue al percibir el valor frente a toda otra conciencia de valor” (Hildebrand,

2014, p. 133). Esta ‘inmediata cercanía’ al valor, propia de la aprehensión cognoscitiva, es la que indica siempre la preferencia moral de la acción, con independencia de la claridad del conocimiento del valor que se tenga. Por lo tanto, aunque basta con la claridad del conocimiento del valor, la cercanía de ese conocimiento hace que una acción sea más preferible.

Según Hildebrand (2014), este es el ámbito de la ética normativa, entendida como “doctrina formal de prescripciones para la acción” (p. 134). Esta puede decir qué acciones son formalmente correctas, libres de carencias y preferibles, pero no puede prescribir qué acciones son moralmente valiosas, pues falta el ‘material’ para la acción, es decir, un estado de cosas moralmente valioso, una ‘situación’²⁶ que “posibilite una acción moral en sentido propio. Naturalmente, semejante situación no puede ser prescrita” (Hildebrand, 2014, p. 135).

Es en este sentido que cobran importancia los portadores o las condiciones materiales. Hildebrand (2014) afirma que “la primera y más importante condición material de lo moral en la acción [es] un determinado grupo material de valores de estados de cosas” (p. 136), los llamados ‘moralmente relevantes’. Sólo la respuesta que se dirige a ese tipo de valores es “decisiva para el valor específicamente moral de la acción” (Hildebrand, 2014, p. 136).

En la sección dedicada a los valores moralmente relevantes se dijo que su nota característica es su relevancia moral. Esta puede estar presente tanto en una situación concreta como en la acción misma. Es decir, la situación exige que se realice tal o cual acción y a la vez, la acción exige ser realizada. En ese caso, la persona responde no sólo a la relevancia moral de la situación, sino que, a la vez, a la de la propia acción a realizar, especialmente al nuevo estado de cosas valioso que se realiza por medio de esa acción (Hildebrand, 2020).

²⁶ La importancia y centralidad de un estado de cosas valioso moralmente relevante, la *situación* moralmente relevante, para la determinación del valor moral de una acción no debe confundirse con una ‘ética de situación, de la circunstancia o ética existencial’ (*situation ethics*). Pues esta considera que la bondad de una acción depende de las condiciones o circunstancias reales y concretas, de la *situación*, y de la consciencia individual del agente, de su capacidad de discernimiento, y su ‘respuesta sincera’ negando a su vez la necesidad de leyes morales universales. Esta tesis ética es criticada por Hildebrand, y aunque destaca su intención de combatir una ética legalista, el fariseísmo y la justicia propia, no está de acuerdo con la negación de leyes morales universales (Hildebrand, 2019).

Por lo tanto, una acción moralmente valiosa surge de una voluntad que 'dice': "Tú debes hacerte realidad y te harás real por mí" (Hildebrand, 2020b, p. 476). Es así como, la acción misma es portadora de valor moral, y debido a que nace en respuesta a la relevancia moral sólo puede ser juzgada cómo moralmente buena. Se trata, por tanto, de una acción que enriquece el mundo con valores morales.

Hildebrand señala que las condiciones formales son previas a las condiciones materiales. De este modo, existe una estrecha relación entre las vivencias de la aprehensión cognoscitiva y la respuesta voluntaria al valor al momento de considerar una acción como moralmente valiosa. Al respecto se debe afirmar que "la voluntad de que algo sea, como respuesta al valor de ese estado de cosas claramente captado y 'profundamente' sentido, es la respuesta *más propia* frente a la respuesta a un mero saber del valor" (Hildebrand, 2014, p. 137).

Esto quiere decir que para juzgar una acción como moralmente buena debe existir una respuesta al valor fundada en su aprehensión cognoscitiva, pues sólo en ella se da una relación íntima, personal con el valor moralmente relevante (Hildebrand, 2006). Un mero saber no es capaz de hacer esto, incluso puede ser fuente de una acción inmoral.

Al respecto, Hildebrand (2014) afirma que una acción formalmente moral puede llegar a ser materialmente inmoral. Es el caso de una persona, que Hildebrand llama 'salvaje' o 'primitivo ético', que mata a alguien por mandato de una autoridad. Desde el punto de vista formal, en esta acción existe una respuesta al valor, aunque absolutamente vacía, que se puede interpretar como el valor formal del mandato objetivo. Sin embargo, a esa acción y al estado de cosas realizado inhieren evidentes disvalores, de los cuales la persona no es consciente. Este tipo de acciones pueden ser juzgadas formalmente como moralmente imperfectas o negativas, pero no propiamente malas o inmorales.²⁷

Ese caso extremo debe distinguirse de una acción moralmente mala, propiamente inmoral, como es el caso de un robo con homicidio. Según Hildebrand, en una acción

²⁷ Aquí se puede discutir hasta qué punto el asesinato por mandato es o no 'propiamente' inmoral, o sea, tanto formal como materialmente. Hildebrand, para ser coherente con su análisis de la acción moral, llega a la conclusión de que esta acción, el asesinato por mandato, sigue siendo formalmente moral, ya que contiene una respuesta al valor, aunque formal y vacía, y la cataloga como 'moralmente imperfecta'. Sin embargo, materialmente se trata de una inmoralidad, pues realiza un estado de cosas moralmente negativo, es una acción que empobrece el mundo. Quizás no la juzga como propiamente inmoral o mala porque se trata del caso extremo de un 'salvaje', pero no se podría decir lo mismo, por ejemplo, de un fanático religioso que mata por un supuesto mandato divino.

moralmente mala no existe ninguna clase de respuesta al valor y se ignora conscientemente los disvalores presentes: “esa desatención del mismo modo marca la acción y la torna moralmente mala; pero entonces esa acción ya no puede albergar tampoco ninguna clase de respuesta al valor” (Hildebrand, 2014, p. 141).

Así las cosas, una acción inmoral o moralmente mala no se puede considerar simplemente lo contrario u opuesto a una acción moralmente valiosa o buena. Primero, porque es absurdo pensar en una respuesta al disvalor tal como se entiende la respuesta al valor, es una “imposibilidad en sí misma” (Hildebrand, 2014, p. 142). Y segundo, porque en toda acción moralmente mala hay “una *ausencia* de respuesta al valor” (Hildebrand, 2014, p. 142), la voluntad, más bien, se dirige a algo 'importante para mí' y hay un "despecho hacia los valores más o menos claramente conscientes" (Hildebrand, 2014, p. 142).

1.5. La contradicción moral

Habiendo analizado la morfología de toda acción y de la específicamente moral, llega el momento de analizar el problema principal de esta investigación, que ha sido denominado el ‘fenómeno de la contradicción moral’²⁸.

Retomando el caso del asesinato por mandato en el que se da una acción moral formalmente correcta pero materialmente inmoral, se observa que la persona que realiza la acción responde ya sea al valor de la obediencia, al del mandato mismo o al de la autoridad. Es decir, su acción nace de una respuesta al valor fundada en un tipo *conocimiento* que le indica que es valioso obedecer el mandato de la autoridad. Sin embargo, es evidente que la persona no *percibe* los valores moralmente relevantes que se le presentan en la situación particular, en este caso, el eminente valor de la vida humana de la víctima y, a su vez, desatiende los disvalores que inhieren en el estado de cosas nuevo que realiza, en este caso, la muerte no natural e injusta o disvalores similares.

²⁸ Cabe mencionar que la denominación ‘fenómeno’ no es para nada arbitraria. Aquí se usa el término en el sentido de ‘vivencia psíquica’, lo que implica que el análisis de la contradicción moral se mueve, primariamente, en la esfera de las vivencias intencionales (actos o fenómenos psíquicos), específicamente, en los actos cognoscitivos, para luego pasar a la esfera de la acción donde tiene sus efectos prácticos. En otras palabras, lo que sucede a nivel psíquico-espiritual tiene su correlato empírico-práctico. Evidentemente, este análisis se moverá de una esfera a otra para llegar a una mejor comprensión del fenómeno en cuestión.

El caso descrito sirve para entender el fenómeno de la contradicción moral, pues se hace evidente la contradicción que se da entre las vivencias de *conocer* y de *percibir* el valor. Para entender aquello se debe afirmar que, según Hildebrand, estas vivencias son relativamente independientes y que, como se expuso anteriormente, “la capacidad de *conocer* de un hombre es algo muy distinto de la profundidad y amplitud de su capacidad de aprehender cognoscitivamente” (Hildebrand, 2014, pp. 114-115).

Esa diferencia esencial entre ambas vivencias y su relativa independencia puede generar *discrepancias* entre ellas, como cuando por “determinados prejuicios puede existir la convicción de que ciertos modos de comportamiento son incorrectos: por ejemplo, que la compasión es sólo una debilidad” (Hildebrand, 2014, p. 115). En este caso de discrepancia, el conocimiento formal de lo que es supuestamente valioso oscurece, por así decirlo, el conocimiento fundado en la aprehensión cognoscitiva de lo verdaderamente valioso.

Junto con estas discrepancias se pueden dar *contradicciones* entre estas vivencias. Estas se producen cuando la persona “es consciente del valor de modo puramente formal (como lo que se debe ‘hacer’, como lo debido, como el deber, etc.) y ya ahí se halla una determinada relación con la propia respuesta” (Hildebrand, 2014, p. 116). En este caso, “la conciencia de que eso es valioso o recto es completamente formal y vacía, y carece de la base material de lo que es el valor (o un determinado valor)” (Hildebrand, 2014, p. 116). A partir de ese conocimiento formal de lo valioso la persona puede estar convencida de que “realmente no debe escuchar el valor sentido; así lo dictaría su deber” (Hildebrand, 2014, p. 116).

En definitiva, se trata de un fenómeno en el que “un conocimiento del valor sacado de razonamientos pretende sustituir a una posesión intuitiva del valor” (Hildebrand, 2006, p. 26). Siguiendo con el caso de una persona que actúa obedeciendo un mandato, ella sabe que algo es valioso porque lo deduce del mandato de la autoridad, y tal conocimiento se impone sobre cualquier aprehensión cognoscitiva. Evidentemente, aquí hay otras vivencias implicadas, además de diversas condiciones propias del complejo mundo de la moralidad humana, las que se analizan en la segunda parte de esta investigación.

Lo importante aquí es dejar en claro que, si la acción que se origina en una respuesta al valor moralmente relevante produce necesariamente una acción moralmente valiosa y un nuevo estado de cosas moralmente valioso, la acción no fundada en la percepción del valor

moralmente relevante, sino que, en un conocimiento formal, conceptual, deductivo de lo valioso, no puede ser considerada moralmente valiosa, peor aún, puede constituirse en una acción inmoral. Esto debe considerarse como la consecuencia directa de la contradicción moral en la esfera de la acción. El asesinato por mandato de una autoridad se trata, por tanto, de un caso práctico de contradicción moral²⁹.

2. Causas de la contradicción moral

La segunda parte de esta investigación está orientada a indagar en las posibles causas del fenómeno ya descrito, pues no se quiere caer en el argumento circular que trata de explicar el fenómeno por el fenómeno, como si este fuera *causa sui*, a saber: la contradicción moral es causada por la contradicción de ciertas vivencias. Este argumento ha de ser descartado si se quiere llegar a una *prise de conscience* filosófica, como gusta decir a Hildebrand, pues no hace otra cosa que confundir la causa del fenómeno con su definición.

2.1. Convicción ideológica y sustitutos morales

La primera causa que considerar ya apareció en el análisis de la acción moralmente buena, se trata de la *convicción*. Para Hildebrand (2020), la convicción es una respuesta teórica de naturaleza sobreactual que, como toda respuesta, presupone el conocimiento; justamente, consiste en decir ‘sí’ a ese conocimiento, afirmar, estar convencido de su existencia, de su veracidad o, mejor dicho, afirmar la existencia o veracidad del objeto al que se refiere dicho conocimiento.

La ‘convicción ideológica’ sería, entonces, el estar convencido de la verdad de un *corpus doctrinae* o un sistema de creencias dado. Es evidente que existen doctrinas con un contenido moralmente valioso, datos moralmente relevantes y que, desde el punto de la

²⁹ Un caso histórico conocido que puede considerarse un ejemplo de contradicción moral es el de Otto Adolf Eichmann, quién tras ser acusado de haber cometido crímenes contra el pueblo judío, contra la humanidad y crímenes de guerra durante el período del régimen nazi y durante la Segunda Guerra Mundial, se declaró "culpable ante Dios, no ante la Ley", pues "según el ordenamiento jurídico nazi ningún delito había cometido" y porque "estaba obligado a obedecer las órdenes que se le daban" (Arendt, 2014, p. 40). Su acción fue formalmente correcta, de acuerdo con la ley, pero materialmente inmoral.

educación moral, sirven de guía para el desarrollo moral de las personas. Pero, también existen sistemas de creencias cuyo contenido es eminentemente normativo, prescriben normas a seguir, las que constituyen mandatos y prohibiciones moralmente correctos de un punto de vista formal, pero no necesariamente moralmente valiosas (materialmente). El caso de una persona que esté convencida de la veracidad de este tipo de doctrinas es el que interesa a esta investigación.

Esto se complementa con lo que plantea Hildebrand (2020b) sobre los *sustitutos* o *pseudonormas morales*, tales como el honor, la tradición o las leyes estatales que, tal como su nombre lo indica, sustituyen los valores morales o moralmente relevantes. En este caso ocurre una separación de las dos dimensiones originarias de los valores morales, a saber, su carácter valioso y su carácter normativo³⁰. O sea, se produce una formalización o abstracción del deber, se separa de su fuente valiosa. Dicha separación produce que la persona se conforme con la “conciencia de la obligación moral formal” (Hildebrand, 2020b, p. 240) y que, como consecuencia de ello, caiga en “la ilusión de que una acción es un deber, aunque en realidad no sea en absoluto moralmente buena” (Hildebrand, 2020b, p. 240).

Hildebrand (2020b) da el ejemplo literario de Mateo Falcone³¹, que asesinó a su hijo con un tiro por haber traicionado a un criminal escondido en su casa. Falcone, a causa del honor, se sintió obligado a ‘hacer justicia’, aunque el culpable fuera su propio hijo. Evidentemente, aunque su acción fue hecha por ‘deber’ es absolutamente inmoral. El honor, en este caso, actuó como sustituto de la verdadera moralidad. Por lo tanto, “el convencimiento

³⁰ Ver nota 14. Además, vale decir que el problema de los datos con relevancia moral, diferentes a los valores moralmente relevantes, tales como las leyes civiles o los mandatos religiosos, es que son susceptibles de convertirse en sustitutos morales. Esto se debe a que son en sí mismos fuentes de un deber dado de antemano (pre-escrito, pre-dado), que fácilmente puede ser separado de su fuente valiosa o incluso, puede tratarse de leyes o mandamientos materialmente inmorales. Ejemplo de ello son las leyes de la esclavitud o cualquiera que obligue a realizar una discriminación arbitraria. El problema de las leyes, independientemente de su naturaleza, es que son en sí mismas fuentes de obligación o deber, debido a que tienen su origen en una autoridad, de la que deriva su relevancia moral: “La relevancia moral del mandamiento positivo está como alojado en la dignidad de la autoridad” (Hildebrand, 2020b, p. 169). Aquí se hace necesario diferenciar, como bien lo hace Hildebrand, entre deber u obligación legal y moral o entre mandamiento moral y mandamiento positivo, este último “solo se vuelve moralmente relevante por ser mandado” por una autoridad auténtica o verdadera.

³¹ En la novela corta o cuento con el mismo nombre, escrita por el francés Prosper Mérimée en 1829.

subjetivo de que algo es nuestro deber no es un criterio último. No tiene la última palabra a la pregunta: ¿es la acción moralmente buena o no?” (Hildebrand, 2020b, p. 248).³²

De lo anterior se deduce que una persona convencida de la veracidad de un sistema de doctrinas o normas (sustitutos o pseudonormas morales) y del deber (formal) de obedecerlas, con frecuencia va a considerar el *conocimiento* que presupone dicha convicción (un conocimiento formal, conceptual, dado de antemano) por sobre el conocimiento fundado en el *sentimiento* o la *percepción* de lo moralmente relevante. En consecuencia, se produce una contradicción entre estas vivencias. Así las cosas, la convicción ideológica y la sumisión a sustitutos morales constituyen la primera causa de contradicción moral.

Ahora corresponde ver el caso contrario, alguien que no está sometido a un sustituto moral o que no está convencido de la veracidad absoluta de una ideología. Al respecto, Hildebrand toma el ejemplo literario de Huckleberry³³, quien en vez de cumplir la ley, que mandaba a denunciar a todos los esclavos prófugos, no denunció a Jim, un esclavo afrodescendiente prófugo. “Algunos dirán: ‘él actuó inmoralmemente, porque no hizo lo que le parecía su deber’. Pero nosotros decimos: ‘¡no; su conducta fue moralmente correcta!, tenía un valor moral’” (Hildebrand, 2020b, pp. 250-251).

Pero ¿qué hace que una persona se someta ciegamente a un sustituto moral? ¿Por qué Falcone no pudo percibir el valor de la vida de su propio hijo? ¿Por qué Huck fue capaz de resistirse a cumplir una ley cruel e injusta? En el fondo, ¿cuál es la *causa causarum* de la contradicción moral? De esto trata la siguiente sección.

2.2. La obediencia absoluta al deber formal

La investigación anterior se puede resumir como: la causa de la contradicción moral es la formalización del deber que tiene lugar en la convicción ideológica y el sometimiento

³² Un caso similar, pero histórico, es el de Eichmann (ver nota 23), quien llegó a decir que “habría enviado a la muerte a su propio padre, caso de que se lo hubieran ordenado” (Arendt, 2014, p. 69). Eichmann estaba convencido de la obligatoriedad de las leyes y las órdenes de su Führer. Algo interesante es que Arendt describe a Eichmann como un tipo 'idealista', una denominación muy apropiada para quien está convencido de la veracidad de un sustituto o pseudonorma moral (ideas, doctrinas, leyes, tradiciones). Se podría decir que Falcone también es un 'idealista'.

³³ En la novela *Las aventuras de Huckleberry Finn* escrita por el estadounidense Mark Twain en 1884.

a sustitutos morales. Ahora surge la pregunta, ¿por qué una persona está convencida y se somete a una pseudonorma? O sea, ¿cuál es la causa última de la contradicción moral?

Para llegar a conocer la *causa causarum* de la contradicción moral se debe ir al fundamento de la moralidad humana, el *ser moral* de la persona. Por lo tanto, hay que preguntarse, ¿qué caracteriza al ser moral de la persona que se somete a sustitutos morales para que se produzca el fenómeno de la contradicción moral? ¿Qué actitudes morales subyacen a este fenómeno?

2.2.1. Posiciones morales fundamentales, generales y particulares

A lo largo de esta investigación se han estudiado las diversas vivencias o actos personales separados de la persona misma. Sin embargo, el estudio de la teoría de Hildebrand sobre las diferentes actitudes morales permitirá hacer esta necesaria vinculación entre la vivencia y la persona en la que tiene lugar. Se puede afirmar, de entrada, que dichas vivencias dependen del nivel o de la estatura moral de la persona.

Para comenzar, hay que aclarar que los términos ‘posición’ y ‘actitud’ son usados, en principio, indistintamente por Hildebrand (2006) cuando se refieren en general a “la posición *última* de una persona respecto de Dios y del mundo, es decir, del mundo de lo moral” (p. 117). Esta actitud o posición moral fundamental “representa la base *constitutiva* de la vida moral de la persona” (Hildebrand, 2006, p. 137), pues se trata de la posición última de una persona frente al valor moral fundamental, lo ‘bueno’ en general. Esta actitud tiene un carácter *sobreactual y fundamental*, es decir, trasciende la esfera de las vivencias actuales y se encuentran en el estrato más profundo de la estructura de la persona (Hildebrand, 2020).

A su vez, esta actitud moral fundamental define (pero no determina) la peculiaridad de las posiciones o actitudes morales tanto generales como particulares, es decir, las diversas actitudes y respuestas ante un tipo o una familia de valores y ante valores particulares, respectivamente.³⁴ Hildebrand (2006) señala, por lo menos, tres actitudes o posiciones

³⁴ Las *actitudes generales* también tienen un carácter sobreactual, pero no fundamental. Ellas más bien definen la posición y respuesta de la persona a un tipo general de valores, por ejemplo, a los valores estéticos. Eso implica que aquella persona pueda tener una peculiar sensibilidad al arte en general, pero a la vez puede ser indiferente a los valores morales. En el caso de las *actitudes particulares*, una persona puede ser sensible al valor de la justicia, pero indiferente al de la pureza, o abierta al valor estético de la música, pero insensible al de otras formas de arte (Hildebrand, 2020).

morales fundamentales o, también llamadas por él, ‘centros morales’: la actitud *concupiscible*, la *orgullosa* y la *amante de valores*.

Tanto la posición concupiscible como la orgullosa se caracterizan por la indiferencia y hostilidad ante lo moral y ante Dios. Para Hildebrand (2006), estas actitudes fundamentales constituyen la “doble raíz de lo inmoral” (p. 192), es decir, todo lo inmoral o “moralmente negativo procede de uno de estos dos centros” (Hildebrand, 2006, p. 193); en la persona ‘mala’ o ‘egoísta’ “su posición fundamental [...] constituye una orgánica unión del orgullo con la concupiscencia” (Hildebrand, 2006, p. 194). Esto indica que a menudo ambas actitudes aparecen juntas. De hecho, para que el centro concupiscente alcance su pleno dominio “requiere un cierto *apoyo* por parte del orgullo. No es el caso a la inversa. El orgullo puede lograr el dominio solo, aunque [...] *in concreto* se presente la mayoría de las veces unido a la concupiscencia” (Hildebrand, 2006, p. 194).

En el caso particular de la posición fundamental de orgullo, el ‘yo orgulloso’, de ella nacen actitudes generales y particulares moralmente negativas, tales como “la envidia, el auténtico odio, el gozo del mal ajeno, la presunción, la incapacidad de recibir, el resentimiento y la ambición de poder” (Hildebrand, 2006, p. 192). Por su parte, del ‘yo concupiscente’ surgen actitudes como “los deseos impuros, la avaricia, los celos y todas las ‘pasiones’ en el sentido negativo” (Hildebrand, 2006, p. 192). Con esto, se busca señalar cómo Hildebrand reúne ciertas actitudes generales y particulares según su peculiaridad cualitativa que, a su vez, se remiten a su raíz o fuente común, sea el centro orgulloso o el concupiscente.

Si se quiere saber cómo es una persona orgullosa y una concupiscente, Hildebrand señala que ambas son totalmente egocéntricas, pero se diferencian en el contenido objetivo al que se dirige su posición fundamental respectiva. La persona concupiscente “se hunde en lo subjetivamente satisfactorio y se abandona en ello” (Hildebrand, 2020, p. 509); por su parte, la persona orgullosa “se caracteriza por una mirada reflexiva sobre sí mismo” (Hildebrand, 2020, p. 509). En otras palabras, “mientras la persona concupiscente busca exclusivamente el gozar de distintos placeres y contempla el mundo bajo la categoría de lo agradable, el hombre orgulloso se concentra en su autoglorificación, en la consciencia de su propia importancia y superioridad” (Hildebrand, 2020, p. 509).

A estos dos ‘centros negativos’ se les opone un ‘centro positivo’, el centro ‘amante de valores’, también llamado por Hildebrand (2006), el ‘yo que busca valores’, que ‘ama y busca valores’ o que ‘responde a valores’. Esta actitud moral fundamental es “la raíz unitaria de toda moralidad” (Hildebrand, 2006, p. 187). De ella surgen todos los actos moralmente positivos y todas las virtudes:

Amor puro, perdón, humildad, espíritu de sacrificio, pureza, reverencia, conciencia delicada, captación del valor clara y distinta, comprensión de valor profunda y muchas otras cosas; en una palabra, búsqueda de valores y vista para el valor y todas las virtudes proceden de *un* centro: el yo humilde, amante del valor y buscador del valor. (Hildebrand, 2006, p. 189)

Por lo tanto, la persona dominada por la actitud que ama y busca valores será capaz de captar y responder adecuadamente a los valores moralmente relevantes. Aquí encuentran su sentido todas aquellas vivencias intencionales tratadas anteriormente: tanto la percepción o aprehensión cognoscitiva del valor como la respuesta al valor dependen de esta actitud moral fundamental. Con esto se pone de manifiesto que la posición moral fundamental dominante no solo define y ‘colorea’ la esfera de las actitudes morales, sino que, también, influye poderosamente en las facultades y los actos personales.

Lo interesante en la teoría de Hildebrand es que estos tres *centros* coexisten, aunque de manera *incompatible*, en el ser de la persona y alcanzan mayor o menor dominio en ella. Entre ellos “existe una plena exclusividad cualitativa. Se contradicen entre sí y se excluyen mutuamente” (Hildebrand, 2006, p. 196), de manera que, por ejemplo, “solo pueda dominar realmente el centro moralmente positivo y que, con el *incremento de su dominio*, se halla necesariamente unido el *decremento del dominio de los otros*” (Hildebrand, 2006, p. 196).

Esto indica que el dominio de los centros negativos sobre el positivo o viceversa no es absoluto (aunque este puede darse en el caso positivo del ‘tipo consciente’ o el negativo del ‘orgullo satánico’), es decir, una persona puede, por ejemplo, estar entregada a la concupiscencia, pero eso no quiere decir que será para siempre una persona inmoral. Incluso, puede darse el caso de que en la esfera actual aquella persona sea capaz de realizar una acción moralmente buena. Lo importante aquí es señalar que:

En su posibilidad, existen siempre los tres centros en la persona humana, pero pueden en cada caso presentar todos los grados de dominio, desde el absoluto dominio exclusivo hasta la mera posibilidad. De su respectivo grado de dominio depende el tipo moral del hombre que se trate. (Hildebrand, 2006, p. 198)

La presencia de estos centros morales, tanto el positivo como los negativos, se da según Hildebrand (2006) en el hombre ‘caído’, para el que “lo negativo es *más natural* y lo positivo le es ‘más difícil’” (p. 198). Esto implica que para Hildebrand es natural a toda persona tener una posición fundamental de orgullo y concupiscencia, mientras que la actitud moral positiva se va conquistando, por así decirlo; no es natural, pero le es *más propia*, o sea, es aquello que debería ser o a lo que toda persona debe aspirar.

Pero ¿cómo se puede alcanzar el dominio de la actitud moral positiva, que ama y busca valores? Aquí entra otro concepto importante en la teoría moral de Hildebrand, a saber, la *intención moral fundamental*.

2.2.2. Intención moral fundamental o buena voluntad

De la actitud o posición fundamental se debe distinguir la intención, disposición u orientación “explícita, consciente y duradera hacia lo bueno” (Hildebrand, 2006, p. 139) o al mundo de los valores, es decir, la intención moral fundamental, también llamada por Hildebrand ‘buena voluntad’. Esta es definida como la “libre postura originaria con respecto al mundo de lo moralmente bueno [...], una autoposición última del libre centro personal” (Hildebrand, 2020b, pp. 79-80). La importancia capital de la intención moral radica en que ella “determina el estatus moral de la persona” (Hildebrand, 2020b, p. 11). En otras palabras, “ella decide si un hombre es, en el fondo y globalmente, moralmente malo o bueno” (Hildebrand, 2020b, p. 12).

Esta intención moral fundamental o buena voluntad posee una capacidad sancionatoria, es decir, hace posible que la persona se conforme o esté de acuerdo y, consecuentemente, se entregue y someta a la exigencia objetiva del mundo de los valores. La sanción de la buena voluntad es, por tanto, una “colaboración por parte subjetiva con la exigencia objetiva que viene de los valores” (Hildebrand, 2006, p. 143). En otras palabras, la

intención moral hace posible que se hagan realidad los ideales de relaciones axiológicas antes vistas, en especial aquella ley que señala que para cada valor existe una respuesta adecuada.

Ya que para Hildebrand los centros morales negativos y el positivo coexisten en todas las personas, y dado que la posición fundamental de orgullo y concupiscencia le es ‘natural’, la intención moral fundamental, gracias a su capacidad sancionatoria, tiene la potencia de desautorizar y reformar la posición fundamental fáctica ‘inconsciente’ (Hildebrand, 2006), correspondiente a la conjunción de ambos centros negativos, con el objetivo de que el yo que ama y busca valores alcance un mayor dominio.³⁵

Con la presencia de esta intención moral y con el consecuente predominio del yo buscador de valores comienza lo que Hildebrand (2006) llama el “viraje moral de la persona” (p. 146), en el que se alcanza un “nuevo grado de entendimiento del mundo de los valores: se comprende su *exigencia* [y] empieza a producirse un contacto más auténtico con ellos” (Hildebrand, 2006, p. 146).

De esta manera, la presencia de la intención moral implica una transformación de la posición fundamental ‘natural’ y, por tanto, un progreso en la relación de la persona con los valores morales, que necesariamente implica un desarrollo en su estatura moral.

Al considerar el efecto transformador de la intención moral fundamental se debe realizar otra distinción. Si bien se dijo que en principio ‘actitud’ y ‘posición’ son sinónimos, en este punto se debe distinguir entre la posición moral fundamental y la actitud moral fundamental. Donde la primera se refiere a esa posición fundamental fáctica ‘natural’ de orgullo y concupiscencia, es decir, a los centros morales negativos.

En cambio, la segunda se refiere a la actitud resultante de la acción de la intención moral fundamental, aquella “nacida de la sanción cuya alma es la intención, en la que la persona [...] con todo su ser se ha identificado con la intención moral” (Hildebrand, 2006, p.

³⁵ Hildebrand (2006) define la posición moral fundamental como ‘inconsciente’ y a la intención moral fundamental como ‘consciente’. Esto se debe a que a pesar de que ambas son actitudes sobreactuales, es decir, que trascienden la esfera las vivencias actuales, “la posición fundamental está ahí sin que tenga que ser adoptada cada vez actualmente por la persona” (p. 155), mientras que la intención fundamental “tiene siempre que ser tenida cada vez actualmente”, o sea, debe ser actualizada *hic et nunc* por la persona, de forma consciente y explícita. Se trata, por así decirlo, de un consciente y actual ‘sí’ al valor moral fundamental, lo bueno, y a los diversos valores morales particulares. Además, cabe señalar que existe una relación de mutua dependencia entre ambas actitudes y que se influyen mutuamente. Aquí se pone especial atención en la influencia de la intención fundamental sobre la posición fundamental o los centros morales.

153). Naturalmente, la actitud moral fundamental solo puede darse “en su lado positivo como respondiente al valor” (Hildebrand, 2006, p. 153). En otras palabras, en la actitud moral fundamental se ha llevado a cabo el triunfo de la buena voluntad por sobre los centros morales negativos.³⁶

Ahora bien, para comprender cómo esta intención moral fundamental determina el nivel moral de una persona y, por tanto, cómo se relaciona con los centros morales, se debe profundizar en dos aspectos de la teoría de Hildebrand, estos son, las *modalidades* y los *grados de dominio* de la intención moral fundamental.

La intención fundamental se puede presentar en tres modalidades de las que depende el grado de transformación del ser moral de la persona. En primer lugar, se puede presentar en forma *finita y limitada*. En esta modalidad, la persona “tiene una buena voluntad y afirma lo ‘bueno’, pero solo hasta cierto grado” (Hildebrand, 2006, p. 159), se entrega y somete a la exigencia de los valores morales dentro de ciertos límites, o sea, siempre que no deba renunciar radicalmente al orgullo y a la concupiscencia.

En segundo lugar, puede presentarse como una buena voluntad *ilimitada*. En esta modalidad, la persona puede superar los límites derivados de su posición fundamental e ir más allá de lo que dentro de ella se considera ‘bueno’, aunque no sepa de qué se trata aquello que está ‘más allá’, o sea, el valor moral fundamental. Se trata, pues, de una “ilimitación formal y potencial que proporciona una base a la auténtica autoridad y que puede transformarla en material y actual” (Hildebrand, 2006, p. 162). En ella, por tanto, se da una buena voluntad dependiente de la autoridad, es decir, requiere de ella para arraigarse en la persona.

Por último, en su tercera modalidad, la intención fundamental puede ser actualmente realizada de manera ilimitada. Se trata, entonces, de una buena voluntad *material y actualmente ilimitada*. En ella, “la persona [...] puede poseer expresamente la disposición de ir en su buena voluntad más allá de una concepción dada del mundo de lo moralmente bueno”

³⁶ Para Hildebrand, la actitud moral fundamental alcanza su plena realización en el santo, en el que todas las tomas de posición tanto generales como particulares nacen del centro sancionador, o sea, de su buena voluntad. Hildebrand (2006) da el ejemplo de san Francisco de Asís, quien, a pesar de sentir repugnancia por un leproso, quien para él era “el prototipo de todo lo asqueroso” (p. 165), se echó sobre aquel con abrazos y besos. Hildebrand interpreta esto como la victoria de la intención moral fundamental sobre el ‘último resto’ de su posición concupiscente. Se trata de un ‘desprenderse’ de lo que queda de su posición fundamental y ‘colocarse’ en otro lugar, en el de la actitud moral fundamental gracias a la realización de la intención fundamental.

(Hildebrand, 2006, p. 162) y es capaz de desautorizar la posición fundamental ‘natural’, aunque no al punto de su total anulación, pues todavía no es totalmente consciente de “la extensión de su limitación fáctica” (Hildebrand, 2006, p. 164).

En relación con los grados de dominio que la intención moral fundamental tiene en la persona, existen tres grados. En el primer e inferior grado “la intención moral existe en la persona, pero sin haber alcanzado todavía el dominio sobre la esfera del obrar, y mucho menos, pues, sobre el ser de la persona” (Hildebrand, 2006, p. 176). Se trata de una buena voluntad bastante débil, por así decirlo, como para “decidir en su obrar consciente frente a los impulsos orgullosos y concupiscentes que proceden de la posición fundamental” (Hildebrand, 2006, p. 176), al punto de que la persona actúa sin la intención fundamental o contra ella.

En el segundo grado, la intención moral “todavía no ha transformado cualitativa y formalmente la posición fundamental en actitud fundamental, pero tiene poder sobre la esfera de las acciones” (Hildebrand, 2006, p. 176). La persona actúa “conscientemente de acuerdo con su intención moral, pero le faltan todas las respuestas al valor nacidas de la sanción, tales como el amor, el entusiasmo, el gozo, el pleno arrepentimiento, la compasión, etc.” (Hildebrand, 2006, p. 176). Se trata, pues, de una buena voluntad sin la fuerza suficiente para realizar la actitud moral fundamental o para que el yo que ama, busca y responde a valores domine sobre los centros negativos.

Finalmente, en el tercer y más alto grado de dominio de la intención fundamental se alcanza el “auténtico objetivo moral” (Hildebrand, 2006, p. 177), este consiste en: “la transformación cualitativa del ser y en la conversión formal de la posición fundamental en la actitud fundamental nacida de la intención” (Hildebrand, 2006, p. 177). En otras palabras, aquí la buena voluntad es capaz de hacer que el centro moral positivo (yo amante de valores) se imponga y domine sobre los centros negativos (yo egoísta). Por lo tanto, aquí la persona “vive plenamente en la actitud fundamental nacida de la sanción cuya alma es la intención moral (y, lo que necesariamente va de su mano, el yo humilde, reverente y amante ha conseguido el absoluto dominio)” (Hildebrand, 2006, p. 177).

Habiendo estudiado los diversos centros, posiciones y actitudes morales, junto con la intención moral fundamental, que configuran toda la estructura vivencial de la persona en su esfera actual y sobreactual, se está en condiciones de entender lo que aquí se ha considerado

la *causa causarum* de la contradicción moral, a saber, la posición particular de obediencia al deber formal.

Vale decir, tal como señala Hildebrand (2020b), que la obediencia a la auténtica y verdadera autoridad y, más aún, al valor moral fundamental y a los valores morales particulares, tiene un valor moral en sí misma y que, sin lugar a duda, ella surge del centro moral positivo que por obra de la intención moral fundamental ha alcanzado el dominio por sobre los centros morales negativos. Es decir, es propio de una persona dominada por su centro moral positivo obedecer cotidianamente a la auténtica autoridad y a los valores morales que se le presentan. Es sensible a ellos, porque los ama y busca.

Ahora bien, es necesario entender la obediencia no solo como dirigida a una autoridad auténtica. En esto hay que ir más allá de la teoría del Hildebrand (2020b), ya que él entiende la 'autoridad auténtica' como aquella que "representa parcialmente a Dios" (p. 171), quien es la fuente originaria de toda autoridad; tales como, la autoridad del padre, de la Iglesia o del Estado. Aquí, sin embargo, se plantea que la obediencia se dirige a una autoridad, cualquiera sea su naturaleza, ya que en este punto la teoría de Hildebrand no es puramente filosófica, sino que está mezclada con elementos teológicos y religiosos, que en este caso entorpecen la comprensión de la obediencia. Porque, desde el punto de vista filosófico, ¿Qué hace a una autoridad auténtica o no auténtica?

Por lo tanto, lo relevante no debería ser si una autoridad es auténtica o no, o sea, si representa a Dios o no (¿cómo saberlo si no por medio de la Revelación?), sino que si esa autoridad es moralmente buena o inmoral. No obstante, lo que importa aquí es la relevancia moral de toda autoridad por el hecho de ser tal, porque la obediencia es "la respuesta a la autoridad, no al contenido de lo mandado" (Hildebrand, 2020b, p. 167) y porque, según Hildebrand (2020b), "estamos moralmente obligados a seguir el mandato de la autoridad" (p. 458); "autoridad y obediencia no pueden separarse" (Hildebrand, 2020, p. 515, nota 3). Tal como se verá a continuación, el deber u obligación formal es propia del vínculo autoridad-obediencia.

Evidentemente, el problema aquí no es la obediencia misma, entendida como un acto libre de entrega y sumisión a la auténtica autoridad personal o comunitaria, sea real o jurídica (Hildebrand, 2020b), tampoco lo son los mandatos positivos que esta dictamina. El problema es el deber u obligación que emana de la autoridad, sea civil o religiosa, y cuando este deber

es elevado al estatus de valor fundamental, como si el deber de obedecer sea el más alto valor moral realizable.

Aquí resulta muy útil la distinción que Hildebrand hace entre obligación moral formal y material. En primer lugar, estas se distinguen por la *facilidad* con que se captan. Por un lado, la obligación formal es “‘más fácil’ de captar” (Hildebrand, 2020b, p. 511), esto se debe a que “tanto en la promesa como en la orden y el mandato positivo de una auténtica autoridad, el acto respectivo constituye la obligación” (Hildebrand, 2020b, p. 512), es decir, “el mandar se refiere a la obediencia [...] El acto crea el vínculo y la obligación, por eso la obligación formal que resulta del acto es tan transparente y fácil de ver” (Hildebrand, 2020b, p. 512). En otras palabras, debido a que la respuesta exigida por la autoridad es la obediencia, es más fácil captar el deber o la obligación formal que surge dentro de ese vínculo ‘natural’.

Por otro lado, la obligación material es “más profunda” (Hildebrand, 2020b, p. 512), es decir, “su captación requiere [...] un profundizar distinto que en la obligación puramente formal del mandar” (Hildebrand, 2020b, p. 513). Esto se debe a que “en la obligación material que procede de un valor moral o de otra clase de relevancia moral, la obligación no se crea personalmente en el acto” (Hildebrand, 2020b, p. 513), o sea, no es fácil de captar *prima facie*, no resulta tan obvia.

La importancia de esta distinción radica en que “la obligación moral material posee, frente a la formal en general, una mayor nobleza moral” (Hildebrand, 2020, p. 517). Esto queda en evidencia cuando se analiza la relación de la persona con ambos tipos de deber u obligación moral. Para Hildebrand (2020b) “las personas que solo se toman en serio las obligaciones formales son burócratas, farisaicas y se atienen más a la letra que al espíritu” (p. 517). Ellas solo reconocen como obligatorio “aquello a lo que ellos mismos se han obligado, lo que han asumido libremente, lo que se les ha mandado o de algún modo confiado” (Hildebrand, 2020b, p. 519).

Así las cosas, lo que aquí se señala como causa última de la contradicción moral es la obediencia al deber que ha sido separado (formalizado o abstraído) de su fuente valiosa, una autoridad, y elevado al estatus de valor moral fundamental. En otras palabras, se produce lo que Hildebrand (2020b) llama “la absolutización del deber formal” (p. 253) o de la obligación moral formal. Y este tipo de obediencia sólo podría darse en una persona cuya

intención moral fundamental se encuentra en su modalidad formalmente ilimitada, dependiente de autoridad y en su segundo grado de dominio.

Dicho de otra manera, se trata de una persona cuya buena voluntad no tiene la fuerza para elevarse por sobre la concepción pre-dada o pre-escrita de lo valioso. Ella depende de lo que una autoridad señale o prescriba como valioso. Y debido a la debilidad de su intención moral no puede hacer más que obedecer a esa autoridad, se siente constantemente obligado a obedecerla.³⁷ De esta manera, aquella persona considera el valor más elevado la obediencia al deber y, por tanto, a una autoridad. No se cuestiona si la autoridad es buena o mala, o si lo que manda es moralmente valioso o disvalioso.

Ocurre, entonces, que la persona dependiente de una autoridad y obediente a ella toma como valioso aquello que esta le indica y se *conforma* con ese conocimiento del valor, del cual deduce todo *su* mundo de supuestos valores. Es tal su obediencia al deber que emana de su autoridad (la obligación moral formal) que lo pone por sobre lo moralmente relevante y por encima de la obligación moral material que surge de ello; cree que *ya sabe* lo que es valioso y no atiende a los valores percibidos que se le manifiestan. Se ha producido, entonces, el fenómeno de la contradicción moral.

Al mismo tiempo, en el plano práctico o empírico, la persona obediente realiza acciones morales formalmente correctas o legalmente correctas, porque su acción nace de una respuesta al valor de la autoridad. Sin embargo, como se estudió anteriormente, eso no dice nada del valor moral o de la bondad de sus acciones. Porque puede suceder, tal como sucedió con el citado caso de Eichmann, que la autoridad sea moralmente mala y sus mandatos inmorales. En ese caso lo correcto formalmente hablando puede ser obedecer la ley, sin embargo, las acciones que surgen de ella son materialmente inmorales.

³⁷ Esta impotencia presente en este tipo de personas no se debe entender como irremediable ni menos como involuntaria. Sería una contradicción de términos señalar que alguien tiene buena voluntad y, al mismo tiempo, que su obediencia no es libre, como si no tuviera más opción que obedecer. Se debe afirmar que la persona es totalmente responsable de su nivel o estatura moral, todo avance o retroceso en su desarrollo moral es su absoluta responsabilidad. Aquí aparecen nuevos problemas morales, como lo es la influencia de las decisiones diarias en la modalidad y el grado de dominio de la intención fundamental. Es evidente que una persona que, por ejemplo, está habituada a satisfacer a toda costa sus placeres o su centro concupiscible, difícilmente podrá ir más allá de lo que él considera como 'bueno', es decir, con mucha dificultad podrá progresar moralmente, y no cabe duda de que es totalmente responsable de su estado moral actual: "Con nuestra voluntad podemos apartar cada vez más los obstáculos en nosotros, preparando así el terreno para que surjan las respuestas moralmente buenas y desaparezcan las malas" (Hildebrand, 2020b, p. 363).

Por eso, aquí lo moralmente bueno sería la *desobediencia*, como en el citado caso de Huck u otros en los que se desobedece una ley estatal. Por ejemplo, en el caso de "la falsificación de un pasaporte para salvar la vida de un perseguido injustamente, especialmente cuando el Estado ha dejado de ser un Estado de derecho" (Hildebrand, 2020, p. 317), tal como sucede en los Estados totalitarios.

3. La persona consciente y la orgullosa

Los análisis anteriores pueden ser mejor comprendidos si se compara dos tipos de personas, una que depende de una autoridad y otra que no depende de ella, o una cuya buena voluntad no va más allá de una concepción dada del mundo moral y otra que está totalmente abierta al mundo moral tal como se presenta. El primer tipo de persona es más susceptible de contradicción moral que el segundo tipo. Estos pueden tipificarse como el tipo orgulloso y el tipo consciente, respectivamente. Su estudio permitirá integrar todo lo investigado hasta aquí.

En cuanto a la persona orgullosa, interesa a esta investigación un tipo particular de orgullo, que Hildebrand (2019, 2020) llama el orgullo 'farisaico' o simplemente, 'fariseísmo'. El fariseo es un tipo de persona que busca la satisfacción de su orgullo "adornándose de perfección moral" (Hildebrand, 2019, p. 11), es decir, usa los valores morales y religiosos y reconoce la bondad de sus propios actos sólo para glorificarse a sí mismo (Hildebrand, 2020). De esta manera, "la posesión de valores morales, como él los entiende, es un mero medio para la satisfacción de su orgullo" (Hildebrand, 2019, p. 12).

En este tipo de personas existe una hipocresía existencial o constitutiva, que no se trata de la típica discrepancia entre la apariencia y la realidad, "sino más bien entre la verdadera moralidad y una moralidad formalista y desustancializada. Este tipo de hipocresía implica una falsificación de la moralidad como tal" (Hildebrand, 2019, p. 12). Esta hipocresía propia del fariseo implica que él es "incapaz de dar una respuesta al valor verdadera" (Hildebrand, 2019, p. 12). Él está orientado a responder solo frente aquello que él considera como valioso, especialmente, los valores morales y religiosos, pero en su aspecto meramente formal, pues él "odia la verdadera moralidad y la sustituye por una moralidad meramente legalista y ritualista" (Hildebrand, 2019, p. 11).

Lo anterior implica que el fariseo es muy obediente al deber o a la obligación moral formal, pero muy ciego al deber material:

El fariseo reconocerá como obligatorio tanto aquello a lo que él se obliga formalmente de modo expreso y voluntario, como lo que le manda una autoridad legítima. Su orgullo -que se recrea en su conducta correcta- le permite cumplir puntualmente las obligaciones formales, pero no las obligaciones morales materiales, porque estas no le brindan la misma satisfacción. (Hildebrand, 2020b, p. 517)

Es decir, el fariseo tiende a someterse continuamente a una autoridad y los mandatos morales y religiosos que emanan de ella, siempre y cuando esté dentro de sus capacidades de cumplimiento, para luego poder glorificarse en su supuesta perfección moral. Evidentemente, esta ‘perfección moral’ es aparente y formal, ya que se basa simplemente en el cumplimiento de lo que una autoridad externa le manda y es un mero medio para la satisfacción de su orgullo, no nace de una relación personal íntima con el valor.

Por lo tanto, el fariseo es el tipo de persona dominada por su orgullo, cuya buena voluntad es formalmente ilimitada, o sea, depende de una autoridad externa para ser actualizada, pero se somete a ella convenientemente pues la usa para glorificarse a sí mismo. Por esta razón es muy obediente al deber formal que emana de esa autoridad y de sus mandatos positivos. Él está convencido de que lo que esos mandatos señalan es lo valioso por excelencia y que la obediencia a ellos es lo más elevado.

En consecuencia, el fariseo es indiferente a los valores moralmente relevantes y al deber material que emana de ellos, es decir, no toma en cuenta los valores que percibe, pues se conforma con lo que ya sabe. Es el tipo de persona que continuamente experimenta el fenómeno de la contradicción moral, es decir, constantemente se da una contradicción entre lo que él conoce como valioso y lo que percibe como valioso cotidianamente. Por eso realiza acciones formalmente correctas, o sea, legales, pero que a menudo no son moralmente buenas, pues las realiza solamente para satisfacer su orgullo.³⁸

³⁸ Son notables los relatos de los Evangelios en los que los fariseos se indignan porque Cristo y sus discípulos transgreden el día de reposo para hacer buenas acciones. Más notable aún son las palabras de Cristo, que se resumen en la declaración: “el día de reposo fue hecho para el hombre y no el hombre para el día de reposo” (Mr 2, 23-28; Mt 12, 1-14; Lc 6, 1-11). El fariseo no llega

En el lado opuesto se encuentra la persona consciente. Hildebrand (2020) señala tres tipos de personas con conciencia moral, siendo el más elevado para él el santo. Sin embargo, aquí simplemente se tratará a la persona consciente en general. La persona con conciencia moral se puede caracterizar como dominada por su centro moral positivo, cuya buena voluntad ha alcanzado su modalidad materialmente ilimitada y su más alto grado de dominio. Por lo tanto, es capaz de ir más allá de lo que una autoridad externa le indica como valioso, ya que percibe los valores moralmente relevantes por su propia cuenta y de manera plena.³⁹

Es una persona que ama y busca los valores, que está atento a su manifestación cotidiana y entra en una íntima relación personal y duradera con ellos. Por eso, todo su conocimiento de los valores se fundamenta en la aprehensión cognoscitiva de ellos y sus acciones son moralmente buenas porque nacen de una respuesta al valor voluntaria y plenamente consciente. La persona consciente obedece no sólo al deber formal sino también al material, es decir, al deber que nace de los valores moralmente relevantes, aun cuando esto contradiga un mandato positivo.

En el fondo, la persona moralmente consciente responde adecuadamente a los valores que se le presentan, es decir, cumple con el ideal de las leyes axiológicas. Especialmente aquella que señala que “la respuesta a algo moralmente relevante está por encima de la obediencia a un mandato positivo” (Hildebrand, 2020b, p. 313). Dicho de otra manera, el mandamiento moral tiene primacía sobre el mandamiento positivo, aun cuando este último se origine en una autoridad auténtica, como la Iglesia, los padres o el Estado.

Esto último también se aplica a la esfera del derecho, tanto natural como positivo. Por ejemplo, es un derecho de los padres educar a sus hijos, pero “cuando los padres maltratan a su hijo infligiéndole una injusticia manifiesta o incluso poniéndole moralmente en peligro [...] la exigencia del bien moralmente relevante vence sobre el derecho de los padres” (Hildebrand, 2020b, p. 318). Por lo tanto, se hace obligatorio intervenir al punto de que a los

necesariamente a realizar acciones inmorales, pero continuamente es un obstáculo para la realización de acciones moralmente valiosas.

³⁹ Por supuesto que la persona moralmente consciente también se somete a la autoridad, pero es capaz de desobedecer si sus mandatos son materialmente inmorales o si son un obstáculo para realizar un valor más elevado, como en el citado caso de Huckleberry o el de Cristo, respectivamente.

padres se les puede retirar el derecho de educar a su hijo y se le asigne a este un tutor. Esto confirma que lo moralmente relevante tiene primacía sobre el derecho.⁴⁰

Conclusiones

El estudio del fenómeno de la contradicción moral condujo esta investigación a los fundamentos mismos del ser moral de la persona. Si bien se ha demostrado cómo la obediencia al deber o a la obligación meramente formal es la causa principal o el fundamento de la contradicción moral, ha quedado en evidencia, sobre todo con el análisis del fariseísmo, que también dicha obediencia tiene una causa, a saber, el dominio del centro moral orgulloso. Esto implica, entre otras cosas, la necesidad de profundizar no solo en la influencia de la intención moral fundamental sobre la posición moral fundamental, tal como se ha realizado aquí, sino que, en la influencia de ésta sobre aquella.

No obstante, esta investigación ha conseguido definir y describir el fenómeno de la contradicción moral mediante el análisis de la estructura vivencial de la persona y ha logrado exponer sus causas. Aportando así una explicación filosófica del dato moral de la contradicción observada en acciones que son legalmente correctas pero inmorales. En este sentido, ha quedado de manifiesto el íntimo vínculo que existe entre el plano de las vivencias o fenómenos psíquicos y el plano práctico de las acciones.

Con relación al ámbito de las vivencias intencionales, ha quedado demostrada su importancia para la ética. Esto implica que cuando se trata de filosofía moral no solo importan las acciones y los fines a los que apuntan estas, o sea, el clásico estudio centrado en el *finis operis*, sino que, se debe poner atención también en el *finis operantis*, es decir, en aquello que motiva al agente. No solo en términos del fin como *telos*, sino en el sentido de aquello

⁴⁰ Para Hildebrand, la única fuente de moralidad o de relevancia moral que tiene primacía sobre la respuesta a los bienes o valores moralmente relevantes es la *situación metafísica de la persona*, es decir, su condición de ser un ente creado y contingente, de la que surge la norma principal: “no somos señores de la vida y de la muerte” (Hildebrand, 2020b, p. 320). Sin embargo, en esta investigación se considera esta fuente de moralidad solamente válida dentro de la teología y no para la filosofía, pues presupone un conocimiento revelado, a saber, que el ser humano es una creación divina. Cabe mencionar que, dentro de la teoría de Hildebrand, no se deben confundir las nociones de ‘situación metafísica de la persona’ y de ‘valor ontológico de la persona humana’. La primera es la fuente suprema de relevancia moral que se refiere a la condición o al carácter ‘creatural’ de la persona, mientras que la segunda hace referencia a su valor intrínseco, a su dignidad en tanto que persona.

que causa el movimiento de la voluntad; o sea, en todas las vivencias implicadas en la relación de la persona con los valores y con las diversas fuentes de la moralidad.

En este sentido, resulta obvio el avance desde una ética centrada en la pura autodeterminación de la voluntad por acción de la razón a una ética que considera a una voluntad determinada o, mejor dicho, motivada ‘desde afuera’ por la relevancia moral tanto de los valores moralmente relevantes como de otras fuentes de obligación o deber moral. Tal como fue anunciado en la introducción, se trata de transitar hacia una razón práctica ‘impura’.

Al respecto, la propuesta ética de Hildebrand puede ser considerada tanto continuadora como superadora de la ética kantiana, ya que conserva y, al mismo tiempo, amplía la noción de *deber* más allá de la autodeterminación solipsista de la razón práctica pura, recupera las nociones de lo categórico y lo hipotético en su teoría sobre las categorías de la importancia y reivindica el rol de la sensibilidad (en un sentido amplio) en la moralidad humana.

En relación con esto, resulta interesante el aporte de Hildebrand al considerar el centro moral positivo como dominado por una respuesta sobreactual afectiva, a saber, el amor. Esto, sumado a todo lo descrito aquí como vivencias intencionales, permiten vincular la ética con la antropología en la medida en que las diversas facultades humanas están totalmente involucradas en el ser moral y su desarrollo. Es decir, mientras la tradición filosófica ha puesto énfasis en la voluntad libre como facultad principal para la ética, la filosofía moral de Hildebrand permite considerar a la persona humana en su totalidad como sujeto moral, movido por aquello que conoce, quiere y, sobre todo, ama.

Lo relevante es que, así como las facultades humanas y sus correspondientes actos o vivencias influyen en el ser moral de la persona, el grado de ser moral o la estatura moral de la persona, por su parte, define o ‘colorea’ a ellas. Es decir, la capacidad de percibir valores, de realizar acciones moralmente buenas o de sentir adecuadamente se debe, en última instancia, a la estatura moral de la persona. Por esta razón, se ha hablado acertadamente del ‘personalismo ético’ de Hildebrand (Sánchez-Migallón, 2003).

Otro de los aportes relevantes de esta investigación tiene que ver con proveer un panorama de la teoría de los valores de Hildebrand; tema que a menudo se da por sabido y, en consecuencia, se mal entiende o peor aún, es mal usado habitualmente en contextos religiosos y políticos. Precisamente, esta investigación saca a la luz esas contradicciones

dadas en dichos contextos donde a menudo se cree saber lo que es valioso e incluso se cometen inmoralidades en supuesta defensa de sus 'valores'. De ahí también, la importancia del subcapítulo sobre la convicción ideológica y los sustitutos morales.

En cuanto a la esfera empírico-práctica de la acción moral, su análisis ha permitido comprender la peculiaridad de la acción moralmente buena y su fundamental diferencia con la acción inmoral. Además, se ha establecido la sutil pero importante distinción entre la acción moral formalmente correcta y preferible y la acción moralmente valiosa o buena. Esto ha llevado a concluir que una acción correcta y de acuerdo con la ley puede ser materialmente inmoral.

Este último es quizás el aporte más significativo de esta investigación, pues sienta las bases para establecer filosóficamente las diferencias fundamentales entre la esfera moral y la esfera del derecho. Si bien existe una íntima relación entre ambas esferas, especialmente entre la ética normativa y el derecho, la moralidad humana no puede ser reducida a la esfera del derecho. De hecho, como quedó establecido, existe una primacía de la respuesta a los valores moralmente relevantes sobre la obediencia a la ley y, por tanto, sobre el derecho, tanto natural como positivo. Por lo tanto, la bondad moral no depende solamente de actuar de acuerdo con la ley o conforme al derecho, no puede ser reducida a la rectitud legal.

Por otro lado, esta investigación tiene claras limitaciones, aunque estas se deben a su objeto de estudio. Por ejemplo, se ha limitado a estudiar los actos cognoscitivos relacionados con el conocimiento de los valores, pero ha dejado de lado otros actos igualmente cognoscitivos, pero también, otros de tipo afectivo y volitivo. Evidentemente, la investigación sobre estos actos tiene sus propios temas y objetos de estudio, imposibles de abarcar en esta investigación.

Por otra parte, hay que reconocer los grandes aportes de Hildebrand en cuanto a la sistematización de la ética fenomenológica, que permite, entre otras cosas, llevar a cabo una explicación filosófica de los diversos datos y fenómenos de carácter moral. Sin embargo, ha quedado en evidencia cómo el filósofo abandona en ocasiones el método fenomenológico para tener que ser coherente con la tradición de la ética cristiana, a pesar de que él mismo se ha propuesto aplicarlo a su ética poniendo 'entre paréntesis' las demás teorías éticas. Esto puede ser un obstáculo para la investigación puramente filosófica, pero también, puede ser

una buena fuente para pensar la moralidad humana desde la tradición tanto filosófica como teológica, de las que Hildebrand se considera un heredero.

El problema mencionado se puede apreciar, por ejemplo, en la teoría de Hildebrand sobre la ‘autoridad auténtica’, que aquí ha quedado descartada debido a que este carácter ‘auténtico’ es definido a partir de la idea teológica de que los padres, el Estado y la Iglesia son representantes de Dios. Frente a esto, se propone que más allá de su autenticidad, se debería poner atención en su carácter moral, es decir, si es una autoridad buena o inmoral. A partir de esto, se puede afirmar que una autoridad es verdadera (para no usar el calificativo de ‘auténtica’) si realiza cotidianamente valores morales.

Lo mismo sucede con la noción de ‘situación metafísica de la persona’ referida al carácter ‘creatural’ de la persona humana. Es evidente que solo basándose en la Revelación es posible afirmar que las personas son resultado de la creación divina. Aquí sería mejor centrarse en nociones filosóficas, como es el caso del valor ontológico de la persona humana y en cómo este también posee relevancia moral, independientemente de que se admita la condición de criatura de la persona.

Otro es el caso de la teoría de Hildebrand sobre el carácter ‘natural’, pero no ‘propio’ de la posición fundamental de orgullo y concupiscencia. Aquí el filósofo recurre a la doctrina cristiana que enseña que toda persona se encuentra en una condición ‘caída’. Lo problemático aquí no es la teoría sobre los tres centros morales, sino el hecho de que los centros morales negativos son caracterizados como ‘naturales’. A menos que se pruebe filosóficamente que hay una tendencia humana natural hacia la satisfacción del orgullo y la concupiscencia, dicho carácter ‘natural’ debe ser descartado. De igual manera, el carácter ‘propio’ del centro moral positivo debe ser puesto a comprobación o verificación filosófica.

Finalmente, cabe señalar la importancia y, por qué no decirlo, la necesidad de recuperar la ética, entendida como un saber teórico-práctico que busca una comprensión filosófica de los datos morales, presentes en la vida cotidiana, la Historia y la Literatura, con el fin de hacer que las personas alcancen un grado de ser moral y de lucidez moral elevados, o sea, para que sean personas virtuosas. Un saber que en la época actual se ha convertido en *ancilla* de la producción tecnocientífica y del mercado, que ha quedado reducida a la esfera legal, ha sido capturada por la religión y la política y ha degenerado en coaching ontológico.

Referencias Bibliográficas

- ARENDDT, H. (2014). *Eichmann en Jerusalén*. Penguin Random House.
- CRESPO, M. (2004). La ceguera al valor moral. Consideraciones en torno a la “antropología integral” de Dietrich von Hildebrand. En J. Sellés (Ed.), *Modelos antropológicos del siglo XX* (pp. 45-60). Servicio de Publicaciones Universidad de Navarra.
- _____ (2012). *El rol ético de la afectividad humana. Estudios de ética fenomenológica*. Ediciones UC.
- DURÁN, V. (2015). La escuela fenomenológica de Göttingen (Los años universitarios de Göttingen). *Universitas Philosophica*, 5(9), pp. 51-91.
<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/vniphilosophica/article/view/12257>
- FERRER, U., SÁNCHEZ-MIGALLÓN, S. (2018). *La ética de Edmund Husserl*. Thémata.
- HUSSERL, E. (1999). *Investigaciones Lógicas, 2*. Alianza Editorial.
- _____ (2020). *Introducción a la ética*. Trotta.
- KANT, I. (2012). *Fundamentación para una metafísica de las costumbres*. Alianza Editorial.
- _____ (2013). *Crítica de la razón práctica*. Alianza Editorial.
- SÁNCHEZ-MIGALLÓN, S. (2003). *El Personalismo Ético de Dietrich von Hildebrand*. RIALP.
- _____ (2009). Dietrich von Hildebrand. En F. Fernández, J. Mercado (Ed.), *Philosophica: Enciclopedia filosófica on line*.
https://dx.doi.org/10.17421/2035_8326_2009_SSM_2-1
- SCHELER, M. (2001). *ÉTICA. Nuevo ensayo de fundamentación de un personalismo ético*. Caparrós.
- VON HILDEBRAND, D. (2006). *Moralidad y conocimiento ético de los valores*. Ediciones Cristiandad.
- _____ (2014). *Idea de la acción moral*. Encuentro.
- _____ (2019). *Morality and Situation Ethics*. Hildebrand Project.
- _____ (2020). *Ética*. Encuentro.
- _____ (2020b). *Moralía*. Ediciones Palabra.