

LA AXIOLOGIA APRECIATIVA

del Paradigma Apreciativo

FEDERICO VARONA MADRID, Ph. D.

Professor Emeritus

Communication Studies Department

San José State University, San José, CA-USA

federico.varona@sjsu.edu

Hollister, California, USA

10 de Marzo de 2023

LA AXIOLOGIA APRECIATIVA

del Paradigma Apreciativo

Federico Varona Madrid

INTRODUCCIÓN

Quiero comenzar este ensayo con unas preguntas. ¿Cuáles son los valores que inspiran, fundamentan, y guían mi trabajo como académico y practicante de la intervención/indagación apreciativa? ¿Cómo influyen estos valores en la ejecución de mi trabajo? ¿Considero que es importante conocer y aplicar estos valores para hacer que mi trabajo sea más efectivo, coherente y transformador? ¿Cuáles son los valores que definen la identidad original de la intervención/indagación apreciativa? ¿Estoy siendo leal a mis valores apreciativos en mi trabajo profesional como académico y practicante del paradigma apreciativo? ¿Existe documentación escrita sobre estos valores? ¿Cuáles son los valores que están esperando emerger y que podrían hacer que mi trabajo sea más coherente, efectivo y transformador? Estas han sido las preguntas que me han motivado a escribir este ensayo porque creo que tenemos que descubrir la importancia transcendental que tiene en nuestro trabajo el tema de los valores apreciativos.

El objetivo de este ensayo, por lo tanto, es profundizar en la **axiología apreciativa**, para explorar cuál es el motor, el faro, y los pilares que fundamentan, guían e impulsan nuestra nueva manera de entender, investigar, cambiar, y hablar del ser humano y del mundo social y natural en el que se desenvuelve. Es decir, descubrir cuáles son los valores fundamentales y distintivos del componente axiológico del paradigma apreciativo.

Para ello y para poner en contexto el tema de la axiología apreciativa: **Primero** presento muy brevemente el **nuevo marco teórico de lo que es el [paradigma apreciativo](#)** que nos va a permitir entender de una manera holística, sistémica, y orgánica el papel fundamental de los valores apreciativos (la axiología apreciativa) en la manera como concebimos y practicamos, como académicos y practicantes, el paradigma apreciativo. **Segundo**, defino la **axiología apreciativa** en el contexto de las ciencias sociales y desde el paradigma apreciativo. **Tercero**, propongo y justifico que **los principios apreciativos**, que han ido emergiendo desde el inicio de la Intervención/Indagación Apreciativa (Appreciative Inquiry), **son ahora parte de la axiología apreciativa**. **Cuarto**, hago una breve descripción de los valores apreciativos de la axiología apreciativa: los originales y que conocemos como principios apreciativos; los que emergieron después; y realizo una propuesta de **nuevos valores apreciativos**. **Quinto**, explico las **características distintivas de los**

valores apreciativos. Y termino con una **conclusión** invitando a descubrir los nuevos valores/principios apreciativos que están esperando emerger.

I. EL PARADIGMA APRECIATIVO Y SUS COMPONENTES

Antes de presentar un resumen de lo que es el [Paradigma Apreciativo](#) y características fundamentales de cada uno de sus cinco componentes: (la Ontología, la Epistemología, la Metodología (Praxis), la Axiología y el Lenguaje), me gustaría compartir que este paradigma apreciativo emergió en la búsqueda por entender mi nueva manera de pensar, sentir y actuar, cuando descubrí, enseñé, y practiqué por más de diez años la intervención apreciativa e hice mis primeras publicaciones sobre la **Intervención Apreciativa** (Varona, 2009; Varona 2020). Este nuevo concepto de paradigma apreciativo, que he desarrollado en el ensayo titulado: [El Paradigma Apreciativo: de la Metodología al Paradigma](#) (Varona, 2022), me permitió ver en su totalidad y de manera sistémica y orgánica el cambio que se estaba realizando en mi vida. Así comencé a entender que mi manera de ver al ser humano y el mundo social y natural en el que se desenvuelve (**mi ontología**); mi manera de realizar la investigación (**mi nueva epistemología**); mi manera de facilitar el cambio social en equipos y organizaciones (**mi nueva metodología/intervención**); mi manera de expresarme oral y escrita (**mi nuevo lenguaje**); y finalmente, mi manera de valorar lo que es importante (**mi nueva axiología**) estaban cambiando. Y fue entonces cuando descubrí que estaba viviendo dentro de un nuevo paradigma que me permitía entender con mucha más claridad y profundidad el cambio que estaba viviendo.

¿Qué es el Paradigma Apreciativo?

El Paradigma Apreciativo es una **nueva manera de ver y entender (Ontología), estudiar (Epistemología/Investigación), transformar (Praxis/Intervención/Indagación), valorar (Axiología), y hablar (lenguaje)** del ser humano y su comportamiento en el mundo social y natural en el que se desenvuelve; que ha sido adoptado por una comunidad de académicos y practicantes a nivel global porque lo encuentran más efectivo que otros paradigmas sociales como lo demuestra el desarrollo y éxito alcanzado a nivel práctico y teórico (Varona, 2022).

¿Cuáles son los Componentes del Paradigma Apreciativo?

Los componentes del paradigma apreciativo (**Gráfico 1**) son la ontología apreciativa, la epistemología apreciativa, la metodología apreciativa, la axiología apreciativa y el lenguaje apreciativo (Varona, 2022)

1. La **ontología apreciativa** es una forma de **ver y definir** al ser humano y su comportamiento en el mundo social y natural en el que se desenvuelve. Los aspectos fundamentales de esa visión son los siguientes: Primero, el ser humano y el mundo

social y natural en el que se desenvuelve es un **misterio**, que no podemos comprender en su totalidad. Segundo, en todo ser humano y en todo sistema social y natural hay un **núcleo de fortalezas, un potencial positivo** que tenemos que descubrir y desarrollar colaborativamente. Tercero, la visión que tenemos como seres humanos de nosotros mismos y de la realidad en la que nos desenvolvemos es **subjetiva, socialmente co-construida y dinámica**, es decir siempre cambiante. Cuarto, los seres humanos tenemos una **capacidad creativa** ilimitada como lo hemos demostrado en el mundo que hemos co-construido desde el inicio de nuestra aparición en la tierra. Quinto, los seres humanos y los sistemas sociales generamos **una energía y deseo irresistibles de lucha** para construir un futuro mejor desde el primer momento en que somos invitados a descubrir nuestro núcleo positivo.

2. La **epistemología apreciativa** es una forma de **conocer (investigar) al ser humano y el mundo social y natural** en el que se desenvuelve. Estos son algunos de los aspectos fundamentales de esta nueva manera de investigar: Primero, investigamos **lo que da vida (anima) al ser humano y a los sistemas sociales y naturales en los momentos extraordinarios, ordinarios y trágicos**. Segundo, nuestra investigación tiene como **objetivo descubrir el futuro que está por emerger**. Tercero, nuestra investigación es una forma de **investigación aplicada cualitativa cuantitativa**. Cuarto, nuestra investigación *reta a los métodos de investigación clásicos en las ciencias sociales y afirma que podemos ser teóricos originales y que el teorizar inductivamente desde el mundo real, con voces reales y en contextos reales podemos no solo crear teorías más relevantes, sino también invitar a teorizar de una manera más original y creativa. (Cooperrider, 2021, p. 29 Kindle Edition)*. Quinto, nuestra investigación cree que **investigación y cambio social son procesos simultáneos**.

3. La **intervención/indagación (metodología-praxis) apreciativa** es una **nueva forma de generar cambio social en el ser humano y en los sistemas sociales y naturales** en los que se desenvuelve. Estos son los principios fundamentales de esta nueva metodología: Primero, **descubrimos lo que da vida, y lo mejor que existe en el ser humano y en los sistemas sociales y naturales**, en los momentos extraordinarios, cotidianos y trágicos. Segundo, **generamos cambio social positivo y el futuro que está por emerger**. Tercero, el **proceso** es flexible y consiste en 6 fases fundamentales: Identificar, Definir, Descubrir, Diseñar, y Vivir. Cuarto, el proceso es **colaborativo, inclusivo y democrático**. Quinto, el proceso es **gestáltico (total)**, es decir que incluye la emotividad, la racionalidad, la intuición, la admiración, la imaginación, la voluntad y el compromiso.

4. El **Lenguaje Apreciativo** es una nueva forma de hablar del ser humano y su comportamiento en el mundo social y natural en el que se desenvuelve. Estos son algunos de los principios fundamentales: Primero, las palabras que usamos crean lo que vemos, lo que sentimos, lo que somos. Segundo, **escuchamos apreciativamente lo negativo** para reformularlo y así poderlo ver como una oportunidad para generar

nuevas posibilidades positivas de entender y actuar. Tercero, nuestro lenguaje es generador de **emociones, pensamientos, y de acciones afirmativas**. Cuarto, nuestro lenguaje valora y practica el uso de la metáfora, la poesía, el contar historias (**metafórico y poético, narrativo**) porque comunica con más profundidad, fuerza, y belleza que el conceptual y expositivo. Quinto, nuestro lenguaje **personalizado** (no impersonal) porque genera compromiso y acción.

La **Axiología Apreciativa** es una nueva forma de apreciar (valorar) al ser humano y su comportamiento en el mundo social y natural en el que se desenvuelve. Estos son algunos de los principios fundamentales: Primero, valoramos todo lo que nos **pasa a los seres humanos y a los sistemas sociales en lo ordinario, en lo extraordinario, y en lo trágico**, porque es una oportunidad para aprender y mejorar. Segundo, valoramos el **potencial positivo** que tiene todo ser humano y sistema social. Tercero, valoramos el **crear algo nuevo o mejor** cuando descubrimos que no funciona en lugar de arreglarlo. Cuarto, valoramos el poder que tiene el **enfocarse en lo positivo** porque **despertamos lo mejor** que existe en los seres humanos y en los sistemas sociales: su motivación, energía y creatividad. Quinto, valoramos el poder de **anticipar cómo vamos a actuar**, desarrollar la excelencia en la ejecución de lo que hacemos

Gráfico 1

COMPONENTES DEL PARADIGMA APRECIATIVO



II. LA AXIOLOGÍA APRECIATIVA

Antes de definir la axiología apreciativa, creo que es necesario aclarar lo que entendemos por axiología como componente de lo que es un paradigma en las ciencias sociales y más en particular en el paradigma apreciativo. El término axiología viene del griego ἀξία, axia: "valor, valer"; y -λογία, "tratado, estudio, ciencia", y se define como el estudio filosófico del valor (Hart, S. L. (1971). Incluye temas como la naturaleza y clasificación de los valores y que tipo de cosas son las que tienen valor. También se la conoce como la teoría de los valores. La axiología estudia los valores morales (valores personales), éticos (estándares de buena o mala conducta que establecen ciertas comunidades o grupos), los estéticos y espirituales.

Existen muchas variantes de lo que se entiende por axiología en el campo de la ciencias físicas y sociales. En el campo específico de las ciencias sociales, la axiología es uno de los componentes del concepto paradigma y se la define como el estudio de lo que se valora como más importante dentro del paradigma y que por lo tanto inspira, fundamenta y guía el "modus operandi" de teóricos y practicantes del paradigma (Guba, E. G., & Lincoln, Y. S., 1994). Todo paradigma social tiene su manera peculiar de valorar lo que es más importante en relación con el ser humano y su comportamiento en el mundo social y natural en el que se desenvuelve; en lo que investigamos y cómo lo investigamos; en la manera como entendemos y practicamos el cambio social, y en la manera como hablamos o el lenguaje que usamos.

La axiología apreciativa explora y analiza qué es lo que caracteriza y distinguen a la axiología apreciativa del paradigma apreciativo de las axiologías de otros paradigmas en las ciencias sociales. La axiología apreciativa estudia qué es lo que valoramos del ser humano y del mundo social y natural en que se desenvuelve (ontología apreciativa); lo que valoramos cuando hacemos investigación (epistemología apreciativa); lo que valoramos cuando hacemos intervenciones/indagaciones apreciativas (metodología apreciativa) y lo que valoramos cuando hablamos del ser humano y del mundo social y natural en que se desenvuelve (lenguaje apreciativo). Es decir, la axiología apreciativa estudia los valores que fundamentan, inspiran y guían nuestra manera de operar dentro del paradigma apreciativo como teóricos y practicantes.

III. DEFINICIÓN DE LOS VALORES APRECIATIVOS DE LA AXIOLOGIA APRECIATIVA

Ahora las preguntas que nos hacemos son **¿Qué son los valores apreciativos? ¿Existen esos valores apreciativos en lo que conocemos como Intervención/Indagación Apreciativa?** Y la respuesta es sí porque podemos afirmar que **los principios apreciativos tal como los conocemos en la Intervención/Indagación Apreciativa son también valores apreciativos.** Esta afirmación se sustenta en algunas de las múltiples definiciones de lo que es un valor

o un principio y que se pueden encontrar en diccionarios y publicaciones hechas desde el contexto y perspectiva de diferentes disciplinas de las ciencias sociales (Smith, M. J. and Standaert, C. J., 2013; Hitlin, S. and Piliavin, J. A., 2004; Osborne, H., 1931; Perry, R. B. 1914). Por ejemplo, entre las varias definiciones de lo que es un valor, el Miriam Webster Dictionary dice que *“el valor es algo (como un principio o cualidad) intrínsecamente valioso o deseable*. Entonces podemos concluir que **un valor puede ser un principio y que un principio puede ser un valor**. La diferencia está en cómo se describe. Por lo tanto, los valores pueden convertirse en principios orientadores como es precisamente el caso de los principios que conocemos de Appreciative Inquiry. Basado en la diversidad que existe, en cómo se define un valor y un principio y cómo los valores pueden convertirse en principio y viceversa, es que me permito proponer y afirmar que **los principios apreciativos de Appreciative Inquiry (Intervención/Indagación apreciativa)** son los **valores de la axiología apreciativa** de este nuevo marco teórico conceptual, sistémico y orgánico que llamamos **Paradigma Apreciativo**. Por otra parte, no olvidemos que *“apreciar”* significa *“valorar”* por lo tanto me parece más coherente que hablemos de valores en nuestro paradigma que de principios. Además, el significado de valor es mucho más holístico y profundo que el de principio donde se enfatiza únicamente el componente racional. Para Jacqueline Kelm estos principios son parte de la filosofía apreciativa (Kelm, J., 2005). Pero, Appreciative Inquiry es mucho más que una filosofía, es un paradigma.

¿Qué es un valor apreciativo?

Como existen muchas definiciones de lo que es un valor, creo que es necesario aclarar como lo definimos desde la axiología apreciativa. El valor apreciativo no es sólo una palabra sino un concepto que tiene tres componentes fundamentales que son el racional (creencia), el emocional (emoción) y el operativo (acción) y que es formulado usando un lenguaje descriptivo. Valorar en el contexto del paradigma apreciativo se refiere a lo que creemos, sentimos y practicamos como académicos y practicantes del paradigma apreciativo. Cuando decimos que valoramos algo estamos diciendo que creemos en ello, que nos sentimos atraídos por ello, y que estamos dispuestos a luchar por ello. El valor por lo tanto se constituye en un pilar, faro, motor de nuestra manera de pensar, sentir y operar dentro del paradigma apreciativo. Y es al mismo tiempo el que inspira, fundamenta y guía la conceptualización y la práctica de teóricos y practicantes del paradigma apreciativo. Cuando decimos que la construcción social (el principio de la construcción social) es un valor estamos diciendo que creemos que nuestra visión de la realidad es una construcción social a través del lenguaje (la comunicación), que sentimos que es así, y que vivimos guiados por él. Y lo mismo podemos decir de cada uno de los otros principios apreciativos cuando los convertimos en valores apreciativos. Creo que esta nueva manera de entender lo que es un valor dentro del paradigma apreciativo es mucho más holística y por lo tanto más realista y profunda que muchas de las otras definiciones que existen de lo que es un valor.

Podemos concluir diciendo que los valores apreciativos son los que inspiran, fundamentan y guían nuestra visión ontológica del ser humano y del mundo social y natural en el que se desenvuelve; la práctica epistemológica, es decir cómo hacemos investigación; la metodología para el cambio social; y la forma de cómo hablamos del ser humano y del mundo social y natural en el que se desenvuelve.

IV. LOS VALORES APRECIATIVOS DE LA AXIOLOGIA APRECIATIVA

La axiología apreciativa, como acabamos de proponer incluye los principios apreciativos de lo que conocemos en Inglés como Appreciative Inquiry (Intervención/Indagación Apreciativa) y que Jacqueline Kelm presenta magistralmente en su libro: *Appreciative Living: The Principles of Appreciative Inquiry in Personal Life*. (Kelm, J., 2005). Estos principios han ido emergiendo desde el inicio de Appreciative Inquiry y están permanentemente evolucionando y otros nuevos están esperando emerger.

A continuación, presento un breve resumen de: primero, los **valores originales**; segundo, **los valores que han ido emergiendo después**; y tercero, una **nueva propuesta de valores apreciativos**. Las explicaciones de lo que entendemos por cada uno de estos principios ha ido evolucionando a través del tiempo ya que no existen criterios para determinar qué es y que no es un principio apreciativo. Incluso en algunos casos en esas descripciones se incluyen no sólo un principio sino varios. Lo cual se presta a concluir que no estamos claros en lo que entendemos por cada uno de esos principios. Por lo tanto, necesitamos un poco más de rigor en este tema, respetando por supuesto la diversidad de puntos de vista. Esto es lo que yo espero que consigamos con la propuesta del nuevo paradigma apreciativo y de su componente la axiología apreciativa. Así mismo, espero que comencemos a hablar de valores apreciativos en lugar de principios apreciativos.

1. Valores originales de la Axiología Apreciativa (Principios Originales de la Intervención/Indagación Apreciativa)

Los valores originales de la Axiología Apreciativa (Principios Originales de la Intervención/Indagación Apreciativa) fueron desarrollados a principios de 1990 por David Cooperrider y Suresh Srivastva y son los siguientes: El valor (principio) de la construcción social, el valor (principio) de la simultaneidad, el valor (principio) anticipatorio, el valor (principio) poético, y el valor (principio) positivo. (Kelm, J., 2005) ([The Appreciative Inquiry Commons / Learn / Introduction to Appreciative Inquiry](#))

1. 1. El valor de la construcción social

Cuando decimos que la **construcción social de la realidad** es un valor apreciativo estamos diciendo que creemos (componente racional) que nuestra visión de la realidad es una construcción social a través de la comunicación, que sentimos (componente emocional) que es así, y que actuamos (componente operativo) guiados por él. La implicación fundamental de esta afirmación es que el paradigma apreciativo incorpora lo que es la teoría de la construcción social sobre cómo cocreamos nuestra visión de la realidad es creada a través de la comunicación y que por lo tanto es una construcción social y subjetiva. (Gergen, K. J. and Gergen, M., 2004; Kelm, J., 2005; Barrett, F. J. and Fry, R. E., 2005).

1. 2. El valor poético, se refiere a que valoramos (creemos, sentimos, y vivimos) el que los sistemas sociales como los seres humanos son libros abiertos donde es posible la creación permanente como sucede con la creación poética. Los tópicos en los que nos enfocamos cuando queremos cambiarlos determinan lo que creamos, es decir, los resultados que conseguimos. Los seres humanos y las organizaciones se mueven en la dirección de lo que estudian, de lo que preguntan y de lo que investigan. Las organizaciones son fuentes constantes de aprendizaje, de inspiración; son historias que se pueden contar e interpretar para generar el cambio positivo. El lenguaje y las metáforas que usamos para comunicar lo que es una organización y lo que puede llegar a ser, tienen un poder increíble para motivar la participación, la creatividad y el compromiso de los miembros de dicha organización. (Cooperrider, Whitney & Stavros, 2003; Whitney & Trosten-Bloom, 2003; Kelm, J., 2005; Barrett, F. J. and Fry, R. E., 2005).

1. 3. El valor de la simultaneidad, indica que valoramos (creemos, sentimos y vivimos) que intervención y cambio son acciones simultáneas. Desde el momento en que se inicia la intervención se está promoviendo el cambio. Tan pronto como las personas comienzan a hacerse preguntas y a conversar, comienzan a cambiar la manera de pensar y actuar. Por eso, el tipo de preguntas que hacemos o nos hacemos determinan lo que vamos a descubrir y la dirección en la que queremos ir. Los temas de intervención que escogemos determinan lo que descubrimos, aprendemos y creamos. (Cooperrider, Whitney & Stavros, 2003; Whitney & Trosten-Bloom, 2003; Kelm, J., 2005; Barrett, F. J. and Fry, R. E., 2005).

1. 4. El valor anticipatorio indica que valoramos (creemos, sentimos y vivimos) que la creación colectiva de imágenes positivas del futuro es el aspecto más importante de una intervención. Cuando se comparten historias inspiradoras, los miembros de una organización cambian y, con ellos, la organización. Por otra parte, cuando las personas y las organizaciones se visualizan logrando sus objetivos en lo que van a hacer, eso tiene un efecto positivo en el resultado final cuando ejecutan lo que visualizaron. Para triunfar, las organizaciones necesitan crear el sueño de lo que quieren llegar a ser. Estas imágenes positivas de lo que la organización quiere ser en el futuro se crean en las conversaciones de sus miembros, cuando comparten

historias sobre las mejores prácticas y generan proposiciones provocativas para la creación de la organización ideal. El futuro de la organización está siempre lleno de sorpresas que nos invitan a mejorar constantemente. Los recursos más importantes que tenemos para generar cambio en las organizaciones son nuestra imaginación y el discurso colectivo sobre lo que queremos que sea nuestro futuro. Valoramos el poder de **anticipar cómo vamos a actuar** antes de hacerlo, para desarrollar la creatividad y la excelencia en la ejecución de lo que hacemos. (Cooperrider, Whitney & Stavros, 2003; Whitney & Trosten-Bloom, 2003; Kelm, J., 2005; Barrett, F. J. and Fry, R. E., 2005).

1. 5. El valor positivo y la pregunta positiva, indica que valoramos (creemos, sentimos y vivimos) el enfocarnos en lo positivo y que esto lo logramos principalmente a través de la pregunta positiva. Cuanto más positivas son las preguntas que hacemos, más exitoso y duradero es el esfuerzo del cambio. Las respuestas están determinadas por el tipo de preguntas. Las preguntas positivas evocan lo mejor que hay en las personas e inspiran respuestas y soluciones positivas. Por eso, la entrevista apreciativa es el corazón de la Intervención Apreciativa. Compartir las historias de las mejores realizaciones de la organización despierta esperanzas y sueños de un futuro mejor. La creación de imágenes positivas del futuro lleva a acciones positivas, y las acciones positivas conducen a imágenes positivas (Cooperrider, Whitney & Stavros, 2003; Whitney & Trosten-Bloom, 2003; Kelm, J., 2005; Barrett, F. J. and Fry, R. E., 2005).

Valoramos (creemos, sentimos y vivimos) que el camino del éxito comienza cuando nos hacemos las preguntas que nos pueden conducir a la construcción de un futuro mejor, una organización mejor. Porque las preguntas son las que estimulan nuestro pensamiento y, por lo tanto, nuestras acciones y resultados. Vivimos en el mundo que creamos con las preguntas que nos hacemos. Tenemos que descubrir el poder que tiene la pregunta para generar cambio. Tenemos que cambiar el tipo de preguntas que nos hacemos Si cambiamos lo que nos preguntamos podemos cambiar nuestras organizaciones y nuestras vidas. El tipo de preguntas que nos hacemos puede cambiar dramáticamente nuestra visión del mundo y lo que es posible para nosotros y para nuestras instituciones. Tenemos que generar y practicar la habilidad de hacer el tipo de preguntas que nos llevan a explorar, descubrir, innovar y cooperar. El mundo de las preguntas es el mundo de las posibilidades. Las preguntas que nos hacemos abren nuestra mente y cuestionan nuestros paradigmas. Los grandes éxitos son el resultado de grandes preguntas. Tenemos el poder de escoger la dirección que queremos tomar porque tenemos el poder de cambiar las preguntas que nos hacemos, pero ese poder requiere práctica y, algunas veces, coraje (Cooperrider, Whitney, & Stavros, 2003; Whitney & Trosten-Bloom, 2003; Adams, M., 2004).

2. Valores de la Axiologíapreciativa que han ido emergiendo después de los originales

2. 1. El valor de la sinergia o de la inclusividad indica que valoramos (creemos, sentimos y vivimos) que comprometer a todos los miembros de la organización en el proceso de cambio es fundamental para construir la capacidad colectiva necesaria para que el cambio sea efectivo y duradero. Cuando se trata de cambio social, una tendencia es clara: la gente demanda más protagonismo y participación. Esta tendencia constituye hoy un enorme potencial para comprometer a la gente en la creación de un futuro mejor. Haber ignorado este potencial ha ocasionado que muchos de los métodos de cambio hayan dejado organizaciones inefectivas. La acción concertada de todos los miembros de una organización es esencial para lograr el cambio y la excelencia en una organización. (Whitney & Trosten-Bloom, 2003; Cooperrider, Whitney & Stavros, 2003; Kelm, J., 2005).

2. 2. El valor del poder del ejemplo, indica que valoramos (creemos, sentimos y vivimos) que para que el cambio sea posible, debemos ser ejemplo del cambio que queremos ver. El cambio positivo ocurre cuando tenemos un modelo del futuro ideal que queremos y somos ejemplos vivos de ese futuro. Creamos el futuro con nuestras palabras, imágenes y relaciones (Whitney & Trosten-Bloom, 2003; Cooperrider, Whitney & Stavros, 2003; Kelm, J., 2005)

2. 3. El valor de la libertad para elegir, indica que valoramos (creemos, sentimos y vivimos) que la gente trabaja y se compromete más y mejor cuando tienen la libertad de escoger qué y cómo quieren contribuir. La libertad para escoger estimula la excelencia y el cambio positivo en las organizaciones e impulsa el poder personal y organizacional (Whitney & Trosten-Bloom, 2003; Preskill & Catsambas, 2006; Kelm, J., 2005)

2. 4. El valor de ser consciente, indica que valoramos (creemos, sentimos y vivimos) que tenemos que ser conscientes y entender las asunciones que hacemos para desarrollar y cultivar buenas relaciones. Tenemos que practicar conscientemente el ciclo de acción-reflexión-acción para construir la autoconciencia. Tenemos que ser conscientes de cómo el lenguaje que usamos, las preguntas que hacemos, y cómo reaccionamos afecta a los otros. (Stavros, J. and Torres, C. , 2005; Kelm, J., 2005).

2. 5. El valor narrativo indica que valoramos (creemos, sentimos y vivimos) que el contar historias es una de las características fundamentales del ser humano. Y que es a través de las historias como comunicamos nuestros valores, normas, tradiciones y cómo creamos el sentido de comunidad. Las historias que contamos tienen un poder transformativo. Las historias acerca del futuro contienen poderosas imágenes que pueden crear el futuro que está por emerger. (Barrett, F. J. and Fry, R. E., 2005; Kelm, J., 2005).

3. Propuesta de Nuevos Valorespreciativos

Los valores apreciativos están en permanente evolución en cuanto a cómo los definimos y otros nuevos están emergiendo. Todos estamos invitados a participar en ese descubrimiento. Por ello me permito proponer como nuevos valores apreciativos los siguientes:

3. 1. El valor del misterio se refiere a que valoramos (creemos, sentimos y vivimos) al ser humano y a los sistemas sociales y naturales en los que se desenvuelve como un **misterio que nunca acabamos de entender en su totalidad** y que al mismo tiempo que nos sorprende nos horroriza porque es capaz de lo mejor y de lo peor. Que no tenemos la respuesta a todas las preguntas ni las soluciones para construir el mundo ideal que nos gustaría tener. Y que nuestro paradigma apreciativo no es la panacea que nos gustaría que fuera.

3. 2. El valor de lo que da vida se refiere a que valoramos (creemos, sentimos y vivimos) que el foco nuclear del paradigma apreciativo es descubrir todo lo que da vida al ser humano y a los sistemas sociales en **lo ordinario, en lo extraordinario, y en lo trágico** en todos los contextos posible. Ya no es más el enforcanos fundamentalmente en lo positivo e ignorar lo negativo como polos contrapuestos sino en lo que da vida a todo lo que nos sucede y verlo como una **oportunidad para construir un futuro mejor.**

3. 3. El valor del potencial positivo se refiere a que valoramos (creemos, sentimos y vivimos) que todo ser humano y sistema social tiene un potencial positivo que tenemos que descubrir y desarrollar. Valoramos su capacidad creativa ilimitada que nos demuestra que siempre es posible mejorar. Valoramos el poder que tiene el **enfocarse en lo positivo** porque cuando nos centramos en lo positivo **despertamos lo mejor** que existe en los seres humanos y en los sistemas sociales: su motivación, energía y creatividad. Valoramos la capacidad de **asombro que tiene el ser humano** que nos permite descubrir todo lo bueno que existe en el ser humano y el mundo social y natural en el que se desenvuelve. Y valoramos la **fragilidad de ser humano** porque nos permite aceptar las limitaciones de nuestra condición humana y nos recuerda que no podemos tener total control de lo que nos pasa. Y nos invita a ser humildes y reconocer que necesitamos la ayuda de los demás.

3. 4. El valor del lenguaje se refiere a que valoramos (creemos, sentimos y vivimos) el poder transformador que tiene el lenguaje. *“el lenguaje que usamos crea el mundo en el vivimos a nivel personal y el mundo en el que vivimos en los diferentes sistemas sociales en los que operamos. Y también crea el mundo que queremos que emerja en nosotros y en los diferentes sistemas sociales en los que operamos”* (Cooperrider, 2021). Las palabras que usamos crean lo que vemos, lo que sentimos, lo que somos. **El lenguaje apreciativo es capaz de generar nuevas posibilidades, cambia nuestra forma de ver, de sentir, de actuar.** Si queremos cambiarnos a nosotros mismos y el mundo en el que vivimos, cambiemos nuestro lenguaje.

3. 5. El valor de la Investigación Apreciativa se refiere a que valoramos (creemos, sentimos y vivimos) el poder que tiene la investigación **para la construcción de un futuro mejor para el ser humano y los sistemas sociales y naturales en los que se desenvuelve**. Y que la investigación apreciativa es una nueva alternativa de investigación científica en las ciencias sociales para la creación de nuevo conocimiento teórico y práctico que haga posible el descubrimiento y la construcción de un mundo mejor que está por emerger. La investigación apreciativa es parte fundamental de nuestro trabajo como académicos y practicantes del paradigma apreciativo.

Tabla 1: Valores de la Axiología Apreciativa

1. Valores Originales	
1.1. El valor de la construcción social	Valoramos que nuestra visión de la realidad es una construcción social a través de la comunicación.
1. 2. El valor poético	Valoramos que los sistemas sociales como los seres humanos son libros abiertos donde es posible la creación permanente como sucede con la creación poética.
1. 3. El valor de la simultaneidad	Valoramos que intervención y cambio son acciones simultáneas.
1. 4. El valor anticipatorio	Valoramos que la creación colectiva de imágenes positivas del futuro es el aspecto más importante de una intervención.
1. 5. El valor positivo y la pregunta positiva	Valoramos el enfocarnos en lo positivo y que esto lo logramos principalmente a través de la pregunta positiva.
2. Valores que emergieron después	
2. 1. El valor de la sinergia o de la inclusividad	Valoramos que comprometer a todos los miembros de la organización en el proceso de cambio es fundamental para que el cambio sea efectivo y duradero.
2. 2. El valor del poder del ejemplo	Valoramos que para que el cambio sea posible, debemos ser ejemplo del cambio que queremos ver.
2. 3. El valor de la libertad para elegir	Valoramos que la gente trabaja y se compromete más y mejor cuando tienen la libertad de escoger

	qué y cómo quieren contribuir.
2. 4. El valor de ser consciente	Valoramos que tenemos que ser conscientes y entender las asunciones que hacemos para desarrollar y cultivar buenas relaciones.
2. 5. El valor narrativo	Valoramos que el contar historias es una de las características fundamentales del ser humano y que a través de ellas comunicamos nuestros valores.
3. Nueva propuesta de valores	
3. 1. El valor del misterio	Valoramos el ver al ser humano y a los sistemas sociales y naturales en los que se desenvuelve como un misterio que nunca acabamos de entender en su totalidad.
3. 2. El valor de lo que da vida	Valoramos el descubrir todo lo que da vida al ser humano y a los sistemas sociales en lo ordinario, en lo extraordinario, y en lo trágico en todos los contextos posibles.
3. 3. El valor del potencial positivo.	Valoramos el potencial positivo que existe en todo ser humano y sistema social y el poder de descubrirlo y desarrollarlo.
3. 4. El valor del lenguaje	Valoramos (creemos, sentimos y vivimos) el poder transformador que tiene el lenguaje. El lenguaje que usamos crea el mundo en el vivimos.
3. 5. El valor de la Investigación Apreciativa	Valoramos (creemos, sentimos y vivimos) el poder que tiene la investigación apreciativa para la construcción de un futuro mejor para el ser humano y los sistemas sociales y naturales en los que se desenvuelve.

V. CARACTERÍSTICAS DE LOS VALORES APRECIATIVOS DE LA AXIOLOGÍA APRECIATIVA

Analizar las características distintivas de los valores de la axiología apreciativa es necesario ya que existe, como hemos indicado anteriormente, una gran libertad a la hora de definir que es un valor apreciativo. Por contado que estoy a favor de esa libertad porque fomenta la creatividad y porque creo firmemente que siempre se puede mejorar. Pero a veces se corre el riesgo de distorsionar su identidad y al hacerlo crear confusión y bloquear el avance en la consolidación del marco teórico de lo que es y de lo que puede llegar a ser el Paradigma Apreciativo. Estos son algunas de las características distintivas de los valores apreciativos:

Primera, los valores apreciativos son los que inspiran, fundamentan y guía nuestra visión del ser humano y del mundo social y natural en el que se desenvuelve (**ontología apreciativa**); la forma como hacemos investigación para crear nuevo conocimiento teórico y práctico y anticipar el futuro que está esperando emerger (**epistemología apreciativa**); la metodología que usamos para conseguir el cambio personal y social (**intervención/indagación apreciativa**) y cómo hablamos del ser humano y del mundo social y natural (**lenguaje apreciativo**).

Segunda, no todos los valores apreciativos que conocemos son originales, sino que son valores que pertenecen a otras teorías y que han sido incorporados por teóricos y practicantes de la intervención/indagación apreciativa. Tal es el caso principio de la construcción social de nuestra visión de la realidad. No se trata, por lo tanto, de valores únicos o exclusivos sino de los valores que compartimos con todos los que tiene una mirada apreciativa.

Tercera, los valores apreciativos están en permanente evolución. Existe mucha flexibilidad y libertad en la manera como se definen (conceptualizan) y en lenguaje con que se formulan los principios apreciativos creados hasta ahora. Por ello creo que deberíamos buscar cierto consenso entre teóricos y practicantes del paradigma apreciativo sobre identidad de lo que es un valor apreciativo. Mi impresión es que tenemos que poner un poco de orden en la casa respetando por supuesto la creatividad y los diferentes puntos de vista. Aunque no sé cómo hacerlo, pero aquí estoy yo colaborando con mi granito de arena.

Cuarta, la propuesta de usar el término valor apreciativo en lugar de principio apreciativo, creo que es coherente con el componente del lenguaje apreciativo que afirma que el lenguaje que usamos crea lo que vemos y determina lo que pensamos, sentimos y como actuamos. La palabra "principio" tiene una connotación altamente racional; sin embargo, la palabra "valor" tiene una connotación emocional, volitiva, operativa, y también racional, ya que implica también el "creer" en eso que valoramos. Por lo tanto, creo que el uso de la expresión "valores apreciativos" en lugar de "principios apreciativos" es muchísimo más holística, poderosa, y apropiada.

Quinta, los beneficios de operar desde los principios de la axiología apreciativa son: Primero ser conscientes desde donde estamos operando. Segundo, nos permite hacer decisiones y razonamientos bien fundamentados. Y tercero nos asegura, en cierta medida, cuáles van a ser los resultados de nuestros procesos y acciones. Es decir, nos va a permitir tener un sentido claro de qué hacemos, porque lo hacemos y qué vamos a conseguir. Y por estas razones, todos tenemos que tratar de ser fieles a nuestros valores apreciativos.

Séptima, dado que los valores apreciativos están permanentemente emergiendo y evolucionando, todos estamos invitados a proponer nuevos valores apreciativos y así cocrear los valores que queremos que inspiren y guíen nuestro

trabajo como comunidad global de académicos y practicantes del paradigma apreciativo.

CONCLUSIÓN

El objetivo de este ensayo ha sido profundizar en la axiología apreciativa, para descubrir cuál es el motor, el faro, y los pilares que fundamentan, guían e impulsan nuestra nueva manera de entender, investigar, cambiar, y hablar del ser humano y del mundo social y natural en el que se desenvuelve, como teóricos y practicantes del paradigma apreciativo. Es decir, hemos intentado descubrir cuáles son los valores/principios fundamentales y distintivos del componente axiológico del paradigma apreciativo. Y hemos descubierto que lo que conocemos como principios apreciativos dentro de lo que llamamos Appreciative Inquiry (Intervención/Indagación Apreciativa) son también valores y que por lo tanto son parte de la axiología apreciativa de lo que ahora llamamos paradigma apreciativo. Quizás, una de las características fundamentales de estos valores/principios apreciativos es que, desde su origen, están en constante evolución. Por ello, quiero concluir invitando a que sigamos descubriendo los nuevos valores/principios apreciativos que están esperando emerger y que van a inspirar, guiar y fundamentar nuestro trabajo profesional de la comunidad global de practicantes y académicos del paradigma apreciativo.

Lo que ofrezco en este ensayo es el resultado de un primer intento y por lo tanto sé que es mucho lo que queda por hacer. Por otra parte, sé que va a ser difícil para algunos aceptar este nuevo marco teórico del paradigma apreciativo y de la axiología apreciativa. Pero dejemos al tiempo que decida qué va a emerger en el futuro que tenemos que crear **colectiva y colaborativamente**. Tenemos que revisar y profundizar en lo que queremos que inspire, fundamente y guíe nuestro trabajo como académicos y practicantes del paradigma apreciativo si queremos ser mejores profesionales. Necesitamos más teoría y práctica crítica para avanzar en la construcción de un paradigma apreciativo más sólido y comprometido en la construcción de ese mundo mejor y más apreciativo que está esperando emerger y que necesita nuestra ayuda.

REFERENCIAS

Adams, M. (2004). *Change your questions, change your life: 7 powerful tools for life and work*. San Francisco: Barrett-Koehler Publishers.

Cooperrider, David (2021). *Prospective Theory: Appreciative Inquiry: Toward a Methodology for Understanding and Enhancing Organizational Innovation*. Kindle Edition.

Cooperrider, D. L., & Whitney, D. A. (1999). *Positive Revolution in Change: Appreciative Inquiry*. Taos, NM: Corporation for Positive Change, 1999.

Cooperrider, D. L., Whitney, D. A., & Stavros, J. M. (2003). *Appreciative Inquiry Handbook: The First in a Series of AI Workshops for Leaders of Change*. Bedford Heights, Ohio: Lakeshore Communications.

Bahm, Archie J (1984). *Axiology: the science of values* Albuquerque: ISBN: 0911714146, ISBN: 9780911714142, OCLC: 081810407

Barrett, Frank and Fry, Ron (2005). *Appreciative Inquiry. A positive Approach to Building Cooperative Capacity*. Changin Falls, Ohio: A Taos Institute Publication.

Gergen, K. J. and Gergen, M. (2004). *Social Construction: Entering the Dialogue*. Changin Falls, Ohio: A Taos Institute Publication.

Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp. 105–117). Sage Publications, Inc.

Hart, Samuel L. (1971). Axiology--Theory of Values. *Philosophy and Phenomenological Research*, Vol. 32, No. 1 (Sep., 1971), pp. 29-41

Hitlin, Steven and Piliavin, Jane Allyn (2004). VALUES: Reviving a Dormant Concept. *Annual Reviews Sociology* 30:359–93 doi: 10.1146/annurev.soc.30.012703.110640

Kelm, Jacqueline B. (2005). *Appreciative Living: The Principles of Appreciative Inquiry in Personal Life*. Wake Forest, North Carolina: Venet Publishers. www.AppreciativeLiving.com

Osborne, H. (1931). Definition of Value. Source: *Philosophy*, Oct., 1931, Vol. 6, No. 24 (Oct., 1931), pp. 433-445 Published by: Cambridge University Press on behalf of Royal Institute of Philosophy Stable URL: <https://www.jstor.org/stable/3746161>

Perry, R. B. (1914). The definition of Value. *The Journal of Philosophy, Psychology and Scientific Methods*, Vol. 11, No. 6 (Mar. 12, 1914), pp. 141-162

Smith, Matthew J., MD and Standaert, Christopher J., MD (2013). Towards an expanded definition of value. *The spine journal*, 2013, Vol.13 (11), p.1690-1697

Stavros, Jacqueline and Torres, Cheri (2005). *Dynamic Relationships: Unleashing the Power of Appreciative Inquiry in Daily Living*. Changin Falls, Ohio: A Taos Institute Publication.

Varona Madrid, Federico (2020, 2da. Edición). *La Intervención Apreciativa. Un nuevo paradigma para el cambio positivo en las organizaciones para profesores, estudiantes universitarios, consultores, y gerentes*. Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte.

Varona Madrid, Federico (2009, 1da. Edición). *La Intervención Apreciativa. Una manera nueva, provocadora, y efectiva para construir las organizaciones del siglo XXI*. Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte.

Whitney, Diana and Trosten-Bloom, Amanda (2003). *The Power of Appreciative Inquiry: A Practical Guide to Positive Change*. San Francisco: Berrett-Koehler Publisher.