

El precio de los valores

Son muchos los que piensan que en el siglo XXI se está produciendo una auténtica crisis de valores, de la que se desprenden, como si fueran círculos concéntricos, otros problemas que contaminan e intoxican el modo de vida en el que se desenvuelve la sociedad actual.

¿Qué se esconde tras esa crisis de valores de la que se hacen eco los medios de comunicación y denuncian los ciudadanos? Probablemente se trate de una pérdida de rumbo, de orientación y de prioridades, que conduce a una abstracción dañina de la realidad. Y es que los valores son básicos y el antídoto que evita que se propaguen comportamientos amoraes.

Según la RAE, valor es «el grado de utilidad o aptitud de las cosas, para satisfacer las necesidades o proporcionar bienestar o deleite». Pero la utilidad de las cosas no es absoluta ni universal y puede variar según el tiempo, el espacio y las circunstancias.

Por otro lado, los valores entran dentro del marco cultural de cada uno y se refieren a las pautas de comportamiento y a las reglas compartidas por un grupo de individuos. En este sentido, es curioso ver cómo las cosas pierden sus atributos de la noche a la mañana. Bernard Maddof era sinónimo de garantía, su nombre tenía un valor, era una marca creíble, que se desmoronó provocando un gran escándalo financiero.

Los valores unidos a Maddof eran la transparencia, credibilidad, honestidad, integridad y profesionalidad. Por si esto fuera poco, le avalaban sus años como máximo responsable del Nasdaq de la Bolsa de Nueva York.

Pero los valores, que se demuestran con el comportamiento desarrollado a lo largo del tiempo, y no únicamente con un hecho aislado producido en un momento determinado, se evaporan en cuestión de segundos. Al más mínimo atisbo de uso fraudulento de esos conceptos, se hunde la reputación, como ha sucedido con este caso tan llamativo. Madoff, lejos ya de la rectitud y la legalidad, es ahora el fiel reflejo de la estafa y el engaño.

Cómo abrir la percepción personal de los valores

Bajemos ahora al ámbito de cada uno de nosotros. Nuestro comportamiento cobra todo su sentido en el marco del valor abstracto que representa. Así, recibir un regalo puede estar asociado con valores de amistad, reconocimiento o cariño. Trabajar bien puede ser la equivalencia concreta de valores como la excelencia, el respeto, la eficacia o el aprendizaje.

Lo importante es que el otro reconozca e identifique los valores de la misma manera que nosotros para evitar la disonancia y llegar al entendimiento. Sabemos que la forma en la que construimos los mensajes, cómo nos relacionamos y nuestra conducta están muy condicionados por la cultura a la que pertenecemos.

Si estamos frente a personas con marcos culturales opuestos al nuestro podemos bloquearnos o se puede producir un choque, que desemboca en una relación quebradiza o crispante.

Para que esto no suceda, y volviendo al análisis inicial, en el que establecíamos que los valores pueden cambiar su sentido en función de las circunstancias espacio temporales que confluyan, podemos reenfocar los puntos de vista y proponer alternativas de entendimiento.

Por ejemplo, actualmente en el trabajo hay muchos conflictos que se generan entre personas que han sido educadas bajo la óptica de dos sistemas muy diferentes. Pero la vida no es vivir sin problemas, es aprender a resolverlos.

Cada cual puede forjarse su propio pensamiento y actuar movido por uno u otro valor, pero podemos hacer que ese valor que dirige nuestro comportamiento, satisfaga sólo nuestras propias necesidades pasando por encima de los demás o, por el contrario, ayude y contribuya a la creación de un espacio de convivencia equilibrado.

Es tiempo de revisar qué nos motiva y de darle prioridad a los valores comunes que sirven a un objetivo superior y favorecen la generación de una espiral positiva que aporte algo de luz en un escenario algo incierto y teñido de gris.

Viviane Launer

Master Coach, certificada por la Federación Internacional de Coaching

Coautora del libro *Prácticas de coaching*.