



Juicios y creencias

MIRIAM ORTIZ DE ZÁRATE, Escuela Europea de Coaching
www.escueladecoaching.com

“Tanto si crees que puedes, como si crees que no puedes, estás en lo cierto”

Cuando decimos “Ayer estuvo lloviendo toda la tarde” o “Ayer hizo un día espantoso”, estamos haciendo aseveraciones aparentemente similares, pero en realidad profundamente diferentes. En el primer caso, estamos hablando de un hecho objetivo y contrastable. En el segundo caso, estamos dando una opinión, un punto de vista personal y subjetivo. En nuestro lenguaje habitual, emitimos constantemente sentencias de este tipo: algunas son hechos contrastados y objetivos. Otras muchas son juicios subjetivos. Sin embargo, durante siglos, hemos tratado estos enunciados de manera similar y hemos llegado a suponer que podemos hablar de juicios con la misma objetividad que lo hacemos cuando hablamos de hechos. Expresamos así nuestras opiniones como si fueran datos objetivos y universales, dando por sentado que cualquier otro observador vería lo mismo que nosotros vemos. Esta situación afecta completa y constantemente a nuestra vida cotidiana y está presente en nuestras relaciones personales, en el trabajo, en la forma en que nos relacionamos con el mundo que nos rodea, etc.

Decimos que un juicio puede ser válido o inválido, pero nunca podrá ser verdadero o falso, como ocurre con los hechos. Aceptamos la validez de un juicio en función de la autoridad que le da-

mos a la persona que lo emite. También decimos que puede ser fundado o infundado, en la medida en que esté basado en experiencias que proceden del pasado y que lo avalan. En cierta medida, un juicio es como un veredicto: cuando lo emitimos, creamos una nueva realidad que solo existe en el lenguaje. Cuando juzgamos “Este niño es muy torpe”, estamos abriendo nuevas posibilidades de realidad que afectarán seguramente al futuro de ese niño. Por eso decimos que los juicios se generan en el pasado, se emiten en el presente y diseñan el futuro.

En el trabajo de *coaching* analizamos la estructura de los juicios de nuestros clientes, identificamos aquellos que pueden influir tanto positiva como negativamente en su crecimiento y en la consecución de sus objetivos, le ayudamos a diferenciar entre juicios y afirmaciones o a verificar hasta qué punto sus juicios están bien fundados. Por ejemplo, una persona que tenga dificultades para diferenciar entre juicios y afirmaciones, tendrá seguramente problemas a la hora de aceptar los puntos de vista de los demás y se mostrará rígida e intolerante. O bien, una persona que considere sus juicios como rasgos permanentes e inmutables, no será capaz de aceptar otras opciones y, en consecuencia, estará más cerrada al cambio y al aprendizaje.

John Ford

Desde este enfoque, podemos decir que los juicios son la raíz del sufrimiento humano, ya que el sufrimiento no surge de lo que nos ocurre (los hechos), sino de la interpretación que hacemos de lo que nos ocurre (los juicios). Como dijo Epicteto (siglo I dc): “No es lo que ha sucedido lo que molesta a un hombre, sino su juicio sobre lo sucedido. Cuando alguien te irrita, ten por seguro que es tu propia opinión la que te ha irritado”.

La mayoría de nosotros emitimos juicios espontáneos que no nos pertenecen. Se emiten como automatismos sociales y tenemos que aprender a cuestionarlos y a revisar la autoridad que les damos. El ser humano que logra acceder a todo su potencial de libertad, es aquel que aprende a enjuiciar sus juicios.

DISTINCIÓN ENTRE JUICIOS Y CREENCIAS

Los términos juicio y creencia son básicamente iguales. Nosotros utilizamos una pequeña distinción, al considerar la creencia como un tipo de juicio que está hondamente arraigado, en un plano normalmente subconsciente, que procede muchas veces de la infancia y que hace que actuemos en una determinada dirección.. Imaginemos, por ejemplo, el tipo de acciones diferentes (y de personalidades diferentes) que generarán creencias como éstas: “El trabajo duro y el esfuerzo constante son la base del éxito”, “La vida es muy corta, hay que disfrutarla al máximo”, “La opinión de los demás es fundamental”, “Este mundo es un

lugar peligroso”, “No hay que ser egoísta”; “No debo fiarme de los demás”, “Cada día puedo aprender algo nuevo”, “las cosas tienen que estar perfectas”. Utilizamos el término creencia para diferenciar ese tipo de opiniones de carácter más profundo que, durante años, han configurado nuestras acciones y nos han impulsado en una determinada dirección.

CREENCIAS LIMITADORAS

Algunas de estas creencias son lo que llamamos creencias limitadoras, porque frenan o impiden el desarrollo y el aprendizaje. Operan con tal fuerza que llegan a convertirse en una profecía que se cumple por sí misma. Suelen ser de tres tipos fundamentalmente: las relacionadas con la desesperanza (*“Haga lo que haga, nada cambiará”, “No vale la pena esforzarse”*), las que tienen que ver con los sentimientos de impotencia (*“No puedo”, “Yo no soy capaz de conseguir eso”, “Eso está fuera de mi alcance”*), y las de ausencia de mérito (*“No me lo merezco”, “Esto no está a mi altura”*). Las tres ejercen una gran influencia a la hora de limitar la capacidad de desarrollo de las personas y nos las encontramos constantemente en los procesos de *coaching*, donde trabajamos para identificarlas y cambiarlas por otras que impliquen esperanza en el futuro, sensación de capacidad, responsabilidad, sentido de la valía, pertenencia, etc.

Todos nosotros estamos llenos de creencias y muchas de ellas son creencias limitadoras. Se van incorporando a nuestro ser a lo largo de toda la vida, la mayoría durante la infancia. Lo llamativo es que creencias que quedan arraigadas en nuestro inconsciente cuando tenemos cuatro o cinco años, siguen siendo vigentes cuando somos adultos. Es interesante considerar que muchas veces se crearon con algún propósito positivo, como protegernos, ayudarnos a establecer límites, etc. Consideremos, por ejemplo, los mensajes habituales de

No es lo que ha sucedido lo que molesta a un hombre, sino su juicio sobre lo sucedido

seguridad que transmitimos a los niños: *“Ten cuidado”, “No te acerques al borde”, “No te subas ahí”, “No hables con desconocidos”*... Este tipo de mensajes tienen su importancia y su valor en la infancia, el problema es que a menudo se generalizan a ámbitos de la realidad diferentes a aquellos para los que fueron enunciados y se consolidan como creencias, manteniéndose a lo largo de los años y operando por debajo de nuestro nivel de conciencia, de manera que no llegamos a saber en qué medida están influyendo en nuestras acciones. También encontramos la génesis de muchas creencias limitadoras en preguntas sin respuesta sobre el *“cómo”*. Cuando una persona no sabe cómo cambiar su comportamiento, es fácil que elabore la creencia de que ese comportamiento no se puede cambiar: *“Yo soy así, no puedo ser de otra manera”, “No puedo hacerlo”, no soy capaz”*.

LA PROFECÍA QUE SE CUMPLE

En 1968, Rosenthal y Jacobson realizaron un famoso experimento en una escuela primaria del sur de San Francisco, que puso en evidencia hasta qué punto las expectativas de los padres con sus hijos, de los profesores con sus alumnos o de los mandos con sus subordinados, tienden a cumplirse. Rosenthal y Jacobson realizaron un test de inteligencia a un grupo de alumnos y, de manera aleatoria, seleccionaron un 20 por ciento de los alumnos y le dijeron a sus profesores que su CI era superior al del resto de los niños. A final de curso, se repitieron las pruebas y se comprobó que el grupo calificado como más inteligente, había mejorado su CI en cuatro puntos. En las entrevistas con los maestros, describieron a estos chicos como más capaces, más curiosos, con

mayores oportunidades de alcanzar el éxito en la vida, más atractivos, mejor adaptados y más afectuosos. Por el contrario, cuando se pidió que describiesen a los chicos no señalados, las clasificaciones eran menos favorables de lo que podría esperarse por los resultados reales obtenidos en los tests. Los maestros no fueron conscientes de la influencia de sus expectativas en sus alumnos, el efecto pigmalión o la profecía autocumplida nos dice que cuando se espera más de una persona, se produce un determinado clima emocional en las interacciones con ella que facilita la comunicación. Se le ofrece más formación, se le mantiene más informado, se le exige más, se le dan más oportunidades... En conclusión, puede decirse que los padres, los maestros y los jefes, tienen la posibilidad de *“esculpir”* la capacidad de alumnos y colaboradores, con su influencia y su confianza.

Los experimentos de Rosenthal nos demuestran la importancia de las creencias y la capacidad que éstas tienen de generar diferentes posibilidades, de abrir o cerrar puertas, de impulsar o bloquear a las personas en la consecución de sus objetivos. En *coaching* tenemos una creencia acerca del enorme potencial que esconden las personas y que son capaces de desarrollar cuando se comprometen firmemente a trabajar en ello. Desde el punto de vista de la profecía autocumplida, para que el *coach* tenga éxito en su desarrollo, es absolutamente fundamental que el *coach* crea en él y en su capacidad de lograr lo que se proponga. De hecho, decimos que cuando un *coach* no es capaz de ver este potencial en uno de sus clientes, no debe aceptar trabajar con él, ya que el proceso no podrá llevarse a cabo con éxito. ▲

Información elaborada por:

