

...

Apadrinando... Coaching desde la Identidad

Una persona que patrocina o apadrina a otra, es aquella que ve en ella, sus potencialidades. Y esta, que es una propuesta abierta para todas las personas, es la misión que los Coaches realizan con sus clientes, consultantes o coachees. Cuando pensamos en patrocinar, podemos asimilar el concepto a “ver y bendecir”

Un Coach que patrocina a su consultante, es un profesional que observa en él sus potencialidades, sus posibilidades, su forma de ser y estar en el mundo y lo guía y apoya en su proceso de cambio, para que pueda transformarse en la persona que desea ser. El punto de palanca en este caso se apoya en el nivel de identidad de la persona, y en su deseo de descubrir la riqueza que la misma encierra.

El sentido de identidad de una persona es un sentido profundo que trasciende y va más allá de los valores y las creencias que la persona tiene de sí misma. Avalar, promover y llevar a crecer desde la identidad a individuos, grupos y/u organizaciones, es patrocinar; es verlo en todas sus posibilidades y potencialidades.

Esta idea nos resulta más simple de comprobar cuando la observamos al patrocinar o sponsorar un proyecto u objeto, porque de alguna manera confiamos en él. Tiene nuestro reconocimiento y nuestro patrocinio.

De la misma manera, patrocinamos a personas, grupos y/o individuos ofreciéndoles nuestra confianza, apoyo y recursos necesarios para que puedan desarrollar a pleno sus potencialidades, también tenemos la posibilidad de auto-patrocinarlos, es decir, descubrir en nosotros cualidades y potencialidades personales y transitar el camino que nos lleva a ponerlas en juego y transformarlas en acciones que nos lleven a vivir en forma más plena nuestra existencia.

Las creencias en las que se basa el patrocinador, están relacionadas con “ver” todo aquello que la persona puede aportar y llegar a ser.

Cuando lideramos desde este estilo de conducción, estamos considerando individualmente a las personas y sus necesidades como también el potencial que la misma puede desarrollar en la consecución de una tarea.

Cuando emitimos mensajes de patrocinio, le decimos a la persona que la vemos, que es valiosa, que tiene algo para aportar y que el mundo no lo tendrá si ella omite ese aporte. La creencia de ser bienvenida hace que la persona se sienta en casa, que su presencia es valiosa y genera en el otro un sentido de lealtad.

¿Qué tipo de patrocinio observas a tu alrededor? Patrocinios en los que se generan contextos de crecimiento? ¿O este patrocinio está ausente?

Los mensajes tales como “nadie me ve”; “parezco transparente”, “no me valoran” “lo que aportó no les interesa” generan estados emocionales que impiden el disfrute y el crecimiento en el grupo y aparecen sensaciones tales como postergación, inseguridad e incomodidad entre otras.

Por otro lado, los patrocinios negativos, como “no deberías estar aquí” “quien te crees que eres” “nunca serás lo suficientemente bueno” “no eres de nuestro grupo” generan emociones que pueden llegar a generar climas laborales o familiares en los que las emociones negativas que generan pueden llevar a deteriorar en gran manera los vínculos existentes.

Cuenta Peter Sengue en su libro “La Quinta Disciplina” que en una tribu de Nepal, el saludo habitual que reemplaza nuestro “hola” es el decir: “Te veo” Este ver, lleva implícito el haber notado la presencia del otro, el saber que el otro está presente, el reconocerlo como ser humano.

La otra persona, en el lugar de “Como estas” que correspondería a nuestras costumbres cotidianas, responde “Estoy aquí”

“Te veo”. “Estoy aquí” , son dos pasos importantes en esta cultura africana, en la que una persona se siente reconocida por el otro, en este caso en el saludo. Este ritual o saludo, nos da la pista del valor del estar presente para el otro, de la calidad de atención que le brindamos en el momento de encontrarnos, de la disposición que le ofrecemos en el momento de encontrarnos, de patrocinar su presencia en nuestras vidas. “Te veo”. “Estoy aquí”. “Me alegro que estés aquí”

¿Cuál creen que puede ser la relación que puede llegar a establecerse entre dos personas que se ven, se reconocen y se brindan atención mutuamente en el momento de encontrarse? ¿Dirías que ese es un buen pronóstico?

Cuando patrocinamos a otras personas creemos y aceptamos la bondad que potencialmente existe en todas las personas. Entendemos que tiene una luz y un brillo especial, personal.

Dijo Martha Graham: “Hay una fuerza vital, hay una energía que se traduce a través de nosotros en acción. Puesto que hay un solo yo en todo el tiempo, esta energía es única. Si la bloqueamos, no va a pasar a través del tiempo, se va a perder y no va a existir en otro medio. El mundo no la tendría y no depende de nosotros cuan buena es esta energía o como se la compara con otras expresiones”

Al transformarnos en patrocinadores tomamos conciencia de lo valiosa que es esa persona para nosotros y para el mundo en general. La observamos en su riqueza interior y exterior. Tomamos en cuenta que merece toda nuestra atención y reconocimiento. Y por ende, le damos la bienvenida con nuestros gestos, nuestras palabras, nuestra alegría. A través de nuestras acciones, validamos su existencia a la vez que validamos la nuestra.

(Video Validación)