

# Etica y Coaching

## Dos palabras, un significado

Desde que la ICF me encargó la realización de este artículo le he estado dando vueltas al modo de enfocarlo. ¿Por qué hablamos de ética y coaching? Y no simplemente de coaching, ya que bajo mi punto de vista, no existe ninguna actividad profesional que no deba desarrollarse bajo los más estrictos cánones de la ética.

 Vivian Acosta

**E**s nuestra imagen, primero como coaches profesionales, y después la imagen de la profesión la que está en juego, y no sé si todos los que estamos ejerciendo esta "nueva" profesión somos conscientes de la importancia de la misma.

El coaching en España es una profesión joven, yo diría adolescente, llevará unos 12-13 años en el mercado, y todos sabemos que la adolescencia es la etapa vital donde el ser humano pretende crear sus propias reglas y revelarse contra las que ya existen en un intento de definir su propio estilo, su propio camino.

Siguiendo con esta misma comparativa, todos lo que lean este artículo y tengan niños/niñas en esta edad, saben la importancia de tener unas reglas claras, pues la ausencia de estas o el exceso de permisividad, pueden hacer que en ésta etapa se tomen caminos que no siempre conducen a la plenitud en la vida madura. Muchas veces resulta difícil entender bajo "el observador" (utilizando la terminología ontológica) de un adolescente a dónde les conducen estas normas, muchas de ellas absolutamente in-



comprensibles para ellos, sin embargo, éstas no están creadas para generar barreras o disminuir nuestro ámbito de actuación y sí en cambio para crear un universo de posibilidades y de oportunidades muy distintas a las que conllevaría la ausencia de ciertos valores, presentes y compartidos en el código ético "social".

Pero pongamos algunos ejemplos que nos "tocan" y que me van a per-

mitir poner de manifiesto alguno de los principios presentes en el código deontológico de la ICF.

¿Por qué no puedo mentir sobre mis méritos ante mis amigos? Esto me ayuda a crearme una imagen social más deseada frente a mi grupo de referencia, si ellos creen que "valgo más, soy más", así, montamos nuestra vida y lo que somos como personas alrededor de las mentiras. Los que se suben a este tren, viven de la imagen y no de lo que son capaces, se auto engañan y engañan a los demás. Acabamos "vendiendo humo" ¿nos suena esta expresión? Seguro que a más de una persona, le hace sentido. Como coaches sabemos la importancia del concepto confianza, ésta se construye día a día, nos acompaña en todas nuestras relaciones, bien sean personales o profesionales. La confianza genera sus créditos, ¡sin lugar a dudas! No somos conscientes de la importancia de cultivarla a través de nuestros actos, hasta que súbitamente la perdemos. Me gusta ver la confianza como un hilo que tejemos día a día, cuando la perdemos es imposible unir nuevamente ambos extremos del hilo, los nudos no se atan, no pode-



*Coaching y deporte. La ética es consustancial.*

mos pegarlos fingiendo que no ha pasado nada... seamos rigurosos con lo que somos, pues en ello se construye nuestra imagen de confiabilidad frente al mercado y frente a los demás.

¿Por qué no puedo atribuirme que he realizado esa hazaña [proyecto]? "Nadie sabrá que pertenece a otra persona, ésta es tan sosa, que difícilmente sacará provecho de ello". Esta es la semilla de la violación a los derechos del copyright. Reconocer el trabajo y obras de los demás se monta sobre un concepto que en nuestra sociedad parece estar en desuso, y que es la gratitud. Nos hacemos propietarios de las ideas de otros, me gusta mucho el anuncio que sobre la importancia del respeto

al copyright recientemente se pudo ver en las pantallas de los cines, en él se veía como una persona copió una información y a la par hablaba de la importancia de que sus ideas fueran valoradas y respetadas. ¿Exigimos a los demás algo de que lo no somos capaces de hacer nosotros mismos?, ¿trabajamos con diferentes reglas, unas para nosotros, otras, para los demás?

"Jorge me ha pedido que le ayude con el examen de mates, y está dispuesto a pagarme"; "¿pero si tú no eres bueno con las mates?"; "¡qué más da! Mejor que él ya soy". Vivimos en un mundo consumista que premia la obtención de resultados a cualquier

precio, la consigna "no dejes escapar la oportunidad" se instaura en nuestro cerebro muy pronto y nos conduce a aceptar muchos trabajos que no coinciden con nuestras habilidades y conocimientos y en el peor de los escenarios... ni tan siquiera son acordes con nuestros valores.

¿Qué es eso de ser discreto? "¿Qué me calle?, ¿Por qué? Estas coartando mi libre expresión..." a veces crecemos creyendo que todo es noticiable, nos creemos con el derecho de violar la confianza que otros depositaron en nosotros, porque su confianza ya, no nos es útil. El concepto de utilitarismo de la información presente en nuestra sociedad y que con tanta frecuencia vemos en los medios de comunicación, se monta entre otras, sobre la idea de que la confianza sólo es útil cuando existe una relación, una vez que ésta finaliza estoy exento de guardar "secreto de sumario".

Vuelvo al origen de este artículo, pues como Responsable de la Comisión ética, no me cansaré de expresar la importancia de la imagen del coaching como herramienta de desarrollo para la excelencia. La imagen de eficacia, de utilidad, de credibilidad, la estamos construyendo TODOS a través no sólo de nuestros actos, sino también a través de lo que no hacemos. Nuestro presente, ésta creando nuestro futuro, como coaches sabemos la importancia de los juicios, sobre ellos se montan las percepciones, sobre ellas se toman las decisiones. Construyamos entre todos a través de la impecabilidad de nuestros actos una profesión a la altura de lo que el coaching se merece.

FICHA AUTOR

**Vivian Acosta** • Responsable de la Comisión Ética, ICF España.

## ¿qué hará el Coaching por ti?

aportamos metodología y herramientas a los procesos de Coaching

**leadingchange**  
GESTIÓN INTEGRAL DE RR.HH.

- Coaching de directivos
- Coaching de equipos
- Coaching de comerciales
- formación en Coaching

C/ Lopéz de Hoyos 64. 28002 Madrid  
TEL 0034 91 144 07 30  
FAX 0034 91 144 07 32  
info@leadingchange.com  
www.leadingchange.com



nuestros coaches son miembros de las citadas organizaciones

