

El poder transformador de la «conversación»

La inteligencia necesaria para saber construir un buen equilibrio de valores éticos, pragmáticos y poiéticos se cultiva a lo largo de una vida bien vivida en presente (bien “presenciada”) y, por lo tanto, bien convivida y bien conversada y dialogada, tanto con uno mismo como con los demás.

Una «conversación» significativa, ya sea con uno mismo o con otros, es un espacio de diálogo orientado al cambio.

Esta es la base de la soberanía personal y del emprendimiento y liderazgo por valores capaces de construir un mundo humanamente más evolucionado, constituido por una gran red de conversaciones significativas creadoras de micromundos a los que se pueda desear pertenecer.

La palabra «conversación» proviene del latín *con* (reunión) y *vertere* (cambiar, girar, dar vueltas, salir). Versión, reversión, conversión, reconversión, diversidad y... diversión (alejarse de la rutina) comparten el mismo origen de generación de cambio. Así que para destacar su valor transformador podríamos escribir la palabra con una barra intermedia: «con-versación».

Podemos decir que **una «conversación» es un conjunto complejo e informativamente rico de acontecimientos auditivos, visuales, olfativos y táctiles con intención de establecer un diálogo significativo orientado al aprendizaje, al desaprendizaje y al cambio.**

Los cada vez más conocidos procesos de *coaching* son, de hecho, espacios conversacionales orientados a la facilitación del pleno desarrollo de personas y grupos. En sentido amplio, las conversaciones para la construcción de valores no se componen solo del lenguaje verbal, sino que abarcan también otros «versos»:

gestos corporales,

modelos y gestos ejemplares,

tonos de voz y silencios especiales,

estructuras de casas, oficinas y catedrales,

signos de estatus, privilegios, rituales...

y hasta símbolos y carteles

colocados en hornacinas, despachos y páginas virtuales

Así, por ejemplo, elementos tan diferentes como el tamaño y el mobiliario del despacho de un jefe, nuestra forma de vestir, la marca de un automóvil o de un reloj de pulsera, o la página web de una empresa forman parte de la red de conversaciones en la que estamos inmersos.

Todo lenguaje en general y todo lenguaje de valores o lenguaje axiológico en

La Vida es una gran red de conversaciones para el cambio

particular es una conversación más o menos intencionalmente orientada a la generación de un cambio, y se basa, por tanto, en promover la

percepción de una relación coste/beneficio favorable a una acción. Solo podemos ver y cambiar aquello de lo que hablamos, y no solo «lo que medimos», como se piensa muchas veces desde una perspectiva ingenieril.

Así, por ejemplo, una señal de tráfico, un saludo, un insulto, un consejo, un beso o una conferencia son lenguajes con un propósito conversacional de cambio: están dirigidos a persuadir al receptor del mensaje con el objetivo de que se active una conducta determinada que sea percibida como más ventajosa que la anterior.

El lenguaje axiológico ya es una acción en sí mismo y, por supuesto, la acción coherente de valores es un lenguaje, por lo que nuevos lenguajes de valores pueden crear nuevas realidades y viceversa. Gracias al lenguaje y a las acciones derivadas del mismo creamos significados compartidos.

El cambio se produce cuando la percepción de sus beneficios es superior a la percepción de sus costes, tanto económicos como, sobre todo, emocionales.

En todo caso, **es mucho más inteligente desarrollarse y cambiar con/versando que cambiar a base de palos, lo que pone de manifiesto lo zoquetes que somos los humanos cuando no somos capaces de cambiar antes de los palos.**