

El poder de la elección

Con demasiada frecuencia la gente cree que no tienen el poder de elegir; son las circunstancias de su vida las que controlan el resultado. Es el trabajo, son los viajes de trabajo, es la falta de ingresos, son las responsabilidades de la paternidad o maternidad, es la falta de tiempo libre, es.... la lista es interminable. ¡Fíjate cuántas circunstancias! Y al hacerlo a menudo tenemos la sensación de que no podemos elegir otra cosa ni cambiar nada. Nuestra visión se hace cada vez más estrecha hasta que las circunstancias nos dominan tanto que dejamos de ver otras posibilidades.

Una variación sobre el tema es la “consecuencia de la gran decisión”, que hace que todas las demás acciones dejen de ser opciones. Por ejemplo: “Opté por casarme, así que...”, o bien: “Dije que asumiría este puesto de voluntario, así que...”, o bien: “Quería el ascenso, así que...”. Es como si renunciáramos al poder de elegir otras cosas cuando ya hemos elegido la “gran opción”. Y entonces toca cargar con las consecuencias. La verdad es que no hay nada que “toque” hacer. Sólo hay elección. No somos víctimas ni de nuestras circunstancias ni de nuestra historia ni de nuestros juicios sobre nosotros mismos o nosotras mismas. Siempre podemos elegir el punto de vista o perspectiva que queremos tener de cualquier circunstancia de nuestra vida. Por ejemplo: me han despedido. Puedo decidir que en la empresa son estúpidos por haberme puesto en la calle y que “pobrecito o pobrecita yo”. O bien puedo decidir que soy una persona poderosa capaz de hacer frente a los retos de la vida.

Poder elegir de manera consciente nos parece algo obvio, pero no por ello es menos fundamental. Para poder llegar a tener la vida que quieren tener, los clientes han de elegir y han de saber que han elegido. Se trata de vivir la vida de manera consciente. En la elección va implícita la acción –al menos un tipo de acción interna. Esa acción interna consiste en adquirir consciencia de cómo ejercemos nuestras opciones. En que elegir se convierta en algo proactivo y que hacemos con toda intención en lugar de ser algo reactivo o que viene guiado por aquello que tenemos por costumbre hacer. En crear esa elección consciente y en incitar a tus clientes a que conecten con su Comandante y su Tripulación para que éstos le ayuden a elegir. En conectar con el propósito de vida de tus clientes para poder valorar si cada elección está alineada con dicho propósito. Este nivel de elección consciente tiene un grado de vivacidad y de significación que hacen que la elección resulte resonante.

Aun cuando una elección resonante la hayas realizado de manera que te permita respetar y cultivar tu valores y que esté alineada con tu propósito de vida, no siempre te hará sentirte bien. A veces las elecciones resultan difíciles. Por ejemplo, una familia podrá optar por trasladarse a otra ciudad por motivos de trabajo porque con ello está honrando muchos de sus valores y porque la elección está plenamente alineada con su propósito de vida y sus valores; sin embargo, siempre es difícil cambiar a las criaturas de ciudad y de colegio.

Una elección consciente permite que nuestras acciones resulten coherentes, por muy difícil que haya resultado elegir.