

Los valores en el deporte de alto rendimiento

"Entendemos por valor el principio ideológico o moral de una persona y es la norma particular que rige su pensamiento y conducta, los valores no son del deporte, sino de cada persona."

Jaume A. Mirallas Sariola

Los valores no existen por sí mismos: necesitan de un receptor en quien descansar. Se nos aparecen como nuevas cualidades de esos receptores: la belleza de un cuadro o la elegancia de un vestido. Si observamos el cuadro o el vestido veremos, que la cualidad valorativa, es distinta de las otras cualidades.

En términos gramaticales el valor es un adjetivo. La tendencia tradicional es sustantivar al valor. El valor radica en el adjetivo y no en el sustantivo. No hay que dejarse engañar por el lenguaje. Los valores se nos revelan en la institución emocional (subjetivismo). El fundamento de los valores no se encuentra en el sentimiento de placer o agrado, como cree Ehrenfels, sino que hay que buscarlo en el apetito, en el deseo. Perry afirma que *un objeto adquiere valor, cuando se le presta interés*. Lo que es objeto de interés, como puede serlo *el deporte de alto rendimiento* adquiere "eo ipso" valor. El "interés" tiene que ver, según Perry, con toda la vida afectivo-motora y no debe restringirse a su significación común. La relación del "interés" a toda la vida afectivo-motora revela las preferencias de Perry por la psicología "científica" y el rechazo del dualismo cartesiano de cuerpo y alma.

En el plano ético habrá que añadir al interés un calificativo de orden moral: habrá intereses malos y buenos. En tal caso la definición psicológica sirve muy poco, pues el carácter valioso lo da el adjetivo que se le agrega.

La preferencia revela un orden jerárquico de los valores. La existencia de un orden jerárquico es una incitación permanente a la acción creadora y a la elevación moral. *El sentido creador se basa, fundamentalmente, en la afirmación del valor positivo frente al negativo.*

B. Russell sostiene que las cuestiones referidas a los valores están fuera del dominio de la ciencia, no porque pertenezcan a la filosofía, sino porque "están enteramente fuera del dominio del conocimiento". Cuando decimos que algo tiene valor "estamos" dando expresión a nuestras propias emociones". Lo que sirve de base al supuesto carácter objetivo del valor, según B. Russell, es que *el deseo es personal, pero lo que se desea es universal*. Un determinado valor no se da con independencia de los demás valores. La relación del sujeto con el objeto se da dentro de una sociedad, una cultura y una época histórica determinadas.

La concepción de los valores puede ser relativa a tiempos, pueblos, culturas, individuos, etc. Como decían los sofistas griegos *lo bueno y lo justo es diferente en todas partes*. En cambio, habrá valores que dependen de la oferta y de la demanda, los valores del mercado, cuya calidad valiosa depende de la utilidad individual, como, por ejemplo, los valores materiales.

Por encima de esto, en la actividad moral de la persona, la que afecta al individuo propiamente dicho, a su carácter y sentimientos, se observa una cualidad de valor completamente distinta de la utilidad material y subjetiva, es decir, una realidad de orden ideal, objetiva, que se impone a todos. Platón la llama "areté" (virtud), aunque la mejor traducción que podemos hacer del griego de esta palabra es habilidad (panourgia). La virtud posee algo universal. Sócrates ya había predicado esta idea enfrente de los sofistas.

John Dewey escribe: "En la situación actual del problema de los valores, la cuestión decisiva es de orden metodológico".

¿Cómo captamos los valores?

Como se ha citado anteriormente los valores se dan en un receptor de orden real y lo captamos por los sentidos. La captación de los objetos reales sirve de vehículo de los valores y debemos separarlos de los valores mismos.

Los subjetivistas sostienen que, además del sujeto y del objeto, hay que tomar en consideración la “actividad” del sujeto, por medio de la cual éste se pone en relación con el objeto; en el caso de los valores, tal actividad es la valoración.

Max Scheler sostiene que la inteligencia es ciega para los valores. Según la doctrina de este filósofo alemán, los valores se nos revelan en la intuición emocional. Conocemos un estadio en la captación de los valores en el cual nos es dado ya clara y evidentemente el valor de una cosa, sin que nos estén dados aún los receptores de ese valor. De hecho, la captación no es definitiva. Ortega y Gasset escribió en 1923: “La experiencia de valores es independiente de la experiencia de cosas”.

Las virtudes humanas esenciales, como la sabiduría, la justicia, la amistad, etc. en su conjunto encarnan los valores del tipo ideal del ser humano, su propio y mejor yo. No se derivan de la misma persona, sino que se nos presentan por sí mismas inmediatamente en una visión de los valores y de las esencias, como algo bello, recto y razonable.

Por ellas se nos revela la verdadera naturaleza humana, que es principio moral y constituye el fundamento metafísico en que radican estos valores: la perfecta actuación de la naturaleza esencial de la persona.

En *el deporte de alto rendimiento* surgen valores, porque existen por una razón de *eudemonía*, es decir, de una grandeza moral. No surgen por razón del trabajo y del dinero, sino por razón del ocio. *El deporte ha generado una pedagogía de la competencia y asimiló dentro del alto rendimiento muchos de los valores presentes fuera de ella.*

Como decía Aristóteles, de una multitud de individuos y familias se forman la comunidad y el Estado. Pero al hacerlo no se reúnen arbitrariamente para convertir en ley lo que les viene en talante, como opinaba T. Hobbes, antes realizan una tendencia inherente al ser mismo de la persona. “El ser humano es por naturaleza un ser sociable”, escribe Aristóteles.

Los valores constituyen un tipo de objeto completamente inaccesible a la razón. *Los valores se captan por vía emocional, en el percibir sentimental.*

La sociedad y las instituciones democráticas empujan a los ciudadanos a trabajar continuamente; y los hábitos del espíritu que convienen a la acción no siempre convienen al

pensamiento... Se está normalmente inclinado a dar valor excesivo a los esfuerzos rápidos y a las concepciones superficiales de la inteligencia y, al contrario, a depreciar más de la cuenta su trabajo profundo y lento... Las personas están tan ocupados en trabajar que apenas les queda tiempo para pensar. *El celo que ponen en los negocios les impide entusiasmarse con las ideas. Así, pues, una actividad tan exagerada apenas permite llegar a la acción creadora.*

Valores y comportamiento deportivo

En el comportamiento deportivo se halla un cuadro integral de valores, que perfilan y definen el sentido real y auténtico que *el deporte de alto rendimiento* tiene en la existencia humana:

1º) *El deporte de alto rendimiento* se convierte en estímulo de expresividad humana, es un estímulo al comportamiento, desde la doble perspectiva de motivación extrínseca y de motivación intrínseca.

2º) *El deporte de alto rendimiento* exige que la persona dé el máximo de sí, es apelación a la integridad de recursos, a la armonía de posibilidades.

3º) *El deporte de alto rendimiento* es un núcleo integrador de personalidades, de medios, es el equilibrio de la persona con su mundo en eficacia renovadora y creadora.

4º) *El deporte de alto rendimiento* está abierto a la sorpresa, a la novedad, a la aventura, a las relaciones cambiantes de las personas, acontecimientos, situaciones, a la solución improvisada. *Se da el riesgo y el desafío.*

5º) *El deporte de alto rendimiento* está ajeno a la programación de los resultados, pero no a la *planificación de los objetivos*, y es *creación*. El deportista no es un autómeta.

6º) *El deporte de alto rendimiento* es espíritu creativo y la posibilidad del mismo es lo que hace del deporte una auténtica actividad humana.

7º) *El deporte de alto rendimiento* tiene una disposición social, sensibilidad cinestésica, sentido del equilibrio y un comportamiento deportivo, que condiciona el proceso creador y posiblemente *la selección de la personalidad creadora.*