

## • La columna •



MIGUEL A. ARTIGAS  
 maartigas@diariodeteruel.net

## Tiempo de clásicos

De niño solía conceder gran protocolo y trascendencia al momento en el que los amigos nos comíamos los primeros polos de helado al comienzo del verano. Tomábamos una imagen mental del momento y hacíamos por retenerla hasta la llegada de los primeros fríos, que en Zaragoza acostumbraban a coincidir con los Pilares de octubre. Incluso llevábamos la cuenta del número de helados que iban cayendo a lo largo de la canícula con la esperanza, jamás cumplida, de que llegara el otoño con la cifra exacta en nuestra cabeza.

Era uno de mis grandes clásicos del verano, una época del año, cuando uno es niño, muy propicia para éstos. Los veranos eran como una repetición de clichés conocidos, una letanía sosegada y larga, muy larga, en la que cosas insignificantes, además del Tour de Francia, llenaban el vacío que dejaba el curso escolar y el final de la liga de fútbol.

Canciones de Georgie Dann, fines de semana en Salou, las -malditas- vacaciones Santillana, o los quintos de cerveza medio llenos -o medio vacíos- en el pueblo el 16 de agosto. Cada uno tenía sus propios clásicos de verano, pero existían y hasta siguen existiendo, como si una ley no escrita, la misma que nos declara exentos de llevar calcetines, nos permitiera durante el verano recordar e incluso repetir las rutinas, casi ritos, que nos impedían crecer y dejar de ser niños.

Cuando uno envejece conserva algunos clásicos y se remasteriza otros, para adaptarlos a nuestra nueva condición de adultos, en la que veranos, otoños, inviernos y primaveras se suceden con tal velocidad que tenemos la impresión de que no tenemos tiempo de cumplir lo planeado ayer, porque hay que planear lo de mañana.

El otro día recreé uno de mis nuevos clásicos del verano. Me comí una paella en compañía de amigos, con una valenciana -fundamental- entre ellos. Asistí silencioso al inevitable debate sobre las diferencias entre la paella a secas, la paella valenciana, el arroz a banda y la de Tumbuctú. Por un corto espacio de tiempo volví a ser niño y el verano comenzó.

## ENTREVISTA • JUAN JOSÉ ÁLVAREZ VICENTE PSICÓLOGO COACH



Juan José Álvarez, la pasada semana en el campus universitario de Teruel

## “La inteligencia emocional impulsa el talento de la empresa”

“Tenemos que saber identificar las emociones y aprender a gestionarlas para lograr un beneficio”

P. Fuertes  
 Teruel

Licenciado en Psicología, *coach* personal y organizacional, máster en Dirección y Gestión de Recursos Humanos y experto en Programación Neurolingüística e Inteligencia Emocional, Juan José Álvarez, dirigió la pasada semana en la Universidad de Verano de Teruel un curso sobre Psicología, Coaching e inteligencia emocional.

### -¿Cómo surge el coaching?

-El *coaching* surgió en el ámbito deportivo, con el tenis y el golf aunque no se llamaba así. Uno de los pioneros fue Timothy Gallway, entrenador de tenis y profesor que se dio cuenta que el verdadero enemigo de un jugador de tenis no era el que tenía enfrente sino uno mismo. Eso posteriormente, con el paso del tiempo, aparecieron otras terminologías dentro de la empresa y comenzó a llamarse *coaching*. De hecho *coach* es un autobús o carruaje de finales del siglo XIX. Lo que hace es lo mismo: veo en qué

punto estoy y dónde me quiero bajar, cuál es el objetivo que quiero alcanzar. Esto es lo que se puede decir de la funcionalidad del *coaching*, que al fin y al cabo es un acompañamiento a que la persona con la que se está trabajando logre sus objetivos determinando cuándo quiere conseguirlos y qué es lo que quiere lograr. A partir de ahí se hacen una proyecciones visuales y un plan de acción.

### - ¿Es importante sentar las bases de lo que se quiere lograr?

-Es esencial. Si nos vamos más atrás en la historia, el primer *coach* que tuvimos fue Sócrates y la mayéutica: cómo a través de preguntas poderosas, que son las que crean conciencia y después hay una puesta en acción. Él fue de los precursores en este campo y yo lo enlazo con la inteligencia emocional. En 1920 un psicólogo de organizaciones empezó a hablar de cómo motivar a los empleados de una organización para obtener un mayor rendimiento, esto ya era inteligencia emo-

cional. Con los años esta terminología comenzó a utilizarse hasta que en 1990 el periodista Daniel Goleman publicó el *bestseller* *Inteligencia emocional*. A partir de ahí aparecieron *Prácticas para la inteligencia emocional*. A partir de ahí cogió mucho auge entre los empresarios. Como era algo que venía de Estados Unidos en Europa lo adoptamos fácilmente. Consiste en saber identificar mis propias emociones, saber cómo gestionarlas para luego saber beneficiarme de mi propia gestión. Debido al tipo de vida que hemos tenido somos totalmente autodidactas en esto, no hemos tenido una asignatura que se llamara Herramientas para la Vida y que nos ayudara a cómo gestionar nuestra culpa o nuestra ansiedad por ejemplo. Se aprende por ensayo y error.

### -¿Cómo se utiliza hoy en día la inteligencia emocional?

-En empresas a la hora de gestionar líderes. Se trabaja mucho a la hora de dar competencias a jefes de departamento en habilidades emocionales simplemente

para gestionar correctamente su equipo. En el mundo de la empresa, puede haber un mando intermedio que gestiona su equipo mediante gritos. El rendimiento es cero. Donde no se aplica la inteligencia emocional no se desarrolla el talento de la empresa. Esto es el gran problema que existe.

### -¿Cómo se puede aplicar esto en las pequeñas empresas?

-En las pequeñas empresas, muchas veces familiares donde están consolidadas ciertas conductas arcaicas, se trata de trabajar con todo el equipo. Tratamos de identificar a nivel individual el estado anímico de cada uno de los miembros de la empresa para alinearlos en un objetivo común. Lo que nos encontramos en estos casos es que cada uno tiene un concepto de la empresa diferente y la manera de actuar es dispar. Lo que se trabaja son dinámicas grupales con un contenido emocional. Se hace desde las bases de la inteligencia emocional, cómo tomar conciencia de la situación de cada uno dentro de la empresa, cómo autorregular las emociones, beneficiarse de ellas e influenciar en los demás. cómo automotivarse y cómo desarrollar las habilidades sociales como la asertividad, que es lo que permite marcar los objetivos y gestionar mejor el tiempo y por otro lado la empatía, el grado de empatizar con las personas para ver cuáles son las necesidades y poder aportar una solución.

### -¿Acuden las pymes a este tipo de herramientas?

-Muy pocas. Las pequeñas empresas han sido en mi opinión las grandes olvidadas. Las pymes y micropymes, por la situación que estamos viviendo, no quieren invertir en algo que no ven directamente tangible. La inteligencia emocional y el *coaching* no es algo material. Es algo totalmente de fe. Podemos llegar a encontrar prejuicios, porque a veces se prefiere lo malo conocido que lo bueno por conocer. No suelen invertir en temas de desarrollo profesional. Las que lo suelen hacer son las multinacionales porque tienen un presupuesto para formación. Lo más demandado hoy en día es la inteligencia emocional, comunicación eficaz y *coaching* dentro de las grandes empresas. Dentro de las pequeñas lo que también ocurre es que hay desconocimiento de este tipo de técnicas. Quizá un primer acercamiento tendría que ser responsabilidad nuestra y hacer llegar incluso invitar y estimular a través de sesiones gratuitas en las que pudiéramos explicar qué es esto de la inteligencia emocional, qué beneficios puede tener y qué puede aportar como empresario o trabajador.