

Sócrates, Cuántica y Coaching

Por María Calandria

El cerebro humano no distingue entre lo que ve y lo que recuerda. No reconoce la diferencia, porque se activan las mismas funciones neuronales. La cuántica se plantea: ¿qué es la realidad, lo que el ojo ve, lo que la mente recuerda, o lo que el cerebro interpreta? ¿Será cierto que vivimos en un gran simulador holográfico? Estamos empezando a vislumbrar la punta del gigantesco iceberg de la física cuántica. Sólo recreamos la realidad que nuestro cerebro es capaz de concebir. El cerebro sólo nos proyecta la película que somos capaces de ver. No estamos capacitados para ver algo con lo que nuestro sentido de la vista no se haya entrenado antes, contando con la ayuda de los demás sentidos para capacitarlo de otros atributos no visuales: la dimensión el peso, el tacto, el sabor... esta es la manera, según dicen los expertos, en que el ser humano va "aprendiendo" a ver todo cuanto le rodea desde el momento de su nacimiento. Les atribuimos valor, sentido, incluso forma, a los objetos que vemos, por lo que recordamos de ellos, por la experiencia previa que nos ha relacionado con esos objetos u otros similares. Podemos ser capaces de ver con el ojo del observador supremo, más allá de todo juicio y creencias, y desarrollar el potencial de nuestra mirada más incondicional. El coach nos ayuda a ver con esos ojos nuevos.

Sir James Jeans, filósofo y físico cuántico de principios del siglo XIX, fue el primero en afirmar que Dios era un gran matemático y que el universo se parecía mucho más a una sucesión de pensamientos que a la estructura mecánica de lo que habíamos entendido como mundo material.

Recreamos siempre las mismas realidades; contamos siempre con infinitas opciones y posibilidades de las que no somos conscientes porque seguimos repitiendo patrones de nuestra vida diaria a los que estamos condicionados. Estamos tan condicionados que aceptamos a priori la idea de que no tenemos el control, y estamos condicionados también para entender que el mundo externo es más real que el mundo interno. Pero la física cuántica defiende justo lo contrario: que creamos lo que llamamos mundo externo, según los patrones individuales del mundo interno y la información captada por nuestros sentidos.

Si fuera cierto todo eso que la física cuántica afirma, y la recreación de la vida se tratara de la proyección de una película generada por la sucesión de nuestros pensamientos, hallaríamos una relación directa entre esa posible verdad y la ley de equivalencia mental que nos dice "si cambio estos pensamientos, cambias tus emociones; si cambias tus emociones, cambia esta actitud, si cambio esta actitud, cambias tu vida; si cambias tu vida, cambias tu destino."

¿PUEDE EL COACHING DESLIGARSE DEL MÉTODO SOCRÁTICO?

Entendemos que el coaching es el método socrático convertido en filosofía de comunicación. Lo concebimos así los conversadores que un día descubrimos con el coaching nuestra vocación de ayuda; los "ayudadores" natos aprendimos con este método socrático que "el otro es el experto", que tener la intención y la capacidad de ayudar a otros no significa tener las soluciones a sus problemas, ni conocer de antemano y con un bolsillo por favor los caminos que nuestro interlocutor deberá tomar.

El coaching fue concebido para ayudar a las personas a desarrollar su potencial. Lo grandioso y sencillo de este método es el descubrimiento, la toma de conciencia que implica: cada persona tiene las respuestas a todas sus preguntas. Cada uno tiene dentro sus propias opciones y alternativas; el coach es un catalizador que ayuda a encontrarlas, con la estructura del método de coaching, una actitud de escucha completa y el recurso de las preguntas poderosas.

Creo que todo en el coaching es socrático. Sería como cuestionarse si es papista el papa. Es más, considero que el coaching que no "huela" a mayerútica, es porque "huele" a consultoría u otros servicios empresariales disfrazados con el nombre novedoso y rentable del coaching. Es realmente una pena. Plantea una lucha con la que no contábamos los que encontramos en el coaching nuestra vocación, y no un mero negocio rentable. Creo que deberíamos poder tener concentradas nuestras energías en ayudar a los demás, que es lo nuestro.

Sobre todo, teniendo en cuenta la falta que le hacia el mundo salir de la "edad de piedra" de la comunicación, y que vayamos avanzando en entendimiento mutuo, de la misma manera que el ser humano ha sido capaz de llegar tan lejos a través de los medios tecnológicos y científicos. Es lamentable que cuando en el mundo surge un método, filosofía, movimiento, ...o como queramos llamarlo, en beneficio del equilibrio entre la vida personal y laboral, y a favor de la calidad de vida, la solidaridad, el respeto y la humanidad, la ambición malogre su reputación y ensucie su dignidad. La dignidad y la reputación del coaching son la dignidad y la reputación del coach. Por otro lado, no creo que alguien sin dignidad ni reputación pueda decir que es coach o que se dedica al coaching.

Desde **Coaching Madrid** instamos a nuestros alumnos de coaching a que ofrezcan a sus clientes potenciales, ya sean particulares o de empresa, una primera sesión de prueba gratuita. Y es que la única salida que nos dejan a los coaches profesionales y de vocación, es probar ante el mundo -ante las personas que estén preparadas para cualquier cambio y que quieran sacar mayor partido a su vida-, que el verdadero coaching existe y que cada vez somos más los que lo defendemos y lo practicamos. ¿Y cómo se distingue eso que llamaríamos verdadero coaching de lo que no lo es? Pondremos unos ejemplos. El coaching:

- Apoya a la persona. Está ideado para ayudar al ser humano.
- No manipula. Si no hay honestidad ni derecho a la confianza, no hay coaching.
- No concibe el desarrollo del potencial sin disfrute.
- Es una vocación de ayuda entre las personas.
- Afirma que el otro es el experto y que el coach no tiene las respuestas.
- Cree profundamente en la capacidad del ser humano para ser feliz: su principal objetivo.

Obviamente, nuestro método, por sus "prestaciones", es una utilísima herramienta en el mundo empresarial. Cuando la empresa le ofrece a un directivo coaching-coaching (no consultoría, ni mentoring, ni liderazgo... con el hombre cambiado) va a obtener beneficios empresariales. Esos beneficios no han de ser nunca el objetivo del verdadero coach, sino el resultado de haber hecho un buen coach en. Es decir, el fruto obtenido tras conseguir que el ser humano, -en este caso, un directivo- haya aumentado el nivel de confianza en sí mismo, haya hallado el sentido su trabajo, haya conectado con el estímulo de la motivación, y por ello se convierta en alguien más completo, más feliz y más eficaz. Los beneficios económicos que aporta el coach a la empresa, son los frutos "colaterales" que se obtienen tras el desempeño de un buen coaching. ¿Es una postura inteligente la del empresario que, por no perder un presunto poder, se empeña en que el objetivo del coaching contratado sea el beneficio empresarial? ¿Cómo podríamos hacerles entender a esos empresarios que la efectividad del coaching reside precisamente en que está enfocado en el beneficio humano? La empresa se beneficia igual, pero para ello ha de pagar el precio de la confianza. La confianza se quizá la palabra más clave del coaching. Si tú, empresario, confías en que las personas que trabajan para ti conservan todo un potencial por desarrollar, y que en el fondo están deseando dar la mejor "versión de sí mismos", confiará en el coaching del que estamos hablando, el coaching socrático y humanista, y se abrirá a la posibilidad de obtener los múltiples beneficios que tiene reservado el coaching.

Desde el coaching, por el coaching y para el coaching, continuaremos haciendo lo que estamos haciendo: ofreciendo una primera sesión de prueba gratuita, para poder distinguimos en la práctica, facilitando la experiencia del coaching. Continuaremos también poniéndolo en palabras, como en este escrito que estás leyendo. Después, la vida se encargará de que el coaching le llegue a quien le tenga que llegar. Siempre ha habido oportunistas, intereses mezquinos y manipulación, alrededor de los más nobles principios y de las mejores filosofías. Lo que resulta interesante y atractivo, lógicamente, "vende" bien; resulta comprensible que esté más expuesto a proyectos oportunistas en manos de quienes no tienen escrúpulos, se dediquen a lo que se dediquen. Nuestra lucha será la de situarnos simplemente en nuestro lugar, con nuestra dignidad de coaches, con nuestra vocación de ayuda, y con la aplicación y firme defensa del coaching como el legítimo método socrático de la era moderna. Al mundo actual le viene el coaching como agua de mayo. Para avanzar con buen pie por el siglo XXI la humanidad necesita, entre otras cosas, mucho coaching...

María Calandria
Coaching Madrid
www.coachingmadrid.com