

LA OPINIÓN DEL EXPERTO

Juan Carlos Cubeiro analiza los distintos perfiles ejecutivos que asume el famoso doctor de la serie de televisión de Cuatro. Y, aunque no lo parezca, el nefrólogo sabe trabajar en equipo

Tener a House como jefe

Uno de cada cinco telespectadores disfruta los martes por la noche de los casos del doctor Gregory House, nefrólogo especializado en enfermedades infecciosas, un nuevo Sherlock Holmes del mundo de la medicina. Tom Peters confiesa que monta su agenda de viajes alrededor de los episodios de House (como 60 millones de sus compatriotas, considera que es el mejor programa televisivo). Es evidente que House encanta como médico iconoclasta. Sin embargo, ¿qué nos parece como jefe?, ¿cómo nos sentiríamos si cualquiera de nosotros fuera el nefrólogo afroamericano Eric Foreman, la inmunóloga Allison Cameron o el australiano experto en medicina intensiva Robert Chase? Todo directivo debe actuar decididamente en tres campos: planificar, gestionar y motivar. House, como todo ser humano, es un caleidoscopio con múltiples caras y en movimiento, que ofrece distintos perfiles.

House como decisor: es la quintaesencia del método científico. No cae en el síndrome del Mesías (querer salvar el mundo), sino en el complejo de Rubik (resolver el puzzle). Le interesan las enfermedades, no los pacientes. En ese sentido, plantea las cuestiones de forma muy inteligente, cuenta con el equipo para la creatividad (utiliza el rotafolios para las tormentas de ideas), odia la burocracia, experimenta, reconoce sus errores, insiste y persevera. Además, admite y utiliza la intuición, el eureka, una vez que dispone de la información necesaria. Como analista y ejecutor, House es fascinante. Por eso tiene éxito en sus diagnósticos y en sus tratamientos.

House como planificador: va a salto de mata. No piensa en el futuro. ¿Qué pueden esperar sus colaboradores? El jefe House no clarifica sus expectativas, hasta le molesta que sus subordinados le pregunten al respecto. La relación con la directora del hospital, la doctora Lisa Cuddy, es de amor-odio. Ella tiene que protegerle de los agentes externos.

House como líder: ¿tiene el doctor House inteligencia emocional? Sí y no. Como gestor de sus propias emociones, nos maravilla. Posee una seguridad en sí mismo a prueba de bombas, hasta el punto de que se atreve a decir la verdad aunque duela, uno de sus puntos más fuertes. Se autocontrola (sufrió un infarto en la pierna derecha, que derivó en necrosis; consume Vicodina) y no pierde la calma. Se marca un objetivo (resolver el caso) hasta la obsesión. Sabe que los pacientes mienten (el cerebro humano posee memoria selectiva). En términos de orientación a resultados, el doctor House merece un sobresaliente. En su relación con los demás, desagrada. No sólo no muestra empatía, sino que es conscientemente antipático, misántropo, cruel. Orientación al cliente-paciente, cero. Presume de egoísmo y sólo su único amigo, el doctor James Wilson, jefe de oncología del hospital, se atreve a llevarle la contraria. Entonces, ¿por qué sus colaboradores no le abandonan? ¿Por qué se comprometen hasta la extenuación? Porque lo que hace House es más



ESTEBAN

poderoso que lo que dice. En un mundo de cinismo exagerado, en el que a muchos jefes se les llena la boca de "las personas son lo más importante de la compañía", mientras las tratan con poco respeto y les otorgan escasas posibilidades de desarrollo, este médico se comporta a la inversa. Su equipo posee diversidad de géneros, de etnias, de especialidades médicas, de formas de ser, y, por tanto,

¿Por qué sus colaboradores no le abandonan?

¿Por qué se comprometen hasta la extenuación?

se enriquece con la complementariedad. Les ofrece retos, les anima a pensar y a actuar, les impone los más altos estándares, les provoca orgullo de pertenencia, éxito por lo logrado. Es un jefe brutalmente honesto, íntegro, exigente consigo mismo y con los demás, y por tanto creíble. Aunque no lo parezca, el de House es un gran ejemplo de trabajo en equipo. Ahora bien, su orientación a la tarea no justifica su nula orientación a las personas. El productor David Shore (*X-Men*, *Sospechosos habituales*, *Superman returns*) ha configurado un personaje atractivo, inteligente y decidido, pero atormentado, que sufre una discapacidad (el conde de Romanones, que la arrastraba desde la infancia, decía: "Para evitar la envidia, invéntate una co-

jera"); cascarrabias, solitario, adicto. No precisamente un modelo de paz consigo mismo y con los demás.

¿Hace falta sufrir de esa manera y mostrar tan mala educación para ser genial? Lo dudo mucho. Según los responsables de la serie, en el momento en el que House se haga más humano, el programa dejará de tener éxito. Es probable. Sin embargo, en la vida real puedes encontrar con grandes decisores, buenos estrategas, que además son muy capaces de ilusionar y de combinar alto rendimiento y satisfacción. Líderes que se han trabajado la escucha atenta, la capacidad de delegar el interés por otros, la influencia honesta y respetuosa, el equilibrio, sin perder su exigencia, su seriedad y su capacidad de ser asertivo.

House en la televisión me encanta. ¿Como jefe? No, gracias. La vida es muy corta para sufrir con un maleducado que te trata como un objeto de investigación. Particularmente, como líder de equipo preferiría a Santos (el personaje que interpreta Federico D'elia en *Los simuladores*). Junto con su equipo (Jota, León y Medina) resuelve casos y ayuda a las personas. Es inteligente, cerebral y piensa con fluidez. A diferencia de House, nunca grita; camina, nunca corre; sabe de vinos, de música, de pintura, de caballos; domina varios idiomas. Trata a sus compañeros con tacto y (cuando toca) con distancia. Ése sí es, en la tele, un líder admirable.

Director de Eurotalent

NOMBRAMIENTOS

nombramientos@cincodias.es

• **GERMÁN ALCAYDE** Asociado sénior de Bao & Partners



Trabajó como consultor comercial de turismo y automoción en Michael Page International España. Anteriormente, como ejecutivo de cuentas en Arval (BNP Paribas) y AC Hotels. Es licenciado en Dirección de Empresas Turísticas por la Universidad Antonio de Nebrija (Madrid), MBA por el Instituto de Empresa y habla cuatro idiomas.

• **ISABEL SARTORIUS** Relaciones públicas de Coronel



Tapioca Participará en las acciones que la empresa llevará a cabo desde el área de marketing, especialmente en los eventos relacionados con las ONG con las que trabaja el grupo habitualmente. Está prevista la colaboración de Sartorius en la suelta de una de las aves que se recupera en el Hospital de Animales que la ONG dirige.

• **LUIS FELIPE CASTELLANOS** Director de financiación



apalancada de BNP Paribas España y Portugal Venía desempeñando la dirección del área de Energy, Commodities, Export & Project (ECEP) en España. Desde su incorporación al grupo BNP Paribas en 1995, había asumido distintas responsabilidades en el área de financiación de proyectos en Madrid, París y Nueva York.

• **FERNANDO MARTÍN** Director de comunicación del



grupo Tapsa Procede de Telecinco, donde desempeñaba el cargo de subdirector de comunicación y de relaciones externas, compañía en la que ha realizado parte de su carrera como profesional de la comunicación. En Telecinco fue responsable de los departamentos de prensa, imagen corporativa, publicidad y relaciones externas.

• **IGNACIO SAINZ DE MEDRANO** Responsable para la



península Ibérica de Cardif Se incorporó a Cardif en 2000 como director de marketing y, desde entonces, ha ocupado puestos de dirección con diversas responsabilidades en la compañía. Su vida profesional ha estado ligada al mundo del seguro, más en concreto, al de banca y seguros. Compaginará su puesto con la dirección en España.

• **MAR BARBERO** Directora general de la Fundación La-



boral del Cemento y del Medio Ambiente Licenciada en Derecho y máster en el IESE Business School, ha sido designada máxima responsable de la fundación medioambiental de la industria cementera española. Ocupó el puesto de directora general de la empresa de trabajo temporal Professional Staff ETT.

• **JOSÉ ANTONIO MUÑOZ** Responsable de marketing de



Telelogic Ibérica Licenciado en Ciencias Políticas y máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial por el ESIC, formó parte del equipo de marketing y comunicación de GMV Soluciones Globales Internet durante los últimos cuatro años, desarrollando labores de investigación y organización de eventos de comunicación.

• **BEATRIZ ROMANOS** Directora de marketing y comuni-



cación de NTT Europe Online Cuenta con experiencia en el mundo de las tecnologías de la información, donde ha desempeñado cargos de responsabilidad en empresas del sector, responsable de comunicación de Colt Telecom, así como en agencias de comunicación. Es licenciada en Ciencias de la Información.