

COMUNICACIÓN

Creando seguridad psicológica en los equipos de trabajo

Por:

NOHEMÍ ÁRIAS FERNÁNDEZ

Se felicita en público y se respalda en privado, es la frase que por muchos años escuchamos coloquialmente en diferentes áreas de nuestras vidas. Sin embargo, en términos profesionales resulta ser empatía y comunicación efectiva: dos variables que aplicadas en campos laborales otorga a los colaboradores de las organizaciones, la confianza suficiente para desarrollar su verdadero potencial.

Ambos factores aplicados de manera transversal entre compañeros y verticalmente en toda la línea de dirección, redundarán en mantener un clima laboral óptimo. Ser efectivo comunicacionalmente hablando resulta: entender tu intención al dar un mensaje, ser preciso y claro, conocer a tu interlocutor, saber escuchar y observar, además de ser claro y preciso con tus mensajes.

Si desplegamos las variables claridad y precisión, encontramos en ellas factores como la velocidad y tono en el que se habla, elegir las palabras con el significado adecuado, cuidar el lenguaje corporal, y escribir con corrección.

Resulta además que en cada proceso comunicacional se debe sin medida aplicar la empatía: que es la capacidad de observar lo que ocurre con nuestro receptor e identificarse con los sentimientos experimentados con los mensajes recibidos.

El New York Times emitió en marzo del 2016 resultados de una investigación que narra la búsqueda de la empresa Google por encontrar el equipo perfecto, evaluando equipos integrados por profesionales similares entre sí, o grupos conformados por colaboradores un poco más relajados que igualmente conseguían resultados importantes.



Es así que la investigadora de la Universidad Yale, Julia Rozovsky, llega a importantes conclusiones, entre las que se destaca la importancia de crear la seguridad psicológica en los equipos de trabajo, lo cual se explica de la siguiente manera: los colaboradores que se sienten en la libertad de compartir experiencias personales o sentimientos que logran afianzar su confianza con el grupo y establecer normas de convivencia y de trabajo.

La Dirección de Marketing Estratégica a tomado precisamente esta visión para desarrollar orientaciones a los clientes internos, al comprenderse que será esencial para la rentabilidad o productividad de la empresa u organización, el hecho de tener empleados satisfechos. Sin embargo, para lograr ello no será necesariamente una prioridad enfocarse en incrementos salariales,

sino en desarrollar su confianza hacia sus compañeros y la organización.

El mismo artículo del periódico americano, cita al investigador Marshall Van Alstyne, quien explica que “vivimos en la edad de oro de la comprensión de la productividad de cada persona. De repente, podemos deparar las pequeñas decisiones que tomamos, incluso aquellas de las que no nos damos cuenta y describir por qué hay personas mucho más efectivas que otras”.

Algunas conclusiones fueron que la diferencia entre los equipos de trabajos denominados como “buenos” y los “disfuncionales”, era cómo se trataban sus miembros entre ellos. Las normas adecuadas, son en resumen las que aumentaban la inteligencia grupal, sin embargo, las normas erróneas podrían provocar el fracaso aún si

todos los integrantes eran brillantes profesionales.

En su investigación Rodovsky concluye que: “Teníamos que conseguir que la gente creara entornos psicológico-sanos”. ¿Cómo?, a través del Proyecto Aristóteles que desarrolló el investigador se reveló que la seguridad psicológica es lo más importante para que un equipo trabaje, y encontró ciertas normas que van con el éxito de los mismos. Comportamientos importantes que debían tener claro que los equipos conocían sus objetivos y crear una cultura de interdependencia. ¿Cuáles serán estos comportamientos?: los equipos pueden acordar solicitar a sus integrantes que pidan la palabra antes de hablar y que se escuche a los demás. Pueden pedirles que sean sensibles con cómo se sienten sus colegas e intenten darse cuenta de cuando alguien se siente mal.