

Empresa Editora: Edimark07, SL. Plaça dels Carros 5, 4t, 3a. Tarragona. 902 027 324. edimark@edimark.cat

Marcelo Birocco, 'coach' executiu i gerent d'OKteam.

## “Quan l'equip de treball es posa a jugar oblida els rols jeràrquics”

La tècnica del 'teambuilding' o construcció d'equips, tal com l'entén Marcelo Birocco, consisteix a agilitzar la comunicació dins d'una companyia, però de manera divertida. D'aquesta manera, les empreses poden arribar a assolir uns objectius molts seriosos sense ni tan

sols adonar-se'n, ja que deixen de banda les rutines per submergir-se en un ambient festiu.

Birocco és professor d'Educació Física, llicenciat en Psicologia a la Universitat de Rosario i 'coach' executiu i personal. Actualment, és el gerent d'OKteam, una

empresa que combina el 'coaching' executiu amb el joc.

A més de les sessions de 'teambuilding', l'assessorament a les empreses es complementa amb sessions posteriors de 'feedback', en què s'analitzen els resultats de la pràctica.



### - Quins són els beneficis del teambuilding ?

Doncs hem de tenir en compte que el 60 per cent dels problemes que tenen les empreses respecte als beneficis es deuen, exclusivament, a la falta de comunicació que hi ha en l'àmbit intern. Nosaltres el que tractem de fer és unir el que és el *coaching* executiu, que és el fet de facilitar la comunicació interna, amb el joc. Quan els membres de l'equip comencen a jugar, s'obliden dels llocs jeràrquics. A més, nosaltres els fem reportatges fotogràfics, que serveixen com a ancoratge emotiu. D'aquesta manera, quan els participants els vegin recordaran aquells moments en què van estar rient amb una persona, que

### team-

va deixar de ser el cap.

### - Per què creu que és important crear un bon ambient laboral?

Cal tenir en compte que és bàsic que una persona se senti a gust amb la seva vida laboral. Això, segurament, es traduirà en menys casos de baixa, d'estrès... i més productivitat. Cal tenir en compte que el 33 per cent del nostre dia l'estem passant amb un conjunt de gent que no hem escollit, que són els nostres companys de feina. Si aquest terç el vivim amb males sensacions, el més probable és que trasludem el malestar al 66 per cent restant de la nostra vida, que correspon als àmbits familiar, sentimental, d'oci i descans.

### - Quins membres de l'empresa han de participar en aquestes dinàmiques?

Tot depèn de l'objectiu de l'entitat. Ens truquen molt empreses que tenen com a problema la comunicació entre el personal directiu, la manca de lideratge... Altres vegades, les empreses volen fer coses més integradores. Aleshores, el que proposem són jocs que, a simple vista són una gimcana, però si en fem una segona lectura, es veu que realment han estat realitzant un treball en equip, amb una base de diversió. Està canviant la noció dels directius de recordar que tenien treballadors només a final d'any, i organitzaven un sopar en què la gent parlava només amb els que coneixia. L'espai geogràfic de la taula tampoc permetia parlar amb ningú més enllà dels quatre companys del costat. La nostra idea és tractar d'ajuntar-los i fer-los jocs en què s'impliquin tots per igual. No volem un heroi i que tots els altres mirin, sinó que volem que hi hagi comunicació. Aleshores, després quan el grup s'assegui a sopar, el contacte serà diferent. Amés, quan mirin les fotografies recordaran quan van estar rient amb una persona, oblidant si era el cap o l'últim personal de la neteja.

### - I després se n'ha de fer algun seguiment?

Després del joc és recomanable que hi hagi algunes sessions de *feedback* posteriors. Els participants es reuneixen

amb un *coach* o assessor, i conversen sobre el que va passar durant l'activitat i de com es pot reflectir en el dia a dia. Nosaltres treballem amb dinàmiques de desestructurar el paper que realitza cada persona dins de l'oficina. Durant el període de la dinàmica, el treballador s'oblida del seu rol, i es posa una samarreta igual que la del seu cap i que la persona de manteniment. Potser a aquesta gent només les coneix de saludar-les, i de sobte l'està ajudant a pujar a una piràmide humana. Evidentment, després de riure, el contacte que hi haurà amb aquestes persones serà totalment diferent.

### - Quin tipus d'entitats participen en aquestes activitats?

Van dirigides a qualsevol tipus d'empreses, amb més de dos treballadors. Poden ser tant grans com petites. Per exemple, hi ha una empresa de cinc treballadors que vol practicar la tècnica del *brainstorming* (una pluja d'idees, que serveix per a generar-ne de noves). Els proposem la dinàmica de 'Llum, càmera, acció', que és la representació d'un espot publicitari que han de fer ells. Les pràctiques en general consisteixen a realitzar una activitat durant un període, que no tingui res a veure amb el que habitualment fan.

Altres vegades treballem amb empreses més grans amb l'objectiu d'unificar el discurs. Per exemple, quan tractem amb una companyia internacional, veiem que els directius dels diferents països no tenen la mateixa formació cultural, els mateixos objectius, ni parlen igual. Nosaltres proposem ajuntar-los en algunes jornades i llimar aquestes diferències culturals. D'altra banda, també vénen moltes empreses familiars, que fa anys que estan en el mercat i coneixent-se entre sí, però tenen problemes reals de comunicació. En una clàssica reunió familiar tradicional, el més probable és que dins del tema apareguin qüestions personals que embrutin el diàleg. Això s'ha de vigilar, ja que el temps de tots val moltíssim, i si volem produir, no podem perdre el temps d'una reunió conversant sobre coses que podem parlar amb els amics en un altre lloc.

Neus Rovira // Comarruga