

PSICOLOGÍA DE LA SALUD OCUPACIONAL POSITIVA: UN ENFOQUE NECESARIO EN LAS ORGANIZACIONES

ARNOLD B. BAKKER¹ Y ALFREDO RODRÍGUEZ-MUÑOZ²

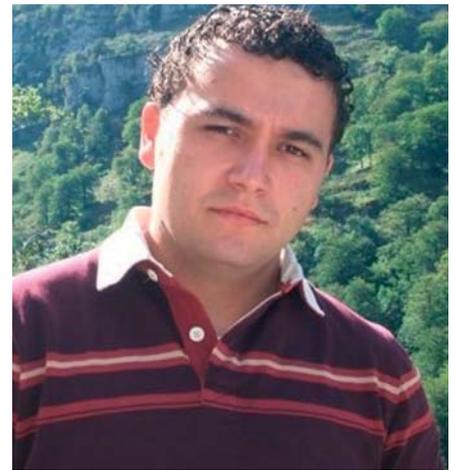
¹ERASMUS UNIVERSITY ROTTERDAM. ²UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

A lo largo de su historia, la psicología ha centrado su atención en los aspectos negativos y patológicos del ser humano y la sociedad en general (Seligman, 2002). De modo similar, el ámbito de la salud ocupacional se ha interesado tradicionalmente en las causas de las enfermedades, así como en identificar y prevenir los factores laborales relacionados con el deterioro de la salud de los trabajadores (p.e., Peiró y Tetrick, 2011). A finales de los años 90, surgió la corriente de psicología positiva como un intento de adoptar un enfoque más amplio centrándose en las potencialidades humanas, motivaciones y capacidades. La Psicología de la Salud Ocupacional Positiva (PSOP) es una vertiente de este nuevo enfoque. A pesar de que han comenzado a aparecer numerosos libros (p.e., Cooper y Nelson, 2006), artículos (p.e., Bakker y Schaufeli, 2008), y conferencias sobre psicología positiva en el trabajo, el área aún presenta un claro sesgo negativo, caracterizándose por el enfoque de las cuatro D's (en inglés: Diseases, Disorders, Damages y Disabilities, que en castellano se traducen por enfermedades,



Arnold Bakker

trastornos, daños y discapacidades). Esta perspectiva examina los daños, enfermedades, trastornos y disfunciones y se centra en la prevención del bajo rendimiento y la mala salud. De acuerdo con Bakker y Schaufeli (2008), la psicología de la salud ocupacional necesita un cambio radical, lejos de las cuatro D's, puesto que es improbable que los mecanismos que nos llevan a los problemas de salud laboral, sean los mismos que conduzcan a situaciones de bienestar y rendimiento óptimo de los empleados.



Alfredo Rodríguez

De forma general, se puede definir la PSOP como “el estudio y la aplicación de las condiciones y procesos que contribuyen al funcionamiento óptimo en el lugar de trabajo”. Este enfoque, promueve la salud en el trabajo y el desarrollo de los trabajadores, y examina cómo los fenómenos positivos (fortalezas, virtudes, recursos personales) pueden ser utilizados como protección frente a los riesgos laborales. Por tanto, se trata de “la aplicación de la psicología para mejorar la calidad de la vida laboral y la protección y

Arnold B. Bakker es profesor de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones en la Universidad Erasmus de Rotterdam (Países Bajos), y presidente de la Asociación Europea de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones (www.eawop.org). Sus intereses de investigación se centran en la psicología organizacional positiva (p.e., flow y engagement en el trabajo, rendimiento laboral), la felicidad, el contagio de emociones relacionadas con el trabajo, y las aplicaciones de Internet para la psicología organizacional. Sus artículos han sido publicados en revistas como *Journal of Applied Psychology*, *Journal of Occupational Health Psychology*, y *Journal of Organizational Behavior*. Arnold Bakker es editor de la serie “Temas de actualidad en Psicología del Trabajo y de las Organizaciones” (Psychology Press) y editor (junto con Michael Leiter) del libro *Work Engagement: A Handbook of Essential Theory and Research* (2010, Psychology Press). Para información más detallada: www.arnoldbakker.com

Alfredo Rodríguez-Muñoz es profesor del departamento de Psicología Social de la Universidad Complutense de Madrid. Es Doctor en Psicología y Master en Seguridad y Salud en el Trabajo. Sus intereses de investigación se centran en las áreas de estrés y salud en el trabajo. Sus trabajos han sido publicados en revistas como *Work & Stress*, *Journal of Occupational Health Psychology* o *European Journal of Work and Organizational Psychology* entre otras.

INVESTIGACIÓN

promoción de la seguridad, la salud y el bienestar de los trabajadores” (Schaufeli, 2004.). La PSOP está todavía en sus primeras etapas de desarrollo, y aunque puede resultar paradójico hablar de este tipo de cuestiones en plena crisis económica, existen varias razones que justifican la aproximación desde esta perspectiva. Por ejemplo, en la actual situación económica, el papel de los responsables de finanzas de las organizaciones ha adquirido mayor relevancia si cabe, desplazando la preocupación por el bienestar de los empleados. Sin embargo, existe evidencia empírica que muestra que los beneficios que puede obtener una empresa dependen, en buena medida, del bienestar de sus trabajadores (p.e., Xanthopoulou et al., 2009). Por otra parte, centrarse en cuestiones positivas también puede ayudar a prevenir y/o disminuir los daños y riesgos labora-

les. Por ejemplo, se ha observado que los recursos laborales, como la autonomía o el apoyo social no sólo promueven el bienestar, sino que también protegen la salud física y psicológica de los trabajadores. La PSOP aboga por un enfoque integrado que considere tanto aspectos positivos como negativos del entorno laboral y el bienestar. No trata de desplazar al enfoque tradicional en salud laboral, sino que persigue suplir sus carencias y complementarlo.

Recientemente, se ha publicado en la revista *Psicothema* (2012, Volumen 24, Número 1) una sección monográfica dedicada a esta temática. En la misma, algunos de los especialistas más prestigiosos en este campo abordan y reflexionan sobre cuestiones tan variadas como el humor, la recuperación, el capital psicológico, la creatividad, el rendimiento de los equipos de trabajo, o

las nuevas formas de organización del trabajo y su impacto en el bienestar de los empleados. Esperamos que el enfoque positivo de esta monografía contribuya a estimular la investigación e intervención en el área de la psicología de la salud ocupacional positiva en España. Igualmente albergamos la esperanza de concienciar respecto a una idea fundamental: si los psicólogos queremos ayudar a mejorar las condiciones de trabajo, no resulta suficiente con ayudar tan sólo a aquellos que experimentan estrés, sino que hay que generar estructuras que fomenten entornos organizacionales saludables.

Más información sobre este monográfico y los diferentes artículos en *Psicothema* (Volumen 24 (1)):
<http://www.psicothema.es/>



NORMAS PARA LA PUBLICIDAD EN LAS PUBLICACIONES DEL CONSEJO GENERAL DE COP

La Junta de Gobierno del COP ha tomado la decisión de acomodar, de forma más efectiva, el contenido de la publicidad que se inserta en sus publicaciones con los principios que respalda públicamente en torno a la defensa de la Psicología como ciencia y profesión.

La publicidad que se inserte en los medios de comunicación del COP se atenderá, en todos los casos, a los principios éticos, de decoro y de defensa de la Psicología como ciencia y profesión que son exigibles a una organización como el COP.

En este sentido, y desde hace ya bastante tiempo, la Organización Colegial ha venido manteniendo, en diversos foros tanto oficiales como profesionales, que la formación post-grado, referida explícitamente a algún ámbito de la Psicología, debería estar encaminada únicamente a psicólogos. Así mismo, el COP, en su calidad de miembro de la EFPA (Federación Europea de Asociaciones de Psicólogos), está comprometido con el desarrollo del Certificado de Acreditación para Psicólogos Especialistas en Psicoterapia, y los principios que lo sustentan, siendo uno de los más relevantes, la consideración de que la formación especializada en Psicoterapia debe estar ligada a una formación básica en Psicología, y articulada en torno a unos criterios exigentes de calidad.

En consecuencia, y con el ánimo de dar un mensaje claro y coherente a nuestros colegiados y a la sociedad en general, la publicidad de post-grado que se inserte en las publicaciones del COP deberá guardar las siguientes normas:

1 Cuando se inserte publicidad en alguna de las publicaciones del Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos (Infocop, Infocop Online, Papeles del Psicólogo, Psychology in Spain, Boletines de distribución por correo electrónico) que haga referencia expresa o implícita a formación postgrado en algún campo de la Psicología, dicha formación deberá estar dirigida únicamente a psicólogos, y el texto del anuncio deberá decir expresamente que dicha formación está dirigida únicamente a psicólogos.

2 Cuando se inserte publicidad en alguna de sus publicaciones (Infocop, Infocop Online, Papeles del Psicólogo, Psychology in Spain, Boletines de distribución por correo electrónico) que haga referencia expresa o implícita a formación en el campo de la Psicoterapia, dicha formación deberá estar dirigida únicamente a médicos y psicólogos, y el texto del anuncio deberá decir expresamente que dicha formación está dirigida únicamente a psicólogos o médicos.

3 En ningún caso, los anuncios insertados en cualquier publicación colegial podrán incluir referencia alguna a acreditaciones concedidas por sociedades nacionales o internacionales que no hayan suscrito los correspondientes acuerdos de reconocimiento mutuo con la EFPA (Federación Europea de Asociaciones de Psicólogos) o el Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos. Se excluyen de esta norma las acreditaciones concedidas por organismos oficiales españoles.

Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos