

Circular 1970-2021

Transcribimos a ustedes un artículo escrito por Mauricio Reynoso el 13 de septiembre de 2021 en el diario “El Economista”, sobre como mejorar la comunicación y la cultura en las empresas.

5 fortalezas para mejorar la comunicación y la cultura en las empresas.

Al aplicar a la comunicación el enfoque de la cultura basada en las fortalezas se crea una mayor conciencia del papel que cada uno de nosotros juega en la organización y cómo podemos capitalizar nuestro mejor potencial comunicativo.

La **comunicación en el lugar de trabajo** tiene un impacto significativo en la experiencia, la motivación, el compromiso y el bienestar de los empleados. Las organizaciones con culturas de comunicación abiertas, honestas y transparentes disfrutan del invaluable beneficio de contar con colaboradores felices y satisfechos.

Una de las lecciones significativas que el tiempo reciente nos ha dado es volver a lo básico, y **la comunicación** se inscribe en ese aspecto. Como seres sociales por naturaleza, la comunicación es distintiva del ser humano y por ser algo esencial, solemos darla por un hecho y no ponerle la atención y énfasis que merece.

Una propuesta para enriquecer la comunicación al interior de una organización consiste en adoptar el modelo de **cultura basada en fortalezas**. Un primer paso consiste en identificar cuáles son nuestras fortalezas en términos de comunicación y cómo estas determinan nuestra forma única de comunicarnos y procesar la información. Por ejemplo, algunas personas piensan mucho las cosas antes de decir algo e incluso llegan a tomar notas; en el extremo opuesto están quienes piensan mientras hablan.

A continuación se ejemplifican las **fortalezas comunicativas** que con más frecuencia aparecen en las personas:

1. **Comunicadores natos:** Son personas con un talento excepcional para expresar sus pensamientos; son grandes conversadores. Les gusta explicar, escribir, hablar en público. Saben que la mayoría de la gente tiene una capacidad de atención muy corta, pero como quieren que su información sobreviva buscan frases perfectas, dramáticas y poderosas.

2. **Vinculación profunda:** Estas personas disfrutan tener relaciones estrechas con los demás y pueden sostener conversaciones profundas, íntimas, una vez que han establecido un vínculo inicial. Esto les permite entender los sentimientos, metas, temores y aspiraciones de los otros.

3. **Procesamiento de datos:** Necesitan mucha información de los demás, por lo que no son nada tímidos a la hora de hacer preguntas. Suelen ser personas inquisitivas y disfrutan la diversidad y complejidad del mundo.

4. **Romper el hielo:** Disfrutan el reto de conocer gente nueva y conquistarla; saben cómo establecer una conexión con alguien. Esto implica hacer preguntas y buscar áreas de interés común.

5. **Aprendizaje:** Siempre buscan mejorar. No necesariamente desean convertirse en un experto; el proceso de aprendizaje en sí mismo es lo que los emociona. El deliberado viaje de la ignorancia a la aptitud los energiza.

Una vez que las personas del equipo identifican cuáles son sus fortalezas y cómo sacarles el mejor provecho, pueden ocuparse de superarse como interlocutores. Esto es, pensar qué es lo que sus audiencias necesitan saber y de dónde viene, y qué información es indispensable compartir. Comprender esto lleva a crear mejores colaboraciones y objetivos de equipo más claros.

Un espacio idóneo para llevar a cabo este modelo son las reuniones de equipo, mientras discutimos quiénes somos y cómo vamos a operar. Los gerentes, por su parte, harán bien en asegurarse que su propia **comunicación** tenga al menos estos elementos:

- **Frecuencia:** El nivel más alto de compromiso se alcanza cuando los gerentes interactúan con sus empleados a diario, utilizando diferentes modos de comunicación.
- **Enfoque:** Cada acto comunicativo debe tener un propósito claro y un entendimiento mutuo de hacia dónde vamos y dónde debemos centrar la atención.
- **Orientación al futuro:** Encaminar las conversaciones al futuro ayuda a planificar y determinar de manera proactiva hacia dónde debemos dirigirnos a continuación. Otro componente positivo es que ayuda a la gente a proyectar su mejor momento en el mañana.

La cultura de la organización y la comunicación son elementos recíprocos. La **cultura** se define por la forma en que las personas se comunican, interactúan, cómo se comparte la información y cómo se toman las decisiones. La

comunicación

efectiva, a su vez, ayuda a crear relaciones positivas dentro y fuera de la organización.

Al aplicar a la comunicación el enfoque de la **cultura basada en las fortalezas** se crea una mayor conciencia del papel que cada uno de nosotros juega en la organización y cómo podemos inspirarnos —e inspirar a otros— capitalizando nuestro mejor potencial comunicativo. Demos a la comunicación la importancia y lugar que merece, en tanto es nuestra naturaleza y matiza la calidad de las relaciones interpersonales en cualquier ámbito.

“Unámonos más que nunca en un Gran Acuerdo Por México”