



COMUNICACIÓN INTERNA: HERRAMIENTA CLAVE PARA AFRONTAR LA ADVERSIDAD

Anímese a preguntarles a sus colegas ... "¿Cómo sentís que sos como comunicador?". Le auguro la respuesta: "Bueno... Muy bueno". Todos nos sentimos buenos comunicadores y creo que ahí está el primer punto para reflexionar si realmente queremos maximizar los resultados de nuestras comunicaciones internas.

La comunicación interpersonal es el canal a través del cual motivamos, fijamos objetivos, pedimos ayuda, damos cuenta, compartimos información precisa, inspiramos confianza, aprendemos, compartimos inquietudes, coordinamos acciones, en definitiva, todo aquello que necesitamos gestionar en los negocios lo hacemos a través de la comunicación. De ahí que sea tan esencial para el resultado exitoso de los negocios.

A su vez, Paul Watzlawick (psicólogo, austríaco americano 1921-2007) nos enseñó desde uno de sus axiomas que "Es imposible no comunicarse. Ninguna persona puede dejar de comportarse y, dado que cualquier conducta conlleva un acto de comunicación, es imposible no comunicarse". Dicho en otras palabras, todo acto del ser humano significa un acto comunicativo.



Autor: Andrea Linardi

Socia en AL Grupo Humano
alinardi@algrupohumano.com



Ahora bien, este acto esencial en momentos de incertidumbre y adversidad como los que estamos viviendo, se potencia y tiene una relevancia fundamental en las organizaciones y en la vida. Debemos ser altamente responsables y estar atentos tanto a cada acto que realizamos como a cada palabra que emitimos considerando que nuestros colaboradores están esperando que al escucharnos les transmitamos algo de certeza y quietud en este mundo RUPT: veloz, impredecible, paradójico y enredado (en inglés: rapid, unpredictable, paradoxical and tangled según The Center Creative Leadership).

El objetivo de toda Estrategia de

Comunicación Interna de una organización en momentos de adversidad debe estar centrada en: Acompañar a los colaboradores, conteniéndolos, escuchándolos, inspirándolos a mantenerse motivados e involucrándolos en un propósito organizacional que los haga Sentir Parte.

La Estrategia de Comunicación Interna se lleva adelante a través del departamento responsable de la temática pero, sin lugar a duda, cada líder de la organización es el ejecutor más importante de la Comunicación Interna de una empresa. Cada persona sentirá y recibirá la comunicación de la manera en la cual cada líder sea capaz de brindarla.



Por eso, es tan importante reflexionar sobre los aspectos que todo líder debe tener presente al momento de comunicarse con sus equipos siempre, y más aún en momentos de adversidad. Repasemos algunos:

- **Ser empático.** No sólo comprender intelectualmente lo que le sucede a nuestro colaborador, sino lo más importante hoy es: Sentir lo que siente el otro. Tomar registro de sus emociones.
- **Practicar Escucha Activa.** No limitarnos por prejuicios o estigmas. Tener una escucha abierta a lo que el colaborador nos comparte.
- **Generar momentos y espacios para que los colaboradores sean los protagonistas.** No esperar a que ellos se acerquen, es nuestra responsabilidad propiciar esas oportunidades.
- **Gestionar las emociones,** no podemos dejarnos llevar por nuestras emociones tóxicas, debemos aprender a reconocer su impacto en nuestros colaboradores. Nuestros conocimientos de inteligencia emocional se ponen en juego en un alto grado.
- **Repetir los mensajes esenciales una y otra vez, de diversas maneras y con diferentes modos.** La comunicación será efectiva sólo cuando logremos que nuestro destinatario la reciba exitosamente. Debemos hacer todo lo posible para que eso suceda. Repetir es una estrategia a seguir para lograr una comunicación exitosa.

Lo que hacemos ahora será esencial para poder capitalizar estas instancias de tanta incertidumbre. En palabras de Tom Peters (escritor americano contemporáneo) "la gestión del líder en estos momentos representará su firma profesional". Resumiendo, nuestras acciones de hoy nos definirán profesionalmente en el futuro.

Como afirmaba Arie de Geus, quien gestionó el liderazgo de Shell en los '80, "la capacidad de aprender con mayor rapidez que los competidores quizá sea la única ventaja competitiva sostenible". Hoy nos urge para extremar nuestra rapidez de aprendizaje y de acción. Enfoquémonos sólo en lo importante, no hay tiempo para perder.

Necesitamos tomar mayor consciencia de la importancia de la persona como eje central en los negocios. Estamos viviendo una coyuntura en la cual nada es mínimamente previsible ni planificable, la gestión y el compromiso marcarán la diferencia de nuestros resultados. Comunicemos efectivamente para motivar a nuestra gente y hacerlas Sentir Parte. En esto va el futuro de las empresas y la sustentabilidad de sus negocios.

Hagámonos cargo.