

# Los cinco mitos de la comunicación

Por Michael Ritter ©

*"El mayor problema de la comunicación es la ilusión de que ha sido realizada con éxito."*

*George Bernard Shaw*

La comunicación es definitivamente un fenómeno ilusorio. Por este motivo, las empresas gastan millones todos los años para tratar de mejorarla y nunca saben si el dinero ha sido bien gastado. Muchos de los "problemas de comunicación" actuales dentro de las organizaciones puede radicar en la tendencia general de los gerentes de hacer de la comunicación algo que no es y en una falta general de comprensión sobre el funcionamiento real de la comunicación.

Estos son los 5 errores más usuales que se cometen con la comunicación en el ámbito gerencial:

## **Mito Nº 1: *Las palabras contienen significado.***

Sería maravilloso, si cada vez que pronunciáramos una palabra, ésta apareciera en la mente de nuestro interlocutor con la misma figura que tenemos en la nuestra. Lamentablemente esto no es así porque el significado reside en la mente de cada uno. Las palabras son meros signos o disparadores que elicitán el significado. Todos tenemos nuestros significados personales para las palabras porque los filtramos a través de los variados marcos de referencia que se originan en nuestras diversas experiencias y entornos. Asumir que una palabra o concepto dicho, implica una automática comprensión de su significado es una ingenuidad. Es por eso que el feedback como herramienta de comunicación es tan importante en la interacción con los demás.

## **Mito Nº2: *Comunicación e información son sinónimos***

Información no es sinónimo de comunicación y comunicación no es sinónimo de información. Muchas personas intercambian estas dos palabras con poca conciencia de la amplia distancia semántica que los separa. La información es la materia prima que se utiliza en procesos de comunicación para obtener un resultado que es comprensión y significado compartido. La información no es comprensible ni significativa para otra persona, hasta que ésta la procesa y la entiende. El mero acto de diseminar información no es un sustituto adecuado para la comunicación. La comunicación es un proceso mucho más sofisticado que la transmisión o diseminación de información, porque busca producir un resultado cognitivo y/o emocional, determinando luego, mediante la evaluación del feedback, la eficiencia del proceso de la comunicación. En otras palabras: si no hay feedback no es comunicación.

### **Mito Nº 3: *La comunicación no requiere mucho esfuerzo***

Es incorrecto. La comunicación pobre, la comunicación imprecisa, la comunicación ineficiente, y la comunicación errónea no requieren mucho esfuerzo, es cierto. Pero para comunicar de verdad, se debe asumir el compromiso de invertir tiempo, energía, atención y -por encima de todo- dejarse llevar por el interés de compartir la comprensión y significado con el otro.

Primero busque comprender y luego ser comprendido. La empatía, esa habilidad para “meterse en la piel del otro” es básica para una buena comunicación. La comunicación entre la gente que valora su relación no es un deporte competitivo donde alguien gana y alguien pierde. Es algo que se hace con alguien para el beneficio mutuo de ambas partes y no para el beneficio de una de ellas, e incluye la necesidad de cuidado. Cuando uno toma parte de su propio tiempo y lo invierte en la interacción, está demostrando que le importa la otra persona. Los líderes altamente efectivos conocen esto y es por eso que aquellos a quienes lideran lo ven como alguien que se preocupa de su bienestar.

La gente necesita ser afirmada por quienes lo rodean. La forma en que se comunican los ejecutivos puede hacer que los empleados se sientan respaldados y afirmados, o bien a la defensiva y no apreciados. El acto mismo de comunicar es una comunicación. Frecuentemente se está tan concentrado en el mensaje o contenido de la comunicación que se pierde de vista la importancia del método por el cual se está interactuando. Contenido y forma son igualmente importantes. Nunca se deben desestimar el poderoso efecto que las habilidades sostenedoras de la comunicación tienen en las actitudes de los colaboradores o colegas, las cuales resultan esenciales a la hora de compartir los valores de la cultura organizacional.

### **Mito Nº 4: *La comunicación es un producto***

Muchas personas consideran la comunicación como un producto físico, similar a los productos fabricados en la línea de montaje. Esta falsa percepción es quizás el impedimento mayor para mejorar la comunicación en la mayoría de las organizaciones.

Muchos ejecutivos tienden a ver en la utilización de los canales formales de comunicación de la empresa, como la revista interna, las circulares y comunicados oficiales, la Intranet o los memos, productos de comunicación. Fíjese que cuando expresamos el verbo “comunicar” como “la comunicación” automáticamente lo convertimos en un sustantivo. Y todos sabemos que los sustantivos describen cosas materiales. En otras palabras: frecuentemente se cae en el error de creer que cuando el mensaje ha sido enviado mediante uno de esos vehículos de comunicación, se ha consumado una comunicación.

Por supuesto la palabra escrita en los medios o canales formales es necesaria en las organizaciones. El problema con el concepto de la comunicación como producto se produce cuando se constituye en el paradigma dominante que aparta a los ejecutivos de su rol fundamental de líder. Los líderes se

comunican, no informan. Cuanto más los gerentes se den cuenta de que la comunicación es un proceso, tanto más se sentirán como gestores de ese mismo proceso.

### **Mito Nº 5: *Los buenos oradores son buenos comunicadores***

Nos enseñan a hablar desde el momento en que nacemos. Nuestra "capacitación en comunicación" en la escuela primaria, luego en la escuela secundaria y más adelante durante nuestra capacitación profesional formal, está centrada principalmente en enseñarnos cómo crear y enviar mensajes, y no en cómo recibirlos. Cuando somos adultos e ingresamos a la vida profesional -donde debemos interactuar con otros- nos encontramos preguntando por qué ocurren tantos malentendidos y por qué delegar es más difícil de lo que debería ser.

Los comunicadores efectivos son buenos oyentes y los buenos oyentes son grandes líderes. El motivo por el cual escuchar es una habilidad de comunicación tan poderosa es porque produce una doble ganancia. No sólo aumenta la posibilidad de que los jefes comprendan con precisión lo que dicen los empleados, sino que crea relaciones positivas con ellos. Cuando los gerentes escuchan a sus empleados, les están demostrando respeto, tanto hacia ellos como hacia sus ideas.

No se nace siendo un buen oyente. Las habilidades auditivas pueden ser aprendidas. Una manera simple mediante la cual se puede comenzar a ser un mejor oyente es comenzar generando mayor feedback verbal al interlocutor con el cual se está interactuando. Los gerentes deberían repetir con sus propias palabras lo que escuchan de sus empleados y luego preguntar si sus interpretaciones son correctas, algo así como "...si entendí bien lo que usted quiso decir, es..." Nuevamente: es el acto observable de escuchar lo que fortalece la relación gerente-empleado.