

Imagina una familia cenando. De repente, la madre se percata que falta traer la bebida a la mesa. Ella tiene básicamente dos formas de comunicar lo que ha notado: la primera, es reclamar y quejarse de que es ella quien siempre se encarga de todo, enojándose con los demás porque no colaboran; la otra es haciendo que las cosas pasen, pidiéndole a uno de sus hijos o a su esposo, que se levante y traiga la bebida que está en la nevera.

En ambos casos, la madre está comunicando algo; sin embargo, una forma le genera descontento y la otra genera que la bebida esté en la mesa.

A partir de esto, tenemos en cuenta lo siguiente:

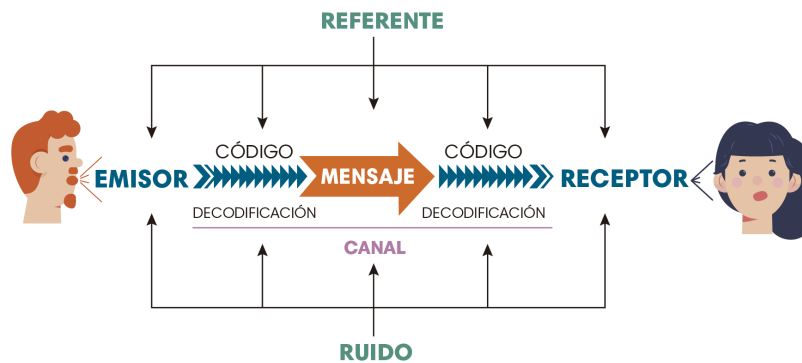
No podemos no comunicar

Incluso si no emitimos palabra alguna, nos estamos comunicando, expone Paul Watzlawick en su libro *"Teoría de la Comunicación Humana"*, alegando que el silencio es tanto una forma de comunicación como lo es una explosión ruidosa y verbal.

A través de ello, Watzlawick sugiere que, dado que el comportamiento no tiene contrario o antítesis, todo lo que las personas hacen o dicen, y todo lo que no hacen y no dicen, es una comunicación de algún tipo.

Ahora que cuentas con esta información, podrás entender diversos escenarios que antes pasaban inadvertidos. Recuerda que muchas veces, las sombras reflejan quién está detrás.

Te invitamos a observar este gráfico, el cual expone el modelo tradicional de comunicación.



En este modelo de comunicación contamos con el Emisor – quien emite el mensaje – y el Receptor, quien recibe la información. Luego, existe el Ruido, representado por las interferencias que influyen entre la información que pasa a ser codificada y decodificada.

Si bien, el modelo expuesto anteriormente, sirvió durante años para nuestra sociedad; sin embargo, hoy en día sólo es aplicable únicamente para las máquinas, pues muestra una comunicación no recíproca que se manifiesta en – por ejemplo- plantas transmisoras de canales de TV, radio, e incluso en aparatos de oficina.

¿Por qué decimos que ha servido, haciendo referencia al Pasado?

Porque en una sociedad tan cambiada, este modelo NO ES SUFICIENTE, incluyendo en la comunicación entre humanos y máquinas.

¿Qué le falta a este modelo?

- Corporalidad: la comunicación con gestos, posturas, miradas y formas de moverse.
- Emociones: aquellas que nos generan las distintas formas en que interpretamos las cosas.
- Contexto: el marco en donde nos movemos, como por ejemplo: una sala en silencio, un restaurant lleno de gente, la oficina en un día ajetreado o la iglesia en plena misa.
- Dominios: El trabajo, la familia, los amigos, la pareja o los clubes.
- Distinciones en el lenguaje: Juicios, hechos, compromiso, pedidos, declaraciones, entre otros.

Para comprenderlo mejor, te mostramos este ejemplo en donde participan cada una de las variables expuestas:



A partir de esto, podemos concluir que el modelo clásico de comunicación no llega a suplir con todos los factores que pueden ser parte de una comunicación entre seres complejos y lingüísticos como nosotros.

Este curso se fundamenta, entre otras disciplinas, en la Ontología del Lenguaje, la cual sostiene en sus principios lo siguiente

- Interpretar a los seres humanos como seres lingüísticos.
- Interpretar al lenguaje como generativo.
- Interpretar que los seres humanos se crean a sí mismos en el lenguaje y a través de él.

Teniendo en cuenta estos tres principios, pensemos por un momento:

¿Cuánto tiempo estamos en conversaciones?

Al interpretarnos como seres lingüísticos, cuando no estamos conversando con otros, pensamos internamente; estos pensamientos, son conversaciones internas que mantenemos con nosotros mismos; por tanto:

SIEMPRE ESTAMOS EN UNA CONVERSACIÓN



Al ser seres lingüísticos, estamos en comunicación externa e interna; por ello, todo es una conversación constante.

Desde el Coaching Ontológico, cuando manifestamos que “no logramos” los resultados que estamos esperando, lo que falta es:



En algunas ocasiones, pueden surgir las siguientes interrogantes:

- ¿Estudiar o no estudiar?
- ¿Tener un aumento o no?
- ¿Salir o no, con “esa” persona?

A partir de ello, interpretamos que las “incompetencias” que nos limitan como observadores, son Lingüísticas o Emocionales; sin embargo, las competencias necesarias para una Transformación Personal y para un Cambio Organizacional – sea que nos refiramos a una empresa- se definen en el Diseño de Conversaciones.

De este modo, podemos indicar que una familia o una empresa, es una Red de Conversaciones. Por ejemplo:

El director de una empresa define una política; esta, es transmitida por los supervisores y ejecutada por el personal operativo. Todo ello, se realiza mediante conversaciones entre ellos.

En algunas ocasiones, las conversaciones son “públicas”, refiriéndonos a las reuniones grupales o individuales; sin embargo, también están las conversaciones “internas” que tiene cada empleado consigo mismo. Por ejemplo: “Esta idea no va a funcionar” o “¡Qué buen desafío tenemos aquí!” son conversaciones internas de los empleados que forman parte de la Red de Conversaciones de la empresa; por tanto, esta red se nutre de dichos pensamientos.

¿Cómo producimos resultados?

En nuestra sociedad, estamos acostumbrados a realizar Acciones, para conseguir a cambio Resultados; sin embargo, cuando los resultados no son los esperados, pasamos a realizar otras acciones para probar si llegamos a alcanzar los resultados esperados; por ejemplo:

Un taxista que quiere ganar \$500 monedas más al finalizar el mes, decide hacer más acciones de las que él ya conoce - como trabajar más horas- para lograr la meta que se propuso:

ACCIÓN = RESULTADO

Si el taxista intenta muchas veces, al punto que se le terminan las acciones y horas del día, podría generarse la siguiente pregunta en su cabeza

“¿Cómo puedo hacer? Ya probé todo y no consigo lo que quiero.”

En el modelo de Coaching que estudiamos, diferenciamos la “acción” del “resultado” y agregamos un ingrediente más:

El Observador

- El Observador es quien mira la Acción y no el Resultado.
- Nosotros mismos somos los Observadores.

Como observadores, estamos muchas veces limitados por creencias, juicios y lo que previamente definimos como nuestro “puntito”. De este modo particular, tendemos a mirar las situaciones que se nos presentan.

Por tanto, si volvemos al ejemplo del Taxista que dice que “ya probó todo”, es su Observador quien limita en su nuevo accionar; llegando a la conclusión así que el Observador es la coherencia entre:

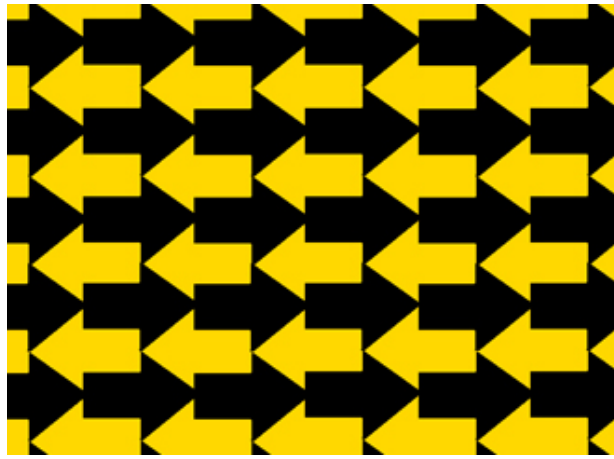
Emoción, Lenguaje y Corporalidad.

Estos tres aspectos mencionados con anterioridad, son los principales factores que influyen en el Observador, quien desde ahí habla y se manifiesta; siendo así:

OBSERVADOR + ACCIÓN = RESULTADO

De dicho modo, cuando “no logramos” los resultados que esperamos, tendemos a “explicar” por qué no logramos lo que queremos. Por ejemplo, si tengo un objetivo mensual de 10 ventas, y alcancé solo 8; tengo 8 ventas y dos explicaciones de por qué no alcancé todas.

Realiza el siguiente ejercicio, observando las imágenes a continuación:



¿En qué dirección apuntan las flechas?



¿Has visto esta obra del artista Julian Beever?

¿Cómo te sentirías si te encontraras en una perspectiva que engañe tu vista?

Para describir lo que vemos, los seres humanos emitimos dos tipos de acciones desde el lenguaje: Las Afirmaciones y los Juicios. Las primeras, hacen referencia a la descripción de lo que vemos, oímos y sentimos; en cambio, los Juicios se refieren a la forma en que interpretamos los hechos que somos capaces de ver, tocar y/o sentir. De esta manera, podemos ver que usamos el Lenguaje de dos formas distintas: para describir lo que observamos o para crear o generar situaciones nuevas

Por ejemplo, si alguien dice: *“Veo que mi pareja llega tarde a casa, por lo que sospecho que anda en algo raro”* podemos dividir la observación en dos partes; la primera es una afirmación –donde se comprueba que la pareja llega tarde a casa – y la segunda, un Juicio, donde se traduce la situación como algo “raro”. Por tanto, un juicio es subjetivo y depende de nuestros estándares internos.



Existe otra forma de comunicarse además de describir el mundo, y nosotros la llamamos Lenguaje Generativo.

Cuando hablamos para crear, generar y hacer que las cosas pasen, utilizamos el lenguaje de una forma muy distinta en comparación a cuando describimos las situaciones. Usamos otras "acciones" desde nuestro lenguaje, a las cuales denominamos: declaraciones, pedidos, ofertas y promesas.

- Declaraciones: Son todo aquello que decimos, que nos permite crear una realidad nueva. No son deseos ni sueños; son objetivos concretos que una persona se compromete a cumplir llevando a cabo acciones para que ello ocurra. Por ejemplo:



- Pedidos: Se refiere a la acción lingüística que se hace cargo de mis necesidades.
- Oferta: La manera de hablar que se hace cargo de las necesidades que vemos en los demás.
- Promesas: Un acuerdo entre dos personas que hacen pedidos u ofertas, más la declaración de un "sí".

Nuestra imagen pública como seres humanos se convierte mediante el cumplimiento o "no", de las promesas que somos capaces de hacer.

Fíjate hasta dónde llega el poder del lenguaje:

**COMPROMISO CON
HACER QUE LAS COSAS PASEN**

**COMPROMISO CON
DESCRIBIR LO QUE PASA**

DECLARACIONES

¿Qué quiero que pase?

**PEDIDOS
OFERTAS
PROMESAS**

HECHOS

JUICIOS

¿DÓNDE ESTÁ NUESTRA REALIDAD DESEADA?

¡En nuestra capacidad de crearla!

Cuando modificamos nuestra "Interpretación de la realidad"; aquella que decimos no poder cambiar, adquirimos la capacidad de crear una nueva realidad.

Hoy, un líder no es quien mueve cosas o influye en otras personas; es quien desde su compromiso, utiliza el lenguaje generativo para comunicarse con los demás. Un líder percibe el contexto y a partir de este, toma la decisión de accionar para lograr resultados; creando así desde el lenguaje, los contextos que harán que las cosas pasen.

Por otro lado, muchas personas utilizan su lenguaje de manera descriptiva, juzgando, explicando y justificando por qué no obtienen los resultados que desean. Utilizando el lenguaje descriptivo para comunicarse.



Ahora que ya sabes sobre los modelos de comunicación que rigen la sociedad, ¿qué modelo de comunicación crees que ha predominado en tu vida?

Explícalo en tu cuaderno de notas y además, busca salidas para crear una comunicación generativa que te ayude a alcanzar tu Realidad Ideal que ansías alcanzar.

COMUNICACIÓN EN EL AMBITO LABORAL

La comunicación efectiva es un elemento de suma importancia en las relaciones personales o laborales ya que permite el intercambio de información, el cuál propicia la realización adecuada de actividades y el logro de objetivos, mediante mensajes transmitidos y recibidos.

En una empresa es fundamental debido a que contribuye a la interacción oportuna entre los colaboradores, que deben llevar a cabo diferentes procesos de los cuales deben poseer amplio conocimiento.

El proceso comunicativo tiene relación con el trabajo en equipo para poder perseguir diferentes fines propuestos por una empresa, por lo tanto se debe reconocer que un intercambio adecuado de información es parte fundamental en el correcto desempeño de los equipos de trabajo y; comprender que de esto dependerá el éxito en las tareas y será de beneficio a la organización.

Fernández (2012) explica que comunicar no es una opción sino una obligación, es importante porque las distintas empresas independientemente a lo que se dediquen deben informar a los demás las actividades que desarrollan y servicios que ofrecen, es necesario tener claro que el buen uso de información dentro de la empresa puede modernizar su gestión.

No se puede dejar de comunicar, incluso el lenguaje no verbal aporta información al entorno, al igual que las instituciones no pueden ignorar el difundir información y por supuesto que es indispensable involucrar a los trabajadores ya que son embajadores comunicativos, hacer que participen los convierte en la voz interna.

En ocasiones lo que genera problemática en el ambiente laboral es que existe mucha información que al contrario entorpece los procesos o funciones, por ello se debe evitar rumores o malos entendidos y así reforzar las relaciones entre los colaboradores, porque son los que permiten el buen funcionamiento de la institución y con el efectivo uso de información se llevan a cabo las labores de forma coordinada, contribuyen a logro de objetivos; por lo tanto es indispensable asumir una política comunicativa e implantar procesos de interacción, es una herramienta de responsabilidad que debe ser asumida por todos los miembros.

De la Cruz (2014) explica que la comunicación incide de manera decisiva y es fundamental en una institución, por ello la necesidad de tratar la dimensión estratégica que involucra tres aspectos específicos:

A. *Transmisora de la cultura empresarial*

Se entiende que la cultura de una empresa es un conjunto de características con las que cuenta y denota la diferencia a otras, en distintas palabras es la personalidad, la manera de ser de una empresa.

El aspecto de comunicación en este sentido es una fuente de información o difusión sobre la filosofía que persigue la institución, por esto se puede establecer como una dimensión interna, que permite dirigirse a los subordinados acerca de las normas, objetivos o forma de trabajar dentro de los distintos cargos, es decir, que permite transmitir las pautas de comportamiento.

B. *Fuente de motivación del personal*

Todas las corporaciones requieren que sus colaboradores estén identificados, sientan que forman parte fundamental, posean motivación al realizar sus labores, asimismo que participen, para ello es indispensable mantener informado al personal; es preciso establecer sistemas adecuados para que la transferencia de mensajes fluya, de esta manera el proceso comunicativo se transformara en estímulo que ampliara el sentido de pertenencia a los lugares de trabajo y funciones.

Por esto es vital prestar atención el momento o lugar donde se habla, cuidar detalles importantes como el referirse a los empleados por su nombre o hacer públicos reconocimientos cuando sea oportuno.

C. *Facilitadora del trabajo en equipo y resolución de conflictos*

Los conflictos generan una situación peculiar en las instituciones por lo que la comunicación es determinante en este proceso de resolución, por esta razón debe generarse información adecuada lo cual estimula a que la situación se desarrolle de manera constructiva y finalice en buenos términos.

Para el coaching existe el lenguaje descriptivo y el generativo de realidades. Cuando contamos algo que nos molesta, nos quejamos, justificamos errores, explicamos, hablamos del pasado o de lo que no podemos concretar estamos en el lenguaje descriptivo.

Este lenguaje no produce ningún cambio en esas situaciones que queremos modificar y nos deja en el mismo lugar en el que no queremos estar.

Si usamos ese lenguaje descriptivo con los demás, a lo sumo podremos obtener una escucha automática o recreativa pero no nos aportará nada en el proceso de comunicación.

El lenguaje generativo es aquel que utilizamos no para quejarnos ni justificarnos sino para crear nuevas realidades.

Un lenguaje generativo nos permite hacer pedidos claros sobre lo que necesitamos, ofertas al otro para interactuar, y generar compromiso.

Modificar realidades requiere no sólo el compromiso del otro sino el propio.

Cuando mediante el lenguaje contamos una situación pero damos el paso de: identificar nuestras emociones, ver qué nos limita, qué necesitamos pedirle a un cliente, a un jefe, a un empleado, a nuestra pareja o a nuestros hijos y podemos ser claros y precisos estableciendo una comunicación para el cambio, se mejoran nuestras relaciones y se crea una nueva realidad obteniendo los cambios que necesitamos y coordinando acciones.

A eso podemos llamar generar una nueva realidad.

Cuando nuestro lenguaje interno es generativo, salimos de esa queja y justificación para declarar que queremos y que no queremos y en función de eso diseñamos las acciones que necesitamos.

Un lenguaje positivo y generativo cambia nuestra emocionalidad y nuestra conducta y nos permite comunicarnos eficazmente con los demás.

PARA RECORDAR

1. La comunicación incide de manera decisiva y es fundamental en una institución.
2. Se entiende que la cultura de una empresa es: un conjunto de características con las que cuenta y denota la diferencia a otras. En otras palabras, es la personalidad, la manera de ser de una empresa.
3. Los conflictos generan una situación peculiar en las instituciones por lo que la comunicación es determinante en este proceso de resolución
4. Para el coaching existe el lenguaje descriptivo y el generativo.
5. Un lenguaje positivo y generativo cambia nuestra emocionalidad y nuestra conducta y nos permite comunicarnos eficazmente con los demás.