



Notas de interés

Para: SR/S. CLIENTES- De: **MATAFUEGOS DRAGODSM**

Fax: Páginas:

Teléfono: Fecha: **19/08/2011**

Asunto: TEMA DE INTERES: REPENSAR LA COMU- NICACION DE LA EM- PRESA.-	CC: Por: LIC. MAZZOLA, CARINA.- Fuente: WORLD PRESS.- (La edición nos pertenece. Ma- tafuegos DRAGODSM).-
--	--

Urgente Para revisar Responder

MATAFUEGOS DRAGO-DSM®:



Las dificultades de comunicación en las empresas son el común denominador de las principales quejas entre directivos, vendedores y clientes.

Una y otra vez, el mismo reclamo aparece en las empresas: ¡Tenemos problemas de comunicación! o “debemos comunicarnos más”.

Se trata de un reclamo generalizado, de un denominador común que aparece allí sin importar se trate de una organización familiar o una gran multinacional. Pero: ¿de qué se tratan los problemas de comunicación? ¿Cuáles son las creencias con respecto a la comunicación de aquellos que definen tener dificultades?

Estamos acostumbrados a pensar que la comunicación es un proceso de transmisión de información. Es más, la mayoría de los planes de comunicación corporativos parten de esta creencia que equipara la información en la comunicación proponiendo la proliferación de canales como intranet, carteleras, buzones, etc.

Pero sin embargo los problemas de comunicación parecen no solucionarse: ¿No es momento de empezar a pensar de otra manera la comunicación?



Una primera manera de aproximarnos a la comunicación es analizar sus raíces.

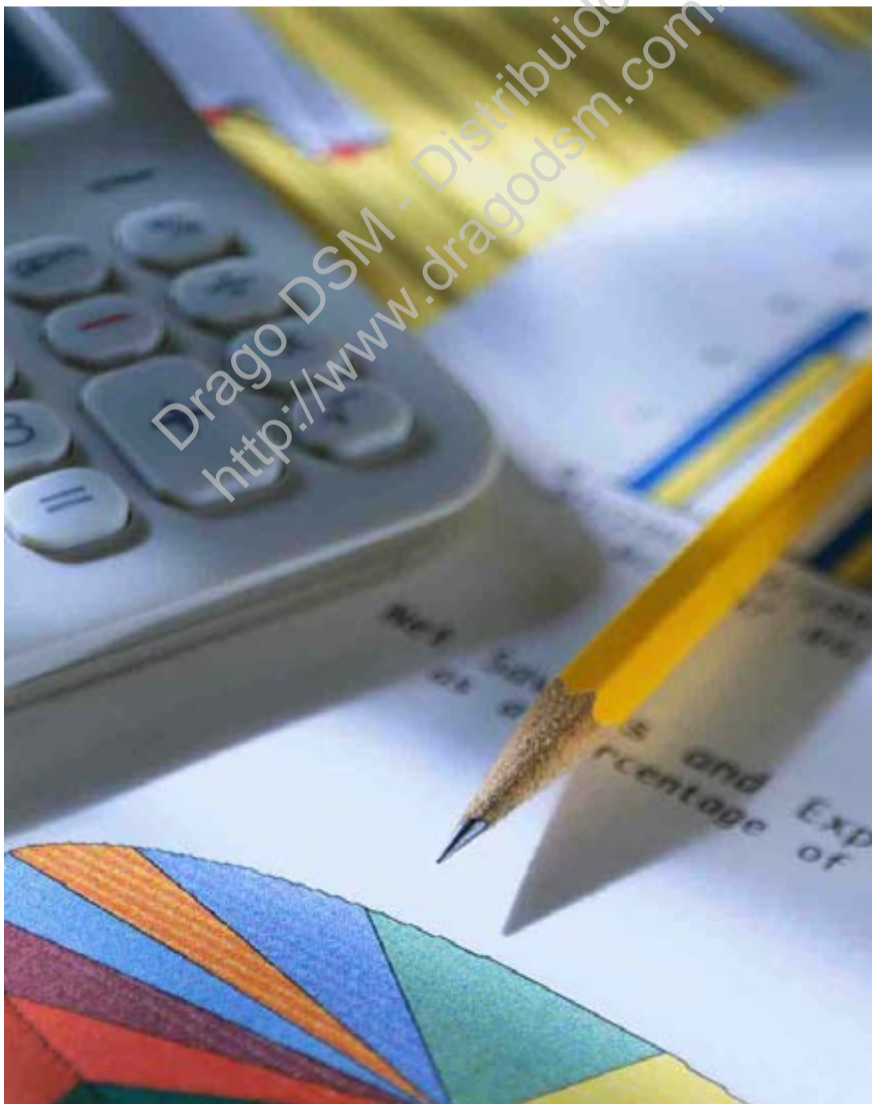
La epistemología de la palabra comunicación es la palabra latina *communicare*; que significa "compartir", "tener algo en común". Esto significa que la comunicación se vincula al compartir y no solamente a transmitir "mensajes efectivos".

Comunicarme con otros es entrar en el mundo del otro, reconocer sus intereses y necesidades, intentar comprender su particular forma de decir el mundo.

Entonces, la comunicación es mucho más que enviar y recibir mensajes, no se trata solamente de garantizar circuitos por donde fluyan datos exactos...Los seres humanos somos seres complejos que establecemos relaciones multidimensionales más allá de la información que recibimos.

Un ejemplo de lo anterior son los problemas de comunicación que ostentan las empresas certificadas en ISO 9001.

Por definición producen muchos datos, buscan garantizar los circuitos de información, se esfuerzan con documentos escritos...y sin embargo las dificultades en la comunicación siguen estando allí más allá de los esfuerzos por garantizar flujos de información fluidos.



Para reflexionar sobre la complejidad de las relaciones de comunicación pensemos por un instante en los vínculos que se establecen entre compañeros de trabajo.

Cada día comparten, palabras, gestos, charlas, consignas, papeles escritos, comportamientos. Por cada día que trabajan juntos intercambian cientos de unidades de información que incluyen lo dicho y lo de dicho, aquello que se verbaliza y aquello que se actúa.

Y esa relación está enmarcada en una historia y en un contexto que condiciona la forma de comunicación que hay entre ellos.

Cada uno de ellos ve la vida de manera diferente, parte de diferentes intereses, posee diversas necesidades sobre su lugar en la empresa, consideran que los conflictos tienen raíces diversas....Frente a esto: ¿Es posible circunscribir la comunicación solo a la transmisión de información? ¿Se sostiene la creencia de que los conflictos de comunicación se resuelven solo a partir de transmitir datos?

He aquí la primera falacia sobre el pensar la comunicación: el reduccionismo de creer la que los problemas de comunicación suceden solo por la ausencia o la falta de datos y que por lo tanto, multiplicar las informaciones es un antídoto para todos los desencuentros comunicacionales.

La comunicación es un fenómeno complejo que parte de aceptar el conflicto como articulador de las relaciones humanas.



Hay conflicto en la medida que somos diferentes, que vemos las cosas diferentes, que poseemos diversos intereses que nos afectan a una situación. De manera constitutiva existen los malos entendidos, los filtros en la comunicación; pero no por "no ser claros" sino porque somos diferentes, porque vemos las cosas de manera diferente.

Entonces ya no se trata de "alcanzar a otro con un mensaje efectivo", ya no se trata solamente de pensar en mensajes persuasivos, sino se trata de buscar espacios de encuentro donde nos reconozcamos y respetemos como diferentes y a partir de allí busquemos los espacios en común, los puntos que nos conectan para trabajar juntos en post de una meta que desde cada interés particular, se presenta como compartida.

Esta concepción de comunicación nos lleva a replantarnos nuestros planes para gestionarla. Comunicar en la organización implicará trabajar en circuitos de información pero sin desconsiderar que el hecho de que la circulación de estos datos no nos liberan de los desencuentros posibles y deberemos contemplar además otros dispositivos de comunicación que consideren el "compartir" propio de la comunicación a partir de reconocer los diversos intereses y necesidades de las personas implicadas en una situación.

Y en este poner en común de la comunicación, ya no reglas absolutas, ya no hay certezas para conseguir una "comunicación efectiva".

Hay un espacio por crear, un desafío que se despliega ante todo aquel que trabaja en comunicación en una organización, un lugar para comenzar a tejer tramas de posibilidad de encuentro entre las personas a partir de reconocer las diferencias como punto de partida ineludible del trabajo en comunicación.



CONOZCAMOS NUESTRA HISTORIA, SI NO ESTAMOS CONDENADOS
A COMETER LOS MISMOS ERRORES.

DIFUNDAMOS LAS OBRAS DE AQUELLOS QUE NOS PRECEDIERON-
UN PAIS SIN EDUCACION ES UN PAIS SIN FUTURO.-



"CALIDAD-SERIEDAD-PRECIO"
49 AÑOS JUNTO A LA INDUSTRIA



NFPA- NATIONAL FIRE PROTECTION ASSOCIATION MEMBER

SIEMPRE MAS SERVICIO

Drago DSM - Distribuidora San Martín
<http://www.dragodsm.com.ar>