

La Comunicación Interpersonal como transmisora de los valores corporativos

Para terminar en la empresa con la comunicación unilateral en la que no existe retroalimentación y que está basada en relaciones de mando, necesita existir un entendimiento y feedback entre los directivos y sus subalternos, ya que de nada sirve en una empresa la transmisión de información sin que el empleado pueda dar su punto de opinión respecto a ello. No se debe confundir "información con comunicación".

Es por ello que es importante que en la empresa existan dinámicas en las que los empleados den sus puntos de vista, que dejen saber cuáles son sus pensamientos, valores, quejas, preguntas, etc. es decir, que como dice la lectura "salgan de sí mismos" y podamos estar hablando del proceso comunicativo. Esto ayuda a la comunicación porque da pie a que el emisor se pueda poner en el lugar del receptor y viceversa.

También algo que juega un papel importante para esta efectividad es que se dé prioridad a la comunicación cara a cara, pues con las nuevas tecnologías se ha perdido ese sentido "íntimo de la comunicación" ya que estos están diseñados para transmitir información, pero no para entablar un proceso efectivo de comunicación, por lo que es importante que en la empresa no se pierdan dinámicas como las juntas o las charlas entre personal.

No importa si se sigue transmitiendo información vía circulares, memorándums, etc. pero que la comunicación cara a cara esté también presente en gran medida. Es importante también generar un sentido de confianza en el trabajador, pues éste no se podrá expresar con libertad sino se siente cómodo o no tiene confianza en su interlocutor, esto también genera problemas y puede hacer que la comunicación cara a cara pierda su efectividad.

Otro aspecto es que en la empresa, a través de la comunicación entre sus integrantes, debe tener siempre en cuenta los valores que difunde la misma e ir de acuerdo a ellos en la forma en la que se llegan a acuerdos y se escucha a los demás. Si en una organización no se da la empatía y sólo se manifiestan los intereses de unos, se está perdiendo el objetivo principal de la misma: llegar a un objetivo en común.

Por último, es importante que en las estrategias de comunicación de la empresa se tome en cuenta a la organización como una comunidad de personas y en base a esto crear los canales adecuados y el código adecuado para la misma. Para ello es necesario conocer a sus integrantes, y que éstos tengan libertad de expresarse. Si esto no se logra de nada servirá la información que la empresa pueda estar transmitiendo, pues no tiene un efecto deseado.