

invertia.com

Empleo & Trabajo

Los jefes no comunican bien porque no saben cómo hacerlo

Hora : 6/5/2010 Fuente : Invertia



¿Cuándo fue **la última vez que su jefe le envió un mail-enciclopedia difícil de descifrar e imposible de digerir**? Una convocatoria a una reunión, una petición de algún cliente, algunas ideas para un informe que debía componer. Después de su lectura, usted sintió un gran desasosiego y fue incapaz de ponerse manos a la obra, **porque no entreveía de qué obra se trataba**.

Pobres jefes, siempre se les culpa de su falta de habilidades, también las relativas a la comunicación. Pero lo cierto es que la empresa les responsabiliza cada vez de más tareas y se olvida con frecuencia de darles recursos para hacerlo como deberían.

La comunicación es un ejemplo muy concreto. ¿Cuántas personas reciben formación en la organización para comunicar mejor, lo que ayudaría a desarrollar mejor su trabajo? Se da por hecho que deben hacerlo correctamente pero la materia no es fácil. Escribir bien o dirigirse al equipo requiere de una técnica, mucha práctica y bastante corrección.

Empecemos por el inicio. Para escribir o comunicar de la manera adecuada hay que **determinar el objetivo**. Si no sé para qué me dirijo a mis colaboradores o a otras personas de la organización, mejor que no lo haga. Cuando tenga claro qué quiero decir, debería ser capaz de **acotarlo en un título**. Si no, acabaré con una maraña de párrafos que confundan al lector o al receptor sobre la idea fundamental. Titular es complejo, pero si tengo claro el propósito, mi comunicación será fluida y ordenada y no dará lugar a malentendidos. Aunque tenga varias cosas que decir, el título condensará siempre lo más importante.

¿Y después del título, qué? Entonces habrá llegado el momento de **simplificar las ideas y el lenguaje**, de olvidarse de lo superfluo y centrarse en lo fundamental. La sobreabundancia de información y la falta de tiempo deberían hacer que los jefes se apiaden de sus colaboradores y sean concretos en sus comunicaciones, especialmente si lo hacen por mail o por teléfono. Y de paso, no estaría de más poner un **asunto claro** en los correos que no dé lugar a doble interpretación ni se repita en otros mensajes. Si la comunicación es oral, se agradece no andarse con rodeos, pedir lo que se quiere realmente, no dando por supuesto lo que tengo en mi mente y nunca he llegado a espetar por mi boca.

Por otro lado, la simplicidad y la claridad no están reñidas con la cortesía, así que se necesita un verdadero arte para ser escueto y amable al mismo tiempo, ya sea por escrito o cara a cara, sin olvidar ningún asunto importante.

Si un jefe quiere convocar una reunión con su equipo a las siete para hablar del plan de marketing, más vale que no olvide lo que espera de cada individuo o de todos en su conjunto. La mayoría de los managers convocan reuniones sin un propósito definido explícitamente. Cuando uno llega, no sabía ni qué tenía que traer, ni qué se supone que tenía que decir, porque el jefe lo dió por supuesto pero nunca lo dijo en su comunicación, simplemente lo enunció: "Reunión para hablar del plan de marketing a las 7 en la sala de la segunda planta".

Utilizar el canal adecuado es otra de las técnicas relevantes para comunicar. ¿Cuántas veces los jefes piensan que los profesionales de su equipo son sordos, ciegos e incompetentes, todo al mismo tiempo? Primero, les envían un mail, a los dos minutos les llaman para ver si lo han recibido, de nuevo les vuelven a llamar para cerciorarse de si lo entendieron, y repiten el mail

convencidos de que si no lo hacen aquellos se olvidarán de algo importante. Si aprendieran a comunicar como deben, quizá un mensaje por un solo canal sería suficiente. Si el empleado se acostumbra a cuatro comunicaciones por idea, no prestará atención hasta la última, seguro de que su jefe insistirá.

Determinar el colectivo al que debe ir dirigido el mensaje es clave. Encontrar el equilibrio entre el exceso y el defecto es crucial, porque los hay que amarran hasta dejar agotado con emisiones continuas al receptor, mientras que otros acostumbran a mantener a la mitad del equipo fuera de juego en la mayoría de los partidos.

Aunque comunicar no es fácil, será más llevadero si seguimos uno de los consejos de un genio de la escritura, George Orwell: "No uses una frase larga si lo mismo lo puedes decir de manera más corta".

peoplematters

* *Pilar Trucios, colaboradora de PeopleMatters*

Invertia.com está en: [Argentina](#) - [Estados Unidos](#) - [Chile](#) - [España](#) - [México](#) - [Perú](#)

© [Copyright 2009](#), Telefónica de España, S.A.U.