

COMUNICACIÓN



Flor Cid, Directora de FlorCidComunicación.es.

EL VALOR DE LA ASERTIVIDAD EN COMUNICACIÓN INTERNA

Mirar por los derechos propios respetado los del resto. Una definición sencilla de asertividad. Derechos asertivos: aquellos derechos básicos que toda persona posee. Hasta ahí, hablamos de asertividad como concepto global. Ahora bien, tal y como viene definida en varios manuales, la asertividad vista como estilo de comunicación, que es lo que en este artículo nos atañe, consiste en alcanzar el punto medio entre la pasividad y la agresividad; o, lo que es lo mismo, entre dejar que nuestro interlocutor decida por nosotros y no ser capaces de adoptar una postura de respeto imponiendo nuestras ideas a toda costa sobre las de los demás.

En esta colaboración he optado por abordar la asertividad porque considero que es un comportamiento comunicacional idílico, en tanto en cuanto

sitúa al individuo en el punto de la virtud: ni daña ni es dañado por la voluntad del resto dentro del proceso de comunicación. Si, además, a la asertividad se le añade el componente intencional, podemos ser capaces de trasladar a los demás nuestros argumentos y puntos de vista desde el plano de la autoconfianza, sin pretender perjudicar a nadie, pero sí haciendo valer nuestro propio criterio.

¿QUÉ VALOR TIENE LA ASERTIVIDAD?

Sin lugar a duda, la comunicación interna ideal de las compañías, tanto si se lleva a cabo desde dentro, como si se gestiona desde una agencia externa, ha de ser asertiva. En este punto, quiero hacer una aproximación del concepto hacia la empatía: una comunicación interna asertiva es una comunicación empática, donde el emisor tiene muy bien definidos sus mensajes y objetivos, y se los traslada a sus receptores de forma que penetren adecuadamente y produzcan el efecto deseado para el que fueron emitidos,

desde un plano respetuoso e integrador, tanto con el proceso comunicativo como, principalmente, con la filosofía de la empresa. Además, y por añadido, será la mejor vía para mantener el necesario nivel de entusiasmo y el sentimiento de pertenencia a la organización por parte de los empleados y de los mandos intermedios.

Hace poco leí una noticia referente a cómo afecta el comportamiento agresivo en la comunicación y, en definitiva, éste era responsable de causar conflictos y transmitir mensajes con la finalidad única de plantear una balanza en la que “yo gano” y “tú pierdes”. Según la experta en comunicación personal Marina Estacio, fundadora de la revista digital Pruébate Magazine, existen tres estilos de comunicación, como se ha hablado al comienzo: en el punto medio está el asertivo, que no es otra cosa que tener la capacidad de poder decir lo que pienso y lo que siento, respetándonos a nosotros mismos y, sobre todo, respetando a la persona que tenemos delante. Ese es el estilo ideal de comunicación.

Luego tenemos el pasivo, que son aquellas personas a las que les cuesta mucho decir lo que piensan, lo que sienten, y son las que acaban callando. Y, en el otro extremo, tenemos la comunicación agresiva, que es propia de las personas que sí que tienen la capacidad de decir lo que piensan y lo que sienten, pero lo dicen de la peor manera posible, sobre todo faltando el respeto a quien

tienen delante. Lo curioso de este último perfil de gente, nada recomendable para ejercer un cargo o misión en comunicación interna es que, para ellos, esa capacidad que tienen de ser sinceros o esa cualidad, lo consideran algo positivo; entonces hay pocas opciones de que dicha comunicación se pueda modular, modificar o adaptar en función de la audiencia o de los mensajes que deban transmitirse.

En definitiva, una comunicación interna asertiva es una comunicación efectiva y está orientada al logro de resultados. Es especialmente útil para ser puesta en práctica dentro de un equipo de trabajo. Para ello, otro importante aspecto a ser considerado es la retroalimentación constante de dichos equipos con el objetivo de mejorar; crecer; desarrollarse y superar las expectativas. Y, ante todo, el líder en comunicación interna ha de tener claro que, a través de una comunicación asertiva con el empleado o mando intermedio alcanzará, en la mayor parte de las ocasiones, un efecto positivo de cara a la consecución de los objetivos comunicacionales globales de la empresa. ■