

El lenguaje y la eficiencia de las organizaciones

Rosa Adriana Vázquez Gómez

Palabra, voz exacta
y sin embargo equívoca;
oscura y luminosa;
herida y fuente: espejo;
espejo y resplandor;
resplandor y puñal,
vivo puñal amado,
ya no puñal, sí mano suave: fruto.
«Palabra», OCTAVIO PAZ

RESUMEN

La invasión y rapidez de los cambios tecnológicos en todos los órdenes de la vida social y económica, y su empleo para hacer eficiente el trabajo en las empresas ha exaltado al lenguaje oral y escrito como la herramienta por excelencia para que aquéllas puedan cumplir con sus objetivos organizacionales.

La atención a este recurso insustituible de la comunicación humana tiene que ver con el auge de la educación de corte constructivista. Ésta tiene por fundamento la autonomía del educando, sobre la base de lo que éste sabe y

es capaz de desarrollar. El lenguaje verbal constituye la premisa de la construcción del conocimiento. Las universidades han hecho eco de esta tendencia y ahora la currícula da espacio a aquellas materias que propician el ejercicio de la reflexión y la expresión.

ABSTRACT

LANGUAGE AND ORGANIZATION EFFICIENCY

Invasive and swift technological changes in every order of social and economic life, and the use of such changes to increase work efficiency in companies has praised spoken and written language as the outstanding tool allowing enterprises to fulfill their institutional objectives.

Attention to this irreplaceable resource, human communication, has to do with the boom of constructivism oriented education. This has a foundation student's autonomy, upon the basis of what student knows and is able to develop. Verbal language is a premise to knowledge construction. Universities have echoed this trend and currently their curricula allow for those academic subjects promoting the exertion of reflection and expression.

LA NUEVA PARADOJA

La época que vivimos ha sido definida por muchos como la de las paradojas y ésta es otra de ellas: la invasión de los lenguajes electrónicos ha sacado a flote el carácter insustituible de la palabra. No obstante, es preciso detenerse en ciertos problemas que prevalecen, pese a que la importancia del idioma es evidente: la palabra repetida y vaciada de sentido; la palabra desprovista de contexto; la palabra arrancada de su raíz etimológica. Pues se ha abusado en los últimos tiempos de mal uso del lenguaje y esto ha contribuido a la pobreza de nuestra lengua.

Los cambios tecnológicos han invadido rápidamente todos los órdenes de la vida social y económica, y su empleo para hacer eficiente el trabajo en las empresas ha revelado al lenguaje oral y escrito como la herramienta fundamental para alcanzar los objetivos organizacionales.

El lenguaje vela o desvela el pensamiento y es éste el nuevo paradigma de las instituciones académicas; las universidades preocupadas por proveer a la sociedad de los profesionistas que puedan hacer frente a los retos que la agresiva competencia y la globalización traen consigo—capacidad para la toma de decisiones, actitud de liderazgo, capacidad para trabajar en equipo—, incluyen ahora materias que propician la reflexión y el uso adecuado de la lengua, después de que durante mucho tiempo fueron habilidades ignoradas por ciertas disciplinas como la Ingeniería o la Administración, por mencionar sólo algunas.

La atención a esta herramienta insustituible de la comunicación humana tiene que ver con el auge de la educación de corte constructivista. Ésta tiene por fundamento la autonomía del educando, sobre la base de lo que éste sabe y es capaz de desarrollar. El lenguaje verbal constituye la premisa de la construcción del conocimiento.

Ahora la matrícula de las universidades ha dado espacio, en campos del conocimiento que antes las ignoraban, a las asignaturas que propician el pensamiento crítico e integral y el ejercicio de la expresión, habilidades que han sido dañadas por el video y todos sus derivados.

En su libro *Homo videns, la sociedad teledirigida*, Giovanni Sartori sostiene que la prevalencia de las imágenes sobre las palabras impide a la persona ejercitar su capacidad de abstracción, pues aquéllas presentan una realidad fragmentada y desprovista de contextualidad; «la televisión produce imágenes y anula los conceptos, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella toda nuestra capacidad de entender.» (1998:47)

El compromiso de los educadores hoy día es revertir este proceso para que los alumnos sean capaces de construir, a partir del entorno histórico, social, económico y cultural, los conceptos que les permitan entender su realidad para que puedan servir como profesionistas —en el sentido de atender a las necesidades de su entorno—. Es precisamente el lenguaje conceptual el que debemos recuperar en las escuelas.

Las imágenes requieren de una habilidad para ser comprendidas y no todos los conceptos pueden ser traducidos a las imágenes. El problema del desempleo no puede ser comprendido a partir de la imagen de una persona que sostiene una pancarta —ofreciendo sus servicios— transmitida por televisión; términos como democracia, solidaridad, paz social constituyen conceptos abstractos, «no visibles»; «(...) nuestra capacidad de administrar la realidad política, social y económica en la que vivimos, y a la que se somete la naturaleza del hombre, se fundamenta exclusivamente en un pensamiento conceptual que representa —para el ojo desnudo— entidades invisibles e inexistentes». (Sartori 1998:46)

LA ENSEÑANZA DE LA LENGUA

La enseñanza y aprendizaje de la lengua no son tareas sencillas. Como ya se señaló, están en el meollo de las nuevas disciplinas constructivistas.

Como en otras actividades, la interdisciplinariedad es crucial para atender a las necesidades de expresión: lingüistas, comunicólogos, psicólogos, pedagogos, filósofos, están trabajando en la búsqueda de estrategias que detonen este aprendizaje, en cuatro habilidades fundamentales: escuchar, leer, hablar y escribir; las primeras son de comprensión, las segundas, de producción.

«Las cuatro (...) son las que un usuario de la lengua debe dominar para comunicarse eficazmente en todas las situaciones posibles.» (Martínez Montes, López Villalva y Gracida Juárez, 2002:83)

Como sabemos, la lectura constituye una práctica desconocida por una gran mayoría de la población. Sin embargo, es una carencia que las instituciones educativas están tratando de solventar mediante programas desde la educación básica.

Pues la prevalencia de los mensajes visuales ha mermado la de por sí insuficiente apetencia a la lectura. La falta de esta disciplina se refleja, entre otras cosas, en la incapacidad de expresión oral de los estudiantes. Cuántos profesores hemos permanecido atónitos ante el titubeo desconcertante de un alumno que manifiesta: «Este.. o sea... cómo se dice...yo siento que...es que si sé pero no sé cómo decirlo».

«La lectura no es comparable con ningún otro medio de aprendizaje y de comunicación, ya que (...) tiene su ritmo propio, gobernado por la voluntad del lector; la lectura abre espacios de interrogación, de meditación y de examen crítico, en suma, de libertad (...)» (Ítalo Calvino)

EL ENFOQUE COMUNICATIVO EN LA ENSEÑANZA DE LA LENGUA

Las nuevas tendencias en la enseñanza de la lengua apuntan al enfoque comunicativo. Ya no es suficiente con conocer las reglas del uso del lenguaje, considerado éste como un ente abstracto y estático. Es preciso, ahora, atender al uso concreto que cada individuo hace de aquél en situaciones específicas. Estos planteamientos tienen su base en la pragmática de la expresión y en la lingüística del texto¹; «(...) es fundamental que exista una relación de la lengua con el contexto y con los significados sociales que [éste] conlleva.» (Martínez Montes, López Villalva y Gracida Juárez, 2002:70)

La consideración del contexto va más allá del conocimiento de las reglas gramaticales; implica estar atento a las condiciones peculiares de comunicación, que pueden

- 1 El final de la década de los sesenta (...) se caracteriza por el regreso de la semántica (y otros aspectos como la diacronía) y de la pragmática, y el surgimiento oficial de la lingüística del texto(...).

Las causas intermas a la lingüística que dan lugar al nacimiento [de aquella] se encuentran sobre todo en los estudios sintácticos debidos, fundamentalmente, al generativismo(...)

Se trata aquí de la aparición de los primeros años de desarrollo de la teoría generativa de fenómenos aparentemente sintácticos cuya explicación no podía hacerse de manera adecuada si no se tenía en cuenta el contexto(...)

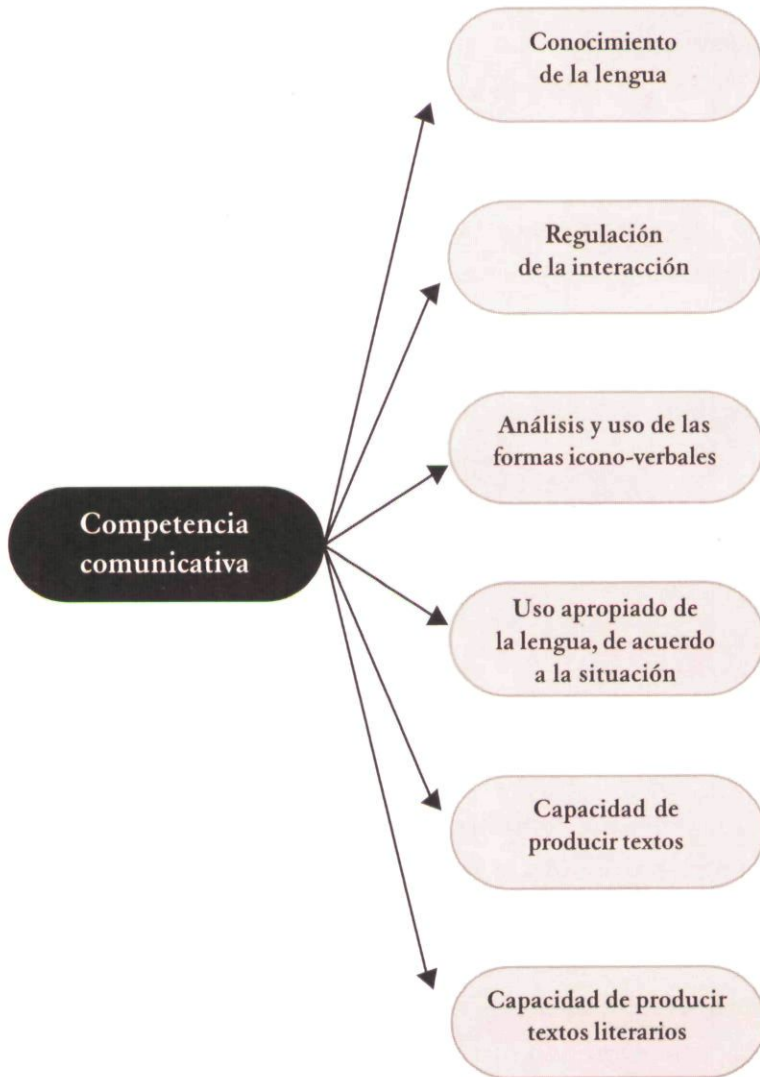
La lingüística del texto incluye entre sus preocupaciones más destacadas aspectos psicológicos y sociológicos con lo cual tienden a borrarse los hasta ahora nítidos límites entre 'lingüistas' y demás disciplinas del lenguaje. (Bernárdez, 1982: 20-30)

variar de acuerdo con circunstancias geográficas, socio-culturales, económicas e, incluso, psicológicas.

Se habla ahora de competencia comunicativa, para hacer alusión al conjunto de habilidades, conocimientos, aptitudes y actitudes, que debe poseer quien desee comunicarse con éxito.

En su obra *Cómo enseñar a hacer las cosas con palabras*, Carlos Lomas (1999:37) destaca las competencias, que se integran en la competencia comunicativa (ver figura 1).

Figura 1



FUENTE: cfr. Carlos Lomas. *Cómo enseñar a hacer las cosas con palabras*, vol. I, p. 37.

La competencia comunicativa habilita al hablante en la producción y empleo adecuados de los textos según las necesidades del entorno en donde los produce.

De acuerdo con el autor aludido, una persona posee competencia comunicativa cuando al conocimiento de las reglas para el uso de los vocablos, adiciona:

La adecuación de su mensaje a las circunstancias concretas.

La regulación del mensaje tomando en cuenta las actitudes, conocimiento y comprensión del escucha.

La capacidad de expresión y empleo adecuado de los vocablos y su integración en una estructura determinada.

El conocimiento de las imágenes empleadas en la televisión y la publicidad.

Y la capacidad para emplear el lenguaje de una forma bella.

DE LA ORACIÓN AL TEXTO

En el enfoque comunicativo, la oración como unidad mínima de expresión se ha sustituido por el texto.

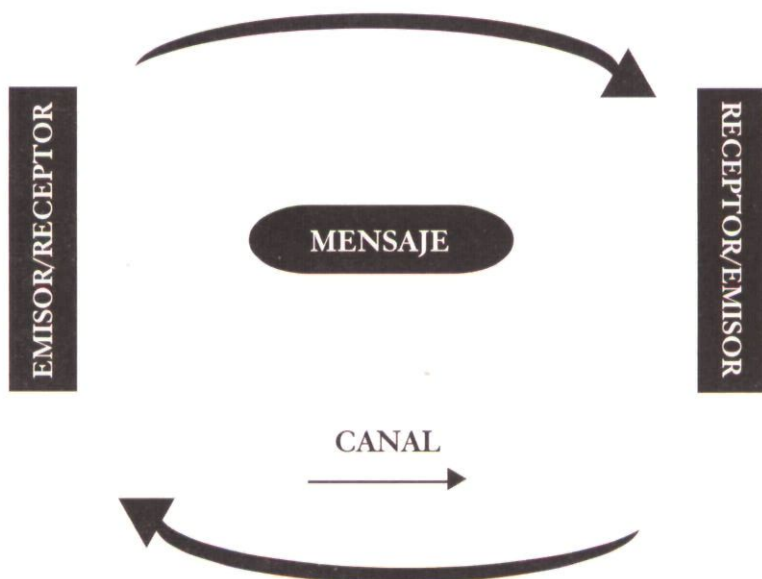
Daniel Cassany (1997:313) define al texto como «cualquier manifestación verbal y completa que se produzca en una comunicación». Así, un texto puede ser una palabra, una expresión, un párrafo o un libro completo, por lo que respecta al lenguaje escrito.

El texto adquiere un sentido autónomo y cerrado, con base en uno o varios códigos, en una situación de

comunicación. Desde esta perspectiva una imagen se considera, también, un texto.

El enfoque aludido pone énfasis en los factores diversos que afectan a una situación de comunicación. El receptor adquiere aquí una importancia radical, pues es a él a quien está dirigido el mensaje (texto) y es preciso considerar las posibilidades que tiene aquél de responder a nuestra interpelación, como resultado de la comprensión del mensaje. (Figura 2)

Figura 2



Atiende, además, a dos elementos que determinan el carácter y contenido de nuestras expresiones: la circunstancia de comunicación y la intención de nuestro mensaje.

El teórico Roman Jakobson ha integrado la intención de comunicación en un esquema de funciones comunicativas:

- *Función referencial*

Busca hablar de los fenómenos y sus relaciones

- *Función emotiva o sintomática*

Pone de manifiesto el estado de ánimo del emisor.

- *Función fática*

El propósito es mantener el canal de comunicación abierto.

- *Función apelativa*

La intención es provocar la respuesta activa del receptor.

- *Función poética*

El objetivo es producir un mensaje bello.

- *Función metalingüística*

Se busca reflexionar acerca de la lengua misma.

Los mensajes nunca son inocuos, siempre están impulsados por una intencionalidad. El hablante debe estar consciente de cuál es su propósito al comunicarse, para estar atento a la respuesta del oyente, a sus reacciones, en caso de que el mensaje no haya sido comprendido.

Los tres elementos mencionados: receptor, circunstancia e intención determinan las características del texto,

de tal forma que cuando hacemos alusión a él estamos pensando en sus propiedades, a saber, adecuación, coherencia, y cohesión.

La adecuación sugiere un uso del lenguaje acorde a las circunstancias culturales, sociales, geográficas, tomando en cuenta la situación de comunicación y la forma de interrelación de los hablantes. No es lo mismo que un alumno se dirija a un compañero, que al director de la carrera, en una cafetería o en cubículo institucional.

La coherencia implica la integración de la información en torno a un eje temático. Tiene que ver con el orden, la pertinencia de la información y la estructura que adquiere un mensaje. «La coherencia es una propiedad textual que se encarga básicamente de la información, por tanto es de carácter semántico. Un texto es coherente si está organizado de forma lógica». (Martínez Montes, López Villalva y Gracida Juárez, 2002:79).

La cohesión tiene que ver con el empleo de nexos y palabras que hacen una escritura rítmica y no monótona. Lo anterior debe ser resultado del uso correcto de los signos de puntuación, los sinónimos, los pronombres y marcadores textuales.

EL LENGUAJE EN LAS ORGANIZACIONES

Los objetivos organizacionales, que deben compartir todos los empleados de la empresa, se transmiten mediante mensajes en distintos niveles de la estructura.

El intercambio de mensajes se da en una organización en distintas situaciones: entrevistas, juntas, pláticas de pasillo o elevador, eventos sociales, comidas, etcétera.

Los mensajes, por su parte, adquieren formas diversas: cartas, memorándums, oficios, informes, boletines, avisos, correos electrónicos, que responden a distintas necesidades y están dirigidos a receptores diversos.

Qué tan adecuado es un medio u otro o cuál es la estructura idónea de un mensaje no son inquietudes que formen parte de la actividad de planeación de una empresa. No obstante, cada vez resulta más evidente la falta de canales adecuados de comunicación e interacción al interior de las organizaciones.

Los problemas que derivan de una comunicación deficiente en las empresas no son irrelevantes y están entre las causas que ocasionan la falta de un desempeño óptimo de los colaboradores. En una época en la que las concepciones más modernas acerca de las organizaciones se refieren al empleado como un *partner* los excesos en la información o la falta de ella resultan imperdonables.

En sus reflexiones acerca de la movilidad del conocimiento en la empresa, los teóricos Takeuchi y Nonaka (1995: 56) hacen referencia a la capacidad de expresión

como una forma esencial de compartir el conocimiento. Principalmente cuando se trata de un conocimiento que es producto de la experiencia y que no está asentado en ningún documento (conocimiento tácito). Y van más allá, al mencionar a la metáfora como un recurso importante para compartir conocimiento.

Los teóricos aludidos desarrollan la concepción del conocimiento que implica a toda la persona, con sus valores y creencias, y que se nutre del entorno y lo recrea. Esa movilidad del conocimiento es posible gracias a la palabra oral y escrita.

El compromiso de la empresa debe ser, pues, propiciar que este conocimiento se mueva en distintas direcciones y alentar su interiorización. Pues cada empleado debe hacer suyos los propósitos de la organización, que se expresan en la misión, la visión y los valores, plasmados en el corazón ideológico. Luego, que sea capaz de transmitirlos al interior, con los recién llegados, y al exterior, con los clientes, de la empresa.

Para lo cual resulta de vital importancia que las áreas de personal integren al desarrollo de las competencias laborales las competencias en comunicación.

LAS SITUACIONES DE COMUNICACIÓN EN LAS EMPRESAS

Parte fundamental de la cultura organizacional se forma a partir de los tipos de interacción que se establecen de manera formal por la empresa o institución y los que se desarrollan informalmente entre los trabajadores, pues cada situación constituye un marco que propicia cierto tipo de mensajes, según las normas establecidas por las prácticas sociales (Cerezo Arriaza, 1994:58). Además de que en cada situación, los participantes asumen una posición que está motivada por factores como el estado de ánimo y las necesidades e intereses

Pensar en una comunicación eficiente implica por lo tanto estar atento a las relaciones que propicia la estructura jerárquica de la organización, así como a los canales y flujo de información que se promueve. No obstante, el empleo de medios de comunicación deberá estar siempre supeditado al conocimiento del perfil de los empleados, de sus intereses y motivaciones y al diseño de mensajes que sean comprendidos por los receptores, siempre con la posibilidad de que éstos puedan retroalimentar a la empresa. Esta tarea no es sencilla, de ahí la importancia que ha adquirido en los últimos años la comunicación organizacional; ésta, como otras especialidades, deberá apoyarse en las distintas disciplinas que tienen como fin el estudio del lenguaje y su empleo adecuado según las circunstancias.

Por ello la capacitación para el desarrollo de las competencias de comunicación y, especialmente de la expresión escrita, deberá formar parte esencial de los programas de desarrollo del personal de las empresas, lo que redundará, necesariamente, en el crecimiento de la organización en su conjunto.

EL ENFOQUE COMUNICATIVO EN LAS ORGANIZACIONES

Aunque los cursos de redacción en las empresas han sido considerados como parte de la capacitación del personal desde hace ya varios años, es preciso que estos esfuerzos se orienten, ahora, a un enfoque comunicativo de la lengua y adquieran sentido y significación para los empleados en sus lugares de trabajo y de acuerdo con los objetivos de la organización.

De tal manera, que los trabajadores se acostumbren a ver en el lenguaje una herramienta que posibilita la interacción en la estructura organizacional y que facilita la consecución de las metas propuestas.

Como otras herramientas de trabajo, ésta debe ser adecuada a las necesidades propias de la tarea a desempeñar, a la situación concreta y con miras a propiciar una reacción de parte del receptor al que están dirigidos los mensajes.

A la práctica añeja y desgastada de la repetición de reglas del uso de las palabras, hay que adicionar la práctica concreta y contextualizada de la escritura. Ubicar a los mensajes en distintas situaciones de comunicación y con fines diversos, dota de sentido a la expresión que se convierte así en un instrumento que el empleado utiliza de acuerdo con sus necesidades.

Y aún más, el trabajador ve al lenguaje con otros ojos, pues puede valerse de él para mejorar su desempeño personal y profesional.

FUENTES DE CONSULTA

- Bernández, Enrique (1982). *Introducción a la Lingüística del Texto*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Cassany, Daniel (2002). *La cocina de la escritura*. Barcelona: Anagrama.
- , et. al.(1997). *Enseñar lengua*. Barcelona: Graó.
- Cerezo Arriaza, Manuel (1994). *Texto, contexto y situación*. Barcelona: Octaedro.
- Jakobson, Roman (1977). *Ensayos de lingüística y poética*. México: F.C.E.
- Lomas, Carlos (1999). *Cómo enseñar a hacer las cosas con palabras*. Vols. I y II. Barcelona: Paidós.
- Martínez Montes, Guadalupe, María Antonieta López Villalva e Ysabel Gracida Juárez (2002). *Del texto y sus contextos*. México: Édere.
- Nonaka, Ikujiro & Hirotaka Takeuchi (1995). *The Knowledge-creating Company*. New York: Oxford University Press.
- Sartori, Giovanni (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. México: Taurus.

Copyright of Hospitalidad ESDAI is the property of Universidad Panamericana. The copyright in an individual article may be maintained by the author in certain cases. Content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.