

**NOTA TÉCNICA**

# **Comunicaciones eficientes en las Organizaciones**

**Lic. Gabriela Baby**



**CURSOS TÉCNICOS  
PARA LA INDUSTRIA**

## *Las jergas profesionales y sus usos (y abusos) y la necesidad de usar el lenguaje claro y llano para comunicarnos en las empresas*

En las empresas y organizaciones abundan los textos: informes técnicos, órdenes de compra, llamados a licitaciones, pedidos, reclamos, respuestas a reclamos, minutas de reuniones, manuales de procedimientos, cartas formales y mails informales, entre otros textos, materializan el trabajo que lleva adelante una organización laboral y, a la vez, son motor de ese trabajo.

En este complejo entramado, hombres y mujeres de distintas profesiones, edades, intereses y formación intercambian diariamente textos que tienen objetivos específicos: el mundo empresarial se mueve a partir de sus textos. Por eso, esos textos deben ser claros, precisos, certeros. Deben poder ser comprendidos cabalmente por sus lectores. No deben filtrar dudas, zonas grises ni ambigüedades.

Escribir de manera clara, certera y concisa otorga claridad conceptual, libertad de acción, buena llegada, eficiencia y una imagen intachable.

## **Jergas y otras cuestiones**

Los problemas más frecuentes en los textos empresariales son: la construcción de oraciones larguísimas que encadenan diversos temas acumulados infinitamente mediante conjunciones como “ya que”, “la cual”, “lo que”, etc; la falta de puntuación (ausencia total de comas, particularmente) que genera malentendidos y sinsentidos; problemas de registro: ¿de vos, de tú, de usted?; el orden o desorden de las ideas en textos cierta extensión; el uso insistente y erróneo de mayúsculas; la falta de cohesión textual por mal uso de conectores y referentes (“lo”, “las”, “el mismo”, “las mismas”, entre otros, que no apuntan a ningún referente claro); la falta de precisión en las palabras; la deficiencia en la estructura de textos de ciertas extensión, entre otros.

Todos estos problemas textuales generan ruido y dificultades en las comunicaciones empresarias: los textos trastabillan, no se entienden, se confunden conceptos, se generan situaciones equívocas, el trabajo se entorpece y el rendimiento profesional se empaña o fracasa.

Otro problema puntual y frecuente es el uso de jergas. Todos las profesiones y oficios tienen palabras y giros propios de su campo de acción. Entre médicos, psicoanalistas, abogados, ingenieros, contadores y lingüistas, por ejemplo, existen vocablos específicos que nombran problemas, situaciones o elementos puntuales. Entre profesionales o técnicos de la misma especialidad se entienden perfectamente. Pero el idioma deja de ser claro cuando llega alguien de otra profesión y no entiende nada.

Si el público lector no comparte la jerga técnica del autor, éste deberá hacer los cambios necesarios para que sus lectores no se queden sin comprender. Los textos de divulgación científica, por ejemplo, trabajan sobre este problema: el desafío de explicarle a un público amplio y diverso problemas muy específicos que requieren saberes propios de campos de estudio y trabajo puntuales.

En estos casos, los textos deben poder ampliar su lector implícito, es decir, la figura de lector que está armada en el propio texto. Porque todo texto supone un lector (de determinada edad, por ejemplo, con determinados saberes o con determinado sentido del humor...). Se trata entonces de trabajar el texto - palabras, giros, conceptos y acciones –para que pueda ser leído por un público más amplio.

Las estrategias son: la redacción de párrafos explicativos, la exposición de ejemplos concretos, el uso de notas al pie (equilibrado, para que no fastidie) y el uso de paréntesis para aclarar términos puntuales. Todas estas estrategias constituyen formas propias de la operación de “traducción” que incorporan al texto un lector que desconoce determinados términos o procedimientos o lo que fuera que haya que explicar y describir.

## ¿Cuándo traducir?

Las situaciones comunicativas en una organización empresarial siempre son puntuales y particulares. A pesar de que muchas operaciones y procedimientos de una empresa se repiten día a día, la diferencia entre quien hace y quien recibe, los diferentes contextos y la distintas relaciones que se establecen entre todas las partes involucradas en una misma tarea hace que los textos que surgen de cada situación sean particulares, únicos. Por eso, quienes escriben en las empresas deben estar atentos y contar con las herramientas de escritura apropiadas para

poder distinguir cada situación comunicativa y generar los textos apropiados a caso por caso.

Saber escribir supone, en primer lugar, saber qué se quiere decir y luego poder distinguir quiénes intervienen en cada situación comunicativa: quién es el emisor (qué rol tiene en ese intercambio) y quién es el receptor (qué saberes tiene y qué ignora, qué está esperando del texto que recibe). Además, al momento de escribir, habrá que saber organizar las palabras, dar textura a un escrito, manejar el tono y la puesta en texto de las intenciones, decir lo que se tiene que decir, callar lo que no puede ser dicho, ser ordenado, generar oraciones correctas, no cometer faltas de ortografía.

Escribir en las empresas (y en la vida) es un aprendizaje permanente que supone, por un lado, un acercamiento al código escrito: sus características, sus reglas, sus manifestaciones a través de los géneros (saberes que van más allá de tener buena o mala ortografía). Y, por otro lado, habrá que desarrollar cierta práctica, reflexión también, mirada crítica, búsqueda, más reflexión. Escribir requiere mucha paciencia porque supone una práctica hecha de borradores, tachones, búsqueda, frustraciones, encuentros, alegrías.

Los resultados son siempre positivos: quien está entrenado en la escritura, se sentirá seguro frente a la hoja en blanco, no cometerá errores gramaticales ni ortográficos (o podrá resolverlos antes de apretar el botón Enviar!), será conciso y transparente en la exposición de sus ideas, tendrá la capacidad de argumentar con éxito su punto de vista, producirá escritos atractivos, podrá expresar con soltura sus propias ideas y logrará atrapar al lector desde el comienzo hasta el final de cada texto que escriba.

Por todo esto y más, vale la pena abordar el dominio de la escritura. Una técnica clásica pero cada vez más necesaria.

**Autora: Lic Gabriela Baby.**

***Licenciada en Letras, periodista gráfica y coordinadora de talleres de escritura corporativa en diversas organizaciones. [www.textualnet.com.ar](http://www.textualnet.com.ar)***