

La importancia de la **palabra** y el **lenguaje** **en la empresa**

■ Una herramienta para conectar con el alma de las personas



La importancia de la **palabra** y el **lenguaje** en la empresa

■ Una herramienta para conectar con el alma de las personas

Es probable que en los tiempos que vivimos en el mundo de la empresa, la capacidad de influencia y **conexión personal**, a través de la **palabra**, sea más importante que nunca. Nos encontramos ante una confluencia de tendencias de impacto muy relevantes para la **gestión de personas**, donde hay gran dificultad para atraer y fidelizar un talento estructuralmente cada vez más escaso. A esto se une la necesidad de **reconectar** con las personas de nuestras empresas, ante el “reseteo” de valores, necesidades y expectativas acentuados por la pandemia. Por último, cada vez surge una mayor necesidad de ser más eficaces en la gestión de los **procesos de cambio y transformación**, donde la mentalidad de las personas, sin duda condicionará su éxito o fracaso.

En este contexto, **¿cómo influye el lenguaje en las organizaciones?** ¿Cómo impacta en los demás no sólo lo que decimos, sino cómo lo hacemos? ¿Se ha convertido la comunicación en un **factor estratégico**, durante esta época tan anómala? ¿Ha adquirido un nuevo papel, no solo de información, sino también de **conexión, relación, confianza y cercanía**, ayudando a influir, y a **transmitir los valores y la cultura** de la organización?

Sobre ello hemos reflexionado en un nuevo programa de **máshumanoTV&Podcast**, junto a **Luis Castellanos**, filósofo y experto en el uso ético del lenguaje y en el poder de la palabra y con nuestro subdirector general, **Tomás Pereda**.



Conversación con **Luis Castellanos**

Filósofo, escritor y experto sobre la importancia de la palabra y el lenguaje



■ EXCESO DE INFORMACIÓN Y FALTA DE

comunicación y reflexión

Todo alto directivo soñaría con poder influir y conectar con las personas de sus organizaciones, impactando en ellas positivamente, para lograr que las cosas sucedan de la manera esperada y en la orientación deseada.

Pero mover nuestras mentes y nuestros sentimientos no resulta fácil y el exceso de información que nos llega en cascada no ayuda. Aunque muchas veces no seamos conscientes de ello, en las organizaciones y en la sociedad, **hay demasiado ruido que hace imposible que nos escuchemos unos a otros**. Ese ruido es al que estamos habituados y que, de mejor o peor manera, nos sirve para informarnos y comunicarnos en nuestro día a día. Pero no es el lenguaje que el ser humano necesita para diseñarse a sí mismo y alcanzar una vida de mayor bienestar y felicidad.

“En las organizaciones y en la sociedad, hay exceso de información y apenas hay reflexión. Necesitamos más escucha y más silencio, y ser conscientes de la relevancia de una comunicación más humana, que utilice un lenguaje verdadero, para conectar con la humanidad, cambiar la mirada de las personas y generar confianza”

■ UN **lenguaje** más humano

Desde el inicio de la pandemia, en nuestros hogares y en nuestro trabajo, no dejamos de recibir mensajes desalentadores, con un lenguaje que sin duda impacta negativamente en nuestra salud mental. Por eso es muy relevante que en todos los ámbitos y en especial el de la empresa, se conozca qué es lo que necesitan las personas y se utilicen **palabras que conectan con esa necesidad**, aunque sean muy poco habituales en ese contexto.

“Si en nuestra sociedad y en nuestras empresas no utilizamos palabras como el amor, la bondad, la amabilidad o la compasión, todo eso irá desapareciendo y ganarán peso otros lenguajes como el de la queja o el de la culpa, que son los que nos impiden aprender”

Pero del mismo modo, también es cierto que, en marzo de 2020, empezaron a aflorar **estilos de liderazgo humanos**, donde el uso de la palabra tuvo gran protagonismo y se utilizó no solo para informar y comunicar, sino para conectar con las personas y **suavizar la incertidumbre y el miedo**. Un lenguaje cercano y verdadero, que en algunos contextos todavía perdura, y que fue clave, para que las personas se sintieran valoradas y cuidadas, y respondieran con agradecimiento y compromiso.



■ LA PALABRA, **y su impacto en el** **alma** Y EL **pensamiento**

Las palabras inducen un sentimiento. Éste a su vez produce un pensamiento que, de manera inevitable, deriva en un comportamiento concreto. Así pues, se puede decir que, de manera irremediable, **el lenguaje genera impacto** en las personas. Una realidad que debe ser muy tenida en cuenta por las empresas, ya que resulta fundamental para mejorar la **relación**, el **bienestar** y el **comportamiento** de los equipos.



“El lenguaje influye en nuestro cuerpo y en nuestra salud, generando mayor o menor angustia o estrés.

Por eso las organizaciones deberían catalogar, analizar y diseñar bien las palabras que emplean para dirigirse a sus personas, para que promuevan una mayor calidez humana”

■ EL LENGUAJE EN LOS PROCESOS DE

gestión del **cambio**

Aquella empresa que se queda rezagada y no se adapta al mismo ritmo e intensidad que cambia el mundo, se sitúa en un enorme riesgo de desaparecer. A pesar de ello, según muchos estudios, el **70% de los procesos de transformación fracasan**.

Los agentes del cambio son conscientes de que el 90% del éxito de un proceso de transformación se concentra en el cambio de mentalidad y de creencias de las personas involucradas en él. Pero este **cambio de “mindset”** no

es una tarea fácil, ya que tendemos a no querer salir de nuestra zona de confort y a protegernos ante lo desconocido, ante aquellos territorios vitales o profesionales en los que nunca hemos estado.

Sin embargo, parece que **nuestro cerebro sí necesita la novedad**, para conectar constantemente y seguir vivo cuantos más años mejor. Un envejecimiento que, tanto en las personas como en las empresas, tiene que ser positivo y saludable para aportarnos valor.

“Para envejecer o transformarse de una manera saludable, las organizaciones y sus directivos deberán estar abiertos a las novedades, a retos desconocidos, y contagiar esa mentalidad a sus equipos. Si fuéramos conscientes del poder de la palabra y de la ética en estos procesos de cambio, sin duda lograríamos que culminaran con mayor éxito”





■ LA NECESIDAD DE “habitar” nuestras palabras

En la comunicación, si el emisor, a pesar de elegir cuidadosamente determinadas palabras que teóricamente conectan, no las ha habitado previamente, no se logrará el impacto pretendido. Es decir, que el lenguaje, en la comunicación interpersonal, no funcionará si el emisor no cuenta con la suficiente **credibilidad personal**.

La **palabra habitada** tiene mucho que ver con el mundo de la empresa. En las organizaciones existen mecanismos para introducir un uso correcto del lenguaje, tomando una conciencia básica de él. Pero una vez superados estos niveles, ya no es tan importante buscar una palabra precisa, sino construir un **lenguaje positivo**. Pero un lenguaje positivo no impostado, sino sustentado por palabras auténticas, sinceras, que nos transformen y tengan capacidad de transformar a los demás.

“Las palabras habitadas son las que generan credibilidad y confianza, impactando e influyendo en la esencia de las personas. Pero son escasas y debemos elegir las y diseñarlas bien, para que nos sirvan de guía y nos ayuden a construir nuestra esencia como seres humanos”

EL **lenguaje**

COMO **palanca** DE **manipulación** del **pensamiento**

La neurociencia puede tener un uso ético, o puede atender a intereses de quien lo utiliza. En la nueva era tecnológica disponemos de un **big data** que nos dice en qué medida, unas palabras u otras, influirán en las personas. Por otro lado, las **redes sociales y los medios de comunicación**, influyen en las personas de manera inteligente, haciendo que seamos cada vez más vulnerables y manipulables antes todos estos mecanismos.

Parece, por tanto, que existe un riesgo en la utilización de la palabra para la **manipulación del pensamiento**, en aspectos tan relevantes como pueden ser la inducción al voto. Y en este contexto de la posverdad, es necesario que, a título individual, utilicemos contrapesos que nos ayuden a pensar por nosotros mismos.

“Ante los intentos de manipulación a través del lenguaje, cobra especial relevancia el papel de nuestro sistema educativo, que sin duda influirá en la mentalidad que heredarán nuestros hijos. También será clave que podamos pensar libremente, desarrollando para ello nuestra capacidad de pensamiento crítico”



LA **palabra** y su papel fundamental en la **empresa**

La comunicación individual y colectiva, es clave en la transformación de las organizaciones y de sus personas. Pero para hacer un buen uso de ella, e impactar verdaderamente en lo más profundo de nuestros profesionales, es necesario mirar la verdadera **motivación que hay en el corazón** del que habla.

“Detrás de nuestro lenguaje no solo puede estar la motivación de generar beneficios económicos, sino de generar beneficios en las personas, acercándoles la felicidad y aliviando el sufrimiento”





Para ello, la **empatía** también se convierte en un concepto muy necesario en el mundo empresarial, y está ligado inevitablemente a la **confianza**. Pero existen diferentes tipos de empatía, como la que nos hace **sentir lo que el otro siente**, y hace necesario que permanezcamos cerca de las personas. Por otro lado, la **empatía temporal**, relacionada con el momento concreto de sufrimiento o necesidad de cada persona. Y un último tipo de empatía, que debe estar presente en las organizaciones, es la vinculada a la **atención**, a qué es lo que interesa o preocupa a cada persona en su vida.

También la **compasión**, como el compromiso y el despliegue de las herramientas necesarias para aliviar el sufrimiento de los demás, juegan un papel fundamental en la gestión de personas.

**“En las empresas muchas veces sufrimos,
por nuestros jefes, por nuestros compañeros y,
a pesar de ello, hemos eliminado la palabra compasión,
porque se relaciona con la lástima.
Pero es responsabilidad de las organizaciones
tomar conciencia y tener coraje, para utilizar herramientas
que ayuden a aliviar el sufrimiento de las personas
y del mundo, evitando la injusticia.
Un gran reto donde un lenguaje humanista
jugará un papel imprescindible”**



■ SOBRE **Luis Castellanos**

Luis Castellanos es Doctor en Ética y Licenciado en Filosofía y Letras por la Universidad de Navarra y con estudios de Psicología. Es pionero a nivel mundial en la investigación del lenguaje positivo como herramienta innovadora para el progreso de la humanidad. Cuenta con una acreditada experiencia como formador y consultor de alta dirección en desarrollo de personas, cultura e innovación para diferentes empresas españolas y multinacionales como Repsol, Telefónica, Red Eléctrica, Gas Natural o McDonald's, entre muchas otras.

Este experto piensa, escribe y habla sobre los profundos cambios que el lenguaje provoca en las personas, sobre el poder de nuestra habla interior, sobre las palabras habitadas, que nos ayudan a crear un mundo mejor.

Además, es autor de tres libros que animan a animan a tomar conciencia de nuestras propias palabras, para construir juntos el lenguaje de la sabiduría, la amabilidad, la amistad y la compasión: "La ciencia del lenguaje positivo" (2016), "Educar en lenguaje positivo" (2017), "El lenguaje de la felicidad" (2019).

