



## Alcance y fines de la comunicación

Comunicación, 27/03/2012

Se dice que cada uno de nosotros emplea de 10 u 11 horas diarias para escuchar, hablar, leer y escribir. La gente puede comunicarse en muchos niveles, por muy diversos motivos, con un gran número de personas. Se nos menciona el ejemplo de Ruesch y Bateson de cualquier persona donde hace uso de los diferentes tipos de comunicación que existen : escrita, visual, hablada, por gestos, en grupo, de masa, por medio de la acción, con nosotros mismos, por medio de la palabra impresa, química, por medio del tacto, mediante un símbolo visual, por medio del sonido (sinestesia), por medio de la cultura material, por medio de imágenes, por medio de las artes entre muchas otras.

Este ejemplo no enumera todas nuestras maneras de comunicarnos. La palabra « comunicación » se ha hecho popular día a día. Se ha usado para tantas cosas como la relación entre la clases obrera y directiva, entre los países y entre la gente en general.

Pero también tiene su lado oscuro, en donde, porque se ha vulgarizado dentro del ámbito universitario. Debido a que se han creado departamentos o colegios de « comunicación ».

Fuera del terreno académico, se requiere de gente competente con ideales altos con ganas de progresar. Se nos habla acerca de las diferencias entre distintos profesionales pero a la vez tienen un mismo proceso ; ya que son responsables de la creación, entrega o imposición de los mensajes destinados a tener un efecto sobre uno o varios públicos.

Debemos estar conscientes de que los tiempos han cambiado y por lo tanto las compañías deben de ser los mejores en todos los ámbitos. Principalmente porque están encaminados a satisfacer necesidades sociales. Nos habla acerca de que los gerentes tenían cierto contacto con los procesos y operaciones efectuadas dentro de la fábrica, pero actualmente en lugar de estar enterados tienen la ayuda de un departamento de recursos humanos o de comunicación. Lo que me indigna es que no existe la charla o plática de persona a persona, sino que se tiene presente a un subordinado.

David K. Berlo nos menciona a Aristóteles haciéndonos referencia en su retórica como la búsqueda de los medios de persuasión, es decir, que el escritor desea que el lector tenga y llegue al mismo punto de vista que él. Uno de los objetivos de la comunicación :

<!--[if !supportLists]--> <!--[endif]-->es informar (llamamiento hecho a la mente)

<!--[if !supportLists]--> <!--[endif]-->ser persuasivo (llamado hecho al alma)

<!--[if !supportLists]--> <!--[endif]-->entretener

En sí los tres son diferentes, pero necesitan estar juntos ya que se fusionan entre sí. Gracias a esta unión pueden mantener al auditorio con ganas de seguirlos viendo, debido a que desean obtener el mensaje.

Los conductistas defienden la posición de que el organismo puede ser analizado en forma más productiva pensando en que las entidades ya no son operativas.

La comunicación consta de cuatro propositos :

<!--[if !supportLists]--> <!--[endif]-->no contradictorio

<!--[if !supportLists]--> <!--[endif]-->expresarlo hacia la conducta humana

<!--[if !supportLists]--> <!--[endif]-->ser específica la información para poder relacionar con el comportamiento comunicativo real.

<!--[if !supportLists]--> <!--[endif]-->compatible con la gente

No debemos olvidar que la « comunicación » es la base de interacción de las relaciones hombre a hombre. Al nacer somos indefensos incapaces de lastimar y ser lastimados, durante esta etapa nos comunicamos por medio de gestos, risas y llanto. Durante los siguientes dos años comenzamos a dominar un lenguaje verbal imitando a las personas de nuestro alrededor. Lo que significa que estamos hechos para influir y para afectar intencionalmente, así como para recibir una respuesta.

El comunicador trata de influir en la conducta de los demás. También trata de influir en las respuestas de una persona en particular. Nos comenta acerca de los receptores « intencionales » y « no intencionales ».

No debemos olvidar que es muy común que nuestros mensajes lleguen a personas a las que no iba dirigido el mensaje ocasionando diferente reacción.

El análisis de la comunicación debe de tomar en cuenta :

<!--[if !supportLists]--> <!--[endif]-->la forma en que la fuente de comunicación trató de afectar a la persona que recibe el mensaje, y el modo en que el receptor trató de afectarse a si mismo o a otros (incluyendo la fuente).

Una vez más nos damos cuenta que en la comunicación existe una fricción entre la fuente y el receptor, causada por una diferencia en los propósitos.

Espero tus comentarios.