

Resumen

La mayoría de las comunicaciones orales que realizamos a diario son interpersonales, es decir, de persona a persona, ya sea cara a cara o a través de algún medio. Este tipo de comunicación se da en sentido transaccional, porque hay un intercambio continuo de mensajes entre emisor y receptor o entre hablante y oyente, por eso se dice que la comunicación interpersonal es dual o diádica, y que fluye en dos direcciones recíprocamente.

Otras características propias de este tipo de comunicación son la espontaneidad y la unicidad, porque surge sin planeación, a la vez que es muy variable, flexible y dinámica; además, los mensajes que se envían se consideran únicos, debido a la influencia del contenido expresivo de la comunicación no verbal y el lenguaje utilizado, al que la persona imprime su estilo personal de acuerdo con la situación o el contexto donde se encuentre interactuando.

La comunicación entre dos personas cumple dos propósitos: uno social, cuando el mensaje es un acto comunicativo espontáneo y casual; otro utilitario, cuando existe una intención o un propósito determinado para comunicarse, el cual puede ser terminal o instrumental. Asimismo, la relación interpersonal llega a darse en forma *simétrica*, cuando los que se comunican son del mismo estatus, pertenecen al mismo grupo, poseen las mismas convicciones, etcétera. Este tipo de interacción se considera positiva, porque estimula y promueve la confianza y presencia de los participantes. La *complementaria* es cuando uno de los participantes tiene mayor jerarquía, estatus o au-

toridad que el otro. Este tipo de interacción a veces resulta negativa o crea obstáculos, ya que una persona marca dominio sobre la otra.

Los tipos de mensajes que se generan pueden ser emocionales o racionales, según la inclinación que tenga la persona, debido a su estado anímico o a la influencia del contexto con todas sus variables.

La conversación y la entrevista son las formas interpersonales por excelencia: por medio de ellas tenemos lazos efectivos de unión, además de que informamos, persuadimos y nos entretenemos.

La conversación se practica como una función social, como una charla de café, una plática con amigos, un breve encuentro con alguien, etcétera, pero también de manera más formal con una función utilitaria o instrumental, como sería la entrevista.

La entrevista es una forma de conversación seria, que se propone un fin determinado distinto del simple placer de conversar, en la que encontramos tres componentes: el entrevistador, el entrevistado y la interacción. Realizar una entrevista, a diferencia de una simple conversación, requiere preparación y planeación; en su realización se pueden utilizar diversas técnicas, las cuales, por medio de preguntas (abiertas, abiertas-cerradas y cerradas; objetivas, dirigidas o cargadas), aseguran mejores respuestas del entrevistado. Este último necesita desarrollar habilidades para saber escuchar activamente, mostrar interés en el otro, ser paciente, dar respuestas de comprensión, etcétera, para cumplir con eficacia su papel de comunicador.

Definición de conceptos

Después de estudiar el Capítulo 4, escriba las siguientes definiciones:

1. Comunicación interpersonal

Cuando una persona expresa a otras sus ideas por medio de algún lenguaje, y aquella responde de alguna forma el proceso que ocurre entre una u ocurre entre una fuente-emisor reciben mensajes en una transacción continua.

2. Propósito social de la comunicación interpersonal

Propósito social: necesidad de comprendernos y entendernos como sociedad.
Propósito utilitario = útil para crear un efecto intencionalmente en la comunicación interpersonal = familia, negocios, tiene una meta bien definida

3. Propósito utilitario de la comunicación interpersonal
Crear un efecto intencionalmente en la comunicación interpersonal. Se quiere lograr algo que deje mutua satisfacción en los participantes del proceso comunicativo
4. Niveles de interacción en la comunicación interpersonal
Simétricas y complementarias, distante
5. Interacción complementaria
Se basa en diferencias de los participantes = generalmente uno es superior a otro
6. Interacción simétrica
Es la relación basada en la igualdad ocurre entre personas con los mismos rangos, grupo, condición física o intelectual
7. Conversación
Es una plática entre dos o más, es un diálogo que se establece de manera agradable
8. Comunicación diádica
Se da recíprocamente entre dos personas como "forma básica de comunicación entre humanas", interacción más personal uno a uno.
9. Desarrollo verbal de ideas
Sirve para justificar, especificar o concretar mejor las ideas, su principal función es dar cuerpo a la estructura del mensaje
10. Entrevista
Es una forma de conversación que se propone un fin determinado distinto del simple placer de conversar

Victor Balboa

15/22/23

11: Estrategias = Arte de dirigir las operaciones militares

12: Comunicación estratégica: Son estructuraciones de funciones y recursos intelectu-afectivos o psicomotores, que se conforman en los procesos de pensamiento que realizamos para cumplir objetivos, son "planes o programas estructurados para llevar a cabo un determinado objetivo"

13: Estructura de una estrategia de comunicación: Se compone de tres partes principales, integradas por los procesos de acción, simples y complejas, que son la planeación, la organización y la interacción

14: Forma de una estrategia de comunicación: Depende de la interacción que se lleva a cabo en el momento de la comunicación, ya sea de persona a persona o a un público a través de medios de comunicación masivo

15: Micro estrategia: Función en niveles de acciones sencillas, simples, en las que usamos conocimientos, técnicas y habilidades muy específicas

16: Macro estrategia: operan en niveles de ejecución superiores, con acciones diversas en las cuales se combinan conocimientos, técnicas, habilidades, actitudes y valores que, en conjunto, integran un proceso complejo

17: Forma del proceso de comunicación: Es el tipo de intercambio que se produce entre emisores y receptores, del cual resultan experiencias y efectos diferentes, dependiendo del número de participantes que intervienen

18: Analisis de receptores o público: Proceso de aproximación o acercamiento mediante la búsqueda de datos o información, con dos objetivos:
1. Asegurar el entendimiento del mensaje y 2. lograr mayor empatía y credibilidad al ser escuchados

19: **selección de tema:** Implica la capacidad del hombre de generar ideas y el esfuerzo de elegir las con base en dos tipos de información que percibe o recibe en su entorno: 1. La información adquirida y 2. la información inmediata

20: **Planeación de la comunicación:** Es una etapa de preparación en la que el comunicador efectúa acciones antes de exponer el mensaje ojalmente como identificar las intenciones o los propósitos de la comunicación

21: **Organización del mensaje**: organizar las ideas que contendrá el tema que haya seleccionado y elaborar las diferentes partes que componen todo mensaje, desde principio hasta el final

22: **Idea central** se dirige específicamente a reconocer el tema seleccionado, sacar la idea central como punto de partida para desarrollar el tema que vamos a expresar.

23: **Equilibrio de ideas**: sirve para asegurar que el comunicador, asigne más o menos tiempo de exposición a cada una durante la presentación

24: **Estructura de ideas**: se forman de acuerdo con la manera en que el comunicador redacta las ideas para darle un orden

25: **Estructura de frase**: se utiliza para ordenar las ideas principales, pero también es posible incluir las subordinadas, si así lo desea el comunicador, para visualizar los puntos de desarrollo de cada uno.

26: **Estructura de oración**: Las ideas se escriben con oraciones, las cuales, para ser completas, necesitan un sujeto, un verbo y un complemento

27: **Paralelismo en la redacción**: se refiere a la utilización de formas gramaticales semejantes al redactar las ideas. Para demostrar y visualizar los niveles de coordinación y subordinación

28: **Formato alfanumérico**: indica la jerarquía de ideas principales y subordinadas las ideas pertenecientes al mismo nivel serán ideas coordinadas

29: **Secuencia en la organización de ideas**: ordenar las ideas para verificar que entre ellas exista un seguimiento, un orden o secuencia

30: **Etapa de presentación del mensaje**: Toma decisiones para utilizar de cierta manera los tres componentes del mensaje.