

## 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 tendemos 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

Se da de persona a persona, ya sea de cara a cara.  
De sentido transaccional, por que hay un intercambio  
continuo de mensajes.

### 2. Propósito social de la comunicación interpersonal

Cuando un mensaje es un acto comunicativo  
espontáneo y casual.

3. Propósito utilitario de la comunicación interpersonal  
cuando existe una intención o propósito determinado para comunicarse.
4. Niveles de interacción en la comunicación interpersonal  
Simétrica y la Complementaria.
5. Interacción complementaria  
cuando uno de los participantes tiene una jerarquía o estatus mayor a otro.
6. Interacción simétrica  
cuando los que se comunican son del mismo estatus, pertenecen al mismo grupo, poseen las mismas convicciones.
7. Conversación  
se practica como una función social, con una función utilitaria o instrumental.
8. Comunicación diádica  
Las personas que intervienen en el proceso comunican, códigos, contextos y jerarquías.
9. Desarrollo verbal de ideas  
Se utiliza para describir los pasos o etapas de un proceso, sea natural o artificial.
10. Entrevista  
forma de conversación seria, donde interviene un entrevistador, entrevistado y interacción. Requiere de una preparación y planeación.

## Definición de conceptos

Leonardo Avendaño Moreno

Después de estudiar el capítulo 5, escriba las siguientes definiciones:

1. Estrategias

Serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y alcanzar los mejores resultados.

2. Comunicación estratégica

Consistente en aprender a pensar y decidir cuál movimiento sería el mejor, entonación, etc.

3. Estructura de una estrategia de comunicación

Planificación, Organización y Presentación o Interacción.

4. Forma de una estrategia de comunicación

Es necesario comprender como los componentes del proceso comunicativo se relacionan con las partes básicas.

5. Microestrategia

Como es una simple mirada enfática. Es utilizado para ilustrar una idea secundaria con algún dato.

6. Macroestrategia

Como seran todos los procesos que realizamos en una presentación.

7. Forma del proceso de comunicación

Implica la emisión de señales, con la intención de dar a conocer un mensaje.

8. Análisis de receptores o público

Son importantes estas variables, ya que pueden ser un punto de unión o separación.

9. Selección de tema

La planeación es una etapa de preparación en la que el comunicador efectúa acciones antes de exponer.

10. Planeación de la comunicación

Es una etapa de preparación en la que el comunicador efectúa acciones antes de exponer.

~~Organización del mensaje~~ - Comienza con una preparación para ser creativos y generar un tema que sea del gusto y la preferencia del público receptor.

Idea central - Servirá como eje para la elaboración del tema. A la idea central del mensaje se unirá el propósito del emisor para comunicarse.

Equilibrio de ideas - Formato que se da a las ideas, sirve para visualizar su jerarquía y también las divisiones y subdivisiones del tema.

Estructura de ideas - al elaborarse, debe guardar una coherencia y un equilibrio en la cantidad de información.

Estructura de frase - Sujeto + verbo / objeto

Estructura de oración - Estructura gramatical formada por un sujeto y un predicado.

Paralelismo en la redacción - Se trata de distribuir paralelamente las palabras, sintagmas y oraciones para conseguir el efecto rítmico secuencial en un texto.

Formato alfanumérico de ideas - Indica la jerarquía de ideas principales y subordinadas. Utilización de formas gramaticales semejantes al redactar las ideas.

Secuencia en la organización de ideas - Objetivo, audiencia, idea central y la organización, documentación, selección de ideas y el borrador.

Etapa de presentación del mensaje - requiere una buena preparación, organización del mensaje, y elaboración de materiales verbales y visuales.