

Fernando Segundo

Complementos de comunicación en la comunicación integral

4 may, 2007

En varios artículos de esta revista nos hemos definido a favor del concepto de comunicación integral en las empresas e instituciones, considerando ésta como un valor añadido, un intangible que más que considerarse un gasto supone una inversión rentable. Aunque hayamos sido pocos los que venámos hablando sobre esto en nuestra Comunidad, en mi caso además formando alumnos en la Facultad de Comunicación, con la paciencia de Job contemplamos que lentamente, más de lo que cabía esperar en la Andalucía de la modernización, algunas empresas conceden el valor directivo y planificador que la comunicación tiene. A esta escasa, todavía, estadística, hay que descontar aquellas que incorporando personal para la comunicación por esnobismo ante los demás colegas, en el fondo con sus actitudes demuestran que no creen para nada en ella. En el concepto hemos incorporado la comunicación interna (ascendente, descendente y transversal) entre sus recursos humanos, amparándonos siempre en que el hecho de comunicar es algo inherente a toda actividad empresarial, pues resulta imposible ejercer ésta sin aquella, salvo riesgo de muerte súbita.

En esta ocasión, no obstante, me quiero referir a otras actividades que voy a entender como complementarias en la actualidad. Cuando Whitney, creo recordar, formuló que fue el azar el que nos hizo comunicarnos mediante sonidos, podíamos haber desarrollado igualmente otros sistemas como los gestos, la telepatía, etc. El azar evolutivo nos hizo articular sonidos desarrollando el aparato fonador, pero ya ensayábamos el lenguaje corporal como forma comunicadora. De hecho el cuerpo nos delata para el observador avisado cuando los gestos no se corresponden con lo que expresamos verbalmente. Hay teorías y ensayos psicológicos al respecto.

La cultura del momento estético presente obliga a comunicadores, presentadores televisivos, top models, artistas y famosos a estar abocados a mantener la imagen corporal, a menudo con pases por el quirófano para estiramientos, inyecciones de siliconas, implantes capilares, pérdidas de peso, etc. Como ejemplos determinantes la internacional Cher o las nacionales Barbara Rey o Ana Obregón con siluetas rejuvenecidas. Pero no solo hay que ser famoso, ahora 'cambio radical' permite mejorar la imagen a un trabajador del campo. La televisión consigue estos logros.

El mundo de la empresa, los que la han de representar o vender utilizan también el lenguaje corporal y la imagen personal. Cada vez se imparten más cursos relacionados con estos temas. Y basta acudir a la imagen personal externa, la forma de vestir, estilo y marca, para identificar el tipo de actividad empresarial. Sin llegar a los extremos de aquellas famosas corbatas de Carrascal, convirtiéndolas en espectáculo de la información telediaría. Hay otro factor profundizando más, para terminar, que lo he estimado oportuno incluir en este escrito mensual, y es la llamada 'inteligencia emocional', considerada hoy no solo como técnica de aprendizaje sino como un factor más para mejorar las relaciones humanas dentro de la empresa y la comunicación entre su personal. Hasta ahora considerábamos la inteligencia como la capacidad de aprender, comprender y resolver problemas, armas para sobrevivir en la evolución. Los test desarrollados por Bidet y Simon en 1905, como nos recuerda en su libro 'Inteligencia emocional' Lucrecia Pérsico, medían una serie de ítems lógicos, matemáticos y verbales. Con este sistema se medían individuos de edad similar y nivel de educación recibidos.

Otros psicólogos posteriormente evaluaron como no suficientes estos parámetros basándose en que el ser humano tiene otras habilidades.

Peter Salovey, distingue cinco habilidades de la nueva inteligencia: capacidad de conocer las propias emociones, de controlarlas, de automotivarse, de reconocer las emociones ajenas y la capacidad de control de las relaciones en el sentido de tener en cuenta tanto nuestras emociones como las ajenas. Entonces la inteligencia emocional, vendría a ser "como el conjunto de habilidades dirigidas a reconocer los sentimientos propios y ajenos de forma que sirvan para elaborar el pensamiento y la acción". Entre ellos la capacidad de automotivarse, tener empatías, sentirse satisfechos, cómodos y eficaces en el trabajo haciéndoles sentir mejor a los demás, expresándose de manera vital y abierta. ¿Les suena de algo en relación a la Comunicación?....