

"La Comunicación Interpersonal como transmisoras de los valores corporativos"

Se entiende desde el comienzo a la comunicación como el medio por el cual una persona se comunica con otra, donde se crea un vínculo dando y recibiendo información. La comunicación no se trata de la pura transmisión de información, sea dada de la forma exitosa o no, si no que surge a partir de ella cuando este proceso informativo surge desde la perspectiva personal, es profundizar más allá de la información, del ámbito de los aparatos de comunicación, como la televisión, el radio, el internet etc. y la tecnología.

Se señala que el primer paso para abordar la comunicación es definir las claves epistemológicas que permitan un acceso a esta realidad. Y poder comprender el fenómeno desde el punto de vista analítico.

Debe de siempre tenerse presente que los modelos cibernéticos de comunicación surgen para resolver problemas técnicos no humanos, aplicados a realidades técnicas como el sistema telefónico como ejemplo.

Por eso además del como, el que y él para que de la comunicación, debemos centrar nuestro estudio en el quién: la persona.

Algunos estudios basados en el dato anterior como Fernández Sotero afirman que "solo pueden comunicarse verdaderamente aquellas personas que se han encontrado a sí mismas en la vivencia de la sociedad, pero esto no en su totalidad es correcto, la intimidad no es solipsismo, si no que la intimidad se trabaja, como un gusto o descensión de la persona, invertida hacia afuera, como los pensamientos y afectos referidos a otro. Ciertamente desde el punto psicológico ese otro es todavía un ello, un objeto de la conciencia; pero en tanto que otro que otro distintos de mi, implica ausencia de soledad. Juan Pablo II mencionaba que "la comunicación es algo más que un proceso de transmitir información o suscitar emociones. En su nivel más profundo, es un contacto personal de amor, una generosa donación de si, de mente y de corazón" a través del cual el hombre común de ideas, sentimientos, actitudes, valores, experiencias ect.