

Fernando Hazael Sánchez Olivares

Comunicación Persuasiva, 2ºA, Ciencias de la Comunicación.

Créame

“La persuasión es un acto interactivo que trata de satisfacer las necesidades de ambas partes” (Garth Jowett)

Cuando leemos la frase anterior podemos entender entonces que la persuasión es un proceso bidireccional que si bien no se puedan obtener las mismas proporciones para cada una de las partes busca solventar las necesidades de ambas como no lo menciona el artículo.

Un claro ejemplo que nos plantea el artículo y que también se ha dialogado en clase es el del maestro y alumno, indicándonos que por lo regular un maestro no presenta problemas de credibilidad incluso de liderazgo ejerciendo orden en un grupo siempre y cuando sea respetado su puesto dentro de él y claro que la audiencia respete el puesto, esto se logra al momento de que el grupo o audiencia perciba la credibilidad de la información que se está presentando y en algunos casos a mi punto de vista la confianza con la que esta se expresa a los demás por parte del maestro, mostrándose este seguro.

Con ese ejemplo podemos reforzar y corroborar el persuasor depende de sus conocimientos y la certeza u honestidad por así llamarlo para transmitirlo y así lograr persuadir a los demás, completando así el proceso que mencionaba en la frase al inicio de este escrito, satisfaciendo las necesidades de ambas partes, aplicando los tres puntos que se nos mencionan:

- Credibilidad del orador
- Conexión entre orador y público
- Datos y hechos

Por otro lado se nos habla también del uso de la imaginación y claro con justa razón puesto que es una habilidad fundamental para desempeñar cualquier labor, sin embargo juega un papel muy importante dentro de las funciones del persuasor, ya que este tiene que lograr como encajar con el público por medio de imágenes las cuales se identifiquen de manera personal con los integrantes del grupo pero que estas se identifiquen con alguna situación con algo tangible como lo menciona el artículo ya que si los relacionamos con valores o sentimientos estos pueden ser abstractos.

Se tiene que aceptar el mensaje por parte del público puesto que una vez aceptando la información es cuando es tiempo de hacer que actúen ya que si no se acepta es complicado que el oyente realice la acción ya que tal vez no cubriría las necesidades que buscaba o simplemente la creencia era distinta a lo que se le esta mencionando como lo hemos aprendido en clase.

Por ultimo considero que el persuasor debe tener un uso de la lógica y la imaginación realista y concisa, sentir la necesidad de persuadir, buscar las necesidades del público y lograr así la aceptación de su mensaje para al final poder ejercer la acción deseada por este, a mi punto de vista en un líder podemos encontrar grandes rasgos de un persuasor ya que más allá de que de órdenes a sus empleados, el líder busca las necesidades antes de que su mensaje sea aceptado por los demás

En el artículo podemos encontrar que el autor nos mencionó que para él la comunicación oral dejó de ser una habilidad, sin embargo, desde mi punto de vista sigue siendo una habilidad y una fundamental al interactuar con la sociedad, ya que algunas personas hoy en día no cuentan con esa característica como lo es la comunicación oral, o bien se les es complicado.