

Squicciarino y Benavides

Comenzando por el texto de Squicciarino, lo primero que habría que preguntarse es quienes somos realmente en esta sociedad sobrecomunicada. Tristemente hemos llegado a un extremo donde la apariencia juega un papel fundamental en la actualidad, llegando a ser determinante tanto en las primeras impresiones como en los primeros estadios de las relaciones personales. Por tanto estoy de acuerdo con lo que expone referente a que hay dos personas en una, la que se ve por su indumentaria y la que es realmente, y que solo se sabrá cuando se haya alcanzado un nivel en la relación.

El instinto de supervivencia de la persona hace que conociendo lo dicho anteriormente, actúe no solo intentando llamar la atención a través de su apariencia sino que intente exponer sus cualidades o valores como dice el texto de Benavides de un modo un tanto contradictorio. En la mayoría de entornos sociales, se sabe perfectamente lo que está bien o mal, o mejor aún, lo que está bien visto o no; por ello, consideraría que una extensión de la apariencia e indumentaria de Squicciarino sería los valores contradictorios expuestos en Benavides.

Aunque sirva para explicar de un modo más claro el mensaje que se quiere transmitir, no estoy de acuerdo con la definición de valor que dan algunos autores, sino que creo que un valor es algo inherente a la persona, lo que realmente tiene su interior (se termina conociendo a largo plazo) y no aquellos valores que intenta transmitir.

Cada persona busca su “disfraz” más adecuado según lo que ella considere que es más efectivo para comunicarse con sus semejantes. Estoy de acuerdo con Squicciarino con que esto puede llevar consecuentemente a que ese disfraz no sea realmente la realidad sino todo lo contrario, pero puede ser que no haya otra solución, ya que el ser humano en su motivación por ser aceptado socialmente hará todo lo posible.

Creo que la sociedad actual está tan preocupada de transmitir o “venderse” a los demás que a menudo nos descuidamos y no empezamos a analizar lo que realmente debería ser el primer paso: que es el conocimiento a fondo de nosotros mismos, para en consonancia con ello transmitir de la manera más efectiva posible nuestras cualidades. Sobre las maneras de transmitir a los demás nuestras características hay diferentes formas según la personalidad de cada uno, pero es en este punto también donde tiene que ser coherente con las cualidades de las personas. Una persona introvertida no tendrá los mismos modos de transmitir sus cualidades que una persona extrovertida, y del mismo modo el resto de personas se adecuará un modo más eficiente coherente con su personalidad.

El entorno es determinante en nuestros modos de relacionarnos con los demás. El momento del tiempo y el lugar hacen que las mismas personas puedan actuar de manera diferente. Un ejemplo ilustrativo de este tema sería la influencia ejercida por los medios de comunicación en las personas. Es claro que si actualmente las modas cambian de una manera mucho más rápida que lo hacían hace unas décadas, esto quiere decir que de la misma manera se influye sobre los comportamientos, estilos de vida etc. El carácter formativo de algunos medios de comunicación sobre cómo deben de actuar las personas es crucial a la hora de entender la transcendencia de la comunicación. Cuando vemos

una serie televisiva vemos cómo actúan los diferentes personajes y como se juzgan unos a otros dándonos algunos ejemplos a seguir. Por tanto, considero que de una manera inconsciente se pueden crear tendencias desde los medios de comunicación pero siempre de una manera sutil y suave, ya que de lo contrario el proceso de negociación establecido entre la gente y ese medio de comunicación no sería efectivo (una serie de televisión que no gustase no permanecería).

Consecuentemente, la sociedad cambiante fomenta no solo la existencia de gran variedad de gustos, estilos, características... sino también esta variedad está en continua ampliación, lo que da lugar por ejemplo a ropa no sustituta sino complementaria. Con esto me refiero a que haya distintos modos de vestir actualmente y se le asocie con un nombre diferente. Ej. Pantalones anchos, largos, camisas de distinto cuello...

Profundizando en el lenguaje publicitario, me ha llamado la atención la explicación acerca de la creación de los distintos escenarios que actúan de manera que las personas se comuniquen acerca de algún tema determinado. Lo que está claro es que es preferible hablar acerca de alguna marca o hecho determinado aunque sea criticado, frente a que pase totalmente inadvertido. Es en este punto donde los anuncios tienen el objetivo de ser el motivo para que sea comentado con posterioridad en determinados círculos de la población objetivo.

Es relevante como habiendo tantos avances en la actualidad en multitud de ámbitos, en el lenguaje todavía hay grandes lagunas y no se han determinado exactamente cuáles son todas las intenciones y trasfondos que puede tener una frase o un anuncio, y por tanto su efecto en las personas. Si vamos más allá, el dar con estas claves de manera exacta daría lugar al fin de un periodo, el de la información inexacta y confusa, lo que desde mi punto de vista, no sé si realmente le interesaría a determinados grupos de la sociedad como la clase política, ya que iría en perjuicio de muchas cosas existentes en la situación actual.

La publicidad no solo ha llegado al entorno empresarial sino que lo intenta englobar todo y lo está consiguiendo. Como hemos visto antes, nos publicitamos a nosotros mismos creándonos un disfraz para dar una imagen más efectiva frente a la sociedad, y lógicamente también son utilizadas estas prácticas en otros ámbitos como la administración y la política. En los últimos años estamos viendo como muchos detalles son tenidos en cuenta a la hora de una entrevista a un político, como el hecho de parecer más joven, llevar determinados colores o llevar un bolígrafo en la mano mientras está explicando. Resulta paradójico el hecho de que aspectos como estos sean importantes en detrimento de lo que realmente debería importar que es el mensaje y el posterior cumplimiento de lo prometido, pero una vez más nos encontramos con el mismo hecho que ya hemos explicado anteriormente, tener un “yo ideal” es actualmente más efectivo aunque sea irreal.

Juan Antonio Corbalán Liarte