

Unidad 1. Componentes de la imagen

1.5. Juntas de trabajo

La organización como un sistema de comunicación exige, para su funcionamiento, el intercambio de información mediante diferentes formatos que permitan la interacción productiva de los involucrados.

Las juntas de trabajo son modelos de comunicación laboral, que **estimulan la eficacia en la toma de decisiones, y contribuyen al éxito de los resultados;** sin embargo, ***representan siempre costos, en tiempo y dinero***, en razón de horas hombre, desplazamiento de participantes y uso de recursos como salas, equipos, refrigerios, etc.; por lo cual hay que llevarlas a cabo solo cuando sean necesarias, asegurándonos de que sean ***concisas y productivas***.

Unidad I. Componentes de la imagen

I.5. Juntas de trabajo



Es fundamental definir la operación y finalidad de la junta, para lo cual se recomienda saber que:

- ✓ El objetivo de una reunión debe estar claro desde el principio.
- ✓ Se celebran en lugar y hora determinados.
- ✓ Definición del orden del día.
- ✓ Lista de temas para discutir.
- ✓ Elaboración de minuta.
- ✓ Si un tema puede resolverse sin reunirse, no cite a junta.
- ✓ Reflexione sobre los motivos del éxito de una reunión y qué hace que a veces sea un fracaso.
- ✓ Considere qué pasaría si no se celebra una reunión habitual.

Unidad 1. Componentes de la imagen

1.5. Juntas de trabajo



La consideración de cada una de las etapas de una junta de trabajo son importantes para que los objetivos previstos se cumplan; se deben considerar ***tres fases básicas***:

1. Preparación
2. Desarrollo
3. Evaluación

Los ***objetivos*** de una junta de trabajo son fundamentales para orientar el trabajo en conjunto de los participantes (sinergia) y ***garantizar la consecución de resultados***. Resulta vital, definir ***la finalidad de la reunión: Informar, educar, resolver problemas, tomar decisiones, generar ideas o decidir sobre una propuesta.***

Unidad I. Componentes de la imagen

I.5. Juntas de trabajo



Las juntas de trabajo, dependiendo de la urgencia, perfil de asistencia y objetivos, pueden ser:

- ✓ **Formales:** Son modelos cerrados donde el centro de autoridad define los puntos de la agenda y atribuye orden de participación. El manejo de la información es generalmente vertical.
- ✓ **Informales:** Son modelos libres donde el proceso de interacción es transversal y la información fluye sin definir un centro de autoridad; en estas experiencias, la presencia de superiores puede inhibir la discusión.

Unidad I. Componentes de la imagen

I.5. Juntas de trabajo



El ejecutivo debe pensar qué tipo de junta de trabajo desea llevar al cabo para contar con los *recursos necesarios que permitan el cumplimiento de los objetivos fijados*. En este plano se sugiere:

- ✍ Reflexionar sobre el tipo de reunión que necesita celebrar.
- ✍ Convocar a los asistentes. La convocatoria debe ser previsor, clara en objetivos, tiempos y espacios, así como el perfil de los convocados.
- ✍ Elaborar el orden del día. Éste constituye el modelo rector de los objetivos de la junta; comentar los temas más importantes al principio; informar a los jefes de algún cambio.
- ✍ Preparar el lugar de la reunión. Éste influirá en la percepción de los involucrados; es importante contemplar las condiciones especiales, lumínicas, aromáticas, de temperatura y los servicios con los que cuenta.

Unidad I. Componentes de la imagen

I.5. Juntas de trabajo

- ✍ Definir la ubicación de los asistentes. La conducta de los participantes afectará la productividad.
- ✍ Cuidar detalles,
- ✍ Promover las reuniones reducidas, pues evitan distracciones.
- ✍ Conseguir apoyo técnico antes de la reunión.
- ✍ Asegurarse de que hay acuerdo sobre el objetivo antes de iniciar.
- ✍ Reiterar el orden del día si los asistentes se apartan de él.

Unidad I. Componentes de la imagen

I.5. Juntas de trabajo



La convocatoria a junta

La convocatoria para una junta de trabajo debe ser previsor, clara en objetivos, tiempos y espacios, así como en el perfil de los convocados. Esta visión integral considera el siguiente catálogo de recomendaciones:

- ✓ Convocar a las personas con previsión.
- ✓ Informar fecha, hora, lugar y objetivo.
- ✓ Enviar el material necesario.
- ✓ Informar acerca de su papel en la reunión.

Unidad I. Componentes de la imagen

I.5. Juntas de trabajo



El orden del día

Éste constituye el modelo rector de los objetivos de la junta; por eso es vital definir su sentido, para lo cual es importante precisar la hora, lugar fecha y objetivo; definir qué se espera de los integrantes, considerando que el tiempo varía según los objetivos de cada uno de los temas; así, el formato debe ser lo más sencillo posible y su reacción no debe ocupar más de una página; comentar los temas más importantes al principio, que es cuando los participantes están más atentos; cuidar de no asignar tiempos excesivos y enviar borradores a los asistentes para incorporar sugerencias. Se recomienda siempre informar a la persona de más alta jerarquía de todos los cambios en el orden del día.

Unidad I. Componentes de la imagen

I.5. Juntas de trabajo



El lugar de la junta

Por otra parte, el lugar donde se realizará la junta influye en la dinámica de la reunión y en la disposición de los participantes, pues los espacios son códigos simbólicos que intervienen en la percepción de los involucrados. En este marco de significación, se debe reflexionar sobre el ambiente que busca lograr, dimensionada la selección del espacio y la ubicación de los participantes, pues el sentido del protocolo cambia, si la junta se realiza en el despacho propio, de un subordinado, sala de juntas interna, centro de conferencia o sala fuera de la ciudad, por lo cual es importante contemplar las condiciones especiales, lumínicas, aromáticas, de temperatura y los servicios con los que se cuenta.

El participante de la junta

La conducta que observen los participantes de una junta afectará la productividad de la misma, convirtiéndola en una reunión que obtenga resultados positivos o en una verdadera pérdida de tiempo. Por tanto, será recomendable observar las siguientes recomendaciones:

- ✓ Decida qué quiere decir antes de que la reunión empiece.
- ✓ Asegúrese de conocer los reglamentos antes de cada reunión.
- ✓ La expresión y el tono de voz deben ser positivos.
- ✓ Varíe las palabras para que un mismo punto parezca más interesante.
- ✓ Si la idea es suya, reconozca el mérito, igual que debe hacerlo con el mérito de los demás.
- ✓ No interrumpa... deje que hablen también los demás.

Unidad I. Componentes de la imagen

I.5. Juntas de trabajo



- ✓ Si alguien debe hablar después de usted, considere su impaciencia.
- ✓ Identifique cualquier área de controversia mientras negocia.
- ✓ Responsabilícese de que todas las reuniones sean un éxito.
- ✓ Si a usted le corresponde la obligación de realizar la minuta de la junta, redáctela utilizando las notas que ha tomado durante la reunión. Las oraciones deben ser breves y precisas.
- ✓ Asegúrese de que la minuta sigue la relación del orden del día.
- ✓ Sugiera que la persona de más alta jerarquía lea la minuta antes de darla por buena.

El líder de la junta

Presidir una junta de trabajo constituye una responsabilidad vital para ***conducir las diferentes capacidades de los convocados por caminos comunes, promoviendo la participación en el análisis, el diseño de estrategias, la instrumentación de acciones y la evaluación de resultados, para contribuir al cumplimiento eficiente de los objetivos de la organización.***

Quien tiene la responsabilidad de presidir debe ser claro y preciso en su discurso; previsor en las decisiones que se toman, amable pero con carácter; promover una cultura del diálogo y la participación; estimular respuestas, planteando preguntas abiertas; conocer a los asistentes antes de la reunión, identificando a los líderes.

Unidad I. Componentes de la imagen

I.5. Juntas de trabajo



En el escenario profesional, las juntas de trabajo son muy complejas, pues no sólo implican la interacción con un número determinado de personas, sino que esta interacción ***debe procurar el desarrollo de ambientes de responsabilidad y eficiencia que faciliten, a través de una administración inteligente de estímulos verbales y no verbales, el logro exitoso de las metas.***

Unidad I. Componentes de la imagen

I.6. Buena postura

Una buena postura es más que pararse derecho para verse mejor. Es una parte importante de su salud a largo plazo. El mantener su cuerpo en la posición correcta, ya sea que esté en movimiento o quieto, puede ayudarle a evitar dolores, lesiones y otros problemas de salud.

¿Qué es la postura?

La postura es cómo mantiene o sostiene su cuerpo. Hay dos tipos:

- ✓ La **postura dinámica** se refiere a cómo se sostiene al moverse, como cuando está caminando, corriendo o al agacharse para recoger algo.
- ✓ La **postura estática** se refiere a cómo se mantiene cuando no está en movimiento, como cuando está sentado, de pie o durmiendo. Es importante mantener una buena postura dinámica y estática.

Unidad I. Componentes de la imagen

I.6. Buena postura

La clave para lograr una buena postura es la posición de su columna vertebral. Su columna vertebral tiene tres curvas naturales: En el cuello, en la parte media de la espalda y en la parte baja de la espalda.

La postura correcta debería mantener estas curvas, pero no aumentarlas. Su cabeza debe mantenerse erguida sobre sus hombros y sus hombros deben alinearse con sus caderas.

¿Cómo puede la postura afectar mi salud?

Una mala postura puede ser perjudicial para su salud. Andar encorvado o agachado puede:

- Desalinear su sistema musculoesquelético.
- Desgastar su columna vertebral, haciéndola más frágil y con tendencia a lesiones.

Unidad I. Componentes de la imagen

I.6. Buena postura



- Causar dolor en el cuello, hombros y espalda.
- Disminuir su flexibilidad.
- Afectar la forma correcta de cómo se mueven sus articulaciones.
- Afectar su equilibrio y aumentar su riesgo de caerse.
- Hacer más difícil digerir la comida.
- Dificultar la respiración.

¿Cómo puedo mejorar mi postura en general?

- ✓ Tenga en cuenta su postura durante sus actividades diarias, como mirar televisión, lavar los platos o caminar.
- ✓ Manténgase activo. Cualquier tipo de ejercicio puede ayudar a mejorar su postura, pero ciertos tipos de ejercicios pueden ser especialmente útiles. Por ejemplo, yoga, tai chi y otros tipos que se centran en la conciencia del cuerpo. También es una buena idea hacer ejercicios que fortalezcan los músculos alrededor de la espalda, el abdomen y la pelvis.

Unidad I. Componentes de la imagen

I.6. Buena postura



- ✓ Mantenga un peso saludable. El peso extra puede debilitar los músculos abdominales, causar problemas de la pelvis y la columna vertebral y contribuir al dolor lumbar (espalda baja). Todo esto puede dañar tu postura.
- ✓ Use zapatos cómodos de tacón bajo. Los tacones altos pueden afectar su equilibrio y obligarlo a caminar de manera diferente. Esto puede aumentar la presión sobre sus músculos y dañar su postura.
- ✓ Asegúrese de que las superficies de trabajo estén a una altura cómoda para usted, ya sea al estar sentado frente a una computadora, preparando la cena o comiendo.

¿Cómo puedo mejorar mi postura cuando estoy sentado?

Muchas personas pasan demasiado tiempo sentadas, ya sea en el trabajo, la escuela o en casa. Es importante sentarse correctamente y tomar descansos frecuentes:

- ✓ Cambie frecuentemente su posición al estar sentado.
- ✓ Haga caminatas breves alrededor de su oficina o casa.
- ✓ Estire sus músculos suavemente de vez en cuando para ayudar a aliviar la tensión muscular.
- ✓ No cruce las piernas. Mantenga los pies en el piso con los tobillos un poco más adelante de sus rodillas.
- ✓ Asegúrese de que sus pies toquen el piso. Si eso no es posible, use un reposapiés.
- ✓ Relaje sus hombros. No deben encorvarse o estar tirados hacia atrás.
- ✓ Mantenga los codos cerca de su cuerpo. Deben doblarse entre 90 y 120 grados.

Unidad I. Componentes de la imagen

I.6. Buena postura

- ✓ Asegúrese de que su espalda tenga un buen apoyo. Use una almohada u otro soporte si su silla no tiene respaldo para la curva de la parte baja de la espalda.
- ✓ Asegúrese de que sus muslos y caderas estén bien apoyados. Debe tener un asiento bien acolchado y sus muslos y caderas deben estar paralelos al piso.



Unidad I. Componentes de la imagen

I.6. Buena postura

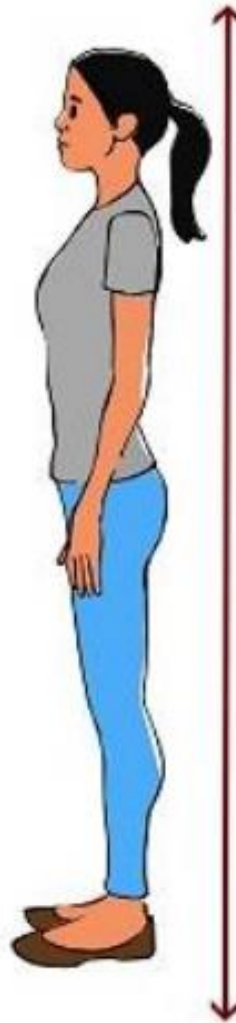
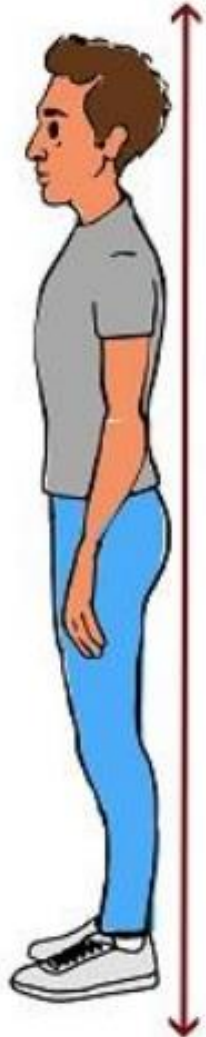


¿Cómo puedo mejorar mi postura cuando estoy parado?

- ✓ Póngase de pie en forma derecha.
- ✓ Mantenga sus hombros atrás.
- ✓ Evite que su estómago sobresalga.
- ✓ Coloque su peso principalmente en las puntas de tus pies.
- ✓ Mantenga su cabeza erguida.
- ✓ Deje que sus brazos cuelguen naturalmente a los lados.
- ✓ Mantenga los pies separados a la altura de los hombros.

Unidad I. Componentes de la imagen

I.6. Buena postura



Con práctica se puede mejorar la postura, y se verá y se sentirá mejor.

I.7. Culto al vestir

El cuerpo del hombre social no está desnudo, por lo que ***la vestimenta también “habla”***.

Las personas elegantes pertenecen a este estilo no por decisión, sino por una ***manera particular innata de conducirse y expresarse en su manera de vestir y rasgos*** de comportamiento refinados.

Elegante= Dotado de gracia, nobleza y sencillez
Que tiene “buen gusto”, “distinción” y “sencillez al vestir”

Características de las personas con estilo elegante (buen vestir)

- ✓ Reflejan estatus pero de manera sencilla (discreta)
- ✓ Provocan admiración, autoridad y respeto.
- ✓ Les gusta ser percibidos como personas distinguidas y saben identificar el buen gusto.
- ✓ Les agrada la distinción, la exclusividad y el buen gusto, y lo reflejan también en su arreglo y manera de vestir.
- ✓ Generalmente se encuentran en posiciones de autoridad y liderazgo (CEOs).
- ✓ Saca su máximo partido evitando presumir que tiene un poder económico alto (no hace falta ver la marca de la ropa que se usa), la calidad y el buen gusto se perciben de inmediato.

Unidad I. Componentes de la imagen

I.7. Culto al vestir



Características de las personas con estilo elegante (buen vestir)

- ✓ Su gran fortaleza es que reflejan éxito y seguridad en ellos mismos; generan confianza, brindan prestigio aunado a su distinción por el cuidado de los pequeños detalles; dejan muy claro por sus acciones que son individuos cultos y educados, cualidades que despiertan en los demás admiración y respeto.

La moda se compra, la elegancia, se aprende!

I.8. Autoestima

Es el *amor que una persona tiene por sí misma*.

- 1. *Aprecio auténtico de uno mismo como ser humano, independientemente de lo que pueda hacer o tener***, de tal manera que se considera igual aunque diferente a cualquier otra persona, aprecio que *incluye todo lo positivo, que pueda haber en uno mismo: talentos, habilidades, cualidades corporales, mentales, espirituales. Disfrutar de nuestros logros sin jactancia, fanfarronería y soberbia.*
- 2. Aceptación** tolerante de nuestras limitaciones, debilidades, errores y fracasos.
- 3. Afecto. Actitud positivamente amistosa, comprensiva y cariñosa hacia uno mismo**, sentirse en paz y no en guerra, con nuestros pensamientos y sentimientos (aunque éstos no nos agraden) con nuestra imaginación y con nuestro cuerpo (gordos o flacos, altos o bajos, estilizados o con “rollitos”).
- 4. Atención. Cuidado esmerado de nuestras necesidades reales, tanto físicas como psíquicas, intelectuales y espirituales.**

Unidad I. Componentes de la imagen

I.8. Autoestima



Estas cuatro “Aes”, implican un buen nivel de autoconocimiento y, en especial, de autoconciencia, es decir, de vivir dándose cuenta del propio mundo interior, escuchándose a sí mismo amistosamente, prestando atención a todas las “voces interiores”. En resumen, **cuando hablamos de autoestima**, hablamos de afirmación de ese ser humano falible, único, valiosísimo, que merece respeto y consideración por sí mismo, pero siempre reconociendo la existencia de los demás. No se trata de narcisismo¹, ya que la persona que verdaderamente se autoestima vive abierta, pendiente y atenta a los demás, reconociendo su existencia. **La autoestima es el amor por uno mismo y por los demás.**

¹El trastorno de personalidad **narcisista** (uno de varios tipos de trastornos de la personalidad) es un trastorno mental en el cual las personas tienen un sentido desmesurado de su propia importancia, una necesidad profunda de atención excesiva y admiración, relaciones conflictivas y una carencia de empatía por los demás.

Unidad I. Componentes de la imagen

I.8. Autoestima



Asertividad

Es expresar nuestras necesidades, creencias, sentimientos y pensamientos de manera ***clara, directa, firme, sin agredir ni herir*** a su interlocutor y respetando los derechos de los demás, ***sin experimentar sentimientos negativos como cólera o ansiedad***. Se le define también como la capacidad de *identificar sus derechos, aspiraciones y necesidades, expresándolos y logrando llevarlos a cabo, sin afectar a los demás*. Por lo tanto, una persona asertiva, no es ni agresiva ni pasiva.

La autoestima se fomenta básicamente por medio de dos fuentes que están profundamente ligadas entre sí: a) la *auto percepción*, que proviene de las *observaciones y evaluaciones que se hace uno mismo*, y b) de la *percepción de la imagen que los demás tienen de nosotros*, todo esto, sin duda, condicionado por el contexto social en el que se desenvuelve la persona.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.1 Introducción

La imagen física es la percepción que se tiene de una persona por parte de sus grupos objetivo como *consecuencia de su apariencia o de su lenguaje corporal*. “Como te ven te tratan”, “La primera impresión es la que cuenta”, “Aunque la mona se vista de seda, mona se queda” .

Sin importar eras de tiempo, cualquier ser humano ha sido capaz de entender muchas cosas acerca de los demás con sólo ver cómo se presentan frente a él. Podemos hacer una prueba en cualquier momento, observando detenidamente a la primera persona que se interponga en nuestro camino e intentando responder rápidamente a las siguientes preguntas: ¿qué nivel socioeconómico tiene?, ¿cuál es su grado de cultura?, ¿será eficiente en lo que hace?, ¿te gustaría depender de él?

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.1 Introducción

Somos perfectamente capaces de responder *en unos cuantos segundos* estas cuestiones y de recibir una gran cantidad de información adicional como posible profesión, procedencia, personalidad, opiniones y gustos, preferencias sexuales, y lo maravilloso del caso es que *simultáneamente el otro estará recibiendo la misma información con respecto a nosotros*, entablándose un auténtico diálogo sin palabras y una corriente automática de simpatía o disgusto recíproca; registraremos de forma inconsciente la información, la decodificaremos y emitiremos en cuestión de segundos un juicio de valor en términos de “me gusta o no me gusta” y, por lo tanto, de aceptación o rechazo.

*La imagen física y la indumentaria son un lenguaje;
debe tener un vocabulario y una gramática.*

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.1 Introducción

Con la indumentaria, como ocurre con la palabra, *cada individuo encuentra su propia forma de expresión y emplea variaciones personales de tono y significado.*

La *imagen física* como *código de comunicación no verbal* incluyen no solamente las prendas de vestir sino también el peinado, el maquillaje y los accesorios; y no es solamente asunto de la indumentaria, comprende también las formas y medidas de la cara y cuerpo, los colores, patrones y texturas utilizadas en las prendas de vestir; incluye la postura al pararse y sentarse y el modo de caminar, la sonrisa y otros gestos, los ademanes, el contacto visual y la conducta táctil, aspectos que deberán estudiarse y saberse manejar correctamente ***para poder SER POSEEDORES DE UNA BUENA IMAGEN PERSONAL.***

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.2. La comunicación no verbal

Aprender los códigos de comunicación no verbal que mandamos a través de nuestro cuerpo no sólo nos sirve para ganar seguridad en nosotros mismos, sino para decodificar los mensajes positivos y negativos que los demás nos están enviando de manera inconsciente. La clave en la utilización de estos códigos estará en la *naturalidad y soltura con la que nos desenvolvamos frente a los demás.*

😊 Ademanos

Los ademanes son la palabra en movimiento; si en una presentación pública éstos faltan, el resultado será la falta de ánimo, y si sobran, entonces eso detonará falta de control sobre sí mismo.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.2. La comunicación no verbal

Cuando hablamos de ademanes nos referimos en especial a los ***movimientos de los brazos y las manos al hablar.***

Los ademanes deben corresponder a la magnitud y acción de la palabra oral de manera natural, administrados con la justa medida; son signos que *dan comunicación complementaria a las palabras*, llegando a veces a sustituirlas, como sería el caso de levantar el pulgar para explicarle a alguien que les fue de maravilla en su junta.

😊 Gestos

Nuestra cara, como ninguna otra parte de nuestro cuerpo, puede controlar, complementar o sustituir las palabras, puede llegar a contradecir lo que con palabras estamos diciendo; al igual que nuestras manos con sus ademanes, nuestra cara, a través de los gestos, puede decir sin hablar muchas cosas, de ahí que debemos cuidarnos de usarlos sin control.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.2. La comunicación no verbal



De entre todos los gestos que podemos hacer, *ninguno tan favorecedor, poderoso, balsámico y recompensador como la sonrisa*. *La sonrisa es el principal código de comunicación no verbal que puede tener una persona para transmitir confianza y hacer sentir seguridad que a su vez provocará confianza y generará credibilidad.* Cumplido el objetivo de tener credibilidad habremos logrado todo!

La facilidad o dificultad que se tiene para usar los gestos, para expresarlos libremente o refrenarlos en algún momento está relacionada directamente con la personalidad, con la nacionalidad, con la pertenencia deliberada y consciente o encubierta a un determinado grupo social. El hombre instruido, culto, globalizado debe tener *mucha precaución y tacto a la hora de interpretar los significados de los gestos y de los ademanes.*

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.2. La comunicación no verbal



😊 Contacto visual

Establecer un buen contacto visual con las personas que interactuamos equivale a tener un sólido puente de comunicación entre dos lugares distantes, no hacerlo produce una sensación de desconfianza, inseguridad, disgusto por el otro y hasta falsedad; establecer contacto visual significa *vencer el miedo de conocer y dejar que nos conozcan*, porque cuando se entabla contacto visual se *abre el conducto que conduce al corazón*, por eso genera confianza.

Para el lenguaje corporal, **las impresiones visuales son lo más importante** dado que **gracias al contacto visual se registran:**

- ✓ Apariencia externa y física, ademanes, gestos, mímica.
- ✓ Temperamento, ritmo de movimiento de avance, capacidad de reacción.
- ✓ Manifestaciones emocionales.
- ✓ Utilización del espacio.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.2. La comunicación no verbal



😊 Conducta táctil

Es el uso del tacto como medio de comunicación.

Es la permisibilidad de tocar y ser tocado dentro de las reglas de etiqueta cultural propias.

Existe desde la conducta táctil profesional que no encierra ninguna emoción como la del médico, el sastre o el instructor del golf, hasta la conducta táctil sexual que es la máxima expresión de intimidad; pasando por las de amistad, amor o pura cortesía.

2.3 La imagen corporal

El lenguaje corporal está relacionado directamente con la tradición, la geografía, la cultura, la herencia de los pueblos, el género, particularidades de nacimiento, la evolución, la religión y las características anatómicas; se puede analizar el lenguaje corporal a través de los siguientes aspectos, entre muchos otros:

1. Cabeza y cuello
2. Contacto visual
3. Postura o cinestesia
4. Ademanos y movimientos. Los brazos y las manos
5. Las piernas y los pies

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.3. La imagen corporal



6. Boca

- a. Cuidado de los dientes. El cuidado de los dientes y el aseo bucal en general distinguen a una persona que se preocupa por los detalles de su imagen personal y pública.
 - b. Aliento. Su cuidado es decisivo para la imagen personal y las relaciones interpersonales; el mal aliento o halitosis es un factor que afecta decidida y grandemente las relaciones sociales y laborales. La imagen de una persona con mal aliento es totalmente negativa.
 - c. Sonrisa, es el gesto más significativo para comunicar confianza y agrado.
 - d. Bostezo, es una respuesta natural a la fatiga y el cansancio, pero en nuestras sociedades, erróneamente, se considera una falta de cortesía y respeto.
7. Voz (tono y timbre de voz, así como el hablar rápido o lento).
8. Cabello. La forma de arreglarlo, su cuidado e higiene son señales claras de una comunicación no verbal.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.3. La imagen corporal



9. Ropa, adornos y joyería. Son rasgos diferenciales que nos hablan acerca de la filiación de quien los porta. Estos tres aspectos reflejan las diferentes formas en que la sociedad considera al individuo, así como la forma en que cada individuo se ve a sí mismo.
10. Distancia corporal, distancia física o proxémica. Cuando los individuos entran en contacto comienzan a observarse, consciente o inconscientemente, y empiezan a tener reacciones provocadas por el respeto o la invasión de sus espacios y por el hecho de ser tocados. ***Proxémica es el estudio de todos aquellos aspectos de la comunicación no verbal que se refieren a la distancia o proximidad física que existe entre las personas que están manteniendo una comunicación.***

Para la cultura occidental se han establecido ciertas distancias –relativas, por supuesto en las relaciones entre individuos: Distancia íntima, distancia personal, distancia social y distancia pública.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.3. La imagen corporal



11. Olfatos y aromas. El olfato *también condiciona el comportamiento de los seres humanos y existen culturas muy sensibles a determinados olores*, en especial a los relacionados con el cuerpo. Es por eso que encontramos un sinnúmero de odorizantes ambientales que persiguen eliminar estos olores corporales, en especial en áreas cerradas. (*Sociología del olor*; el ángel caído –el olfato- y, el poderoso hechicero –el gusto-)
12. Sentido de tacto y piel. Hace mucho tiempo ya que en nuestra cultura occidental ***una piel suave, limpia y sana tiene gran importancia social. Las arrugas, la suciedad y las enfermedades de la piel han sido siempre motivo de rechazo.*** Con la piel se relaciona todo aquello que se percibe al tocar. En nuestras sociedades occidentales ***no es agradable impregnarse el sudor de la otra persona en ambientes sociales habituales o laborales,*** por lo que tenemos que ser muy cuidadosos en este sentido –se recomienda llevar siempre pañuelos de lino o algodón o desechables. Y no solamente se debe atender el sudor en relación con el tacto, también en relación con el olfato.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.4 El discurso (comunicación verbal)

Es un mensaje que se pronuncia de manera pública; una acción comunicativa cuya finalidad es *exponer o transmitir algún tipo de información y, por lo general, convencer a los oyentes*. En un discurso se *exponen una serie de ideas o argumentos que tienen la finalidad de expresar el pensamiento o ideas del autor, dar a conocer información sobre un tema en específico, hacer razonamientos en torno a éste o, bien, convencer a la audiencia*. El discurso en su estructura presenta tres áreas constitutivas que definen su totalidad como mensaje.

1. **Introducción:** Representa la ventana del mensaje en la cual debe establecer una relación positiva con el público. En ella se informa el esbozo que orientará la producción de los estímulos verbales posteriores. Se ***justificará el tema mediante un planteamiento que acapare la atención del público en los primeros treinta segundos.***

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.4 El discurso (comunicación verbal)



- 2. Desarrollo:** Es el cuerpo del discurso, la parte medular del texto. Aquí se desarrollan las ideas planteadas en la introducción y generalmente se expone la dimensión racional del mensaje. Es importante que la información presentada sea de calidad e interés para la audiencia.
- 3. Clímax:** Es la parte más intensa del mensaje y donde se apela a las emociones del público; es un proceso de gradación donde los contenidos sensibilizan su expresividad.
- 4. Conclusión:** Define el cierre discursivo; es importante que sea contundente, pues representa el último anclaje del mensaje; puede cumplir las funciones de un resumen informativo de los contenidos expuestos en el mensaje, o de valoración de las principales ideas que buscan tener memoria en el público meta. Asimismo, estimula la reflexión o convoca a la acción.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.4 El discurso (comunicación verbal)

Para que un ***mensaje verbal*** cumpla con eficiencia sus propósitos comunicativos, es indispensable considerar ***las fases del sistema discursivo como una totalidad integral que no puede fragmentarse***, es decir, no se pueden pensar de manera aislada la introducción de la conclusión o el desarrollo del clímax. En este sentido, sólo ***pensando en la administración de estímulos verbales y no verbales como un todo se puede tener mayor certidumbre de que el mensaje será exitoso.***

Las ***claves que deben considerarse para un buen discurso son:***

- ☑ Anclar la atención del público meta.
- ☑ Comunicar seguridad. Lo difícil no es convencer, sino estar convencido de lo que se dice.
- ☑ Organizar con tiempo los contenidos y prever los efectos del mensaje en la audiencia.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.4 El discurso (comunicación verbal)

Claves que deben considerarse para un buen discurso

- ☑ Presentar información siempre de calidad.
- ☑ Tener un lenguaje y estilo consistente.
- ☑ No discurrir en el manejo de la información.
- ☑ No ofender al público. Desarrollar la capacidad para leer en la audiencia, mediante el contacto visual, la recepción positiva o negativa de los mensajes.
- ☑ Evitar terminar con brusquedad y omitir los finales dobles.

Los recursos tácticos del discurso

La dimensión táctica del discurso permite **administrar los estímulos verbales y no verbales con el propósito de generar mayor impacto en la audiencia.** Los recursos son registros que contribuyen a fortalecer la contundencia del mensaje.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.4 El discurso (comunicación verbal)



Recursos tácticos del discurso

- ☑ **Saludo.** Presentación del hablante ante el público. Es el punto de partida del protocolo discursivo. Establece una relación positiva con los destinatarios generando anclaje y atención. Es importante tener contacto visual con la audiencia y considerar el volumen de voz apropiado a las condiciones del espacio.
- ☑ **Registro temático.** El mensaje puede iniciarse considerando ***los contenidos rectores que definen el planteamiento del discurso.*** Es la premisa convencional que ***informa aquello de lo cual se va a hablar.***
- ☑ **Registro de audiencia.** Es el discurso que se presenta ***haciendo alusión a las necesidades y expectativas del público.*** Crea las condiciones de confianza e interés que estimulan la ***identificación de la oferta discursiva.*** Así, ***la referencia con el perfil de la audiencia genera ambientes de empatía.***

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.4 El discurso (comunicación verbal)



Recursos tácticos del discurso

- ☑ **Registro anecdótico.** Es un *relato vivencial que se narra en primera o tercera persona y que alude a situaciones que tienen una relación de contenido con el mensaje que se está comunicando*. Es un recurso didáctico que favorece la comprensión del discurso, además, que recrea imágenes emocionales que **provocan el interés de la audiencia**.
- ☑ **Registro estadístico.** Es un *recurso matemático que registra la dimensión cuantitativa de los acontecimientos*. Es contundente en su emisión, pues muestra el dato duro del mensaje; **es importante ser exacto en la información, pues de no serlo debilita la credibilidad del hablante**.
- ☑ **Registro interrogativo.** La pregunta es un recurso siempre noble que **estimula la reflexión de la audiencia**. Una interrogación inteligente puede abrir y cerrar de manera contundente un discurso.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.4 El discurso (comunicación verbal)

Recursos tácticos del discurso

- ☑ **Registro histórico.** Informa acerca del devenir del objeto informativo. Su aplicación permite ***que el público conozca la lógica que ha tenido el acontecimiento.***

Escribir un discurso requiere de una metodología, una estructura y el uso de recursos tácticos.
Añada la brevedad, pues para hacer un discurso inmortal no necesita hacerlo eterno.
