



Nombre de alumnos: Yoani Perez Gordillo

Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez González

Nombre del trabajo: Ensayo de la unidad 1, 2 Y 3

Materia: Proyección Profesional

Grado: 8vo

Grupo: Único

Introducción.

En este ensayo hablaremos sobre todo lo que tiene que saber una persona acerca de la postura de un trabajador, su imagen en la cual podemos identificar que, vestir bien no solo representa una buena imagen sino también sobre cuáles son las oportunidades de trabajo que podemos encontrar, los componentes que lleva la formación de una imagen, también hablaremos sobre la percepción, los tipos de imagen pública en la que se puede elaborar tanto de forma individual como grupal y esto se realiza a través de cuatro etapas; también explicaremos sobre la buena imagen y lo que representa tanto para las demás personas como para nosotros mismos.

Como tema siguiente te mencionaremos cómo tener una buena postura en cualquier momento (cuando estas parado, cuando estas sentado, etc.) y te explicará cómo afecta tu vida una mala postura, mencionaremos un tema sobre el culto de vestir y sobre tu autoestima, los tipos de autoestima, los tipos de comunicación y otro tema de imagen corporal.

Se mencionará los tipos de competencia; tanto personal como profesional y sus tipos de expresiones en el ámbito laboral. Espero y este pequeño ensayo pueda resolver tus dudas y también espero y pueda aclarar tus ideas acerca de la imagen en los diferentes entornos (en tu casa o en tu trabajo). Entonces, te preguntarás ¿Por qué debo cuidar mi imagen realmente?, bueno la respuesta es simple, La imagen que los demás se formen de nosotros, a partir de una primera impresión, es la que generalmente permanece y la que nos abre o cierra las puertas hacia nuevas oportunidades. Todos los seres humanos proyectamos una imagen frente a los demás, que comienza a formarse a partir de nuestro aspecto físico, se fortalece con todo aquello que dejamos ver de nosotros y se consolida con lo que los demás perciben con nuestra forma de actuar. Cuidar nuestra imagen a lo largo del tiempo, para que siempre refleje lo que hemos querido mostrar, requiere de una total coherencia en nuestro comportamiento frente a lo que los demás piensan y esperan de nosotros. Espero y esta información pueda influir ideas en tus expectativas.

Unidad 1: Componentes de la imagen.

Físicos:

Podemos decir que una buena presencia física depende básicamente de dos factores: la forma de caminar y la postura.

La imagen física, también llamada imagen formal, es la que articula en los públicos los objetos físicos, sean éstos comunicaciones directas o hechos comunicadores. La vestimenta de una persona, la forma del envase de un producto, el color o el estuche de un producto, y muchos hechos más, son entes generadores de imagen. El hecho físico es percibido de inmediato y en ese momento se transforma en un comunicador. Todos los hechos y actos personales o empresariales generan elementos que contribuyen a articular la imagen. Estos hechos comunican y de esa comunicación se generan creencias y asociaciones que contribuyen a articular la imagen, por eso a la hora de planificar la construcción de la imagen física, estos hechos deben tenerse en cuenta. La imagen física es la percepción que los demás tienen de una persona, como resultado de su apariencia, aliño y lenguaje no verbal. Tener un buen aspecto no significa solo saber cómo colocarse la corbata, cortarse el cabello o maquillarse. Algunos tienden a confundirse pensando que preocuparse por la presentación personal no es más que una vanidad. Pero cuando se trata de lucir bien, me refiero más allá de la superficialidad, a proyectarse con coherencia, balance y equilibrio. Esto implica un grupo de elementos que inevitablemente envían un mensaje.

(Wikipedia, Aspectos en la imagen física , 2020)

1.2 ¿Qué es imagen personal?

La imagen personal nunca había estado tan en boga más allá de los cánones sociales. Así, y desde las sociedades más primarias, a mujeres y hombres se les educa para que sepan cómo deben y cómo no deben presentarse en sociedad, creando así una imagen, cuyas características nos hacen hablar del concepto de imagen personal. podemos definir la imagen personal como la identidad que, a través de su indumentaria y cuidado de sus rasgos físicos, la persona construye de sí misma para presentarse en sociedad como prolongación de su papel en la sociedad, de su manera de ser, de comportarse, de vivir y de todos los rasgos de su personalidad. De hecho, en función de la imagen personal que se prestara, durante siglos la sociedad se ha segmentado en estamentos, en los que la forma de presentarse en público, con detalles de vestimenta, peluquería y hasta color de tez o piel, marcaban el rango o posicionamiento social del individuo, siendo determinante incluso, en su realización personal y ya no digamos crecimiento socio-profesional. Estos son sólo algunos apuntes de lo que la imagen personal ha significado a lo largo de la historia para el individuo, repasemos:

1. Imagen social como objeto a educar desde la cuna.
2. Vía de extensión de la personalidad del individuo.
3. Símbolo de estatus social.

Asimismo, en la actualidad la imagen personal vuelve a adquirir un nuevo valor y un nuevo peso, donde la moda y los cuidados de belleza son parte esencial de este proceso, especialmente en el ámbito femenino y de forma creciente en el masculino, buscando, como relevo de la obsesión por el tono blanquecino de la piel de tiempos pasados, la eterna juventud en el tiempo presente.

(Consol Vilar, 2020)

La percepción:

La percepción es el mecanismo individual que realizan los seres humanos que consiste en recibir, interpretar y comprender las señales que provienen desde el exterior, codificándolas a partir de la actividad sensitiva. Se trata de una serie de datos que son captados por el cuerpo a modo de información bruta, que adquirirá un significado luego de un proceso cognitivo que también es parte de la propia percepción.

Justamente allí radica la diferencia entre la percepción y la sensación, con la que suele confundirse el término: mientras que la percepción incluye la interpretación y el análisis de los estímulos, la sensación es la experiencia inmediata que apunta a una respuesta involuntaria y sistemática. Resumidamente, la percepción refiere a una imagen mental formada a partir de la experiencia humana, que incluye su forma de organización, su cultura y sus necesidades. Allí están los dos componentes de la percepción que analiza la psicología:

- 1.El medio externo que es precisamente la sensación que será captada (en forma de sonido, imagen).
- 2.El medio interno que es el modo en el que se interpretará ese estímulo (totalmente variable según el individuo).

Por esto se dice que la percepción es de carácter subjetivo, es selectiva, porque las personas deciden percibir algunas cosas y otras no, y es temporal porque no se producirá por siempre sino por un corto plazo.

(Wikipedia, La percepción , 2021)

Imagen pública:

es la percepción compartida de una persona o institución por parte de sus grupos objetivos; se forma una respuesta colectiva unificada, en pocas palabras, formamos la misma opinión de una institución o persona

la imagen pública atiende tres principales elementos:

- Efecto interno, donde se interponen factores externos que restringen la expresión.
- Veredicto de valor cultural, que tiene que ver con la sociedad y los juicios.
- Proceso de comunicación, donde existe una dirección y un involucramiento con la sociedad.

Al respecto, a fin de crear o mantener una imagen positiva, es necesario saber que ésta no es estática y evoluciona, por lo que se puede trabajar en ella y perfeccionarla según los intereses y requerimientos de la persona o institución, para mantenerla presente para el público. Se trata de un dinamismo que se encuentra condicionado al contexto y circunstancias de la imagen, ya que mientras en un escenario una imagen puede ser favorable, en otro diferente puede ser lo contrario. Asimismo, debemos tomar en cuenta que, para crear la imagen positiva de una persona, se tienen que considerar todas las dimensiones de la personalidad del individuo, sabiendo que una buena imagen se forma cuando se actúa con seguridad en sí mismo, se transmite confianza y sentido de responsabilidad. Para ello, existe una disciplina que se encarga del estudio sistemático de la imagen pública: la “imagología”, la cual permite la creación, desarrollo y mantenimiento de la imagen pública de una empresa o persona, tomando en cuenta tres aspectos: la apariencia física, las estrategias de comunicación verbal y las estrategias de comunicación no verbal, mismos que permiten la obtención de una imagen coherente entre el decir, hacer y parecer.

(Guerro, B. , 2003)

La imagen pública se puede presentar de dos maneras:

Individual o personal, la cual incluye la imagen física, imagen profesional e imagen verbal.

Grupal u organizacional, que tiene que ver con la imagen visual, la imagen audiovisual y la imagen ambiental.

Para la construcción de una imagen pública, señala el especialista en la materia Víctor Gordo, se requiere de tres elementos: creatividad, sensibilidad y conocimiento, a fin de lograr el objetivo deseado. También se debe tomar en cuenta el hecho de que una imagen, en primera instancia, debe estar relacionada con el emisor o portador de ella, ya que de ninguna manera puede haber un desequilibrio entre apariencia y esencia, en un afán lograr mantener la credibilidad en la persona u organización, para lo cual el autor propone el seguimiento de una metodología que denomina “Sistema Intima”, la cual consta de cuatro etapas:

- 1. Investigación:** que es la base que da soporte al resto de la metodología, donde se realiza en estudio de mercado mediante la indagación cualitativa y cuantitativa, lo cual proporcionará la información referente a la percepción que el público meta tiene del cliente. Esta investigación comprende dos partes: la investigación interna y la investigación externa.
 - **Interna:** cuya finalidad es la de conocer la percepción que tienen los miembros de la organización en que trabajan. Su importancia radica en saber qué tanto los equipos de trabajo traen puesta la camiseta.
 - **Externa:** su finalidad es la de conocer la percepción que los clientes (medios de comunicación, proveedores y competencia) tienen de la empresa.
- 2. Diseño:** es la parte medular de la auditoría de la imagen, donde el ingenio y la creatividad hacen su acto de presencia. Aquí se analizan los factores que distorsionan la percepción y se plantean las posibles soluciones, considerando aspectos como el esencial, el temporal y el económico.

- 3. Producción:** es la etapa en donde el consultor ponen en práctica las recomendaciones que ha hecho; es decir, las ideas de mejora se aterrizan al plano práctico.
- 4. Evaluación:** después de efectuar las sugerencias hechas y ponerlas en práctica, se deben evaluar los resultados que se han generado, para lo cual es necesaria una re-investigación; es decir, darles seguimiento a las acciones implementadas y conocer las repercusiones que éstas han causado en la imagen de la organización, para saber si las decisiones tomadas han sido las correctas y cuánto éxito han tenido, así como conocer las fallas e implementar un plan para corregirlas.

(La Imagen Personal, 2020)

1.3 Buena imagen

Para poder definir una buena imagen personal o institucional es necesario contar con un sustento que permita comunicar nuestro mensaje, de manera tal que todos entiendan quiénes somos, qué hacemos, y cómo lo hacemos para que se forje en su mente la idea de que nosotros somos los mejores para hacerlo. El sustento de una buena imagen se basa en primer lugar reconocer íntimamente la esencia de la persona o institución, definiendo de manera clara y eficiente las características del personaje. Para definir las características, buscaremos adentrarnos en él de manera sutil, descubriendo cuál es su autoevaluación corporal y añadiendo lo que trae en la cabeza, en el alma y en el corazón. Una vez que hemos definido el personaje, debemos complementar la información con la determinación de su estilo. El estilo es la expresión de la individualidad. Es el modo, la manera o la forma como una persona o una institución da a conocer su calidad particular o se señala individualmente. Se conforma por el conjunto de elementos internos y externos que moldearán al individuo en su forma de comunicarse con los demás. Dicho conjunto de elementos estará determinado por las características personales del ser que las integra, como son:

- Su personalidad
- Sus gustos y preferencias
- Su actividad profesional
- Sus actividades domésticas y sociales
- Su tipo físico

“Lo importante es asumir en la mente y en el cuerpo una mixtura contextualizada, que realce el perfil integral que se busca tener. Es necesario lograr un equilibrio estratégico entre cuerpo, personalidad y competencias profesionales, sin tener una colección de Versace o de Armani”. En definitiva, la importancia de mantener una buena imagen personal, radica en que será esta la guía que conducirá a una correcta imagen profesional. Está comprobado que una persona que proyecta habilidades de liderazgo y seguridad, combinadas con una buena presencia, logra cautivar a sus colaboradores y, por ende, lograr las metas y objetivos que se proponga.

(Proyección Profesional, 2021)

1.4 El saludo

El saludo es un gesto de la vida cotidiana y profesional, una señal de respeto y consideración hacia los demás, y la oportunidad para agradar a nuestros clientes, colaboradores o compañeros. Por ello, deberíamos esforzarnos por saludar de manera correcta y cortés, de acuerdo al lugar y las circunstancias en las que nos encontramos. El saludo es la frase, expresión facial o forma de cortesía que permite romper el hielo entre dos personas para establecer un diálogo. Sin hacer un saludo correcto resultaría imposible entablar una conversación para establecer relaciones sociales o bien, empresariales. En pocas palabras es una norma de convivencia básica y debería ser indispensable. Los hábitos se forman desde que los niños son pequeños y se deben practicar para que día a día se mejoren esas habilidades que benefician al desarrollo integral. Es muy importante saludar dando los buenos días

o utilizando la expresión correspondiente, dependiendo del horario en que uno se aproxime hacia otra persona. Bastan 5 segundos para juzgar a una persona, o al menos, para crearnos una imagen de ella. De la misma manera que juzgamos a otros por la primera impresión que nos causan, también nosotros somos observados, y de esos primeros momentos depende muchas veces nuestra reputación como profesional. Hay muchas tácticas para causar buena impresión durante el saludo, pero voy a destacar 5 que para mí son de las más importantes cuando se conoce a alguien por primera vez.

1. Un buen apretón de manos

Como mando intermedio tendrás que presentarte muchas veces a personas de distinto rango e importancia.

¿Cuál es tu sensación cuando al apretar la mano de otra persona ésta la deja débil y sin fuerza? ¿Incómodo, desconcertado, sorprendido? ¿Todas a la vez? Si no quieres que tu interlocutor se sienta así, saluda con un apretón decidido y firme. No se trata de presionar hasta que llegue a crujir, como el Alcalde de Cullera, que ha roto más de un dedo al saludar, sino que es suficiente con ejercer brevemente un poco de presión y luego soltar.

Un buen apretón de manos comporta seguridad y confianza, todo lo contrario de los que saludan con la mano blanda, que transmiten flaqueza y falta de decisión. Pero todavía hay algo peor que saludar con la mano floja y es chocar los dedos en lugar de las palmas. Afortunadamente hay poca gente que saluda así, pero «haberlos haylos», como las meigas.

Y si nada de esto te convence, al menos hazlo para ser más longevo. Un estudio llevado a cabo por el British Medical Journal reveló que la tasa de mortalidad es de

un 67% más elevada entre las personas de más edad que estrechan la mano con debilidad que aquellas que da un apretón de manos con más firmeza.

2. No invadas el espacio personal

Tocar el brazo o el hombro del otro a la vez que se saluda, está aceptado en relaciones de confianza, pero no cuando alguien se presenta por primera vez. Tampoco conviene agitar el brazo o moverlo de arriba a abajo compulsivamente durante el apretón de manos. Con un ligero movimiento es suficiente. Para muestra, éste simpático video sobre lo que no hay que hacer al saludar.

3. Los objetos también hablan de ti

Si vas a acudir a una reunión o entrevista, cuida el aspecto de los objetos que vas a llevar contigo. El maletín, la cartera, el bloc de notas, los bolígrafos, las carpetas... todos esos elementos dicen mucho de ti y de tu crédito como profesional. Llévalos siempre en buen estado, y si son corporativos, mejor.

4. Establece contacto visual

Mira siempre a los ojos de la persona que te saluda. Procura no desviar la mirada, mirando al suelo o a otro lado, es un síntoma de inferioridad o timidez. El contacto visual es muy importante.

5. Quién saluda a quién

Existen unas reglas de quién debe ser el primero en ofrecer la mano. Lo normal es que la mujer se la ofrezca al hombre, a no ser que éste tenga una jerarquía o posición mayor, en cuyo caso lo habitual es que él ofrezca su mano primero. De la misma manera, la persona con mayor edad o categoría es el que debe tomar la iniciativa. Y si además saludas sonriendo, mejor que mejor.

1.5 Juntas de trabajo

Las juntas son reuniones en las que varias personas tratan asuntos de interés común. En las reuniones de personas pertenecientes a determinada entidad tratan asuntos de la misma. Las juntas de trabajo son o deberían ser modelos de comunicación que estimulan la eficacia de la toma de decisiones y contribuyen a la obtención exitosa de los objetivos organizacionales.

Las oportunidades o los beneficios de una junta:

- Hace que los acuerdos de grupo se cumplan de buen grado por todos.

Evita decisiones personales y autocráticas.

- Estimula a los participantes.
- Facilita la detección del talento individual.
- Ahorra tiempo.
- Aumenta el prestigio del conductor de la junta, etc.

En este plano 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.

Objetivos de la junta:

Los objetivos de una junta de trabajo son fundamentales para orientar la sinergia de los participantes y garantizar la consecución de resultados. Para el logro de los objetivos institucionales se debe contemplar el desglose de los detalles, la evaluación de los objetivos institucionales, la evaluación de los objetivos personales y la reiteración de los mismos cuando se pierde el sentido de la junta de trabajo. Por eso resulta vital definir la finalidad de la reunión:

- Informar
- Educar
- Resolver problemas
- Tomar decisiones
- Generar ideas
- Decidir sobre una propuesta

Los diferentes tipos de juntas de trabajo serán considerados en razón de la urgencia, perfil de asistencia y objetivos, permitiendo catalogarlos en dos tipos:

- Juntas informales: son modelos libres donde el proceso de interacción es transversal y la información fluye sin definir un centro de autoridad. Es importante señalar que, en estas experiencias, la presencia de superiores puede inhibir la discusión.
- Juntas 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, aunque el ejecutivo puede generar ambientes formales de diálogo.

En este plano se sugiere:

- ❖ Reflexionar sobre el tipo de reunión que necesita celebrar.
- ❖ Convocar a los asistentes.
- ❖ Elaborar el orden del día.
- ❖ Preparar el lugar de la reunión.
- ❖ Definir la ubicación de los asistentes.

- ❖ 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.

(Consol, V. , 2010)

1.6 Buena postura

la postura es la posición o actitud que alguien adopta en determinado momento o respecto de algún asunto. En el sentido físico, la postura está vinculada a las posiciones de las articulaciones y a la correlación entre las extremidades y el tronco.

Es importante establecer que, en ocasiones, el no adoptar posturas correctas cuando se camina o cuando se está sentado trae consigo una serie de consecuencias negativas para el propio cuerpo. Así, por ejemplo, se pueden producir enfermedades tales como la lordosis, que puede definirse como una curvatura en la zona de las lumbares, o la escoliosis. Esta última patología se traduce en la desviación de la columna vertebral. Muchas son las personas que, por determinadas razones, como que permanecen en su puesto de trabajo en la misma postura, pueden sufrir enfermedades como las citadas. Por tal motivo, se les recomienda que lleven a cabo una serie de buenas prácticas para evitar aquellas. En concreto, se les aconseja ir intercalando los momentos de trabajo con descanso para poder relajar el cuerpo y estirarlo o tener la espalda bien pegada a la silla.

La postura del cuerpo suele estar relacionada al espacio, tanto físico como social, que le rodea. Por ejemplo: si un hombre muy alto ingresa a una habitación con el techo bajo, deberá adoptar una cierta postura para evitar golpearse la cabeza. Esta

postura, por lo tanto, estará determinada por el espacio físico. Si, en cambio, una persona se encuentra frente a la tumba de un ser querido y agacha la cabeza, la postura obedece a un ritual cultural o simbólico. Nada físico obliga al sujeto a adoptar esa postura, sino que se trata de una actitud de recogimiento frente a una pérdida afectiva. Además de todo lo expuesto no podemos pasar por alto que la postura es una de las herramientas que existen dentro de la comunicación no verbal para expresar todo aquello que se desea sin necesidad de tener que utilizar las palabras. A veces, incluso, nuestra postura simplemente actúa por su cuenta, nos delata sin querer. La postura, como actitud, hace referencia al pensamiento de una persona.

¿Cómo puede la postura afectar mi salud?

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

- Desalinear su sistema musculo esquelético.
- Desgastar su columna vertebral, haciéndola más frágil y con tendencia a lesiones.
- 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 puede la postura afectar mi salud?

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

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

¿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

(Consol, V. , 2010)

1.7 Culto al vestir

Cómo son las personas que pertenecen al estilo elegante

Pertenece a aquellos que proyectan ser refinados, educados, reflejan estatus, pero de manera sencilla, es decir, discreta. Provocan admiración, autoridad y respeto. Antes que cualquier otra cosa, les gusta ser percibidos como personas distinguidas y saben identificar el buen gusto. Están dispuestos a pagar por la calidad antes que un precio económico y su posición social y económica se los permite. Jamás vestirán con ropa y accesorios que reflejen baja calidad. Son los que más invierten a largo plazo en su guardarropa, ya que preferirán prendas de muy alta calidad (y que reflejen distinción) capaces de lucir en perfectas condiciones aun con el pasar de los años, y no adquieren sólo aquellas prendas en tendencia. Les agrada la distinción, la exclusividad y el buen gusto, y lo reflejan también en su arreglo y manera de vestir:

- Corte de cabello y/o peinado impecable.
- Ropa de muy alta calidad, invierten a largo plazo conformando un guardarropa atemporal por varios años.
- Visten usando colores principalmente lisos, de diseño sobrio y generalmente en colores neutros.
- Accesorios en muy buen estado y aplicando la regla “menos es más”.
- Su ropa siempre tiene una talla correcta, ni muy ajustada ni muy holgada.
- Sus combinaciones son sobrias, pero no por ello pierden distinción.
- Reflejan alto estatus, vistan formal o casual.

- Las mujeres jamás descuidan su maquillaje e igualmente lo mantienen sobrio en eventos formales y lo adecuan perfectamente en eventos de noche.
- Saben las reglas de combinación de los distintos tipos de telas, estampados, colores y, por su gran cultura, saben vestir apropiadamente según el clima y el horario.
- En los zapatos, hombres y mujeres, también reflejan estatus y prestigio, pues los mantienen impecables. Jamás usarán zapatos desgastados y apostarán por la calidad y diseños exclusivos.
- Su pulcritud es notable de inmediato.

(La Imagen Personal, 2020)

1.8 Autoestima

es la valoración, percepción o juicio positivo o negativo que una persona hace de sí misma en función de la evaluación de sus pensamientos, sentimientos y experiencias. Es un término de Psicología estudiado por diversos expertos en el área, sin embargo, se utiliza en el habla cotidiana para referirse, de un modo general, al valor que una persona se da a sí misma. La autoestima está relacionada con la autoimagen, que es el concepto que se tiene de uno propio, y con la autoaceptación, que se trata del reconocimiento propio de las cualidades y los defectos. La forma en que una persona se valora está influenciada en muchas ocasiones por los agentes externos o el contexto en el que se encuentra el individuo, por ello puede cambiar a lo largo del tiempo. En este sentido, la autoestima puede aumentar o disminuir a partir de situaciones emocionales, familiares, sociales o laborales, incluso, por nuestra autocrítica positiva o negativa.

Tipos de autoestima

De un modo general, se puede hablar de dos tipos de autoestima, aunque no son ideas excluyentes, ya que pueden referirse a distintos aspectos del ser humano.

Es decir, una persona puede tener, por ejemplo, una alta autoestima en términos de capacidades intelectuales soy muy listo en matemáticas, pero una baja autoestima en otros ámbitos como, por ejemplo, soy muy torpe en los deportes.

Alta autoestima

Las personas con una alta autoestima se caracterizan por tener mucha confianza en sus capacidades. De este modo, pueden tomar decisiones, asumir riesgos y enfrentarse a tareas con una alta expectativa de éxito, esto se debe a que se ven a sí mismas de un modo positivo. A medida que nuestra alta autoestima sea mayor nos sentiremos mejor preparados, con mayor capacidad y disposición para realizar diversas actividades, tendremos mayor entusiasmo y ganas de compartir con los demás.

Baja autoestima

Las personas con baja autoestima se pueden sentir inseguras, insatisfechas y sensibles a las críticas. Otra característica de las personas con baja autoestima puede ser la dificultad de mostrarse asertivas, es decir, de reclamar sus derechos de una manera adecuada. La baja autoestima puede derivar por diversas razones como, por ejemplo, la valorización que hacemos hacia nosotros mismos, la opinión que tenemos de nuestra personalidad, nuestras creencias, entre otros. Del mismo modo, en ocasiones pueden tratar de agradar a los demás para recibir un refuerzo positivo y, de esta manera, aumentar su autoestima.

Autoestima en la adolescencia

Durante la adolescencia es habitual que los jóvenes presenten problemas de autoestima. Es un periodo de crecimiento y desarrollo personal en el que el grupo de iguales, la familia y los medios de comunicación ejercen una fuerte influencia en la valoración propia de cada individuo. No se trata únicamente del valor que se le

da a la apariencia física, sino también a las propias capacidades y habilidades, como, por ejemplo, deportivas, intelectuales, sociales, entre otras. Las expectativas de los demás, las comparaciones y los referentes personales pueden ejercer una fuerte presión y generar inseguridades en el adolescente en esta época de cambios. La anorexia y la bulimia, por ejemplo, están relacionadas con la imagen y al valor que una persona se da.

Autoestima y valoración

La autoestima se basa en el valor que una persona se otorga a sí misma, la cual puede ser modificada a través del tiempo y requiere de un conocimiento adecuado y aceptación personal.

Una motivación positiva al enfrentarse a una determinada tarea, haciendo hincapié en las cualidades propias, aumenta las posibilidades de éxito y por lo tanto, la autoestima.

(La Imagen Personal, 2020)

Autoestima UNIDAD 2. ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA ESTABLECER LA IMAGEN PERSONAL.

2.1 Introducción

La imagen física se expresa por medio de nuestra apariencia, vestuario, higiene corporal, lenguaje no verbal y, en el caso de las mujeres, del maquillaje y accesorios. A través de nuestra vestimenta y estilo comunicamos y expresamos nuestra individualidad. Es importante conocer los mensajes que estamos enviando a nuestros públicos objetivo en el ámbito social y/o profesional. Aquí radica la importancia de vestirnos para comunicar lo que queremos lograr. La imagen física como código de comunicación no verbal incluyendo solamente las prendas de vestir

sino también el peinado, el maquillaje y los accesorios; y, por favor, no piensen que solamente me estoy refiriendo a los accesorios femeninos como los aretes, collares, pulseras y bolsa, incluyan también el cinturón, los zapatos, el reloj, los anteojos y el portafolios masculinos, por sólo mencionar de forma general algunos de ellos. Llevando el concepto más lejos aún, la imagen física 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.

2.2 La comunicación no verbal

La comunicación no verbal es un proceso de comunicación mediante el cual se transmite un mensaje por medio de gestos, signos o indicios; es decir, sin palabras, al contrario que la comunicación verbal. Gestos, lenguaje corporal, postura, expresión facial, contacto visual... son algunos de los recursos que utiliza. La comunicación no verbal desarrolla varias funciones en el proceso de socialización:

- Define nuestra identidad.
- Demuestra el grado o la capacidad que tenemos de relacionarnos.
- Ayuda a acotar y a comprender los mensajes sin necesidad de utilizar el lenguaje.
- Transmite emociones y sentimientos.
- Influye en los demás y en nosotros mismos.

Ademanes

En este contexto, también podemos utilizar la palabra seña para hacer referencia a un gesto con el que una persona pretende dar a entender algo en particular,

generalmente realizado con una o ambas manos. Es importante aclarar que en cada país de habla hispana aparecen diferentes usos para estos y otros términos, como ser gesto, el cual suele hablar de una posición característica de las cejas y los labios, entre otras partes del rostro, aunque también puede describir una acción con las manos o las piernas.

Gestos

Los gestos son formas expresivas que no incluyen el uso de palabras si no que se basan en movimientos, en expresiones faciales, en formas de contacto corporal, algunos de ellos pueden incluir chasquidos o sonidos guturales, estos se establecen en torno a la aceptación común de lo que un gesto supone y de las situaciones en las cuales se utiliza.

Contacto visual

El contacto visual constituye un medio de comunicación muy eficaz, siendo relevante en prácticamente todos los contextos comunicativos, salvo cuando este no sea posible. Es importante por ejemplo en entrevistas de trabajo, a socializar con desconocidos, o al mostrar emociones intensas de felicidad, ira o miedo.

Contacto táctil

El tacto no ha sido estudiado ampliamente como otros canales de comunicación. La piel es la envoltura del cuerpo, es el límite con el exterior, es sensible al calor, al frío, a la presión y al dolor. El grado de sensibilidad varía según el estado emocional del sujeto, y la zona del cuerpo de que se trate. Todo cuerpo humano posee zonas erógenas, zonas cosquillosas y zonas más insensibles. El tacto es un elemento fundamental en las relaciones humanas, puede mostrar entusiasmo, ternura, apoyo efectivo, etc.

El acto de tocar es como cualquier otro mensaje que enviamos, y puede provocar tanto reacciones positivas como negativas.

QUIÉN TOCA A QUIÉN, CUÁNTO Y DÓNDE

Hay situaciones que facilitan o inhiben la conducta táctil. Existen investigaciones que sugieren que es más probable que una persona toque a otra en las siguientes situaciones:

- Cuando da información o consejo, más que cuando lo pide.
- Cuando da una orden.
- Cuando pide un favor, más que cuando accede a hacerlo.
- Cuando trata de convencer.
- Cuando la conversación es profunda.
- En una fiesta más que en el trabajo.
- Cuando se reciben mensajes penosos, más que cuando se dan.

En las despedidas suele haber más contactos táctiles que en los saludos. Es evidente que cada cultura impone sus normas respecto a la conducta táctil a seguir.

Ciertos autores han clasificado los diversos tipos de contacto de acuerdo con los mensajes comunicados, por ejemplo:

1) Funcional-profesional. Es un contacto frío, burocrático, porque es necesario para ejecutar un trabajo, por ejemplo, cuando vamos a hacernos una extracción de sangre.

2) Social-cortés. Suele realizarse en los rituales de saludo por cortesía, por educación.

3) Amistad-calidez. En este tipo de contacto se expresa afecto por la otra persona, por ejemplo, cuando un amigo coge a otro por el hombro.

4) Amor-intimidad. En este contacto se estrecha el vínculo amoroso, y más en relación con las personas implicadas en la relación.

5) Excitación sexual. El contacto tiene como objetivo lograr la excitación sexual.

Lo mismo que el resto de los mensajes emitidos por el ser humano, el mensaje táctil puede confirmar o bien contradecir la información enviada por otras fuentes.

Conducta táctil. El tacto es parte de la comunicación no verbal, es cuando sobran las palabras y se puede expresar lo que sentimos.

Un fuerte abrazo, expresa lo que pensamos; que puede ser alegría, pasión, soledad, tristeza, desesperación, gusto, coraje, intimidad... a través del tacto comunicamos toda la sensibilidad. Por lo mismo ¡hay que tener tacto para usar el sentido del tacto!, vamos a hablar de las cosas importantes que debes tomar en cuenta.

Piensa, a quien vas a tocar. Qué relación hay con las personas que tocas; esto es básico, pues si tocas a alguien puedes hacer que se sienta cómoda o incomoda.

(La Imagen Personal, 2020)

2.3 La imagen corporal

La imagen corporal es la representación del cuerpo que cada persona construye en su mente (Raich, 2000) y la vivencia que tiene del propio cuerpo (Guimón, 1999). Henri Wallon la define como el resultado de la relación entre individuo y medio.

Es importante diferenciar la apariencia física de la imagen corporal, ya que personas con una apariencia física alejada de los cánones de belleza pueden sentirse bien con su imagen corporal, al igual que personas socialmente evaluadas como bellas pueden no sentirse así. La imagen corporal es un constructo subjetivo.

¿Qué engloba?

La imagen corporal se compone de distintas variables

Aspectos perceptivos: manera en la que se percibe el tamaño, el peso y la forma del cuerpo. Las alteraciones en la percepción pueden dar lugar a sobreestimaciones, que nos llegue una imagen corporal aumentada, o subestimaciones, que la imagen que nos llegue esté disminuida.

Aspectos cognitivos-afectivos: actitudes, sentimientos, pensamientos, valoraciones que despierta el cuerpo, su tamaño, su peso, su forma o algunas partes de él. Desde el punto de vista emocional la imagen corporal incorpora experiencias de placer, displacer, satisfacción, disgusto, rabia, impotencia, etc.

Aspectos conductuales: conductas que se derivan de la percepción y de los sentimientos asociados con el cuerpo. Puede ser su exhibición, la evitación, la comprobación, los rituales, su camuflaje, etc.

La vivencia del propio cuerpo está relacionada con la imagen de uno mismo como un todo, con la personalidad y el bienestar psicológico. La imagen corporal es el modo en el que uno se percibe, imagina, siente y actúa respecto a su propio cuerpo. La imagen corporal va construyéndose evolutivamente, vamos interiorizando la vivencia de nuestro cuerpo en diferentes etapas de la vida. Construimos nuestra imagen con ayuda de nuestras figuras de apego, de nuestros cuidadores y referencias. La observación, los mensajes que nos mandan, los cuidados que nos brindan o la comunicación afectiva son algunos de los factores externos que influyen en nuestra imagen corporal. La cultura, la moda y los medios de comunicación también van a influir en esta construcción. Muchas de las creencias que tenemos sobre el aspecto que “deberían” tener las mujeres y los hombres, vienen de las modelos y celebridades que vemos en los medios de comunicación.

¿Cómo afecta tener una Imagen Corporal negativa?

- Afecta a la autoestima, ya que sentimos que nuestro cuerpo desvela características negativas de nuestra persona (dejadez, vaguería...)
- Mantiene en un estado de alerta constante
- Repercute en los que hacemos, evitamos a la gente, ocultamos nuestro cuerpo con ropa o posturas que eviten mostrar la parte que no nos gusta
- Comparaciones y comprobaciones de nuestra apariencia con la de otros, podemos pedir opinión a los demás de cómo nos ven, evitar mirarnos en el espejo o nos mirarnos continuamente en él
- Aumenta la exigencia con uno mismo y el sentimiento de impotencia
- Aislamiento
- Malestar o sufrimiento

(Proyección Profesional, 2021)

2.4 Discurso

El discurso es la expresión formal de un acto comunicativo, que se presenta bajo manifestaciones diversas (discurso oral o escrito). Desde el punto de vista formal, el discurso suele constar de una serie de oraciones, pero desde el punto de vista del significado tiene una naturaleza dinámica; por ello, no es posible describirlo en términos de reglas (como el caso de la oración), sino de regularidades. El discurso no es un producto, sino un proceso cuyo aspecto más destacado es su finalidad comunicativa. el discurso, además de tener relación con su entorno inmediato, establece una relación dialéctica con su realidad social. Y la forma más básica de esta construcción de la realidad social se produce en la conversación espontánea, en los encuentros cotidianos. Es también por ello que la persistencia y el cambio en

el sistema social y cultural quedan reflejados en los discursos, al mismo tiempo que se reproducen a través de estos discursos. Esta relación dialéctica ha dado lugar a la diversificación de los discursos mismos como expresión y creación de significados sociales en contextos particulares de situación. Esta diversificación se completa en la diferenciación en géneros discursivos.

Cómo escribir un discurso

Éste es uno de los más grandes retos a los que pueda enfrentarse cualquier ser humano, y es que no hay algo que produzca más ansiedad que saber que se tiene que escribir un discurso y darse cuenta de que ni siquiera se sabe por dónde empezar. En las líneas siguientes trataré de llevarlo por los elementos que le facilitarán esa tarea, El discurso en su estructura presenta cuatro áreas constitutivas que definen su totalidad como mensaje.

- **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.

- **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.
- **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.
- **Conclusión:** define el cierre discursivo. Es importante que la conclusión sea contundente, pues representa el último anclaje del mensaje. Esta fase 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. Así mismo, estimula la reflexión o convoca a la acción. Resulta recomendable la estimulación emocional de esta área estructural del discurso.

(Proyección Profesional, 2021)

2.5 Competencias personales

Se trata de los factores que condicionan y determinan esta forma de relacionar(nos). Este autor, clasifica esta competencia en tres grandes grupos:

1. Conciencia de uno mismo. Se trata de la capacidad para saber reconocer los estados personales en los que nos encontramos. En ellas, distinguimos las siguientes competencias:

- Conciencia emocional. Saber reconocer nuestras emociones, nuestros estados de ánimo.
- Valoración adecuada de uno mismo. Reconocer y saber valorar el conjunto de nuestras destrezas, habilidades, así como también los factores y desempeños en lo que no tenemos un nivel calificable como diestro.
- Confianza en uno mismo. Se trata de la fiabilidad en las valoraciones que realizamos acerca de nosotros mismos, sobre nuestras competencias, habilidades o conocimientos que poseemos.

2. Autorregulación. Lo podemos definir como la capacidad de establecer un control sobre nuestros estados, los impulsos, nuestras energías, así como de los recursos internos. La desglosamos en cinco competencias diferenciadas:

- Autocontrol. Saber manejar nuestras emociones e impulsos dirigido hacia la consecución de los objetivos que perseguimos. Esta competencia es

especialmente significativa ante los conflictos en los que nos podemos encontrar inmersos. Jóvenes, talento y perfil emprendedor 48

- **Confiabilidad.** Se trata de la coherencia y fidelidad a los criterios de sinceridad e integridad, a los valores y creencias que condicionan nuestra acción y la conducta en la relación que establecemos con los demás.
- **Integridad.** Tiene que ver con la responsabilidad como valor en el desempeño de nuestra actividad profesional. Significa saber aceptar los resultados de nuestra acción y los efectos de la misma.
- **Adaptabilidad.** Cómo nuestras acciones, conductas, formas de analizar y pensar se guían bajo un modelo de flexibilidad para responder ante los cambios de nuestro entorno.
- **Innovación.** Identifica nuestra posición a la aceptación e integración de las nuevas formas de hacer y pensar, en nuestro desempeño profesional y/o en nuestra forma de responder en los distintos entornos.

3. La motivación. Se encuentra relacionada con la manera bajo la cual las emociones condicionan la movilización de nuestras energías hacia la consecución de los objetivos y metas que perseguimos. Bajo este modelo, identificamos cuatro competencias clave vinculadas a esta esfera competencial:

- **Motivación por el logro.** Significa identificar la excelencia como meta dentro de nuestro desempeño. Nos centramos en el logro del hacer, de las acciones, los proyectos que abordamos de la mejor forma posible, con el criterio de mejora y aprendizaje continuo.
- **Compromiso.** Se trata de aceptar e integrar dentro de nuestros esquemas personales los objetivos y metas de un equipo o grupo. Recordemos que el compromiso fundamental de un emprendedor empresario es con él mismo y con el proyecto que se encuentra diseñando y poniendo en marcha.

- **Iniciativa.** Tiene que ver con saber aprovechar la ocasión, el momento. Embarcarse en acciones cuando las circunstancias en la que nos desenvolvemos lo requieren.
- **Optimismo.** Supone una actitud de fortaleza en las acciones encaminadas hacia la consecución de las metas que nos proponemos, independientemente de las dificultades ante las que nos enfrentamos. Desde esta perspectiva general, intentaré centrarme en aquellas competencias que son esencialmente significativas en el desempeño de los emprendedores. Cada una de las cuales tendrá espacios y escenarios específicos de aplicación a lo largo de la vida del proceso emprendedor del empresario.

(López, J., 2020)

2.6 Competencias profesionales

La competencia profesional es el grado de utilización de los conocimientos, las habilidades y el buen juicio asociados con la profesión en todas las situaciones que se pueden enfrentar en el ejercicio de la práctica profesional. La fortaleza de esta definición radica en el hecho de que relaciona la competencia con la aplicación de los conocimientos, habilidades y razonamiento clínico en situaciones clínicas de la realidad del profesional. Todo esto nos lleva a una primera síntesis en la que puede afirmarse que la competencia se refiere a las funciones, tareas y roles de un profesional e incumbencia para desarrollar adecuada e idóneamente su puesto de trabajo; esta suficiencia es el resultado y objeto de un proceso de capacitación y cualificación.

Una primera nota característica en el concepto de competencia profesional es que comporta todo un conjunto de conocimientos, procedimientos y actitudes combinados, coordinados e integrados en el sentido que el individuo ha de «saber hacer» y «saber estar» para el ejercicio profesional. El dominio de estos saberes le

hacen «capaz de» actuar con eficacia en situaciones profesionales. Desde esta óptica, no sería diferenciable de capacidad y se erigiría el proceso de «capacitación» clave para el logro de las competencias. Pero una cosa es «ser capaz» y otra bien distinta es «ser competente», pues poseen distintas implicaciones idiomáticas. Se trata de un equipamiento profesional o recursos necesarios para tal actividad, es decir, las competencias implican a las capacidades, sin las cuales es imposible llegar a ser competente.

Las competencias también son el producto de una serie de factores distintos entre sí, pero en perfecta comunicación. Gracias al conjunto que forman las capacidades se logran las competencias mediante un proceso de aprendizaje.

b) Las competencias sólo son definibles en la acción. En la línea de lo apuntado anteriormente, las competencias no son reducibles ni al saber, ni al saber-hacer, y, por tanto, no son asimilables a lo adquirido en formación. Poseer unas capacidades no significa ser competente. Es decir, la competencia no reside en los recursos (capacidades), sino en la movilización misma de los recursos personales. Para ser competente es necesario poner en juego el repertorio de recursos. Saber, además, no es poseer, es utilizar. Esta concepción está presente en un buen número de definiciones, pero aún más, en esta línea argumental cabría superar una interpretación simplista de utilizar para no quedarse en la mera aplicación de saberes. Esto nos indica que la competencia es un proceso practica-acción constante para saber (conocimiento), saber hacer

(procedimiento), saber estar y saber ser. El saber hacer al que hacemos alusión no es un saber imitar o aplicar rutinariamente los recursos de los saberes propios

del individuo –esto estaría más cercano a la capacidad–, el saber que aludimos es un saber-actuar. La competencia, pues, exige saber encadenar unas instrucciones y no sólo aplicarlas aisladamente. Incluso desde esta óptica se puede llegar a que el saber actuar sea el precisamente no actuar. Una buena reacción ante una situación problemática puede ser precisamente no intervenir.

No es suficiente con verificar qué elementos son constitutivos de las competencias. Hemos de profundizar más, y de ahí que recurramos a cómo se conforman. Cabría pues, más allá de lo dicho respecto a las capacidades y competencias, asumir que no es suficiente con el proceso de capacitación, y, por ende, con el posibilitador de las capacidades apoyado en la formación, sino que en este terreno la experiencia se muestra como ineludible. Si bien esta atribución no está presente explícitamente en todas las definiciones, más bien se está poniendo énfasis en los últimos años. Esta asunción tiene que ver directamente con el propio proceso de adquisición de competencias como hemos indicado, y atribuye a las mismas un carácter dinámico. De ello podemos concluir que las competencias pueden ser adquiridas a lo largo de toda la vida activa, lo que constituye, por tanto, un factor capital de flexibilidad y de adaptación a la evolución de las tareas y los empleos. Este enfoque es el que justifica el acercamiento a nuestro objeto de estudio en torno a competencias genéricas y competencias específicas, siendo las primeras transversales y susceptibles de aplicarse en situaciones variadas, permitiendo pasar de unos contextos a otros; mientras que las segundas serían más restringidas por su utilidad.

(López, J., 2020)

2.7 Oralidad

La oralidad es el modo de comunicación verbal a través de sonidos producidos por la voz humana y percibidos por medio del oído. Es el primer modo de comunicación complejo utilizado en las sociedades humanas antes de la escritura, la cual no necesariamente nace en todas las culturas primitivas. La oralidad es una forma comunicativa que va desde el grito de un recién nacido hasta el diálogo generado entre amigos.

Existen dos clases de oralidad:

La primaria, que se refiere a las culturas que sólo la poseen a ella para comunicarse y que permite una activación de la memoria. Las culturas orales tienen un conjunto

de conocimientos, hábitos, tradiciones, representaciones, simbolismos y significaciones que permiten descubrirlas.

La oralidad secundaria es la que manejan culturas avanzadas que poseen escritura. Ésta se ha convertido en soporte de la memoria.

En la oralidad, la relación emisor-texto-receptor es directa y están presentes estrategias de carácter suprasegmental. El texto oral se percibe a partir de sonidos que operan como instancias concretas de un sistema de unidades abstractas, los fonemas.

El manejo de la ansiedad

Es una emoción que todo el mundo experimenta ante una situación de incertidumbre y amenaza. Prepara a la persona para escenarios que pueden tener un resultado negativo. Es adaptativa y es buena. El problema viene cuando se convierte en patológica y se manifiesta en un grado demasiado intenso y con gran frecuencia. Lejos de ayudar a adaptarse, bloquea al individuo y le lleva a un resultado peor del deseado, pudiendo comprometer su salud física y mental. Para no llegar a este punto, Antonio Cano Vindel, presidente de la Sociedad Española para el Estudio de la Ansiedad y el Estrés (SEAS) explica cómo controlar la ansiedad cuando esta se vuelve preocupante.

Cano rechaza categóricamente el uso de medicamentos para solucionar el problema y apuesta por la terapia cognitivo conductual. “Es la que más se ha estudiado a nivel científico y que mejor ha demostrado su eficacia”. Para entender en qué consiste esta terapia y dar consejos útiles, explica detalladamente los pasos necesarios para superar la ansiedad.

1. Informarse de qué es la ansiedad y cuáles son sus síntomas

“Hay personas que desconocen que los síntomas que padecen están causados por la ansiedad”. El primer paso para recuperarse es saber qué les está pasando y

darse cuenta de los síntomas. “Taquicardias, sudor, aumento de la temperatura, dificultad para dormir, molestias digestivas, etc., son algunos de ellos”. Después habría que descubrir los factores causantes e informarse de qué son las emociones y la ansiedad.

2. Reinterpretar el problema

La ansiedad lo que hace es que la persona anticipe unas consecuencias muy negativas por si acaso se producen. Cano aconseja “interpretar la amenaza de forma menos grave, ser realistas y no magnificar”.

De manera práctica:

- Razonar si la posibilidad de que ocurra lo peor es tan grande.
- Preguntarse: “si ocurriese lo peor ¿realmente sería tan grave?”.
- Poner atención en los problemas sólo cuando se puede hacer algo. “Cuando no hay nada que hacer, hay que seguir la vida normal y atender otras cosas”.

3. Desviar la atención del problema

Cuando hay ansiedad la atención está continuamente enfocada al problema, “no dejamos de pensar en lo que nos preocupa”, explica Cano.

“La persona ha de aprender a relajarse, a no centrar su atención todo el rato en el problema. Estar en alerta, pero también descansar y guardar recursos cuando no se puede hacer nada”.

Tomar medicamentos e ir a psicoterapia puede iniciarlo en el camino para sentirse mejor. Cuidar de su cuerpo y de las relaciones puede ayudarle a mejorar su afección. A continuación, encontrará algunos consejos útiles:

Duerma lo suficiente.

1. Coma alimentos saludables.
2. Mantenga un horario diario regular.
3. Salga de la casa todos los días.
4. Haga ejercicio todos los días. Incluso un poco de ejercicio, como un paseo de 15 minutos, puede ayudar.
5. Manténgase alejado del alcohol y las drogas ilícitas.
6. Hable con familiares o amigos cuando se sienta nervioso o asustado.
7. Averigüe sobre los diferentes tipos de actividades grupales a las que puede vincularse.

(López, J., 2020)

2.8 Expresión escrita

La expresión escrita es el modo de exteriorización de ideas, información, sentimientos, reclamos, peticiones, que utiliza el ser humano, plasmando sobre un soporte material o virtual signos gráficos convencionales que varían de acuerdo a cada cultura, y si contienen firma, o pueden de algún modo certificarse como auténticos valen como documentos probatorios, por ejemplos contratos civiles o comerciales, testamentos, títulos de crédito, actas de asamblea, etcétera.

Lo primero que deberías hacer, antes de escribir un documento o un correo electrónico o cualquier mensaje online u offline, es plantearte cuál es el objetivo del mismo. Los objetivos pueden variar sustancialmente y muchas veces eso no se tiene en cuenta y es algo fundamental para definir el tono, el estilo, el vocabulario, etc. de un escrito. Aunque John Updike dijo que escribía para “desatascar la empanada mental que tiene la gente en la cabeza”, tal vez tus objetivos sean diferentes; es probable que tengan más que ver con:

- Vender
- Convencer
- Crear proximidad
- Informar
- Recomendar
- Suscitar interés
- Mover a la acción
- Preparar la situación para mover a la acción posterior
- Ganar prestigio
- Evaluar, interpretar, aclarar
- Recoger ideas
- Denunciar
- Decidir
- Divertir
- Conmover
- Enseñar

2. Y llega el momento de la acción: ponernos a redactar.

- Escribe correctamente, respetando las reglas básicas de gramática y ortografía.
- Utiliza frases cortas siguiendo preferentemente la estructura: Sujeto – Verbo – Predicado.
- En lo posible, evita el uso de subordinadas.
- Escribe párrafos cortos.
- Cuando sea posible utiliza el indicativo.
- Evita al máximo el uso del subjuntivo y el condicional.
- Jerarquiza la información, o sea, pon orden y haz hincapié en lo más importante.
- Utiliza un lenguaje positivo.

- Evita obstáculos para lograr la eficacia en tu comunicación. Por ejemplo:
- Expresiones complejas.
- Tono negativo o censorador.
- Lenguaje subjetivo.
- Construcciones en voz pasiva.
- 3. Algunos breves consejos para mejorar tu comunicación
- Ordenar los pensamientos e ideas.
- Conocer el buen manejo del lenguaje. Para ello, leer es imprescindible.
- Aplicar algunas normas sencillas que evitan caer en los errores más comunes:

No abuses de jergas o tecnicismos. Procura no escribir como un burócrata oficial, ni utilizar palabras que tu interlocutor pueda no entender. No uses frases demasiado largas.

UNIDAD 3. ASERTIVIDAD, CONCISIÓN, Y COHERENCIA ENTRE IMAGEN PERSONAL Y PROFESIONAL,

3.1 Asertividad

La Asertividad se define como: "la habilidad de expresar nuestros deseos de una manera amable, franca, abierta, directa y adecuada, logrando decir lo que queremos sin atentar contra los demás. Negociando con ellos su cumplimiento". Está en el tercer vértice de un triángulo en el que los otros dos son la pasividad y la agresividad. Situados en el vértice de la pasividad evitamos decir o pedir lo que queremos o nos gusta, en la agresividad lo hacemos de forma tan violenta que nos descalificamos nosotros mismos. Emplear el asertividad es saber pedir, saber negarse, negociar y ser flexible para poder conseguir lo que se quiere, respetando los derechos del otro y expresando nuestros sentimientos de forma clara. El

asertividad consiste también en hacer y recibir cumplidos, y en hacer y aceptar quejas.

El elemento básico de la asertividad consiste en atreverse a mostrar nuestros deseos de forma amable, franca, etc., pero el punto fundamental consiste en lanzarse y atreverse. Lo que se expone en esta página puede ayudarnos a mostrar lo que sentimos y deseamos, porque sabemos que lo estamos haciendo de forma adecuada, que nadie se puede ofender. Esto nos ayudará a atrevernos a hacerlo. Pero cuando la ansiedad y el miedo son demasiado grandes hasta el punto de que nos dificultan o impiden expresar nuestros deseos, hemos de plantearnos una estrategia para superarla. En este enlace puedes encontrar las formas en las que la psicología cognitivo conductual ayuda a superar la ansiedad y en este otro enlace un curso para enfrentar y superar los límites que nos imponen nuestras ansiedades y nuestros miedos. En este curso entenderás la aparente paradoja de que la práctica de la asertividad conduce a una reducción notable de la ansiedad.

Características de la persona asertiva: Define sus propios intereses atendiendo a los intereses del otro, expresa sus opiniones libremente, sabe manejar situaciones difíciles diciendo la palabra oportuna, de manera oportuna y en el momento oportuno, no permite que los demás se aprovechen, es capaz de decir lo que quiere, desea y opina, está satisfecho con los resultados, no generaliza, gana o pierde conserva su propio respeto.

(López, J., 2020)

3.2 Concisión

Conciso es un adjetivo que se utiliza para designar aquello que se caracteriza por ser breve, claro y preciso. La palabra, como tal. Se emplea, sobre todo, para referirse a la forma de expresarse de una persona, bien de manera oral o escrita, con brevedad, economía de lenguaje y precisión: “Pedro ha comunicado lo que piensa de manera clara y concisa”. Ser conciso implica evitar extenderse en asuntos secundarios o accesorios, o andar con rebuscamientos o rodeos que retrasen o dificulten una comunicación limpia, clara y simple. Por esta razón, para ser concisos

a la hora de expresarnos o hablar debemos limitar nuestro mensaje a lo esencial, lo imprescindible, para ser efectivamente entendidos y correctamente interpretados. Textos como los artículos de opinión, las reseñas, los informes, los folletos, idóneamente deberían estar escritos en un estilo conciso, pues, aparte de que este es uno de sus rasgos característicos, la concisión les otorga gran efectividad para el logro de su propósito comunicativo. Para lograr la concisión hay que evitar mencionar datos irrelevantes, obvios, que no aportan información o ya se conocen. Debe prestarse atención en este caso a las veces que se repiten las mismas ideas sin justificación.

1. Deben escribirse oraciones cortas, afirmativas y sencillas. Los enunciados afirmativos son preferibles a la doble negación.
2. No deben emplearse dos palabras donde es suficiente una.
3. Los párrafos deben ser cortos y contener la información necesaria y relacionada entre sí.
4. No debe abusarse de las conjunciones que alargan o entorpecen el ritmo de la frase (que, pero, aunque, sin embargo) si no son estrictamente necesarias.

3.3 Coherencia (esencia personal)

La coherencia es una cualidad personal por la que el sujeto actúa en forma lógica y consecuente con sus ideas, principios y valores, es decir que hay una relación lógica entre lo que se piensa, se expresa y se actúa. La coherencia es una actitud que se refleja en el comportamiento. Las personas pueden mostrar que son coherentes en sus actitudes o, todo lo contrario. Una persona es coherente cuando actúa de acuerdo a sus principios y a sus valores. Cuando una persona dice una cosa, pero hace la contraria, entonces, muestra una contradicción entre hechos y palabras que genera sensación de poca coherencia ética frente al interlocutor. Lo que ocurre cuando una persona tiene poca coherencia entre hechos y palabras es que decepciona al otro porque le ha generado unas falsas expectativas. Existen actitudes que muestran que una persona puede ser poco coherente, por ejemplo, prometer una cosa y no cumplirla. O también, decir algo que no se siente en realidad por el simple hecho de quedar bien frente al interlocutor. Las personas coherentes son firmes en sus principios y valores. Principios que actúan como normas del obrar recto

porque la ética personal ayuda a diferenciar entre el bien y el mal. Una persona coherente transmite sinceridad, lo que le ayuda a establecer relaciones personales sólidas porque la amistad verdadera requiere de un compromiso y de una seriedad en la palabra. Las personas que son coherentes consigo mismas tienen tranquilidad interior porque son honestas consigo mismas, es decir, son fieles a su pensamiento. Las personas coherentes tienen que hacer frente a contradicciones internas, ideas irracionales y pereza en su día a día, es decir, son tan humanas como el común de los mortales. Sin embargo, han desarrollado un sentido interior de honestidad muy profundo, un sentimiento que brilla con fuerza. Existe otra actitud que produce poca coherencia en la comunicación interpersonal: la mentira. La mentira es una actitud que refleja falta de respeto hacia el otro y también, hacia uno mismo. Nadie puede transmitir una coherencia ante el otro si no tiene coherencia ante sí mismo. Es decir, en la medida en que te conoces a ti mismo, sabes quién eres y qué quieres, también transmites mayor autenticidad ante los demás porque te sientes libre de mostrarte tal y como eres: esta es la mayor coherencia la que surge de la verdad interior y de la autoestima. La coherencia entre pensamiento, sentimiento y acción muestra un grado de madurez profundo en una persona. Una madurez que es fruto del autoconocimiento, del valor de la experiencia y del crecimiento interior que surge de los años.

(López, J., 2020)

3.4 Imagen ideal vs. Imagen proyectada

Un cambio de imagen es una decisión que debe motivarte a ser mejor, no a caer en la zona de confort. Así que, elige bien y disfrútalo. [Clic para tuitear](#). Si quieres saber con certeza qué tinte te va mejor y qué corte de cabello debes elegir no hay mejor manera de saberlo que con una Asesoría de Imagen.

Podemos definir la imagen personal y profesional como todo aquel proceso de cambio físico-psicológico, que aplicamos en nosotros de manera individual con el objetivo de mostrar a los demás lo que somos en fondo y forma, misma que nos ayudará a generar opiniones favorables cada día más exigente era de la globalización.

Imagen Ideal

- Es aquella imagen que no eres, pero quieres ser.
- Si no estás en armonía con tu interior la imagen ideal se puede construir en base a las creencias limitantes que recibiste a lo largo de tu vida.
- Esta Imagen es generalmente copiada, ficticia o inventada de referentes de los que anhelas el éxito lo cual te podría generar frustración.
- La búsqueda de reconocimiento te hará crear una imagen externa que no te pertenece tomando tuyo un estilo que no hará más que limitarte en lugar de potenciarte.

Imagen Real

- Es aquella imagen que representa lo que eres hoy, con tus virtudes y defectos.
- Es tu realidad, lo que eres aquí y ahora
- Generalmente tu imagen real fue construida por la educación recibida, expectativas propias sin cumplir o información recibida de tu entorno.
- Reconocer que tienes una imagen Real te da la posibilidad de buscar el crecimiento que necesitas para obtener Imagen Ideal más cercana y alcanzable.

Es importante evaluar que es la imagen ideal para ti, si tiene una connotación positiva y si te acerca a lo que quieres lograr, de ser así revisa si lo que deseas y lo que necesitas no cree una brecha o distancia desde tu esencia hacia tu ideal y que sea realmente una opción saludable.

Finalmente, la imagen ideal que quieres proyectar debe expresar lo que tienes dentro para que tu exterior tenga un estilo coherente.

(Proyección Profesional, 2021)

3.5 Campo profesional e imagen

La imagen profesional es la percepción que se tiene de una persona por parte del entorno en el que se desempeña, a partir de los estímulos que emana durante su actividad laboral. Dichos estímulos provienen del aspecto físico; de los gestos, ademanes y expresiones corporales; y de la forma de expresarse vía oral y por escrito. A estos tres aspectos se les denomina, respectivamente, la imagen física, la imagen no verbal y la imagen verbal. Estos tres componentes de la imagen profesional deben ser manejados en forma complementaria, de modo que el profesional proyecte una imagen de credibilidad y seguridad, de modo que su imagen sea una herramienta fundamental para promover la confianza y generar autoridad y liderazgo.

Características básicas en una imagen profesional:

- La imagen profesional comienza con una buena silueta. Esto quiere decir, cuidar nuestra dieta y peso corporal en primer lugar, y además usar prendas adecuadas al tipo de cuerpo (lo que llamamos “estilismo”).
- Si nuestro cuerpo está en buena forma física, comunica energía, eficiencia y alta autoestima, por lo que es aconsejable el ejercicio físico regular como hábito de vida saludable.
- Llevar siempre el cabello limpio y buen corte de cabello. Verificar el peinado antes de cualquier aparición pública.
- En los negocios no existe el género, pero sí la buena educación. Esto significa que el trato entre un hombre y una mujer de negocios estará regido por las normas de etiqueta profesional, no por sus diferencias de condición sexual. Al presentarse dar la mano, no besar.
- Equipara tu vestuario a la formalidad requerida por la situación: reunión de compañeros, almuerzo de trabajo, junta directiva, entrevista de trabajo, etc.

CONCLUSIÓN.

Bueno en este ensayo aprendí que el análisis de la imagen permite valorar el hecho estético, desde otra perspectiva: la descomposición y síntesis del hecho en sí, del mensaje, del tema, y de toda la estructura organizada con el propósito de transmitir informaciones y comunicaciones a un espectador heterogéneo. También se puede supervisar la integridad en el proceso de formación, principalmente, en el sentido crítico y estético que debe privar en todo comunicador social. En definitiva, el carácter teórico-práctico de una unidad curricular basada en el análisis de la imagen proporciona al estudiante incentivos para la investigación y la planificación de mensajes periodísticos audiovisuales, conocimientos temáticos, técnicas y métodos indispensables para su eficaz desempeño profesional, además de habilidades y destrezas en el análisis de la imagen y fundamentos básicos requeridos en el ingreso a los estudios de postgrado. El análisis de la imagen como unidad curricular proporciona al estudiante un saber pensar, un saber crear y un saber investigar, herramientas básicas para su desempeño profesional, pues suponen el desarrollo de otras habilidades que superan con creces el manejo instrumental tradicional del saber hacer, basado muchas veces en la receta y la repetición de esquemas conceptuales. De hecho, como lo expresan Aparici y Matilla, "la práctica del docente en el análisis y producción de medios es básica para que el profesor pueda transferir a sus alumnos unos conocimientos basados en la experimentación en carne propia de su personal proceso de aprendizaje". Sería beneficioso incluir, dentro del diseño instruccional, un objetivo que posibilite al estudiante la valoración afectiva de la imagen como un importante recurso comunicacional y mecanismo semiótico capaz de reconstruir concepciones, imaginarios y culturas. Es importante también la inserción de estrategias instruccionales basadas en visitas a centros de arte, galerías, museos y edificaciones de valor patrimonial para hacer consciente el dominio del espacio en cuanto hecho estético y contribuir con el desarrollo de los procesos de observación, comparación y significación como estrategias cognitivas claves en la adquisición de herramientas utilizadas en el análisis visual. Resultaría beneficioso llevar a la práctica los resultados obtenidos por los estudiantes, pues ellos crean un método, estructuran una teoría, descubren premisas y temas, decodifican un lenguaje visual que puede perfectamente reconstruir otra realidad con otros criterios, estructuras en imágenes. Se estaría, pues, en los umbrales de una semiótica aplicada para los medios audiovisuales, por los menos en el caso venezolano. La idea es convertir en emisor a quien antes era un simple receptor de mensajes visuales.

Bibliografía

Consol Vilar. (27 de Noviembre de 2020). *La Imagen Personal*. Obtenido de La Importancia De La Imagen: <https://www.consolvilar.com/la-importancia-de-la-imagen-personal-profesional-en-una-empresa/>

Consol, V. . (13 de Enero de 2010). *Asertividad, habilidad social reflejada en la imagen*. México. . Obtenido de Recuperado: <http://www.consolvilar.com/asertividad-habilidad-social-reflejada-con-la-imagen/>

Guerro, B. . (2010 de noviembre de 2003). *La Imagen*. Obtenido de La Imagen Pública: <http://noticias.universia.net.mx/en-portada/noticia/2012/10/16/974937/importancia-buenaimagen.html>

La Imagen Personal. (2 de Marzo de 2020). *Wikipedia*. Obtenido de Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Imagen_p%C3%BAblica

López, J. (1 de Diciembre de 2020). *Ambito laboral*. Obtenido de Proyección del personal: <file:///D:/ANTOLOGIAS/PROYECCI%C3%93N%20PROFESIONAL.pdf>

Proyección profesional. (1 de Octubre de 2020). *Ambito laboral*. Obtenido de Proyección del personal: <file:///D:/ANTOLOGIAS/PROYECCI%C3%93N%20PROFESIONAL.pdf>

Proyección Profesional. (14 de 01 de 2021). *La Buena imagen*. Obtenido de La Buena imagen: <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/d959d7a7590f25c6e4095a2d527d5a7b.pdf>

Wikipedia, Aspectos en la imagen física . (2 de Marzo de 2020). *Físico*. Obtenido de Físico: https://es.wikipedia.org/wiki/Imagen_p%C3%BAblica#:~:text=buena%2C%20o%20viceversa.,Imagen%20f%C3%ADsica,y%20de%20su%20lenguaje%20corporal.

Wikipedia, imagen, Imagen personal. (2 de Marzo de 2020). *Tipos de imagen*. Obtenido de Tipos de imagen: https://es.wikipedia.org/wiki/Imagen_p%C3%BAblica#:~:text=Se%20define%20como%20la%20percepci%C3%B3n,personales%20de%20tono%20y%20significado.

Wikipedia, Juntas . (3 de Mayo de 2020). *Las Juntas De Trabajo*. Obtenido de Las Juntas De Trabajo: [https://es.wikipedia.org/wiki/Junta_\(construcci%C3%B3n\)#:~:text=Se%20llama%20junta%20al%20peque%C3%B1o,los%20siguientes%20tipos%20de%20juntas](https://es.wikipedia.org/wiki/Junta_(construcci%C3%B3n)#:~:text=Se%20llama%20junta%20al%20peque%C3%B1o,los%20siguientes%20tipos%20de%20juntas).

Wikipedia, La percepción . (4 de ENERO de 2021). *PERCEPCIÓN* . Obtenido de PERCEPCIÓN : <https://es.wikipedia.org/wiki/Percepci%C3%B3n>