

INVESTIGACIÓN TIPO ENSAYO
UNIDAD I Y II

IXCHEL QUETZALY LIMÓN
CABRERA

UNIDAD I

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

La postura estando parados o sentados también se convierte en un código de

comunicación. En una conversación cara a cara si lo que desean hacer sentir a su interlocutor es que están fastidiados con su sola presencia, simplemente deslícnese sobre el asiento hacia delante, llévense una mano a la boca y retírenle el contacto visual y verán el efecto devastador sobre su conversación. Por otra parte, siéntese de manera erguida dejando que su cadera encaje en el ángulo que forman el respaldo y el asiento, inclínense un poco hacia su interlocutor, véanlo y sonrían y el tipo se sentirá encantado y motivado para relevar mucha información. Si se encuentran en una junta de trabajo en la que el gerente de ventas va a presentar su propuesta y al dirigirse a todos ustedes lleva las manos en los bolsillos del pantalón, ¿qué mensaje transmitiría? Jane Wilger, presidenta del despacho "Wilger Image Development": dice, "he encontrado que la gente no confiará en ti si no puede verte las manos cuando hablas... así que asegúrate de siempre tenerlas visibles, estando parado o sentado".

Cuando partimos desde cualquiera de los criterios de imagen personal, nos daremos cuenta de que en todos va involucrado un proceso físico-psicológico de percepción, que abarca primeramente una sensación que se canaliza al sistema nervioso central para de ahí pasar al proceso cerebral de la aprehensión, desciframiento y comprensión de la causa que la produjo traduciéndola en un efecto semejante a una experiencia o vivencia que a su vez se convierte en una imagen mental de lo percibido.

Percepción es "la sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos".

Lo que con toda sencillez podría interpretarse como el recuerdo que nos queda después de haber tenido una experiencia de cualquier clase y que evocaremos cada vez que nos refiramos a lo que lo causó.

Por eso es que podemos identificar imagen con percepción y desprender que nuestra imagen será la manera como somos percibidos y que serán los demás quienes nos la otorgarán basados en lo que hayan sentido de nosotros.

La imagen es un resultado y por lo tanto está provocada por algo; dicho de otra manera, es el efecto de una o varias causas. Estas causas siempre serán externas, ajenas al individuo y el efecto será interno, ya que se produce dentro del mismo individuo, en su mente. El efecto producido dependerá de la coherencia de las causas. En este sentido siempre nos referiremos a la imagen en su carácter mental.

La imagen producirá un juicio de valor en quien la concibe, por lo que su opinión se convertirá en su realidad. Dicha realidad no tiene forzosamente que ser verdadera ni corresponder a la realidad de la fuente emisora, por lo que estaríamos frente a una realidad "ficticia" estrictamente individual, es decir, ante una imagen individual; esta situación es la casusa del típico conflicto que todos hemos vivido cuando hemos

confrontado lo que somos con lo que los demás creen que somos.

Cuando la imagen mental individual es compartida por un público o conjunto de públicos se transforma en una imagen mental colectiva dando paso a la imagen pública.

El saludo, junto con el contacto visual y la sonrisa, son nuestra mejor tarjeta de presentación. En la antigüedad el saludo era una señal de paz. Originalmente el contacto se hacía llevando la mano hasta el antebrazo para demostrar que no se guardaba ninguna arma

bajo la manga.

Básicamente la autoestima es el amor que una persona tiene por sí misma; para otros, es el conjunto de las actitudes del individuo hacia sí mismo, o la percepción evaluativa de uno mismo.

Las "Aes" de la Autoestima.

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. Un 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.

Aceptación tolerante de nuestras limitaciones, debilidades, errores y fracasos. Un ser humano puede errar, como todos los demás, y no le extraña ni entristece demasiado el hecho de fallar alguna vez. Un joven que se acepta, reconoce serenamente los aspectos desagradables de su personalidad. Se responsabiliza de todos sus actos, sin sentirse excesivamente culpable por los desacertados. No le asustan sus defectos y prefiere triunfar, pero no se hunde cuando pierde.

Afecto: actitud positivamente amistosa, comprensiva y cariñosa hacia uno mismo, de tal suerte que la persona se sienta en paz y no en guerra, con sus pensamientos y sentimientos (aunque éstos no le agraden) con su imaginación y con su cuerpo (gordos o flacos, altos o bajos, estilizados o con "rollitos").

Atención: cuidado esmerado de sus necesidades reales, tanto físicas como psíquicas, intelectuales y espirituales. No nos referimos a las "necesidades creadas" artificialmente por la publicidad agresiva y engañosa. La persona que se autoestima prefiere la vida a la muerte, el placer al dolor, el gozo al sufrimiento. Protege su integridad física y psíquica; no se expone a peligros innecesarios.

Estas cuatro primeras "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 narcisismo, 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.

UNIDAD 2

Podemos definir la imagen física como 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” son refranes producto de la sabiduría popular que hemos escuchado cientos de veces cada vez que en una reunión hablamos acerca de la imagen física.

Tomen nota de que 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 no 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.

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. Por lo tanto, los ademanes deben corresponder a la magnitud y acción de la palabra oral de manera natural, administrados con la justa medida. Los ademanes 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.

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.

De entre todos los gestos que podemos hacer, ninguno tan favorecedor, poderoso, balsámico y recompensador como la sonrisa. La sonrisa espontánea y natural que gana adeptos.

La sonrisa limpia y transparente que inspira confianza. La sonrisa cautivadora que genera atracción. 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.

Una de las preguntas que más se hacen en los seminarios de Imagen no verbal es la de cuánto tiempo debemos quedarnos viendo a los ojos de los demás en un primer encuentro.

La respuesta es: el tiempo necesario para saber de qué color tienen los ojos, por lo que no será cuestión de tiempo, sino de mostrar interés en el otro.

El lenguaje corporal humano se inicia con la formación del feto dentro del seno materno.

Ya en la infancia, antes de hablar, los niños desarrollan un lenguaje corporal. Éste se relaciona en forma importante con las actitudes mentales básicas. Según Moller y Hegedahl, todo depende de la manera como podamos o queramos ver el mundo que nos rodea, de nuestros puntos de vista en los análisis que realizamos de las realidades propias y de las ajenas: ¿desde qué parte del mundo, desde qué país, desde qué etnia, vemos "lo bueno" y "lo malo", al bueno y al malo, al violentador y al violentado, al invasor y al invadido, tanto en la actualidad como a través de la historia?

El lenguaje corporal también está estrechamente relacionado con los estilos institucionales y personales, con las reglas de demostración y con las emociones y las conductas.

CONCLUSIÓN

Estudios sociológicos, psicológicos y científicos sugieren que causas tu primera impresión casi instantáneamente en base a tu apariencia, tu comportamiento y tu comunicación. Y que esa primera impresión que causas te acompaña por largo tiempo.

Sería maravilloso pensar que tus opiniones son racionales, objetivas y lógicas. Pero la realidad es que todos los días tomas decisiones mayoritariamente inconscientes sobre qué personas y qué productos incorporarás a tu vida. Y lo haces en segundos. Son decisiones basadas en corazonadas, en instintos o en algún procedimiento bastante alejado de la investigación analítica y racional. En realidad, tus opiniones se forman prestando atención a determinadas características externas de una persona o un producto a las que asocias determinadas cualidades internas, e invisibles, que crees que esos rasgos externos reflejan. Y no te culpes por ello. Este es un proceso cognitivo que escapa a la voluntad. Así es como funciona tu cerebro, y lo hace en el plano del subconsciente, totalmente fuera de tu control. Lo hace tu cerebro, lo hacía el de la Madre Teresa de Calcuta y también el de Al Capone. No importa que seas mejor o peor persona. Es un proceso cerebral inconsciente, o subconsciente.

Es importante que entiendas esta parte del proceso en la formación de la primera impresión para entender también cuán críticos son estos escasos segundos de que dispones para causar una buena impresión.

El ser humano es eminentemente visual. El 90% de la información que procesa tu cerebro es visual. Y esa información visual se procesa en el cerebro 60.000 veces más rápido que las palabras.

¿Significa eso que las palabras no importan?

Tamaño afirmación sería quizás exagerada. Sin embargo, hay que señalar que en esos escasos segundos que cuentas para causar la primera impresión quizás no te dé tiempo a decir mucho. O nada. Pero lo que es más importante todavía es que entiendas que si tus palabras contradicen lo que proyecta tu imagen visual, tu interlocutor percibirá falta

de coherencia. Y no hay saboteador más peligroso para tu imagen personal que la falta de autenticidad.

Por lo tanto, es fundamental ser capaz de gestionar todas las dimensiones de tu imagen para que proyecte un mensaje coherente.

En conclusión, la buena gestión de tu imagen personal hará que te proyectes como una persona segura, confiable, con una buena autoestima y valor de si mismo. Y tal y como tú te percibas a ti mismo, serás percibido por los demás.