



UNIVERSIDAD DEL SUR
PROYECCION PROFESIONAL

DOCENTE

NAHIELI CAMAS CAMERAS

ALUMNO

MARCO DE JESUS MORALES GARCIA

ACTIVIDAD

REDACTA UN ENSAYO

PRINCIPALES ASPECTOS DE LA COMUNICACION NO VERBAL

- Microexpresiones y expresiones faciales. Como su propio nombre indica, hacen referencia a las expresiones que se dibujan en el rostro.
- Gestos. Todos aquellos ademanes que se realicen momentáneamente con el cuerpo: brazos, manos, piernas...
- Postura. Implica una posición más duradera que los gestos e implica al cuerpo de forma general.
- Paralenguaje. El volumen de voz, el tono, el timbre, las pausas... Todo lo que acompaña al lenguaje y lo modula es paralenguaje.
- Proximidad. La proxémica es la disciplina que estudia cómo afecta la distancia entre personas a la comunicación no verbal.
- Accesorios. La ropa, el peinado, el maquillaje, los relojes..., todo ello son accesorios que nos pueden decir mucho acerca de una persona.
- Háptica. O lo que es lo mismo, la disciplina que estudia las implicaciones del contacto con otras personas.

PRINCIPALES ASPECTOS DE LA IMAGEN CORPORAL

La imagen corporal es la representación mental que cada persona tiene sobre su propio aspecto físico. Es cómo la persona se ve a sí misma y cómo se percibe cuando se mira al espejo, es decir, cómo la persona cree que es. La imagen corporal también tiene que ver con los sentimientos y emociones que experimenta la persona respecto a cómo percibe su físico, cómo se siente con su cuerpo y dentro de su propio cuerpo.

La persona tiene una percepción clara y real sobre cómo es su cuerpo. Es capaz de valorar y apreciar su cuerpo, siendo consciente de que sólo es una parte de su conjunto como persona y que otros aspectos, como la personalidad, tienen un valor más importante a la hora de definir su identidad. La persona se siente segura y cómoda dentro de su propio cuerpo.

¿Cómo es una imagen corporal negativa?

La persona tiene una percepción distorsionada de su cuerpo, viéndolo diferente de cómo es realmente.

Se siente ansioso/a y avergonzado/a de sí mismo/a y de cómo es su físico. Se siente incómodo/a y angustiado/a dentro de su propio cuerpo.

¿Cómo se desarrolla la imagen corporal?

El desarrollo de la imagen corporal depende en gran medida de nosotros mismos, pero inevitablemente se ve influenciada también por las personas de nuestro entorno y por la sociedad en general. A menudo recibimos mensajes, explícitos e implícitos, de familiares y amigos sobre nuestro cuerpo y sobre el valor de la imagen en la actualidad. Los medios de comunicación también nos envían mensajes sobre la importancia de la imagen y el culto al cuerpo, a menudo mensajes con una influencia muy negativa en el desarrollo de nuestra imagen corporal, ya que suelen mostrar como modelos de belleza cuerpos irreales e inalcanzables.

PRINCIPALES ASPECTOS DEL DISCURSO

El discurso consiste en elaborar un mensaje a través de diferentes mecanismos y recursos expresivos disponibles en la lengua. Se trata de un acto comunicacional donde interviene el emisor del discurso y el receptor.

Características generales del discurso

Aunque cada tipo de discurso tiene una características propias podemos distinguir aspectos similares entre los diferentes discursos o formas del discurso.

Las principales características del discurso son la objetividad, especialización, precisión y verificabilidad. Pero existen muchas más como:

- Contextos. Los factores discursivos que acompañan el texto influyen en el propio discurso. Esto hace referencia al contexto comunicacional donde se produce el discurso.
- Objetividad. Los hechos y opiniones que se encuentran en el discurso serán tratadas con objetividad por parte del emisor. Siempre que no se trata de un texto descriptivo subjetivo.

- **Universalidad.** Aunque el tema del discurso no sea de carácter universal el discurso tiene que ser comprendido por el receptor.
- **Especialización.** Los discursos técnicos y especializados exigen el dominio del tema.
- **Precisión.** Adecuación lo más objetiva posible de la acción que se transmite. Transmitir un mensaje basado en datos claros, precisos y ordenados.
- **Verificabilidad.** El receptor tiene que tener la posibilidad de corroborar que la información transmitida en el discurso es real.
- **Continuidad.** Para comprender el discurso será necesario prestar atención desde el principio hasta el final.

El discurso, además, también se caracteriza por transmitir un mensaje de manera ordenada, ágil y con un lenguaje preciso, conciso y dinámico.