

3 FEBRERO DE 2022.

UNIVERSIDAD DEL SURESTE.

SAIDE SELENE VELAZQUEZ GALLARDO.

MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA.

ETICA Y BIOETICA VETERINARIA.

VICTOR MANUEL GONZALEZ SALAS.

PREGUNTAS DEL CAPITULO 4 Y 5.



debate

4

## Axiología

*Troya, Eneos y Anquises*

*Cuando ocurrió el incendio de Troya, Eneos tuvo la capacidad y la fuerza para rescatar del desastre a Anquises su padre. Como el anciano no podía correr, el héroe lo cargó en la espalda. La escena se conserva en los museos de El Vaticano en un cuadro de Rafael.*

### LOS VALORES: EL MUNDO DE TODOS

Un problema fundamental de la ética es el de la valoración moral; su tratamiento supone, naturalmente, los conceptos de **valores** en general y de **valores morales** en particular. Así, pues, antes de abordar ese problema, nos ocuparemos del tema de los valores.

Si el vivir es “comunicarnos y hacer proyectos” —como decía Ortega y Gasset—, nosotros podemos agregar que nos movemos en un mundo de valores. Cuando los entendidos opinan acerca de la situación política y salen del café después de arreglar el mundo; cuando los jueces rinden su dictamen en un concurso de Miss Universo; cuando los jurados pronuncian su veredicto al declarar culpable o inocente al acusado; cuando las mamás comentan molestas la calificación —injusta, según ellas— que el profesor dio a sus hijos; y en otras mil ocasiones más, en realidad formulamos **juicios de valor**, es decir, valoramos.

La valoración implica actos de preferencia y éstos, a su vez, indican



**Figura 4.1**  
*Guadalupe Jones, Miss Universo 1991.*





Antes de realizar los ejercicios te sugerimos lo siguiente:

- a) Relee la unidad.
- b) Lee con atención los pasajes y relatos que se encuentran al inicio de cada grupo de ejercicios.
- c) Reflexiona antes de contestar las preguntas.



Formación general

1. ¿Qué son el valor de uso y el valor de cambio?

es la utilidad de una cosa, capacidad que posee de satisfacer una necesidad. el valor de cambio es un bien económico.

2. ¿Qué son la mercancía y el dinero?

mercancía es aquello que se puede vender o comprar, dinero: conjunto de valores o valores que pueden transferirse en dinero.

3. ¿Qué es la axiología y cuál fue la aportación de Hermann Lotze y Friedrich Nietzsche?

es una disciplina filosófica que estudia los valores de las cosas.

4. ¿Un objeto podrá ser depositario de cualquier valor?

Si

5. ¿Qué es el valor?

es el grado de la significación, importancia o importancia de una cosa.

6. En relación con el valor, ¿en qué difieren los objetivistas de los subjetivistas?

Objetivista: son los que dicen que los valores valen por sí mismos.

Subjetivistas: no son reales, no valen lo mismo, sino que son las personas quienes les otorgan valor.

7. Enumera las características de los valores:

Jerarquía, Pluralidad, Durabilidad  
Flexibilidad y Satisfacción

8. En la tabla scheleriana, ¿por qué los valores vitales son superiores a lo agradable?

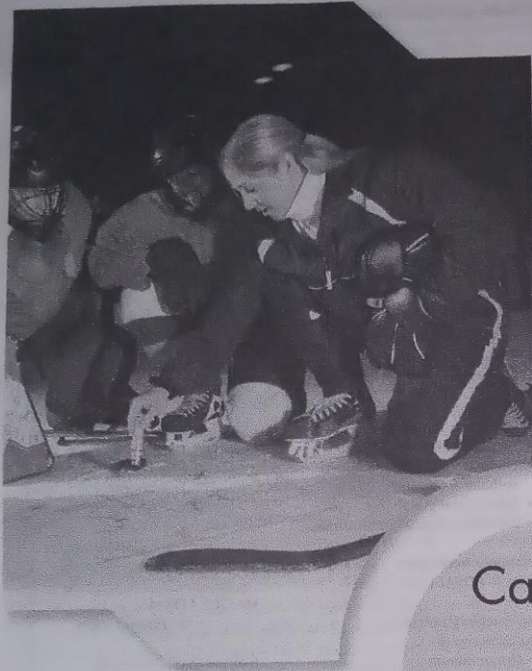
Los valores vitales incluyen  
la salud de la persona (Nosotro)  
Por eso son superiores

9. ¿Qué diferencia hay entre jerarquía y gradación, entendidas como características de los valores?

La jerarquía compara al valor de  
distintas especies y trata de buscar  
uno superior y gran valor son niveles  
que puede haber

10. ¿En qué consiste la crisis de valores?

Son crisis o principios que  
producen cuando su significado  
comienza a perder sentido y  
utilidad práctica en asuntos  
concretos.



## Capítulo

# 5

*En épocas de exaltación dialéctico-verbal como la presente, con sus poderosos medios de comunicación, hay que atender, más todavía que a la estrategia política, militar y económica, a la estrategia del lenguaje. Pueden perderse o ganarse batallas decisivas en el campo aparentemente sereno e inofensivo del lenguaje. ¿De dónde arranca esta temible estrategia y cuáles son sus recursos?*

ALFONSO LÓPEZ QUINTAS

# La comunicación oral estratégica

## Definición de conceptos

Después de estudiar el capítulo 5, escriba las siguientes definiciones:

1. Estrategias  

Son estructuras de funciones y recursos intelectuales efectivos o psicomotrices, que se conforman en los procesos de pensamiento que realizamos para cumplir diversos objetivos.
2. Comunicación estratégica  

Es un enfoque de la comunicación social que se propone como una nueva traza de la comunicación que plantea abordar a la comunicación como fenómeno histórico, complejo, situacional y fluido.
3. Estructura de una estrategia de comunicación  

Planación, organización y interacción
4. Forma de una estrategia de comunicación  

La forma depende de la interacción que se lleva a cabo en el momento de la comunicación, ya sea de persona a persona.
5. Microestrategia  

Funcionan a niveles de acciones sencillas, simples en los que usamos conocimientos, técnicas, y habilidades muy específicos.
6. Macroestrategia  

Operan en niveles de ejecución superiores, con acciones diversas en las cuales se combinan conocimientos, técnicas, habilidades, actitudes y valores.
7. Forma del proceso de comunicación  

Es el tipo de intercambio que se produce entre emisores.
8. Análisis de receptores o público  

El análisis de receptores es un proceso de aproximación o acercamiento mediante la búsqueda de datos o información.
9. Selección de tema  

Es la etapa inicial de toda investigación que implica seguir un proceso ser creativo, determinar prioridades y lo más importante fijar metas.
10. Planeación de la comunicación  

Es el proceso de establecer cómo se llevará a cabo la comunicación entre los miembros del equipo y los partes involucradas, ya sea en un proyecto, en una organización o en ambos.

## Preguntas para estudio

1. ¿Para que le sirve a una persona saber utilizar estrategias de comunicación?
2. ¿En qué situaciones cree usted que es necesario utilizar la comunicación estratégica? ¿Para qué propósitos? ¿Qué tipo de personas son las que la utilizan con mayor frecuencia?
3. ¿A qué se refieren las etapas de planeación, de organización y de interacción en la comunicación estratégica?
4. ¿Cree que la comunicación estratégica necesite de una intención consciente, o propósitos bien definidos y en ocasiones difíciles de cumplir? ¿Por qué?
5. ¿Para qué le sirve al comunicador saber utilizar microestrategias o macroestrategias?
6. ¿Para qué le sirve al comunicador realizar análisis de los posibles receptores que escucharán su mensaje?
7. ¿A qué se refiere la *forma* en la comunicación estratégica?
8. Cuando planeamos una situación de comunicación estratégica, ¿qué tipos de preguntas debemos hacernos para planear efectivamente?
9. ¿En qué consiste el análisis de actitudes de los receptores? ¿Qué diferencias encontramos con el análisis psicológico?
10. ¿Para qué nos sirve reconocer o planear el lugar donde se llevará a cabo el proceso de comunicación?

- R1 sirven de mucho para su vida personal, laboral, etc. Esto requiere planear, organizar, aplicar, supervisar y evaluar el método a emplear para transmitir el mensaje a los receptores de manera que se entienda excelente.
- R2 una de las situaciones en donde se puede usar la comunicación estratégica por ejemplo en un foro abierto, donde existe un determinado número de personas para escuchar la ponencia.
- R3 se refiere al proceso de comunicación que se vive en el momento.
- R4 si, porque así se cumplen metas y se realizan de buena manera nuestros objetivos planeados a la hora de comunicarnos con el público en general.
- R5 entre tantas cosas, para poder aprender todas las técnicas que se pueden desarrollar en la comunicación oral estratégica.
- R6 es de vital importancia ya que de esta manera conoceremos hacia a quien va dirigido el mensaje, que resultados esperan de ello y la manera idónea de transmitirlos.
- R7 a la interacción
- R8 ¿para que? ¿Dónde? ¿cuando?
- R9 consiste en la investigación sobre creencias, valores y los hábitos de comportamiento del receptor, para hacer inferencias sobre sus posibles actitudes hacia el tema.
- R10 Para poder conocer los problemas.