

UNIVERSIDAD DEL SURESTE



LICENCIATURA EN NUTRICIÓN

- › ***MATERIA: Proyección Profesional***

- › ***ACTIVIDAD → Reporte de lectura***

- › ***DOCENTE: Víctor Antonio González Salas***

- › ***ALUMNA: Xochitl Perez Pascual***

- › ***Octavo cuatrimestre: grupo "A"***

Tapachula Chiapas 23 de enero 2022

La imagen pública

La imagen es un resultado y, por lo tanto, provocado por algo. Dicho de otra manera, es el efecto de una o varias causas.

Los estímulos

Es un incitamiento para obrar o funcionar.

Los estímulos verbales

Generan la percepción principalmente a través de la palabra en cualquiera de sus formas: oral o escrita y pueden transmitirse por cualquier medio acorde con su naturaleza.

Los estímulos no verbales

Son aquellos que generan la percepción principalmente a través de recursos ajenos a las palabras, es decir que comunican sin palabras.

Estímulos mixtos

Generan percepción a través de la emisión simultánea de estímulos verbales y no verbales.

Ecuación de la imagen

Los estímulos emitidos por algo o alguien generarán percepción que se traducirá en imagen, que se convertirá en la identidad de quien ha sido percibido, una vez otorgada, esta identidad se convertirá en la verdad particular de quien lo ha percibido. Por lo tanto, percibir identidad, identificar, pasa a ser un dato de conocimiento que se convierte en experiencia y por lo tanto en propiedad psicológica. Estímulo + Receptor = Percepción + Mente = Imagen + Opinión = Identidad + Tiempo = Reputación.

La reputación

Se define como la opinión que la gente tiene de una persona o cosa.

Axiomas de la imagen

Se entiende por axioma un principio, sentencia o proposición que es tan clara y evidente que no necesita demostración.

➤ Axioma 1: Es inevitable tener una imagen Este axioma motiva a una reflexión que tiene mucho de sentido común. Todo tiene una imagen, nada ni nadie se puede escapar de ser percibido por alguien.

➤ Axioma 2: El 83% de las decisiones las hacemos por los ojos. Pensemos cómo reaccionaríamos rápidamente cuando vemos algo, inmediatamente decidimos si lo deseamos para nosotros o no, provocando una acción de rechazo o aceptación. Por ello el sentido de la vista es tan importante en nuestras decisiones que en algunos casos llega a sustituir a otros sentidos que deberían determinar en primer lugar.

➤ Axioma 3: El proceso cerebral que decodifica los estímulos toma unos cuantos segundos Los científicos no se ponen de acuerdo, hay quien dice 5 segundos y hay quien se va hasta 12. No importa, el caso es que son los primeros segundos los que constituyen el momento crítico en el que causamos la primera impresión.

➤ Axioma 4: La mente decide mayoritariamente basada en sentimientos Aun en estos tiempos, muchas personas no entienden la importancia que juegan los sentimientos en las relaciones sociales y de negocios e interacción en general. A veces se piensa que la racionalidad está por encima de los sentires personales, o así debería ser; pero la realidad es otra.

➤ Axioma 5: La imagen es dinámica Todo es cambio y movimiento, y está es la oportunidad que se tiene para modificar en cierta medida una imagen inicial.

- Axioma 6: El diseño de una Imagen debe respetar la esencia del emisor La primera condición que debe cumplir todo aquel consultor que se jacte de ser un profesional de la imagen, es la de respetar la esencia de su cliente y para poder hacerlo, primero tiene que aprender a reconocerla.
- Axioma 7: La imagen siempre es relativa. En cuestiones de creación de imagen nada es bueno ni malo, mejor o peor, sino lo que debe ser de acuerdo con la esencia del sujeto emisor, con las necesidades de sus audiencias y con el objetivo que se desea cumplir.
- Axioma 8: El proceso de creación de una imagen es racional por lo que requiere de una metodología. Paradójicamente, se trata de provocar emoción en una audiencia a través del uso de la razón de un equipo de trabajo, por lo que serán importantes sus conocimientos, creatividad y sensibilidad.
- Axioma 9: La eficiencia de una imagen irá en relación directa a la coherencia de los estímulos que la causen. Este axioma debe ser entendido especialmente por aquellos que creen que una imagen puede construirse atendiendo solamente a un elemento de los muchos que la conforman.
- Axioma 10: Siempre tomará más tiempo y será más difícil reconstruir una imagen que construirla desde el origen. Una de las preguntas más frecuentes, se refiere a saber si es posible cambiar una imagen negativa.
- Axioma 11: A mejor imagen mayor poder de influencia Poseer una buena imagen reporta entre otros muchos beneficios: incremento en la seguridad de sí mismo y aumento en el nivel de confianza.
- Axioma 12: La imagen de la titularidad permanezca en la institución Las instituciones están formadas por personas y de todas ellas, quien comanda afectara con su manera de ser a toda la institución.
- Axioma 13: La imagen de la institución permanezca en sus miembros Una vez creada la imagen de una institución, todo aquel que sea miembro de ella será etiquetado de la misma manera.

Bibliografía

Gordoa, V. (2007). Importancia de la imagen pública. En V. Gordoa, *El Poder de la Imagen Pública* (págs. 35-41). México DF: EDAMEX.

