

(ENSAYO)

(COMUNICACIÓN ORAL)
(Tahiri de los santos hernandez)

PRESENTA EL ALUMNO: →

(Yizel Hainoam Villarreal Moreno)

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

**(2 semestre
semiescolarizado)**

Pichucalco Chiapas

12 febrero 2022

INTRODUCCIÓN

En el siguiente ensayo encontramos los temas del capítulo 8 y 9 que son Comunicación en público. Estrategia para persuadir y actitudes y ética, con definiciones personales y de la antología y autores. Los temas son importantes por qué no explica cómo comunicarnos con las demás personas en público, en privado y en grupos de sociedades. Nos enseña cuál es la importancia de la comunicación en nuestra vida como llevarla a cabo.

De nuestras actitudes y éticas, La ética podríamos definirla como la orientación racional de la conducta hacia la consecución de unos fines determinados; fines que evidentemente no pueden atentar contra nuestra condición de seres sociales.

Ensayo del capítulo 8 y 9

Comunicación en público. Estrategia para persuadir

Uno de los mayores poderes de la comunicación es su capacidad de influir y provocar cambios en la gente. La influencia de la comunicación está presente en todas nuestras actividades cotidianas, pero destaca la trascendencia que han logrado los grandes líderes con sus ideas, decisión y convencimiento, que cambiaron las formas de pensar y de actuar de muchos hombres y mujeres. La capacidad de persuasión es fundamental para poder comunicarnos asertivamente, ya que permite que las interacciones sociales sean en base a argumentos y conexión emocional. En otras palabras, se puede decir que la persuasión es un componente para humanizar la comunicación.

Mediante la persuasión podemos facilitar el crecimiento de los otros o destruirlos “la epistème, así como la dóxa, supone persuasión, con lo cual la filosofía también deberá lograr persuadir a quien quiera instruir.” (Sócrates pag. 7).

La relación entre la comunicación y la persuasión estriba en que ambas son medios de enseñanza y aprendizaje de conductas, pero la distinción más importante entre ellas es que la persuasión es siempre un proceso de comunicación consciente.

“La creación de un estado de identificación entre una fuente y un receptor que resulta de la utilización de símbolos” (Charles Larson 1986 pag. 7).

La persuasión se considera la forma de comunicación más importante para el desarrollo de la vida democrática de toda sociedad civilizada, porque provee, a las personas que la conforman.

Actitudes y ética

Toda comunicación oral con una intención ética requiere un potencial generador de valores, como son la verdad, el valor, la confianza y el autodominio, que a la vez originan actitudes y conductas positivas, que funcionan como fortalezas del comunicador. El valor es una cualidad de un sujeto o un objeto. Los valores son agregados a las características físicas o psicológicas, tangibles del objeto; es decir, son atribuidos al objeto por un individuo.

“el valor de aquellos elementos que fueran escasos no dependía del trabajo, puesto que ningún trabajo podía aumentar su cantidad y su valor no podía reducirse aumentando la oferta.”(David Ricardo).

Los contravalores y las actitudes negativas son comportamientos que una persona tiene hacia las normas sociales. ... "Son obstáculos, actitudes hostiles o negativas que generan una disfunción en la sociedad. se oponen al crecimiento de la personalidad y desarrollo del ser."

Ser ético y tener valores y actitudes positivas hacia los demás en el proceso de comunicación oral depende, en gran parte, de la percepción que tengamos de nosotros mismos. Conocer nuestras potencialidades y límites es formarnos un autoconcepto, que podemos definir como “una conciencia, un conocimiento que posee el individuo de su existencia, de sus actos y de su relación con el mundo exterior” (Enciclopedia de la psicopedagogía, 1998:770).

La manera en que nos percibimos y percibimos a los demás, así como en la que los demás nos perciben, son vitales para la comunicación.

CONCLUSIÓN

Entendemos que la comunicación es el proceso mediante se puede transmitir información de una entidad a otra. En otras palabras, es el proceso de comunicarnos con las personas que nos rodean. La comunicación pública es de vital importancia, ya que asegura una atención integral al usuario, un posicionamiento positivo en la opinión pública, buena imagen en la ciudadanía, confianza en las partes interesadas y productividad en los empleados y altas directivas de la organización. Igual de importante, si tenemos que hablar en público, es la conclusión de nuestro discurso.

En la conclusión tenemos que motivar a nuestros oyentes y decirles lo que esperamos que hagan con la información que les hemos presentado, si no somos capaces de hacer esto bien, podemos perder el valor de nuestra presentación.

BIBLIOGRAFÍA

Antología: Comunicación oral y escrita (Socorro Fonseca)

Sócrates: página 7 comunicación y persuasión

Charles larson: 1986 pag. 7 Persuasión

Enciclopedia de la psicopedagogía, 1998:770