



NOMBRE DEL ALUMNO(A): ADILENY LOPEZ ROBLERO

CATEDRATICO(A): SANDY NAXCHELY MOLINA

TRABAJO: CUADRO SINOPTICO

MATERIA: PROYECCION PROFESIONAL

GRADO: 8VO CUATRIMESTRE

GRUPO: "B"

COMITAN DE DOMINGUEZ CHIAPAS A 27/01/2022

**ACCIONES
ESTRATÉGICAS PARA
ESTABLECER LA
IMAGEN PERSONAL.**

INTRODUCCIÓN

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.

La imagen física ha resistido todos los embates y manipulaciones que diferentes corrientes han emprendido en contra o a favor de ella.

El resultado final es que ha soportado todas las argumentaciones posibles y quedado establecida como uno de los pilares más importantes en los que pueden descansar los códigos de comunicación no verbal de la imagen personal.

Cualquier ser humano ha sido capaz de entender muchas cosas acerca de los demás con sólo ver cómo se presentan frente a él.

En 1839, en su obra Hija de Eva, Balzac señala que para una mujer el vestido es “una manifestación continua de los pensamientos más íntimos, un lenguaje, un símbolo”.

Actualmente, con la ayuda de la semiótica, los sociólogos nos dicen que también la moda es un lenguaje de signos, un verdadero sistema de comunicación no verbal.

El estructuralista francés Roland Barthes en Las enfermedades del vestido nos habla del vestuario teatral como un tipo de escritura cuyo elemento básico es el signo.

Finalmente Alison Lurie, en su imprescindible obra El lenguaje de la moda, agrega que “si la indumentaria es una lengua debe tener un vocabulario y una gramática como el resto de las lenguas.

LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

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.

Ademanos

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.

El problema de los ademanes radica en que nos pueden traicionar y hasta contradecirnos en el momento de una alocución pública.

Siempre recuerden que si nuestro lenguaje corporal contradice nuestras palabras, la audiencia se quedarán con los dicho sin palabras como mensaje verdadero.

Gestos

Nuestra cara, como ninguna otra parte de nuestro cuerpo, puede controlar, complementar o sustituir las palabras.

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.

Contacto visual

Establecer un buen contacto visual con las personas que interactuamos equivale a tener un sólido puente de comunicación entre dos lugares distantes.

No hacerlo produce una sensación de desconfianza, inseguridad, disgusto por el otro y hasta falsedad.

Parafóticamente en México, país que pregonamos a los cuatro vientos como la cuna misma de la hospitalidad y la amistad, tenemos la natural y molesta costumbre de no establecer contacto visual con nuestros interlocutores.

Observemos detenidamente nuestra costumbre de presentarnos y díganme si me equivoco.

Establecer contacto visual significa vencer el miedo de conocer y dejar que nos conozcan, porque cuando se entabla contacto visual se abre el conducto que conduce al corazón, por eso genera confianza.

Conducta táctil

Es el uso del tacto como medio de comunicación.

Es la permisibilidad de tocar y ser tocado dentro de las reglas de etiqueta cultural propias.

Existe desde la conducta táctil profesional que no encierra ninguna emoción como la del médico, el sastre o el instructor del golf, hasta la conducta táctil sexual que es la máxima expresión de intimidad; pasando por las de amistad, amor o pura cortesía

LA IMAGEN CORPORAL

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

Éste se relaciona en forma importante con las actitudes mentales básicas. Según

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.

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.

Para definir el lenguaje corporal, tenemos que considerar los siguientes puntos:

- Condiciones anatómicas previas.
- Tipo caracterológico del individuo o emociones y conductas.

- Género: masculino o femenino.
- Entorno correspondiente.

- Estrés.
- Hábitos y dolencias corporales, psíquicas y mentales, que pueden ser hereditarios o adquiridos luego del nacimiento.

Cabeza y cuello

El cuerpo del hombre social no está desnudo, por lo que la vestimenta también “habla”. El cuello del hombre que usa traje debe lucir impecablemente planchado, sin arrugas.

En el cuello de la mujer, si aparece adornado, debe lucir un accesorio de buen gusto, combinado, y que no esté en malas condiciones.

Contacto visual

Para el lenguaje corporal, las impresiones visuales son lo más importante dado que gracias al contacto visual se registran:

- Apariencia externa y física, ademanes, gestos, mímica.
- Temperamento, ritmo de movimiento de avance, capacidad de reacción.
- Manifestaciones emocionales.
- Utilización del espacio.

Postura o cinestesia

Las posturas corporales emiten señales claras y señales dobles.

Podemos decodificar las señales claras en la medida que conozcamos mejor al emisor.

Si el emisor de una señal es un extranjero o un desconocido cuya cultura o subcultura no conocemos bien, es necesario tener mucho cuidado, porque es posible que no sepamos interpretar bien sus señales corporales.

Ademanes y movimientos.

Cuando hablamos de ademanos nos referimos en especial a los movimientos de los brazos y las manos al hablar.

La facilidad o dificultad que se tiene para usar los gestos, para expresarlos libremente o refrenarlos en algún momento está relacionada directamente con la personalidad, con la nacionalidad, con la pertenencia deliberada y consciente o encubierta a un determinado grupo social.

Cuando estamos conversando, dialogando, cuando vemos a las personas, cuando hablamos, no es difícil interpretar los ademanos y gestos, especialmente si conocemos la cultura de los individuos con los que interactuamos.

Sentido de tacto y piel

Hace mucho tiempo ya que en nuestra cultura occidental una piel suave, limpia y sana tiene gran importancia social.

Las arrugas, la suciedad y las enfermedades de la piel han sido siempre motivo de rechazo. Con la piel se relaciona todo aquello que se percibe al tocar.

En nuestras sociedades occidentales no es agradable impregnarse el sudor de la otra persona en ambientes sociales habituales o laborales, por lo que tenemos que ser muy cuidadosos en este sentido – por eso siempre recomiendo llevar pañuelos de lino o algodón o desechables.

Hay personas que tienen un sudor muy fuerte, que al ser aspirado por los otros individuos, automáticamente condiciona una reacción corporal negativa, de rechazo.

En el caso de que sienta que su sudor es fuerte, es importante a recurrir a productos existentes en el mercado para combatirlo.

Discurso

El discurso es el lugar donde se construye el hablante y se ejercita la lengua para significar el mapa enunciativo de las relaciones humanas.

En la palabra se marca la huella de nuestra personalidad y se desdobra la actitud del texto que siempre establece un particular sentido relacional con los destinatarios.

En este plano, el discurso expresa las decisiones y ejecuciones del hablante en el mundo: es un acto del habla.

Cómo escribir un discurso

Éste es uno de los más grandes retos a los que pueda enfrentarse cualquier ser humano, y es que no hay algo que produzca más ansiedad que saber que se tiene que escribir un discurso y darse cuenta de que ni siquiera se sabe por dónde empezar.

El discurso en su estructura presenta tres áreas

Introducción: representa la ventana del mensaje en la cual debe establecer una relación positiva con el público.

Desarrollo: es el cuerpo del discurso, la parte medular del texto. Aquí se desarrollan las ideas planteadas en la introducción y generalmente se expone la dimensión racional del mensaje.

Clímax: es la parte más intensa del mensaje y donde se apela a las emociones del público.

Conclusión: define el cierre discursivo. Es importante que la conclusión sea contundente, pues representa el último anclaje del mensaje.

**Orden y
distribución de
la información**

Inductivo: ordena la información de lo particular a lo general. Parte de los hechos particulares que conducen a la audiencia al razonamiento global de los contenidos.

Deductivo: la secuencia informativa se estructura de lo universal a lo particular, presentando una visión general de los acontecimientos, cuyo desarrollo permitirá focalizar los contenidos del mensaje.

Espacial: la información se estructura a partir de los criterios geográficos que permiten dimensionar las fronteras contextuales del mensaje.

Temporal: los contenidos se estructuran considerando pautas temporales que distribuyen la información, estableciendo límites de contexto.

Problema-solución: este razonamiento presenta dos ejes rectores donde se indorma acerca de una problemática y se propone una solución al planteamiento formulado que incidirá en la distribución de contenidos.

**Los recursos
tácticos del
discurso**

Saludo: presentación del hablante ante el público. Es el punto de partida del protocolo discursivo. Establece una relación positiva con los destinatarios generando anclaje y atención.

Registro temático: el mensaje puede iniciarse considerando los contenidos rectores que definen el planteamiento del discurso.

Registro circunstancial: es la situación o coyuntura en la que se presenta el discurso, la cual es representativa por asociación con el contenido del mensaje y constituye un factor de reconocimiento que genera autoridad con la audiencia, pues finca conocimiento del contexto.

Registro de audiencia: es el discurso que se presenta haciendo alusión a las necesidades y expectativas del público.

Registro anecdótico: es un relato vivencial que se narra en primero o tercera persona y que alude a situaciones que tienen una relación de contenido con el mensaje que se está comunicando.

Competencias personales

Adaptabilidad

Afronta los cambios. Las empresas valoran cada vez más la flexibilidad de sus empleados a la hora de hacer frente a cambios o imprevistos y de aportar soluciones de forma ágil y eficaz.

La iniciativa, la proactividad y la flexibilidad son habilidades relacionadas con esta competencia que ayudan a reforzarla.

Aprendizaje

La voluntad de aprendizaje continuo es una competencia muy valorada por las organizaciones.

Muchas empresas consideran hoy en día el aprendizaje como un activo decisivo y estrechamente vinculado con la competitividad.

Consiste en ampliar los conocimientos más allá de un área de trabajo concreta y en actualizarse de manera continua respecto a las nuevas metodologías, procesos o técnicas relacionadas con tu profesión.

Colaboración

Aunque seas muy bueno en lo tuyo, has de ser capaz de trabajar en equipo, de compartir, de colaborar y de ayudar a otros de manera coordinada con el fin de conseguir unos objetivos comunes.

El trabajo del siglo XXI no se entiende sin esta perspectiva colaborativa, transversal y vertical, entre compañeros, grupos, departamentos y proveedores de una misma empresa.

Comunicación

Una persona competente en materia de comunicación es capaz de transmitir información de forma fluida, clara y veraz, tanto de forma oral como escrita.

Es alguien que expresa sus pensamientos, sentimientos, hechos y opiniones adaptándose a los diferentes contextos y que también sabe escuchar de forma activa y empática.

Creatividad

Relacionada con la innovación, la creatividad consiste en tener la capacidad de generar ideas, perspectivas y soluciones diferentes para crear nuevos productos o servicios, mejorar ámbitos ya existentes, desarrollar nuevas metodologías o modelos de negocio, etc

Gestión de la información

La sociedad actual está sobrecargada de datos, información y conocimiento.

Para las empresas es importante la capacidad de recopilar, filtrar y clasificar la información con el fin de discernir la que es relevante de la que no lo es.

Se trata de saber organizar los datos de los que dispones de la manera más útil para tu provecho y el de tu empresa.

Inteligencia social

La inteligencia social o emocional muestra la capacidad de conectar con los demás.

Las organizaciones valoran a aquellos profesionales que son capaces de expresar y gestionar sus emociones y de captar las de aquellos que los rodean con el fin de adaptar sus palabras, tono y acciones.

Se trata de una capacidad imprescindible a la hora de colaborar y construir relaciones positivas con grupos de personas en contextos diferentes.

Lealtad

Las empresas buscan empleados comprometidos y leales con la cultura y con los objetivos de la organización, personas que busquen el bien común por encima de sus propios intereses.

La lealtad en una organización depende de la calidad moral y de los valores de los empleados, pero también del trato que la empresa les dé como personas.

Motivación

La motivación es la capacidad de sentirse estimulado por una actividad tanto para iniciarla como para proseguir con ella hasta su total ejecución.

La motivación está muy relacionada con el entusiasmo y con mantener una actitud positiva en el trabajo.

Responsabilidad

La responsabilidad es la capacidad para asumir el control de tus actividades y supervisar un proyecto de principio a fin, gestionando cada parte del proceso.

Implica también ser capaz de responder a los resultados, sean estos positivos o negativos, y de admitir los posibles errores.

Competencias profesionales

Las competencias profesionales, son todas aquellas habilidades y aptitudes que tienen las personas que les permiten desarrollar un trabajo de forma exitosa.

Las competencias técnicas de una profesión son valoradas para los empleadores, pero cada vez se valoran más todas aquellas competencias transversales que te ayudan a diferenciarte de los demás y te hacen más apto para un tipo de trabajo.

Las competencias profesionales, son todas aquellas habilidades y aptitudes que tienen las personas que les permiten desarrollar un trabajo de forma exitosa.

Las competencias técnicas de una profesión son valoradas para los empleadores, pero cada vez se valoran más todas aquellas competencias transversales que te ayudan a diferenciarte de los demás y te hacen más apto para un tipo de trabajo.

Tipos de competencias

Existen diferentes tipos de competencias que te identifican y te hacen más o menos apto para un tipo de trabajo.

Existen muchas definiciones de competencias, como también modelos, a continuación te mostramos cómo se estructuran las competencias según el modelo ISFOL1.

Este modelo, identifica tres tipos principales de competencias:

- Competencias de base.
- Competencias técnicas.
- Competencias transversales.

Las competencias de base son aquellas que permiten el acceso a una formación o a un trabajo, son los conocimientos básicos que permiten poder acceder a un trabajo.

Oralidad

La oralidad o imagen verbal es una de las imágenes subordinadas a la imagen personal o institucional que más peso tienen en la conformación de la percepción debido a que los estímulos que la conforman son las palabras en su forma oral o escrita.

Tener una buena imagen verbal es requisito indispensable para triunfar en el juego de la vida.

Un individuo que sabe expresarse correctamente, independientemente de los estudios profesionales que haya cursado, siempre tendrá ventaja sobre los demás.

El manejo de la ansiedad

Para poder manejar las sensaciones desagradables de la ansiedad, tal vez les sea útil saber que corresponden a un proceso físico-químico natural del que es prácticamente imposible escapar.

Resulta que ante cualquier situación de emergencia, nuestro cuerpo genera una droga natural que se llama adrenalina, cuyo efecto es el de hacernos más capaces para enfrentar el peligro.

Desgraciadamente, esta droga natural tiene efectos físicos secundarios desagradables entre los que se encuentran: producir sudoración excesiva, movimientos corporales incontrolados como temblor de piernas y manos, parálisis total o parcial y sensación de asfixia, reacciones que si bien son desagradables, también son normales.

La respiración

La respiración es la base de un buen funcionamiento orgánico y su práctica correcta mejora nuestro rendimiento físico, mental y espiritual.

La respiración profunda, también conocida como diafragmática, se logra al enviar más aire hacia la base de los pulmones y músculo llamado diafragma se mueve por necesidad.

Cuando al respirar inflamamos el tórax estamos apenas usando el 35% de nuestra capacidad pulmonar debido a que la forma de nuestros pulmones es más estrecha arriba que abajo.

La sonrisa

Con respecto a la sonrisa sabemos que ésta produce un efecto en dos direcciones: hacia fuera y hacia dentro.

Recordemos que sonreír es el principal código de comunicación no verbal para transmitir confianza, por lo que si abordamos a nuestra audiencia sonriendo no solamente no percibirán nuestra ansiedad sino que lo interpretarán como que estamos gozando el momento con gran seguridad y alegría.

Requisitos que debe cumplir todo mensaje

Sencillez: Para lograr la sencillez es necesario que adecuemos nuestro mensaje al lenguaje que nuestro público requiere.

Conocimiento: La clave maestra para que casi siempre puedan hablar acerca de algo es sólo referirse a lo que saben, lo que sienten, lo que piensan o lo que han vivido.

Brevedad: Cuando estamos frente a un expositor que habla de manera precisa y no toma más del tiempo necesario para darnos a conocer su mensaje, siempre pensaremos que es mejor que el que se tomó el doble de tiempo y además le agradecemos por siempre el no haber abusado de nuestro tiempo.

Orden: El orden es un requisito indispensable que se debe cumplir para facilitarle a la audiencia el seguimiento de nuestras ideas y se cumple si procuramos seguir un esquema de estructura similar al de una construcción.

Expresión escrita

A diferencia de lo que decimos hablando, lo que escribimos permanece y dice mucho de nosotros: si nos expresamos mal, si no ponemos intención en nuestras palabras.

En la mayoría de los puestos de trabajo, se dedica más del 50% del tiempo a la escritura: desde correos electrónicos o SMS, hasta informes y presentaciones.

Ojo, escribir bien no es sinónimo de escribir eficazmente. No creas que sólo con escribir bien puedes seducir al lector o convencerle.

Antes de escribir.

Lo primero que deberías hacer, antes de escribir un documento o un correo electrónico o cualquier mensaje online u offline, es plantearte cuál es el objetivo del mismo.

Los objetivos pueden variar sustancialmente y muchas veces eso no se tiene en cuenta y es algo fundamental para definir el tono, el estilo, el vocabulario, etc. de un escrito.

Y llega el momento de la acción: ponernos a redactar

Escribe correctamente, respetando las reglas básicas de gramática y ortografía.

Utiliza frases cortas siguiendo preferentemente la estructura: Sujeto – Verbo – Predicado.

Jerarquiza la información, o sea, pon orden y haz hincapié en lo más importante.

Evita al máximo el uso del subjuntivo y el condicional.

**Algunos breves
consejos para mejorar
tu comunicación.**

Ordenar los pensamientos e ideas.

Conocer el buen manejo del lenguaje. Para ello, leer es imprescindible.

Aplicar algunas normas sencillas que evitan caer en los errores más comunes.