



Nombre De Alumno: Julio Cesar Hidalgo Albores

Nombre Del Profesor: Lic. Sandy Naxchiely Molina Román

Nombre del trabajo: Cuadro Sinóptico (Unidad II)

Materia: Proyección personal

Grado: 8vo Cuatrimestre

Grupo: "B"

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a 29 de enero de 2022

Unidad II

2.1 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. “Como te ven te tratan”, “La primera impresión es la que cuenta”,

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.

Desde que el hombre hizo su aparición sobre la faz de la tierra ha existido en él la preocupación por la forma como se mostrará ante los ojos de los demás. Sin importar eras de tiempo, cualquier ser humano ha sido capaz de entender muchas cosas acerca de los demás con sólo ver cómo se presentan frente a él.

La imagen física como código de comunicación no verbal incluyendo solamente las prendas de vestir sino también el peinado, el maquillaje y los accesorios; y, por favor, no piensen que solamente me estoy refiriendo a los accesorios femeninos como los aretes, collares, pulseras y bolsa, incluyan también el cinturón, los zapatos, el reloj, los anteojos y el portafolios masculinos, por sólo mencionar de forma general algunos de ellos.

2.2 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. **(Los ademanes son la palabra en movimiento)**

Ademanes? 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.

Gestos Nuestra cara, como ninguna otra parte de nuestro cuerpo, puede controlar, complementar o sustituir las palabras. Yendo todavía más lejos, puede llegar a contradecir lo que con palabras estamos diciendo.

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

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.

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.

2.3 La imagen corporal

El lenguaje corporal humano se inicia con la formación del feto dentro del seno materno. Ya en la infancia, antes de hablar, los niños desarrollan un lenguaje corporal. Éste se relaciona en forma importante con las actitudes mentales básicas. 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 humano se inicia con la formación del feto dentro del seno materno. Ya en la infancia, antes de hablar, los niños desarrollan un lenguaje corporal. Éste se relaciona en forma importante con las actitudes mentales básicas. 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

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.
- Técnica.
- Área geográfica

El lenguaje corporal está relacionado directamente con la tradición, la geografía, la cultura, la herencia de los pueblos, el género, particularidades de nacimiento, la evolución, la religión y las características anatómicas.

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

Postura o cinestesia Las posturas corporales emiten señales claras y señales dobles.

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

Las piernas y los pies La posición de las piernas pueden enviar varias señales:

Unidad II

2.4 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.

Cómo escribir un discurso

El discurso en su estructura presenta tres áreas constitutivas que definen su totalidad como mensaje. • **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

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.

Las claves que deben considerarse son: } Anclar la atención del público meta. } Comunicar seguridad. Lo difícil no es convencer, sino estar convencido de lo que se dice. } Organizar con tiempo los contenidos y prever los efectos del mensaje en la audiencia. } Presentar información siempre de calidad. } Tener un lenguaje y estilo consistente. } No discurrir en el manejo de la información. } No ofender al público. Desarrollar la capacidad para leer en la audiencia, mediante el contacto visual, la recepción positiva o negativa de los mensajes. } Evitar terminar con brusquedad y omitir los finales dobles.

Orden y distribución de la información
En la construcción del mensaje, una vez que consideramos cada uno de las fases que estructuran el discurso, es necesario considerar la dimensión lógica que establece el orden y distribución de la información.

2.4 Discurso

Inductivo: ordena la información de lo particular a lo general. **Deductivo:** la secuencia informativa se estructura de lo universal a lo particular **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 **Problema-solución:** este razonamiento presenta dos ejes rectores donde se informa acerca de una problemática y se propone una solución al planteamiento **Causa-efecto:** se estructura el mensaje distribuyendo los contenidos en dos ejes informativos que definen las causas y consecuencias que presenta el acontecimientos

Los recursos tácticos del discurso La dimensión táctica del discurso permite administrar los estímulos verbales y no verbales con el propósito de generar mayor impacto en la audiencia.

Saludo: presentación del hablante ante el público.

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

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

Registro textual: enunciación literal de las ideas de una persona que, por su trayectoria y competencia en ciertas áreas del conocimiento

Registro estadístico: recurso matemático que registra la dimensión cuantitativa de los acontecimientos.

Registro especializado: presente la información especializada emitida por personas o instituciones que representan una autoridad en el tema de pertinencia.

Registro metafórico: figura retórica que genera una transformación de sentido entre dos objetos informativos.

Registro comparativo: establece la comparación entre dos objetivos informativos, a partir de la enunciación de sus similitudes y diferencias.

Registro de caso: ejemplifica un acontecimiento de manera breve, donde se informa la lógica de una determinada circunstancia.

Registro audaz: enuncia una frase intrépida que genera la atención del público

Registro semántico: define el significado de términos rectores con el propósito de evitar la ambigüedad de sentido.

Registro humorístico: conjunto de palabras que disponen el buen ánimo de las ideas, propiciando ambientes de empatía y relajación.

Registro interrogativo: la pregunta es un recurso siempre noble que estimula la reflexión de la audiencia.

Registro histórico: informa acerca del devenir del objeto informativo.

Unidad II

2.5 Competencias personales

El sector laboral está dominado en la actualidad por la tecnología y las relaciones virtuales. Por ello, cada vez más empresas demandan profesionales con una serie de competencias personales que puedan aplicar de forma transversal a su puesto de trabajo.

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.

Aprendizaje Nunca se sabe lo suficiente. La voluntad de aprendizaje continuo es una competencia muy valorada por las organizaciones.

Colaboración Crea un espíritu de equipo. 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.

Comunicación Construye relaciones eficaces y honestas. Una persona competente en materia de comunicación es capaz de transmitir información de forma fluida, clara y veraz

Creatividad Abre la mente, imagina y sueña. Relacionada con la innovación, la creatividad consiste en tener la capacidad de generar ideas, perspectivas y soluciones diferentes

2.5 Competencias personales

Gestión de la información Haz más con menos. La sociedad actual está sobrecargada de datos, información y conocimiento.

Inteligencia social Las emociones también cuentan. La inteligencia social o emocional muestra la capacidad de conectar con los demás.

Lealtad El bien común es lo primero. 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

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

Responsabilidad Tus éxitos y fracasos son tuyos. 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.

2.6 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.

Competencias de base.: 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
Las competencias técnicas hacen referencia a las competencias adquiridas después de haber realizado una formación específica y son específicas de un puesto de trabajo en concreto.
Las competencias transversales son todas aquellas habilidades y aptitudes que hacen que un trabajador desarrolle de forma eficaz su trabajo.

Competencias transversales
Capacidad de resolución de problemas: disposición y habilidad para enfrentarse y dar respuesta a una situación determinada mediante la organización y/o aplicación de una estrategia o secuencia operativa -identificación del problema, diagnóstico, formulación de soluciones y evaluación- definida o no para encontrar la solución.

Capacidad de organización del trabajo: disposición y habilidad para crear las condiciones adecuadas de utilización de los recursos humanos o materiales existentes

Responsabilidad en el trabajo: disposición para implicarse en el trabajo, considerándola la expresión de la competencia profesional y personal

Capacidad de trabajar en equipo: disposición y habilidad para colaborar de manera coordinada en la tarea realizada conjuntamente por un equipo de personas
Autonomía: capacidad de realizar una tarea de forma independiente, ejecutándola de principio a fin, sin necesidad de recibir ninguna ayuda o apoyo.
Relación interpersonal: disposición y habilidad para comunicarse con los otros con el trato adecuado, atención y simpatía

Unidad II

2.7 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”

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.

Ante una situación así, la adrenalina nos añade fuerza, resistencia al dolor, valentía y muchas otras cualidades que nos permitirán hacer cosas que normalmente no podríamos y que después de pasado “el susto” nos sorprenderán haber podido hacer lo que hicimos.

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

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.

2.7 Oralidad

Requisitos que debe cumplir todo mensaje Para poder cumplir con la transmisión eficiente de nuestro mensaje debemos de poner cuidado en que nuestra participación cubra una serie de requisitos.

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.

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

Convicción Motivar la acción de una audiencia vendría a ser prácticamente imposible si careciéramos del convencimiento de lo que estamos diciendo.

Unidad II

2.8 Expresión escrita

Como sabes, 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, no sólo podemos dar lugar a malentendidos sino incluso ocasionar graves consecuencias para nuestras empresas y también para nuestra imagen personal y profesional.

Ojo, escribir bien no es sinónimo de escribir eficazmente. No creas que sólo con escribir bien puedes seducir al lector o convencerle. En realidad, la eficacia en la comunicación escrita profesional dependerá de si somos capaces de adaptarla al destinatario y causar el efecto que deseamos

Por eso, con una buena formación en comunicación escrita se puede conseguir:

- Que te sientas cómodo con la escritura y, por tanto, tardes menos en hacer las cosas. Que comprendas mejor los textos que lees y saques ideas y conclusiones.
- Que seas capaz de convencer y de conseguir lo que necesitas con tus documentos o tus escritos.
- Que mejores tu imagen personal y profesional.
- Que incrementes tus resultados. Sigmund Freud escribió en su "Introducción al psicoanálisis" una síntesis magnífica del poder de la palabra escrita. "Las palabras, primitivamente, formaban parte de la magia y conservan todavía en la actualidad algo de su antiguo poder"

2.8 Expresión escrita

Antes de escribir. Plantéate en cada ocasión si es mejor escribir un email o hacer una llamada. 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.

Tal vez tus objetivos sean diferentes; es probable que tengan más que ver con:

- Vender • Convencer • Crear proximidad
- Informar • Recomendar
- Suscitar interés • Mover a la acción
- Preparar la situación para mover a la acción posterior • Ganar prestigio
- Evaluar, interpretar, aclarar • Recoger ideas • Denunciar • Decidir • Divertir
- Conmover • Enseñar • Enfadar (¿Podría ser, no?) Aunque, según Plutarco, "El sabio solo • usa de acritud contra sí mismo, y es amable con los demás".

2. 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.
- En lo posible, evita el uso de subordinadas.
- Escribe párrafos cortos.
- Cuando sea posible utiliza el indicativo.
- Evita al máximo el uso del subjuntivo y el condicional.
- Jerarquiza la información, o sea, pon orden y haz hincapié en lo más importante.
- Utiliza un lenguaje positivo.

Evita obstáculos para lograr la eficacia en tu comunicación. Por ejemplo:

- Expresiones complejas.
- Tono negativo o censorador.
- Lenguaje subjetivo.
- Construcciones en voz pasiva.

Unidad II

2.8 Expresión escrita

- No abuses de jergas o tecnicismos. Procura no escribir como un burócrata oficial, ni utilizar palabras que tu interlocutor pueda no entender. - No uses frases demasiado largas. - Humaniza tus textos, no escribas como si el otro fuera una máquina.

Ponte mentalmente su retrato delante y piensa en la otra persona. - Evita los sustantivos. Funcionan mejor los verbos de acción. - No divagues. Sé concreto. • Hay cosas que no se deben tratar por escrito:

- Procura no criticar a alguien por escrito; puede que acabe llegándole a la persona y no es lo mismo que te cuenten que fulanito ha dicho esto y lo otro, a verlo escrito...
- No escribas sobre rumores (ni siquiera en un chat), es probable que ese escrito caiga ante los ojos equivocados.
- Si te enfadas, no respondas hasta varias horas después.
- Evita los temas confidenciales.
- Si puedes, evita escribir de precios. Si no, cuida cómo los presentas.
- Ojo con los anglicismos y las siglas. Su uso suena pretencioso.
- Haz textos claros y amenos.

