



FACULTAD DE INGENIERÍA UNAM
DIVISIÓN DE EDUCACIÓN CONTINUA

CURSOS INSTITUCIONALES

ATENCIÓN, IMAGEN Y SERVICIO AL PÚBLICO

Del 15 al 26 de Julio de 2002

APUNTES GENERALES

CI-192

Instructor: Lic. Belinda Abud Ramírez
Delegación Coyoacán
Julio 2002

ATENCIÓN, IMAGEN Y SERVICIO AL PÚBLICO

OBJETIVOS:

- OFRECER ELEMENTOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS PARA QUE LOS SERVIDORES PÚBLICOS CONOZCAN LA IMPORTANCIA DE LA IMAGEN EN EL EJERCICIO DE SU TRABAJO.
- DEMOSTRAR QUE EL SERVICIO REQUIERE DE MUCHAS OTRAS COSAS MÁS QUE BUENA VOLUNTAD A FIN DE QUE ÉSTE SE CONVIERTA EN UNA PROFESIÓN DE ALTO RECONOCIMIENTO SOCIAL.
- DESARROLLAR LA ATENCIÓN COMO DISCIPLINA COTIDIANA DE TRABAJO.

TEMARIO:

1. LA IMPORTANCIA DE LA IMAGEN, FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS PARA TENER UNA BUENA IMAGEN. OBJETIVOS PERSONALES Y GRUPALES.
2. ANÁLISIS DE LA IMAGEN PERSONAL DE CADA PARTICIPANTE Y SUGERENCIAS PARA EL MEJORAMIENTO DE CADA UNO. COLOR, ESTILO, PERSONALIDAD.
3. ETICA Y MORAL DEL SERVICIO PÚBLICO. FUNDAMENTOS TEÓRICOS. DIVERSAS CORRIENTES.
4. ELEMENTOS RACIONALES Y EMOCIONALES PARA LA CORRECTA ATENCIÓN AL PÚBLICO. EJERCICIOS PARA EL CONTROL DE SITUACIONES DE STRESS, AGLOMERACIÓN Y PRESIÓN DEL PÚBLICO.
5. ANÁLISIS DE CASOS EXTREMOS Y VÍAS DE SOLUCIÓN. ESCALAFÓN DE AUTORIDAD.
6. EJERCICIOS INDIVIDUALES Y GRUPALES SOBRE CASOS CONCRETOS SUCEDIDOS A LOS PARTICIPANTES Y SOLUCIONES ESPECÍFICAS, A FIN DE VALORAR LA IMPORTANCIA DE LOS LENGUAJES CORPORALES, VISUALES, GESTICULARES, ETC.
7. IMPORTANCIA DE ELEMENTOS GENERADORES DE CERTEZA E INHIBIDORES DE AGRESIVIDAD Y VIOLENCIA COMO: PUNTUALIDAD, RAPIDEZ, SEGURIDAD, CONOCIMIENTO Y DOMINIO DEL ÁREA DE TRABAJO, ETC.

8. ELEMENTOS INTERNOS Y EXTERNOS QUE INCIDEN EN EL COMPORTAMIENTO DEL PÚBLICO. TRÁFICO, MEDIO AMBIENTE, CLIMA, SEGURIDAD, COMODIDAD, LIMPIEZA, ETC.
9. AUTOEVALUACIÓN Y CONTRAEVALUACIÓN . CÓMO ME VEO Y CÓMO ME VEN LOS DEMÁS. IMPORTANCIA DE LA AUTOIMAGEN Y LA AUTOESTIMA.
10. REVISIÓN GENERAL DE LA EVOLUCIÓN DE LOS CASOS INDIVIDUALES Y GRUPALES Y SUGERENCIAS FINALES.

JUSTIFICACIÓN:

EN LOS TIEMPOS ACTUALES EN LOS QUE EL IMPERIO DE LO VISUAL SE HA IMPUESTO COMO UNA NORMA DE VIDA, ES IMPORTANTE QUE LAS PERSONAS QUE SE ENCARGAN DE ATENDER A CLIENTES Y PÚBLICO EN GENERAL CONOZCAN LAS NUEVAS TÉCNICAS QUE BASADAS EN DIFERENTES TEORÍAS PSICOLÓGICAS Y COMUNICACIONALES, PERMITEN UN MANEJO MÁS ADECUADO DE LA AUTOIMAGEN COMO ELEMENTO DE CERCANÍA Y CERTEZA, LO QUE FACILITA LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL Y PROFESIONALIZA LA PRESENCIA DE FUNCIONARIOS Y SERVIDORES PÚBLICOS.

A PRINCIPIOS DE LOS SESENTA, EL PODER DE LA IMAGEN PROVOCADO DURANTE EL DEBATE TELEVISADO ENTRE LOS ENTONCES CANDIDATOS A LA PRESIDENCIA DE ESTADOS UNIDOS, JOHN F. KENNEDY Y RICHARD NIXON QUE LE ABRIÓ EL CAMINO AL PRIMERO Y LO CERRÓ AL SEGUNDO, FUE TAN DEVASTADOR A FAVOR DEL JOVEN E INEXPERTO CANDIDATO DEMÓCRATA, SE CONVIRTIÓ EN EL INICIO DE LA PROFESIONALIZACIÓN DE LO QUE SE CONOCE ACTUALMENTE COMO IMAGEN PÚBLICA. PERO NO TODO EN LA VIDA ES TELEVISADO, LOS CONCEPTOS QUE SE UTILIZAN PARA LOGRAR ESTOS EFECTOS, TAMBIÉN SE APLICAN PARA LAS RELACIONES INTERPERSONALES Y PARA GENERAR CONFIANZA ALREDEDOR DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS.

APATÍA, DESCORTESÍA, LENTITUD Y DESCONOCIMIENTO SON EN GENERAL LOS ELEMENTOS QUE MAYOR RECHAZO PRODUCEN EN EL PÚBLICO Y DE LOS QUE MÁS SE QUEJAN QUIENES HAN NECESITADO DE LOS SERVICIOS DE DIVERSOS NIVELES DE SERVICIOS GUBERNAMENTALES.

DE AHÍ LA IMPORTANCIA DE FORTALECER LA MÍSTICA DE SERVICIO Y LA AUTOESTIMA DE QUIENES REALIZAN DIARIAMENTE TAN IMPORTANTE TRABAJO.

COMPARAR BARRERAS

DISTINTAS CARAS Y NIVELES DE LA

~~INSEGURIDAD Y LA DESCONFIANZA~~

~~INSEGURIDAD Y LA DESCONFIANZA~~

- S**
- ❖ BURLAS
 - ❖ CRITICAS
 - ❖ CHISMES
 - ❖ SOBERBIA
 - ❖ APATÍA
 - ❖ PREPOTENCIA
 - ❖ OFENSAS
 - ❖ HUMILLACIONES
 - ❖ NECEDAD
 - ❖ FALTA DE ATENCIÓN O INDIFERENCIA
 - ❖ AUTORITARISMO
 - ❖ DESAMOR
 - ❖ ESPACIO VITAL (FALTA DE)
 - ❖ REPROBACIÓN
 - ❖ PROHIBICIÓN
 - ❖ FALTA DE MOTIVACIÓN
 - ❖ NO ESTUIMBRE
 - ❖ INDIFERENCIA
 - ❖ ANGUSTIA
 - ❖ DEPRESIÓN
 - ❖ STRESS
 - ❖ FRAGMENTACION, ETC

RESULTADO:

FALTA DE RESPETO, CERTEZA, CONFIANZA, LIBERTAD Y

AUTOESTIMA.

ELEMENTOS DE LA PERSONALIDAD O EL CARÁCTER

- ❖ TIMIDEZ
- ❖ MIEDO A HABLAR EN PÚBLICO
- ❖ NERVIOS
- ❖ DISTRACCION
- ❖ FOBIAS
- ❖ AUTOCENSURA
- ❖ APATÍA
- ❖ DESINFORMACION
- ❖ PREJUICIOS
- ❖ HIPOCRESÍA
- ❖ SILENCIO
- ❖ SENSIBILIDAD
- ❖ INDIFERENCIA
- ❖ PASIVIDAD
- ❖ NEGATIVIDAD
- ❖ DEPRESIÓN
- ❖ ANGUSTIA.
- ❖ QUEJOSO
- ❖ ENFERMIZO

RESULTADO:

ASOLAMIENTO

FACILITADORES DE LA COMUNICACIÓN:

SENTIDO DEL HUMOR:

RESPECTO

ATENCIÓN

INFORMACIÓN

CONOCIMIENTO:

AMOR

VOLUNTAD:

COMPROMISO:

TOLERANCIA

CONOCIMIENTO:

AMOR:

VOLUNTAD:

COMPROMISO:

TOLERANCIA:

SOCIALIZACION:

NORMATIVIDAD:

DISCIPLINA:

HIGIENE:

PREDISPOSICIÓN:

CULTURA:

ARTE:

EDUCACIÓN:

CIVISMO:

REFLEXIÓN:

ACEPTACIÓN:

ASIMILACIÓN:

PERTENENCIA:

CONFIANZA:

INTUICIÓN:

ATENCIÓN:

SINCERIDAD:

HUMILDAD:

ALEGRIA:

AUTOESTIMA:

LAS SIETE MARAVILLAS DEL MUNDO.

· **PODER VER Y OBSERVAR**

· **PODER OIR Y ESCUCHAR**

· **PODER COMER Y SABOREAR**

· **PODER SENTIR Y HACER SENTIR**

· **PODER TOCAR Y SER TOCADO**

· **PODER AMAR Y SER AMADO**

EL PODER Y EL MIEDO

“LO QUE CORROMPE NO ES EL PODER, SINO EL MIEDO...”

EL MIEDO DE PERDER EL PODER, CORROMPE A LOS QUE LO EJERCEN....

Y EL MIEDO AL AZOTE DEL PODER, A LOS QUE ESTÁN SUJETOS A ÉL”...

AUNG SAM SUNKEYI

LÍDER DE LA DEMOCRACIA EN BIRMANIA

ALGUNOS FUNDAMENTOS TEÓRICOS:

LOS MÚLTIPLES LENGUAJES DEL HOMBRE:

EXISTEN MULTIPLICIDAD DE LENGUAJES:

HABLADO, ORAL, ESCRITO, MÍMICO, CORPORAL, GRAFICO, VISUAL, MUSICAL, SONORO, AUDIOVISUAL, CINEMATOGRAFICO, TELEVISIVO, ETC.

LA MUSICA EXPRESA EMOCIONES, SENSACIONES Y SENTIMIENTOS, PERO CUANDO LA COMBINAMOS CON PALABRAS O LENGUAJE VERBAL, TENEMOS UNA CANCIÓN; CUANDO LA COMBINAMOS CON MOVIMIENTOS CORPORALES Y GESTOS (MIMICO,) TENEMOS LA DANZA.

LA VESTIMENTA TAMBIEN ES UN LENGUAJE PUES CON ELLA EMITIMOS SEÑALES. (NEGRO, LUTO) ETC.

UN EJEMPLO:

EN PERÚ, CERCA DE CUZCO, EXISTE UN MERCADO INDÍGENA EN EL QUE LAS PERSONAS CON SOMBRERO NEGRO, INDICAN QUE ACEPTAN EL TRUEQUE, COMO SISTEMA DE INTERCAMBIO COMERCIAL, MIENTRAS QUE QUIENES LO USAN BLANCO, SÓLO ACEPTAN DINERO A CAMBIO DE SUS MERCANCÍAS, IDENTIFICÁNDOSE ASÍ DOS DIFERENTES FORMAS DE COMERCIO, QUE INTERACTÚAN SIN PROBLEMA GRACIAS A LA DECODIFICACIÓN SOCIAL DE LA REGIÓN.

EL CABELLO TAMBIEN PUEDE CONFORMAR UN LENGUAJE, POR EJEMPLO, LOS JÓVENES HIPPIES DE LOS AÑOS SESENTA, QUE LO UTILIZARON LARGO, COMO UN SIGNO DE PROTESTA.

PERO EXISTEN TAMBIÉN LENGUAJES NO HABLADOS BASADOS EN TRADICIONES MILENARIAS. POR EJEMPLO, EN GUATEMALA, SOLO LAS DONCELLAS VAN POR EL AGUA AL RIO. LOS JÓVENES HABITANTES DE LA ZONA AL VER A LAS CHICAS CAMINO AL RÍO LEEN: " PUEDO ACERCARME A ELLA".

LA COMIDA Y LOS PERFUMES FORMAN PARTE DEL LENGUAJE ERÓTICO, MIENTRAS QUE LOS MEDIOS MASIVOS HAN DESARROLLADO

EL LENGUAJE AUDIOVISUAL, TELEVISIVO, CINEMATOGRAFICO Y MÁS RECIENTEMENTE, EL CIBERNÉTICO.

CUANDO PENSAMOS EN LA RADIO CREEMOS QUE SOLO SE TRATA DE LENGUAJE HABLADO, PERO LA RADIO PUEDE EMPLEAR Y COMBINAR MUSICA, EFECTOS SONOROS Y PALABRAS COMBINADAS EN DIFERENTES PLANOS AUDITIVOS, POR TANTO, ES UN LENGUAJE SONORO...

COMO HEMOS PODIDO VER, LOS LENGUAJES HUMANOS SON MULTIPLES, POR LO QUE SE RECOMIENDA SIEMPRE, ACERCARSE A ELLOS PARA APRENDER A COMUNICARNOS MEJOR, NO SÓLO CON LAS PERSONAS A NUESTRO ALREDEDOR, TAMBIÉN CON AQUELLAS CON LAS QUE A TRAVÉS DE CUALQUIER MEDIO ELECTRICO Y/O MAGNÉTICO NOS CONTACTAMOS YA SEA EN EL PLANO PERSONAL O PROFESIONAL.

RECORDEMOS:

LOS MÚLTIPLES LENGUAJES ABREN. LAS COMPUERTAS DE LA IMAGINACIÓN

PERO HAY QUE TENER EN CUENTA QUE:

ABRIRSE A LOS LENGUAJES ES APRENDER A USARLOS BIEN.

EN MEXICO TENEMOS UNA GRAN TRADICIÓN ORAL Y VISUAL, LA PRIMERA, DEBIDO A QUE LA TRANSMISIÓN DE MUCHAS COSATUMBRES SE HA HECHO ORALMENTE DE GENERACIÓN EN GENERACIÓN. LA SEGUNDA, POR EL USO DE CÓDIGOS PARA AQUELLOS CULTOS QUE PODÍAN DECODIFICARLOS.

LEER:

EN MEXICO EXISTE UN ANALFABETISMO FUNCIONAL IMPORTANTE, PUES AUNQUE MUCHAS PERSONAS SABEN LEER Y ESCRIBIR, NO

AMPLÍAN SU VOCABULARIO NI ENRIQUECEN SU MANERA DE EXPRESARSE, DEBIDO A QUE LEEN SÓLO ALGUNAS REVISTAS Y PUBLICACIONES SENCILLAS, SIN RECURRIR A LA LECTURA FORMAL QUE TANTO AYUDA A LA CONFORMACIÓN DEL PENSAMIENTO REFLEXIVO. POR LO ANTERIOR, UN ELEVADO PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN NACIONAL TIENE SERIAS DIFICULTADES PARA ENTENDER Y CAPTAR EL LENGUAJE ESCRITO".

ABRIRSE A LOS LENGUAJES, ES TAMBIEN APRENDER A USARLOS MUY BIEN, MUCHAS VECES CREEMOS QUE INCORPORAMOS UN NUEVO LENGUAJE Y, LO DESAPROVECHAMOS O PEOR AÚN, LO TERGIVERSAMOS.

AUDIOVISUALES:

UN EJEMPLO COMÚN DE ESTO ES CUANDO CREEMOS QUE HACEMOS O VEMOS AUDIOVISUALES, CUANDO EN REALIDAD SE TRATA DE DISCURSOS ILUSTRADOS EN LOS QUE SE DESPERDICIAN, LAS POTENCIALIDADES EXPRESIVAS DEL LENGUAJE VISUAL Y SONORO, HACIENDO QUE AMBOS SE BOICOTEEN Y EL RESULTADO ES UN HÍBRIDO SIN SENTIDO NI INTENCIÓN. EN EL VERDADERO AUDIOVISUAL HAY QUE "PENSAR EN IMÁGENES".

RADIO:

CON RESPECTO A LA RADIO, SE HABLA A LA IMAGINACIÓN, A LA EMOCION Y NO SÓLO A LA RAZÓN. LA RADIO NO SOLO SON PALARAS, EL LENGUAJE SONORO ESTA COMPUESTO POR MUSICA, Y SONIDOS, EFECTOS ESPECIALES. SE TIENE QUE SABER CONVERSAR Y EMPLEAR EL LENGUAJE ORAL QUE ES MUY DISTINTO AL ESCRITO.

TEATRO.:

SE UTILIZA UN MULTILENGUAJE, INTERVIENE EL CUERPO, LOS GESTOS, EL MOVIMIENTO, LOS SILENCIOS, LA ESCENOGRAFÍA, CANTO, MUSICA, DANZA, EL LENGUAJE DE LOS COLORES, VESTUARIO Y EL LENGUAJE DE LAS LUCES Y LAS SOMBRAS.
EN EL TEATRO, LA PALABRA ES SOLO UN COMPONENTE DE LA ACCION TEATRAL, DONDE LOS TONOS SE DAN A TRAVÉS DE LAS INTENCIONES, MANEJO DE LAS EMOCIONES Y RITMO.

HISTORIETA:

LOS PERSONAJES DEBEN ACTUAR, MOVERSE, VIVIR UNA SITUACIÓN, NO ESTAR INMÓVILES. LO IMPORTANTE DE UNA HISTORIETA ES QUE PASE Y CUENTE ALGO DE MANERA DINÁMICA. (HISTORIA) CONTAR HISTORIAS.

DIMENSIONES DEL LENGUAJE HUMANO:

1.- COGNOSCITIVO Y

2.- EMOTIVO:

LOS SERES HUMANOS NOS COMUNICAMOS PARA **INTERCAMBIAR INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO** .

PARA RAZONAR Y PENSAR JUNTOS, PERO TAMBIEN NOS COMUNICAMOS PARA:

EXPRESAR EMOCIONES, SENTIMIENTOS, AFECTOS, ESPERANZAS Y ENSUEÑOS:

UNA CARICIA, UNA PALMADA, UN APRETÓN DE MANOS NO TIENEN SIGNIFICADO RACIONAL, PERO SI LO TIENEN EMOCIONAL.

ES PRECISO QUE NUESTROS MENSAJES, NUESTROS LENGUAJES SEPAN ABRIRSE A LA RISA, AL SUEÑO, A LA POESIA AL HUMOR, A LA EMOCION A LA BELLEZA, ES DECIR, ABRIRSE A LA VIDA.

COMUNICACIÓN EMOTIVA Y AFECTIVA:

NO GENERA ANÁLISIS CRITICO, REFLEXION O PENSAMIENTO, PUEDE PRESTARSE A LA CATARSIS EMOCIONAL, NO RACIONAL; PERO TAMBIÉN Y CADA VEZ MÁS, A LA MANIPULACIÓN Y CREACIÓN DE UN NUEVO TIPO DE DOMINACIÓN .

COMUNICACIÓN COGNOSCITIVA:

ESTA RESULTA FRIA, INEXPRESIVA, POCO VIVENCIAL Y ESCASAMENTE MOTIVADORA Y MOVILIZADORA. SE REALIZA A TRAVÉS DEL ARGUMENTO RACIONAL Y EL ANÁLISIS INTELECTUAL.

**LO IDEAL, ES CUANDO SE DOMINA LA PARTE
COGNOSCITIVA O RACIONAL CON LA EMOTIVA O
SENSORIAL, YA QUE ES CUANDO SE LOGRA LA MEJOR DE
LAS COMUNICACIONES HUMANAS: LA INTEGRAL O
MULTIDIMENSIONAL.**

"EL CORAZÓN TIENE RAZONES QUE LA RAZÓN NO CONOCE"

**. EMOCIONARSE, SOÑAR, IMAGINAR, REIR, SON TAMBIEN
MANERAS RICAS E IMPRESCINDIBLES DE CONOCER.**

GUERRA PALABRA/IMAGEN:

**SERIA ERRÓNEO REDUCIR TODA NUESTRA COMUNICACIÓN
A LA PALABRA, PORQUE SERÍA NEGAR O DESVALORIZAR LA
COMUNICACIÓN INTEGRAL.**

**EL LENGUAJE VISUAL TIENE INDUDABLE VALOR, PERO CON
LIMITACIONES Y PELIGROS, FAVORECE UN TIPO DE
PERCEPCIÓN SENSORIAL QUE SE DIRIGE PRINCIPALMENTE
A LOS SENTIDOS MAS QUE AL PENSAMIENTO Y A LA
REFLEXION.**

**IMPACTA, PERO CON MUY POCA PARTICIPACIÓN DE LA
CONCIENCIA, UNA COMUNICACIÓN QUE SE CENTRE EN ESE
IMPACTO DE LA IMAGEN PODRIA TENER MAS DE
MANIPULADORA Y ALIENANTE QUE DE CONCIENTIZADORA.**

**ES PREOCUPANTE ESCUCHAR QUE UNA IMAGEN VALE MAS
QUE MIL PALABRAS O PROCLAMAR QUE VIVIMOS EN UNA
CIVILIZACIÓN DE LA IMAGEN. SE DEBE DE IMPONER EL
EQUILIBRIO.**

CÓDIGOS:

EL CÓDIGO VIAL DE LAS SEÑALES DE TRANSITO. EL LENGUAJE DE LOS SEMÁFOROS AUNQUE SON SOLO 3 SIMPLES SIGNOS CROMÁTICOS. CONSTITUYE UN CÓDIGO. (EXPLICAR EJEMPLO DECAMPESINO)

LA PARTITURA MUSICAL ES UN CÓDIGO GRÁFICO- SONORO. CÓDIGOS: POLÍTICOS, DIPLOMÁTICOS, JURÍDICOS, ESPECIALIZADOS CON DIFERENTES SIGNIFICACIONES. ADEMÁS, HAY UN CÓDIGO RELIGIOSO, ÓDIGOS SUTILES COMO LOS IDIOSINCRÁTICOS, CULTURALES, ETC.

SE CODIFICA GRACIAS A LA IMAGINACIÓN

SE DESCODIFICA A TRAVÉS DEL CONOCIMIENTO.

CODIGO: " SISTEMA DE SIGNOS Y REGLAS QUE UTILIZAMOS PARA TRANSMITIR MENSAJES

"CONJUNTO ORGANIZADO DE SIGNOS"

LA TRANSMISIÓN Y RECEPCIÓN DE TODO MENSAJE IMPLICA:

1.- CODIFICACIÓN

CIFRAMOS NUESTRO MENSAJE Y LO TRANSFORMAMOS EN SIGNOS TRANSMITIBLES.

2.- DECODIFICACION

EL DESTINATARIO RECIBE LOS SIGNOS, LOS ENTIENDE, INTERPRETA, LES DA SU SENTIDO, REGISTRA LA INFORMACIÓN, CAPTA LA IDEA QUE LE HEMOS QUERIDO TRANSMITIR. ESTO ES: DES-CIFRA, DES-CODIFICA EL MENSAJE.

POR ELLO LA NECESIDAD DE UN CÓDIGO COMÚN.

NO HAY COMUNICACIÓN POSIBLE SIN UN CÓDIGO COMÚN.

LOS SIGNOS NO TIENEN SIGNIFICADO POR SÍ MISMOS. SOMOS LOS HOMBRES EN CUANTO SERES SOCIALES LOS QUE SE LOS ADJUDICAMOS.

EJEMPLO:

"LOS MISIONEROS CATÓLICOS DE MADAGASCAR REFIEREN QUE CUANDO COMENZARON A CELEBRAR LA MISA PARA LOS NATIVOS CONVERSOS, SE ENCONTRARON CON UNA INESPERADA DIFICULTAD. LAS INVOCACIONES A CRISTO COMO "CORDERO DE DIOS" TAN EXPRESIVAS EN LA SIMBOLOGÍA BIBLICA, NO SIGNIFICABAN ABSOLUTAMENTE NADA PARA LOS MALGACHES, PORQUE EN SU ISLA NO HAY CORDEROS Y JAMÁS HABÍAN VISTO UNO. "CORDERO" ERA ENTONCES UN SIGNO AL QUE NO PODIAN ATRIBUIRLE

NINGÚN SIGNIFICADO. NO LES ERA POSIBLE DECODIFICAR EL MENSAJE.” (Kaplún, los múltiples lenguajes del hombre)

CÓDIGO PERCEPTIVO O SEMÁNTICO
CÓDIGO LINGÜÍSTICO O VERBAL

UNIVERSOS VOCABULARES: DOS SISTEMAS DE PENSAMIENTOS.:

HABLA POPULAR SE CENTRA EN LO CONCRETO EN SUSTANTIVOS CONCRETOS Y EN VERBOS O ACCIONES CONCRETAS, MIENTRAS QUE EL LENGUAJE CULTO REHUYE LO CONCRETO Y SE INUNDA DE SUSTANTIVOS Y ADJETIVOS ABSTRACTOS.

EJEMPLO P. 154.

“LA NECESIDAD DE UN CÓDIGO COMÚN PARA COMUNICARNOS, NO SÓLO CONCIERNE AL LENGUAJE VERBAL. TAMBIÉN EN EL CASO DE LOS CÓDIGOS VISUALES CADA GRUPO SOCIAL, CADA ESTRATO CULTURAL, TIENE LOS SUYOS PROPIOS QUE NECESITAMOS CONOCER”.

LEER CARICATURA P 155

“CUANDO UN MENSAJE ES DENSO O ESTA LLENO DE TERMINOS ABSTRACTOS QUE NOS SON DESCONOCIDOS O POCO FAMILIARES Y DE FRASES INTRINCADAS DIFÍCILES DE SEGUIR, LO MAS COMUN ES QUE NO LO ATENDAMOS”

A MENOR ESFUERZO, MAYOR ÉXITO.

SIN EMBARGO. HAY QUE IR UTILIZANDO PAULATINAMENTE EL LENGUAJE CULTO A FIN DE OFRECER NUEVOS CODIGOS ASIMILABLES.

“LAS PALABRAS SON INSTRUMENTOS DEL PENSAMIENTO, CUANDO EL PUEBLO INCORPORA UNO DE ESOS TÉRMINOS ABSTRACTOS, SU CAPACIDAD DE ANÁLISIS DE LA REALIDAD SE ENSANCHA Y CRECE”

CODIGO ASOCIATIVO O INTERPRETATIVO...2º. NIVEL.

*EL RELATO CINEMATOGRAFICO NOS EXIGE HACER
PERMANENTES ASOCIACIONES. LO QUE EXISTE ENTRE UNA
ESCENA Y OTRA LO DEBE INFERIR EL ESPECTADOR.*

*QUIEN NO DOMINE LOS CÓDIGOS ASOCIATIVOS SE LE HARA
INCOMPRESIBLE.*

*ESTILO NARRATIVO CON MEZCLA DE TIEMPOS. (PASADO,
PRESENTE).*

***CODIGOS EXPERIENCIALES.
AFINIDAD.....EJERCICIO GRUPAL...EMISOR Y DESTINATARIO
(CODIGO EXPERENCIAL)***

***PARA EL ENCADENAMIENTO ASOCIATIVO SE RECOMIENDA
EL ORDENAMIENTO DE LOS ELEMENTOS A FIN DE
CODIFICAR NUESTRO MENSAJE
SE RECOMIENDA:***

IR DE LO CERCANO A LO LEJANO

DE LO DESCRIPTIVO AL ANÁLISIS

DE LA OBSERVACIÓN A LA INTERPRETACIÓN

DE LO UNILATERAL A LO MULTILATERAL.

*SIEMPRE QUE SEA POSIBLE, PROCUREMOS RECURRIR E
INCLUIR EN NUESTROS MENSAJES EL TESTIMONIO
PERSONAL O GRUPAL DE SUJETOS DE LA CLASE POPULAR.*

*SE HACEN MAS VISUALES CON REFERENCIAS
COMPARATIVAS...EJEMPLO DE CASTRO.*

NIVELES DE CONCIENCIA

CODIGO IDEOLÓGICO:

EL PODER DE LA IDEOLOGIA CONSISTE EN QUE OPERA DESDE ADENTRO DEL SUJETO. EL SUJETO DOMINADO LA INTERNALIZA E INCONSCIENTEMENTE LA INCORPORA O APROPIA AÚN CONTRA SÍ MISMO.
EMPATIA SICOLÓGICA E IDEOLÓGICA. P. 182.

PRESENCIA DE UNA VISION INGENUA.

LOS PREJUICIOS SUELEN ESTAR MUCHO MAS EXTENDIDOS Y ARRAIGADOS DE LO QUE PENSAMOS.

(EJEMPLO DEL DESEMPLEADO FLOJO Y EL ALUMNO BURRO)

PARTIR DE LA PERCEPCIÓN INGENUA Y DE ALLÍ PASAR A LA VISIÓN CRÍTICA.

PROPUESTAS DE CAMBIO.

PASADO Y FUTURO..

POSICIÓN DUALISTA PROPONER CAMBIOS EN TERMINOS DE RUPTURA FRONTAL CON LO PRESENTE. RECHAZO DRÁSTICO DE LO VIEJO Y ADOPCIÓN DE ALGO TOTALMENTE NUEVO Y DESCONOCIDO.

LEER FOX. P 187

QUIZA SEA MEJOR POTENCIAR LOS ELEMENTOS MOVILIZADORES LATENTES EN LA

CULTURA POPULAR.

LEER P. 188.

TRABAJO DE RECUPERACIÓN DE LA MEMORIA

PEDIR EJERCICIO DE CODIFICACIÓN ACTIVA Y TESTIMONIAL