
Resumen: Al realizar este trabajo final decidí tomar uno de los temas que ofrecía a mi parecer la mayor esperanza y canalización de transformación para las personas: la resiliencia. Encontré rápidamente puntos en común y decidí enfocarlo sobre la Imagen Personal dado que me dedico a eso. Fue muy rico para mi comenzar la investigación atando este trabajo a los más de 900 asesorías que hemos realizado junto con mi socia a lo largo de 17 años de trabajo sobre imagen personal.

Estas asesorías las realizamos sobre personas de diferentes nacionalidades por todo Latinoamérica y también con diferentes perfiles. Dentro de este universo hemos trabajado con profesionales de diferentes ramas, hombres y mujeres en un rango de edades de los 20 a los 70 años que buscaban encarar un cambio al sentir que su imagen personal no los representaba. También con las experiencias a nivel docente desde nuestra cátedra en la Universidad de Palermo, en Imagen y Estilo II.

Hemos trabajado con personas que enfrentaban una enfermedad como las mujeres con cáncer bajo tratamiento de quimioterapia en busca de reconstruir su imagen y recuperar su autoestima dañada, tanto en Panamá como en Argentina.

Esta diversidad tenía un elemento en común y es que todos quienes buscaban un cambio en verdad partían de un estado de resiliencia o buscaban fortalecer este estado como una forma de prevención para poder enfrentar y prepararse desde un lugar de fortaleza en las futuras adversidades.

No dejaré de asombrarme la enorme capacidad de las personas para transformar una situación dificultosa y buscar recursos con que ampararse dentro del estado de resiliencia. En lo personal me motiva y me alienta enormemente haber encontrado dentro de la Imagen Personal un factor de asistencia y prevención que colabore con las personas desde diferentes aspectos, pero con un denominador común: el fortalecimiento de la autoestima para crear vivencias positivas y encontrar la felicidad dentro de uno mismo.

En lo profesional esto mismo también me alienta para reflejar que la Imagen no es algo frívolo, “algo de mujeres”, algo accesorio o simplemente ligado solo a la moda, como generalmente ocurre. Poder facilitar esta mirada integral dentro de la Imagen Personal significa un punto importante dentro de mi carrera.

Palabras clave: Resiliencia - Imagen Personal - Prevención - Autoestima - Felicidad.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 88-90]

(*) Lic. y Profesora en Ciencia Política. (USAL) Posgrado en Geopolítica, Inteligencia Estratégica (ESEA) Posgrado en Retail Marketing (UB) Posgrado en Psicología Positiva (Fundación Foro). Certified Image Consultan por AICI. Ocupo cargos gerenciales y de dirección en Falabella, Walmart, y Grupo Salinas de México. Fundadora de CE Imagen para formación de Asesores de Imagen. Es Fundadora del Capítulo AICI en Argentina y fue dos veces Presidente de AICI Argentina. Es VP Business Development del Board Internacional de AICI Global. Profesora desde el 2008 en la Universidad de Palermo en Imagen y Estilo II. Profesora en Premaster de Derecho en Universidad Austral.

Aproximación al concepto de Imagen Personal

Nuestra imagen es aquello que nos representa y que nos comunica hacia los demás. Abordamos la idea de Imagen Personal a partir de su aspecto integral e intangible como una manifestación del yo.

Esta comunicación tiene diferentes canales de transmisión: visual, oral - auditiva, kinésica. Diremos que la Imagen va a proyectar nuestra identidad, lo distintivo nuestro y comunicará quiénes somos a través de nuestras valoraciones, fortalezas, debilidades y personalidad.

Por todo esto queda evidente que la Imagen va a sostenerse principalmente en nuestra autoestima y autoimagen. La Imagen será la encargada de manifestar exteriormente por todos los canales de comunicación disponibles la situación en la que se encuentra la autoestima de la persona con todo lo que eso significa.

A lo largo de 17 años de trabajar los aspectos que abarca la Imagen Personal podemos decir que ésta va modificándose a medida que se produce cambios que impactan en la autoestima, que será la encargada de sostener esa imagen.

Cuando me refiero a Imagen Personal lo hago desde nuestro concepto de **Imagen Total**, lo cual estaría representado por los siguientes componentes en este gráfico

Imagen interna	Imagen externa
Autoconcepto	Oratoria
Autoimagen	Formas de expresión
Fortalezas	Forma de relacionarnos o Management
Debilidades	Vestuario
Sistema de valores	Estilo

En este punto es donde quiero detenerme para analizar la relación que existe entre el concepto de resiliencia y la imagen personal en cada una de las etapas por las cuales pasa una persona que analiza su imagen y la modifica como parte de un cambio que apunta a fortalecer o recuperar su autoestima en cuanto a valoración y competencia.

Para este análisis he elegido tomar los diferentes estadios que recorre la revisión de la imagen y sus puntos de encuentro con los pilares de la resiliencia, lo cual iré desarrollando en este trabajo

Imagen y autoestima

Esta revisión de la propia imagen ocurre sobre la base de la comunicación que establecemos con el entorno. Permanentemente una persona está comunicándose por todos los canales y esto implica que dentro de ese feedback se establezca un chequeo de la propia imagen como explicaré más adelante. La autoestima juega un rol de caja de resonancia en donde impactan estos estímulos positivos o negativos desde el afuera, que conformarán la construcción o re significación de esa imagen.

Para avanzar dentro de este eje imagen-autoestima, tomo aquí el aspecto de la autoestima con relación a lo social que desarrolla Rosemberg y más tarde Coopersmith, definiéndola en términos de valoración, como una actitud negativa o positiva hacia sí mismo. Su foco está ligado a los factores sociales dentro de un proceso que involucra valores y discrepancias. El nivel de autoestima se relaciona con la percepción de sí mismo en comparación con los valores personales. Estos valores son los que se desarrollan en el proceso de socialización. Hay un factor dentro de esta teoría que deseo destacar por ser aplicable en forma directa a la imagen: en la medida que la distancia entre el sí mismo real y el sí mismo ideal es corta, la autoestima es mayor. Por el contrario, cuanto más grande es la brecha de distancia, menor será la autoestima, y esto ocurre aun cuando la persona sea vista positivamente por los otros. En verdad, desde nuestra experiencia en cuanto a la imagen, el 80% de los casos que recibimos acuden a un cambio una vez que el cliente percibe que el feedback del afuera es negativo lo cual repercute en una baja autoestima.

Por el contrario, pocas personas acuden a una revisión de su imagen a partir de una percepción propia y siempre aun en estos casos, el feedback social es un factor mencionado como importante y disparador del análisis de su imagen.

Esta brecha que señala Rosemberg es fundamental para abordar la imagen desde la autoestima ya que el detonante de esta revisión de su propia imagen comienza a partir de la percepción que su imagen no los representa, que cuando se ven a sí mismos no sienten que están comunicándose bien con el entorno.

Dentro de este universo de casos que hemos tenido hay un porcentaje menor que se ubica en el orden de un 10% a quienes por un largo periodo decidieron desoír la percepción social sobre ellos mismos.

Son aquellas personas que frecuentemente dicen frases como: “yo soy así y con eso me basta” “no me pagan por lucir bonita ni simpática, me pagan por mi inteligencia”.

Pese a esto, en algún momento, en general por algún suceso negativo, deciden revisar su imagen porque la brecha se hace más amplia entre lo que son y lo que muestran y no

sienten que su imagen los representa. De todos sin duda este es el cliente más conflictivo y difícil porque los lazos de empatía son escasos y es el más trabajoso en cuanto a lograr avances significativos.

Este esquema es aplicable también en casos con problemas de salud en donde se afecta la imagen como por ejemplo las mujeres con cáncer bajo tratamiento de quimioterapia.

Hemos intervenido en programas en varios países de Latinoamérica colaborando en formas de reconstruir la imagen a partir de diferentes técnicas. El resultado observable es que al mejorar la imagen corporal mejora la autoestima siendo más evidentes aun los pilares de resiliencia que en los casos de personas sin esta afección.

Podemos decir que la satisfacción con uno mismo se convierte así en un elemento de satisfacción total que acompaña a nuestro esquema de imagen total. Esto presenta variaciones en las diferentes etapas de la vida y se distinguen por género, en donde la imagen personal será un factor clave en la percepción de la satisfacción.

Según el estudio realizado al respecto, como se puede ver en el gráfico más abajo, la disminución de bienestar parece alejarse cada vez más a medida que se avanza hacia la adolescencia y es más marcada la curva descendente en las mujeres a partir de los 15 años teniendo como principal causa la presión que sienten las adolescentes sobre su imagen física: insatisfacción con su propio cuerpo, seguimiento de dietas y control de peso, todas como un factor estresante de su propia identidad.

La autoestima es bastante elevada durante la infancia para luego comenzar a declinar. Los autores de este estudio, sobre el cual se tomaron muestras en varios países concuerdan que una de las razones principales es que a medida que se crece, aumenta la socialización y eso separa cada vez más al niño del juicio positivo de sus padres y lo lleva hacia el juicio de otros niños, maestros, lo que lo somete a comparaciones con otros niños y un feedback externo más imparcial.

Al acercarse a la vida adulta, la autoestima vuelve a aumentar poco a poco debido a la necesidad de reacomodarse en un nuevo rol y la necesidad de contar con la seguridad personal para asumir una mayor autonomía, alcanzar metas y logros, mayor libertad para elegir, etc.

Es en este punto último, dentro de la franja de edades entre los 20 y los 60 años en donde hay una mayor necesidad de lograr una imagen personal que refleje con mayor claridad la identidad: quien soy (mi FODA), quien deseo ser (mis metas) y la brecha que me separa para lograrlo (mis objetivos).

Esta curva casi coincide exactamente con las edades donde se da el desarrollo de la vida profesional y laboral en su plenitud y aparecen factores determinantes dentro de la satisfacción personal como son el éxito profesional, los logros personales, los lazos sociales desarrollados y la forma de vinculación.

En un momento como el actual en donde las comunicaciones están bajo un cambio sustancial de su paradigma, semejantes a la revolución industrial, esto se magnifica.

El protagonismo individual cobra una fuerza como nunca antes y es evaluada en cuanto a su éxito a través de la capacidad de comunicarse dentro de las redes sociales.

Preguntas y cuestionamientos que antes eran privados hoy trascienden dentro de la gran vidriera virtual y se exponen a miles de personas desconocidas: cualquiera “googlea” nuestro nombre y accede a datos personales de gente que jamás vio en su vida.

Este grado de exposición es permanente e incrementa los niveles de presión sobre nuestra percepción de éxito y fracaso, comparándola con pares y en muchos casos distorsionando la imagen ideal. Un ejemplo de esto es el ideal de belleza mediático que se presenta frente a una adolescente de 15 años que se expone a trastornos alimenticios por el afán de alcanzar su meta, un ejecutivo joven que compara su nivel profesional con la media exigida en el mercado laboral y se expone a altos niveles de stress altamente riesgosos, etc.

La demanda en las áreas de asesoría de imagen ha crecido en el ámbito mundial exponencialmente y en productos referentes a mejorar o mostrar esa imagen, desde las plataformas de las redes sociales pasando por los productos cosméticos masculinos y femeninos y la rapidez con la cual se propagan los ideales de belleza y éxito a nivel mundial. Y esta necesidad de mostrarse genera muchas veces y para muchas personas ansiedades, insatisfacciones y frustraciones si no se enfoca la imagen personal en un plano de realización personal y como proveedora de felicidad

Saber quién soy y quien deseo ser excede en mucho el marco de saber vestirse bien.

En este punto podemos decir que la asesoría de imagen es preventiva en cuanto promueve a generar factores de resiliencia personales favorables para que en un futuro puedan desarrollar estados resilientes.

Los compromisos con el desarrollo de estos estados van a sostenerse a partir de estructurar el análisis de la imagen a partir de los factores desarrollados por Grotberg: Yo tengo, yo soy, yo puedo.

Según menciona el Manual de identificación y promoción de la resiliencia: “Promover la resiliencia es reconocer la fortaleza más allá de la vulnerabilidad. Apunta a mejorar la calidad de vida de las personas a partir de sus propios significados, según ellos perciben al mundo”.

¿De qué forma se relacionará entonces la imagen personal con la resiliencia?

¿Cuáles son esos puntos de contacto?

Imagen personal y pilares de resiliencia

¿Qué es la resiliencia? Es la capacidad del ser humano para hacer frente a las adversidades de la vida, aprender de ellas, superarlas y hasta llegar a ser transformados luego de pasar situaciones difíciles en la vida.

En general los textos hablan sobre aspectos de sufrimiento o dificultad por la que tienen que atravesar las personas muchas veces en situaciones extremas: pérdida de los padres en niños menores de 10 años, vivencias de catástrofes naturales, violaciones, situaciones de abuso, enfermedades críticas, etc.

Lo cierto es que ninguno de nosotros escapamos de las adversidades, sean del grado que sean. Esto puede abarcar un amplio abanico de situaciones entre las cuales podríamos mencionar: muerte de un familiar directo (padres, esposo, hijos) un divorcio, mudanzas, accidentes, maltrato, abuso sexual, incendios, problemas migratorios, pérdida de la fuente de trabajo, enfermedades serias, robo, secuestro, situaciones de gobierno severas, inundaciones, catástrofe natural, hambre, sequía, etc.

Posiblemente todos hemos pasado por alguno de esas situaciones y no solo hemos resistido el embate, sino que lo hemos superado y hemos salido fortalecidos de esas experiencias con la sensación de ya no ser los mismos.

Según Edith Henderson Grotberg, una de las precursoras y estudiosas de la resiliencia en Estados Unidos, sólo un tercio de las personas en el mundo son habitualmente resilientes. Pero esta capacidad no es un don de unos pocos. Todas las personas gozamos de la capacidad de volvernos resilientes.

Existen varios estudios que determinaron cuáles eran las características comunes entre las personas que demostraban esta capacidad y que ayudaban a encontrar la forma de superar las dificultades. Estas personas tenían alguna de estas capacidades en forma innata pero la mayoría las adquiría a través del desarrollo de líneas de pensamiento positivos y actitudes que llevaban a un enfoque que posibilitaba revertir la situación adversa.

Mientras, por ejemplo, en algunas investigaciones se encontraban personas que padecían una enfermedad compleja y pese a eso podían mantener su capacidad de bienestar, otras no lograban superar su estado de depresión y tristeza. De igual forma ocurría con otros estudios comparativos. Siempre había un grupo de personas que sostenía la esperanza y la actitud positiva como característica relevante.

A partir de estos estudios se logró determinar cuáles eran los pilares sobre los cuales se apoyaba la resiliencia junto con los factores externos que la promueven y la fuerza interior que se sostiene en el tiempo.

Estas características se relacionan también con la imagen personal como factor de promoción resilientes partiendo desde la autoestima y nutriéndose de ella para revertir las situaciones que se vivencian como adversas.

Una forma rápida es pensar la relación directa que existe entre resiliencia e imagen en las personas que padecen una enfermedad que altera su fisonomía externa o quienes ha sufrido un accidente que modifico su imagen o quienes deben soportar un defecto físico de nacimiento que los hace diferentes al resto.

¿Pero qué ocurre con la persona que no tiene estas afecciones y sin embargo comienza a rever su imagen? Usualmente se piensa que es algo accesorio y hasta frívolo. Muchas veces escuché hasta que es algo casi netamente femenino.

Dentro de esta intención de modificar esta mirada es que abordó este aspecto, tomando como referencia la experiencia que me ha tocado vivenciar con clientes de diferentes puntos de Latinoamérica que deseaban un cambio en la imagen

A todos ellos los motivaba algo en común en esa búsqueda que partía de una necesidad de pasar de un estado de crisis y de adversidad personal, la mayoría de las veces desde lo profesional, a un estado de transformación resiliente.

Estos pilares de resiliencia están comprendidos en los siguientes factores de protección, con relación a la imagen personal:

Introspección

Desde la imagen personal será el punto de partida. En todos nuestros clientes esta fase es decisiva para encarar un proceso de revisión de imagen.

Puede comenzar de dos formas: a través de un feedback negativo desde lo externo o a través de una insatisfacción interna en cuanto a la comunicación de su imagen personal. En el primer caso, aparece cuando comienza a registrarse en forma reiterada y de diferentes personas en distintos ámbitos (social, laboral, familiar, etc.) un feedback negativo de su imagen. Esta puede ser tanto externa (vestimenta, aspecto, arreglo general, desproporción en las combinaciones de cortes de ropa y cuerpo, etc.) como interna (reacciones, actitudes, formas de resolver conflictos, liderazgo, comunicar autoridad a través de la imagen, empatía, etc.).

En la mayoría de las veces, dentro de este proceso la persona sufre como consecuencia de este feedback negativo y es cuando siente que debe cambiar la mirada sobre su imagen para buscar una solución a una situación de gran preocupación personal.

La segunda forma surge por lo general como respuesta frente a encontrar un re significación de la propia imagen frente a un cambio de situación vital: un divorcio, la muerte de un familiar, un cambio de ciudad de residencia, un ascenso laboral o desvinculación.

El experimentar este factor de protección hace posible la búsqueda de un cambio en la imagen personal. Algunas veces las personas lo resuelven por sus propios medios, la mayoría recurre a un experto en imagen para llegar al cambio deseado. Pero en todos los casos la respuesta es el fortalecimiento de la autoestima como el logro indispensable para el éxito. Sin la introspección no existe un registro del desajuste en la propia imagen. Esto impide salir de una situación conflictiva y de gran insatisfacción personal.

Independencia

Este factor protector consiste en poder tener una adecuado visión de la situación real para el sujeto que le permita evaluar lo más objetivamente posible una situación vivida. El hecho de poder mantener una sana distancia emocional y física conservando el diálogo.

Lo que hace posible esto desde la imagen personal será la capacidad de desarrollar una comunicación efectiva. Es fundamental el poder distinguir un juicio de un hecho en el dialogo para poder mantener esa independencia con el medio conflictivo.

También, las situaciones de riesgo pueden presentarse desde lo que constituye la imagen interna por ejemplo en la forma del discurso, que delinea la imagen personal (no poder tomar distancia de un comentario fuerte “vos sos un inútil!”) frente a la imposibilidad de separarse de ese juicio y tomarlo como propio, creando un lazo de dependencia a una imagen creada y por ende distorsionando la propia percepción de la imagen personal.

Frecuentemente, como contra cara de lo anterior, hemos visto este factor protector en personas que han sido desvinculadas laboralmente y buscan reestructurar su imagen total para poder enfrentar una nueva búsqueda de trabajo y reinsertarse exitosamente. Esta búsqueda supone lograr una revalorización de la propia imagen dentro de una fase resiliente. Desde la imagen externa, como factor de riesgo, puedo mencionar los *fashion victims* y el apego extremo a la última moda, a las marcas reconocidas de diseñadores como única vía para definir la identidad e impidiendo la comunicación de la imagen a través del estilo personal.

Como un elemento más grave aún, la distorsión de la imagen que produce el ideal de belleza al que se debe llegar, esto es, problemas de peso corporal que derivan en bulimia,

anorexia y trastornos en la alimentación, un rechazo hacia la propia imagen que se agrava por no resolver con independencia la autovaloración del cuerpo.

Trabajar la imagen con personas con sobrepeso, revalorizando sus aspectos externos atractivos (lindas manos, bonitos ojos, una actitud segura, etc.) promueve este pilar de resiliencia llevando el tema de sobrepeso a un lugar de salud y no como condición para tener una buena imagen.

Capacidad de relacionarse

Como mencioné anteriormente, la mayoría de las veces para que ocurra una necesidad de revisar este punto, el disparador son las situaciones externas.

Funcionan como el fusible necesario para comenzar un análisis y mostrar aspectos actitudinales de la propia imagen que damos a los demás que en general no se perciben y hasta se desconocen. Esto lleva a hacer una revisión de la imagen muchas veces a pesar de que la misma persona no sienta la necesidad de buscar un cambio.

Hace un cierto tiempo acudió a nosotras una alta secretaria ejecutiva del presidente de una multinacional. Esta persona tenía grandes aptitudes profesionales y una trayectoria destacable de mucho tiempo que la hacían una excelente profesional. Su desarrollo profesional fue en desmedro de su cuidado en su imagen externa en cuanto a su apariencia y presentación pero también de su imagen interna en cuanto a la forma de relacionarse en lo personal: distante, poco cordial y nada propensa al diálogo.

Por sugerencia de su jefe, quien le destina un presupuesto especial, comenzó un análisis de su imagen. La situación en su entorno era tensa y eso motivó que ella realizara un análisis interno de su forma de relacionarse.

Luego del análisis de imagen, en la devolución que nos hizo se mostró altamente sorprendida del impacto que tenía la imagen personal en su vida profesional y personal: habían ocurrido cambios en el entorno que le manifestaban la aceptación, como haber logrado el saludo de un ejecutivo extranjero que por años la había ignorado como persona. A partir del cambio comenzó a saludarla y a entablar un mínimo dialogo cordial con ella.

Esto hizo que nuestra cliente comenzara a valorar la importancia de relacionarse bien con los demás como un factor clave dentro de su imagen. Nos comentó que su percepción de sí misma había cambiado, que el entorno le aceptaba más fácilmente y que eso le había hecho valorar la importancia de establecer buenos vínculos con los demás más allá de lo netamente profesional como el compañerismo y la empatía en sus relaciones laborales.

El trabajar con su imagen hizo posible que desarrollara la capacidad de establecer vínculos más eficaces con su entorno y que pudiera valorar la importancia de estos.

Iniciativa

Una condición para afrontar el cambio en la imagen es justamente esta.

Hace un tiempo di un seminario sobre el "*Liderazgo en la imagen personal*". A través de la iniciativa se mantienen aspectos como buscar las fuentes de fortalecimiento interno que hacen a un buen líder, trabajar la capacidad de cambiar lo establecido en busca de una solución, cambiar un aspecto de la imagen externa en busca de una mejora en la percepción

de los demás y como medio para estar mejor comunicado fortaleciendo la autoestima y la conexión con el propio cuerpo, controlar lo que se comunica a través del lenguaje gestual para transmitir honestidad, comprensión, empatía, etc.

Humor

Una buena imagen está relacionada a alguien con buen humor sin duda. A priori nadie relaciona una buena imagen a una persona enojada con la vida o de mal humor.

Podría señalar que este pilar puede existir en el individuo o no, pero sin duda se desarrolla más aun a partir de la seguridad en la imagen propia. El saber que se tiene una imagen agradable para los demás es un factor de bienestar que propicia el buen humor, la capacidad de reírse de uno mismo sin caer en ironías autodestructivas sino en su justa medida. El compartir con los demás, el desarrollo de una visión positiva de la vida y la buena comunicación que facilita una buena imagen personal está atada a este pilar.

Creatividad

Desde la imagen externa ese lugar lo ocupa el saber vestirse para la ocasión. Saber hacer uso de la herramienta al conocer el impacto de la propia imagen es una forma estratégica de saber moverse para lograr un cambio, superar exitosamente una situación de stress. Una situación de ejemplo sería una comida de negocios en donde es invitado un joven ejecutivo nuevo en la empresa. El almuerzo de negocios será una forma de evaluación de su imagen profesional en un ámbito social: la forma de comer, el conocer los códigos básicos de la etiqueta en la mesa y en el vestuario, la forma de expresarse.

Conocer y manejar estos aspectos le posibilitan a un profesional poder acceder al trabajo que aspira, pasando exitosamente la prueba y superando una situación de stress, laboral y de vida.

Es más evidente la aplicación de este pilar en la parte externa, por ejemplo, en el caso de las mujeres con cáncer durante el tratamiento para poder superar los efectos de la quimioterapia en su imagen: el uso de pañuelos con flequillos postizos simulando cabello donde no lo hay, el manejo del maquillaje para disimular imperfecciones, etc.

Por el lado de la imagen interna también es amplio: en la resolución de conflictos y vías de solución efectivas a los problemas, en el management ejecutivo hacia las personas que reportan a él, en el desarrollo de su plan de carrera y formas de comunicar su imagen en las redes sociales, etc. También en la forma de comunicar nuestros talentos y habilidades desde la imagen personal.

Por último mencionaré el entrenamiento del liderazgo personal en cuanto a la capacidad de “visión de futuro”. Ningún cambio es posible sin este elemento y facilitararlo promueve la creatividad para imaginar situaciones posibles, soluciones y visualizaciones positivas de cómo serán las cosas, del mismo modo que poder medir riesgos, planificar y desarrollar un *fast forward* positivo que permita toma de decisiones eficaces.

Moralidad

Visto como la intención de extender desde la propia imagen los valores personales y el bienestar hacia los demás. Una buena imagen externa se sostiene desde un pilar interno en cuanto a ser homogéneo con lo que en verdad se es.

El liderar la propia imagen exige un compromiso consistente reflejado en los hechos y actitudes hacia los otros. Es lo que marca el Personal Branding y la trayectoria de una persona, su fama, por lo cual se lo reconoce.

El trabajar el concepto de marca personal propicia estados de resiliencia desde la fortaleza en la imagen, la ética personal, la escala de valoración, etc. El training de las habilidades internas las fortalece y prepara para enfrentar momentos adversos y también para ser referentes hacia los demás de esas capacidades. Ser un guía es ser un líder en donde los demás puedan recurrir, generando una sensación de bienestar desde la colaboración.

Trabajar los aspectos de Personal Branding en el diseño de una identidad personal exige un análisis 360° y FODA que trace un perfil de quien soy, hacia donde voy y con qué cuento. En este pilar, desde el análisis de imagen total se pueden abordar más fácilmente los elementos resilientes expuestos en diferentes investigaciones por Werner y Smith, Garmezy y Rutter:

- Yo soy
- Yo estoy
- Yo tengo
- Yo puedo

Estos factores se promueven por separado a partir de diferenciar los recursos con los que se cuenta y aquellos que son necesarios adquirir, pero el individuo necesitará de un mix de todos para poder utilizarlos en situaciones adversas inesperadas.

En mi experiencia personal como docente universitaria lo he aplicado en mis alumnos de la cátedra Imagen y Estilo II en la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo por cuarta vez y he podido lograr que desarrollen una introspección y análisis de su perfil personal para lograr luego a partir de ese lugar, desarrollar las habilidades profesionales en alumnos próximos a egresar. Al cabo del cuatrimestre la devolución es muy positiva y ellos mismos destacan y valoran la importancia de poder vivenciar este análisis de competencias personales antes de insertarse profesionalmente en el mercado.

Tener este espacio de reflexión hizo posible que lograran conocer capacidades propias que no conocían de sí mismos.

En clase lo tratamos bajo el concepto de Marketing Personal y algunas de las preguntas que utilizamos son:

- ¿Cómo relaciono lo visto en Marketing Personal con la imagen?
- ¿Cómo relaciono lo visto con mi proyecto de vida?
- ¿Qué es lo que me gustaría que digan de mí?

Algunas respuestas a modo de ejemplo:

YO SOY

- Me considero una persona fuerte, luchadora y que me tomo el tiempo para reflexionar y poder conseguir lo que quiero.
- Soy atenta y ordenada. Suelo observar mucho y eso me ayuda a entender al resto que me rodea.
- Siento que soy una persona que da confianza y me gusta trabajar con las personas, pero mi falta de confianza hace que me bloquee en ciertas situaciones y no me anime a hacer cosas que me gustan, pensando que nunca me van a salir bien o voy a triunfar
- Soy una persona que le gusta aprender, pero duda constantemente de sus conocimientos

YO PUEDO

- Cuando comienzo un proyecto ya estoy pensando en el futuro.
- Gracias a los ejemplos que daban, me podía identificar con muchos de los casos y descubrir mis fortalezas.

YO TENGO

- Creo que principalmente mi mayor problema son los fracasos que viví y cómo éstos influyeron en mi forma de manejarme actualmente.
- Debería de reforzar mi capacidad de trabajar en grupo y de dejar que los otros tomen decisiones. Me cuesta delegar y dejar en manos de otros, cosas que podrían llegar a dificultar mi desempeño

Algunas conclusiones mencionadas

- Personalmente me ayudó a terminar de asumir y aceptar, con alegría, cuáles son mis prioridades y mayores anhelos.
- La relación que encontré entre todos los temas de marketing personal con la imagen, es directa porque a partir de la implementación y el conocimiento del marketing personal podremos desarrollar y mostrar una imagen acorde al perfil laboral y profesional que estamos buscando alcanzar

Autoestima consistente

Desde la imagen personal este pilar es el soporte del resto. A partir de la autoestima se proyecta una imagen bien comunicada hacia fuera y es el espacio donde se generan las actitudes de fortaleza y se pueden transformar las debilidades.

¿Cómo me veo, cómo deseo que me vean?

Los conflictos con la imagen impactan directamente en la autoestima y miden su resistencia de soportar los embates de dificultades.

El hecho de trabajar la propia imagen externa es ya un comienzo: cada uno empieza el cambio desde el lugar en el cual puede abordarlo y quizá sea lo externo lo que aparenta ser más fácil, aunque sabemos que el móvil parte de la plataforma de la autoestima.

Este pilar es una constante y que no solo abarca todos los aspectos en imagen, sino que une en un mismo propósito diferentes intereses: desde la enfermedad para recuperar la identidad, desde alguna falencia actitudinal, para recuperar y fortalecer la autoestima.

Por esta razón le he dedicado toda la primera parte de este desarrollo a este aspecto tan unido a la imagen que no es otra cosa que su manifestación.

Referencias bibliográficas

- Rosemberg, M. & Owens (2001). *Low self-esteem: a collective portrait*. NY: Cambridge Univ.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco.
- Curie, C.; Roberts, C. & Morgan, A. *Young people health in context. Health behaviour in school-aged: international report from the 2001/2002 survey*. Copenhagen: OMS.
- Grotberg, E. (1991). *A guide to promoting resilience in children: Strengthening the human spirit*. La Haya: The Bernard Van Leer Foundation.
- Manual de identificación y promoción de la resiliencia en niños y adolescentes. Munist, Santos, Kotliarenco, Suarez Ojeda, Infante, Grotberg, 1998. Organización Panamericana de la Salud. OMS. Fundación Kellogg. Autoridad sueca para el desarrollo internacional (ASDI)
- Werner y Smith (1982). *Vulnerable but invincible*.
- Garmezy, N. (1991). *Resiliency and vulnerability to adverse developmental outcomes associated with poverty*.
- Rutter, E. (1982). Protective factors in children's responses to stress and disadvantage. *Annals of the Academy of Medicine, Singapur*.

Abstract: When I embarked on the drafting of this paper, I decided to write about a topic which, in my opinion, offers people the greatest hope and transformation channels: resilience.

I quickly found a common ground and therefore decided to address the impact of resilience on Personal Image as this is my field of work. It was very enriching for me to tie this research work to the over 900 consultancy sessions I have offered together with my partner over the last 17 years of continuous work on personal image.

These consultancy sessions have been aimed at people with different profiles and of different nationalities all over Latin America. Within this universe, we have worked with all types of professionals, men and women of between 20 and 70 years of age, who were looking forward to a change since they felt their image did not represent who they really were. It is also worth mentioning our teaching experience as university professors of Image and Style II at the University of Palermo (*Universidad de Palermo*), a renowned university in the city of Buenos Aires.

We have also worked with people suffering from serious diseases, such as women with cancer on a treatment of chemotherapy, who were eager to rebuild their image and repair their badly damaged self-esteem both in Panama and in Argentina.

There was an element in common in all this diversity: any person on the way to a change started out from a state of resilience, or else expected to strengthen such state as a measure of precaution so that they would be better equipped in the face of future hardship.

I will always be dazzled by the enormous capacity in human beings to transform an intricate situation and look for resources to protect themselves within the state of resilience. In the personal sphere, I am very pleased, and therefore feel highly motivated, to have found within the world of Personal Image a path of assistance and prevention that can help people in different aspects but with a common denominator: the strengthening of a person's self-esteem so that he/she can have a positive life experience and find happiness within himself/herself.

In the professional sphere, this premise encourages to demonstrate that a person's Image is not something superficial or frivolous, a "girly thing", something merely incidental or just linked to fashion, as is usually regarded by the public at large. Facilitating this integral look within the world of Personal Image represents a turning point in my career.

Keywords: Resilience Personal image - Prevention - Self-esteem - Happiness.

Resumo: Ao fazer este trabalho final, decidi pegar um dos tópicos que, na minha opinião, ofereceu o maior canal de esperança e transformação para as pessoas: a resiliência.

Rapidamente encontrei pontos em comum e decidi focar na incidência da Imagem Pessoal, já que me dedico a isso. Foi muito rico para mim começar a pesquisa ligando este trabalho às mais de 900 consultorias que realizamos junto com meu parceiro ao longo de 17 anos de trabalho em imagem pessoal.

Essas consultorias são realizadas em pessoas de diferentes nacionalidades em toda a América Latina e também com diferentes perfis. Dentro desse universo, trabalhamos com profissionais de diferentes ramos, homens e mulheres, em uma faixa etária de 20 a 70 anos, que procuraram enfrentar uma mudança para sentir que sua imagem pessoal não os representava. Também com as experiências no nível de ensino de nossa cátedra na Universidade de Palermo, em Image and Style II.

Temos trabalhado com pessoas que enfrentam uma doença como mulheres com câncer em tratamento quimioterápico, a fim de reconstruir sua imagem e recuperar sua auto-estima prejudicada, tanto no Panamá como na Argentina.

Essa diversidade tinha um elemento em comum e é que todos aqueles que buscam uma mudança realmente partiram de um estado de resiliência ou procuraram fortalecer esse estado como uma forma de prevenção para enfrentar e se preparar de um lugar de força nas adversidades futuras.

Não deixará de me surpreender a enorme capacidade do povo para transformar uma situação difícil e procurar recursos para se abrigar no estado de resiliência. Eu, pessoalmente, motiva e me incentiva muito para ter encontrado na assistência fator de Imagem Pessoal e prevenção trabalho com pessoas de diferentes aspectos, mas com um denominador comum: o reforço da auto-estima para criar experiências positivas e encontrar a felicidade dentro de si mesmo.

Profissionalmente isso também me encoraja a refletir que a Imagem não é algo frívolo, "algo de mulher", algo acessório ou simplesmente ligado apenas à moda, como costuma acontecer. Ser capaz de facilitar esse olhar integral dentro da Imagem Pessoal significa um ponto importante na minha carreira.

Palavras chave: Resiliência - Imagem pessoal - Prevenção - auto-estima - Felicidade.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]
