

## El poder de la consultoría de imagen para grupos especiales

Eva Koeck-Eripek <sup>(1)</sup>

---

**Resumen:** En la identidad corporativa, la interacción correcta de contenido, apariencia y marketing se está volviendo cada vez más importante en el mundo visualmente orientado de hoy. Esto se aplica no solo a los productos, sino también a las personas. Los objetivos, los mensajes, el lenguaje y la imagen se complementan entre sí para formar un todo efectivo. La identidad corporativa personal requiere de poder desarrollar un carisma positivo, un comportamiento convincente y un impacto auténtico. Estos elementos son inseparables, por ejemplo, para de un político exitoso de hoy. Especialmente para las mujeres y los hombres en este campo profesional, que a menudo se presentan al mundo exterior, el asesoramiento holístico de imagen es de gran ventaja para ser percibido de manera óptima en una forma orientada al grupo objetivo receptor de su mensaje.

**Palabras clave:** Consultoría de imagen - Presencia - Confianza en uno mismo - Ejecutivo - Políticos - Autogestión - Color - Estilo.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 51-52]

---

<sup>(1)</sup> Eva Koeck-Eripek vive en Viena, Austria y es la primer CIM - Certified Image Master de Europa. Ha sido consultora de imagen durante más de 31 años y es la directora ejecutiva de Image Institut Austria y Image Product. Después de su educación internacional a lo largo de los años, trabaja como oradora y entrenadora para personas destacadas, celebridades y empresas. Ella ha entrenado a más de 900 Consultores de Imagen y es presidente de la Asociación para la Consultoría de Imagen de Austria. Desde hace 17 años tiene su propio Styling Show en televisión, es autora y realiza más de 300 discursos y seminarios cada año. Eva es una de las Top Trainer 2020 de Speakers Excellence, certificada por TÜV Europe y ganadora del Premio AICI IMMIE 2012. Su empresa Image Institut ofrece una amplia variedad de servicios en el campo de la consultoría, capacitación y presentación con enfoque en los temas: imagen, diseño corporativo y presentación. Sus clientes son emprendedores, empresarios y las corporaciones dentro de Austria, la UE y en el extranjero. Desarrolla entrenamientos individuales con fines especiales, conferencias, discursos, seminarios web, capacitaciones y seminarios en línea, así como para la creación de conceptos de imagen y marca corporativa para empresas. Image Product es la segunda marca de Eva. Creó una gran cantidad de materiales de trabajo prácticos y útiles, como Color Swatch Wallets, ColorCards, Color Drapes, ColorFlags, FabricSample File y herramientas didácticas de imagen. La mayoría de ellos están disponibles en 3 idiomas: alemán, inglés

y español. Eva vive lo que enseña: persuade a través de una alta competencia, apariencia natural y credibilidad

La imagen de una persona es, por un lado, la imagen que quiere irradiar, pero también, la imagen que percibe la otra persona. El arte de la consultoría de imagen consiste en lograr un equilibrio entre estas dos perspectivas, de modo que la persona no solo sea auténticamente aceptada, sino que también logre lo que de verdad quiere lograr.

En la consulta de imagen de las personas, lo holístico es particularmente importante. Hay que tener en cuenta muchos puntos para percibir una imagen de manera convincente. Este es particularmente el caso de las figuras públicas. Es un poco más fácil para artistas, cantantes, actores y personas que pueden clasificarse en un determinado género a través de su trabajo creativo que para los políticos. Los artistas pueden cambiar su imagen más a menudo dependiendo de la expresión y el proyecto; el espectador lo tomará en cuenta, a veces incluso con benevolencia. La situación es diferente para los políticos que quieren mostrar ciertos valores, y generalmente durante mucho tiempo sin cambios masivos.

Los artistas pueden presentarse de una manera llamativa, creativa, ruidosa, excéntrica o abstracta, introvertida y sofisticada, mientras que los políticos generalmente valoran otros valores: confiables, serios, creíbles. Estos valores son muy similares en una visión general compartida entre la mayoría de los políticos, independientemente de sus valores básicos, intereses políticos y opiniones.

Sin embargo, el público no solo evalúa sobre la base de declaraciones o programas que los políticos presentan, sino que también evalúa a este grupo de personas, como todos los demás, por la apariencia visual. Y aquí es donde entra la consultoría de imagen: la imagen debe ser correcta y los valores deben transmitirse claramente. Es por eso que ciertos puntos focales en la consultoría de imágenes son muy similares a nivel internacional.

### **¿Qué elementos son parte del diseño exitoso de una imagen?**

- El personaje del protagonista (su rol).
- El deseo individual de acción; relacionado con la fase de la vida, el medio ambiente, el grupo objetivo
- Su expresión y movimiento en el sentido físico: lenguaje corporal, forma de caminar y marcha, expresiones faciales, gestos, nivel de energía de los movimientos;
- Voz, lenguaje y expresión en el área verbal / retórica.
- La comunicación visual en el exterior: ropa, accesorios, peinado, maquillaje para mujeres y para hombres en los momentos detrás de cámara.

A continuación, me referiré a la comunicación visual dividida en las áreas de diseño de color y estilo. La atención a los otros puntos mencionados anteriormente, por supuesto,

debe incluirse en cada sub-término para lograr una imagen holística, como se mencionó anteriormente.

Además, estas tres áreas se dividen en áreas de diseño individual y evaluación psicológica. Debido a la situación actual debido por la crisis mundial de COVID 19, las áreas de comunicación se expandieron para incluir la presencia de TV, video y transmisión en línea. La presentación de uno mismo en los medios siempre ha sido particularmente importante, porque una imagen a menudo dice más de mil palabras. Sin embargo, a menudo, una persona en la vida pública solo se percibe en imágenes; el texto se pasa por alto o se reduce. Con las imágenes en movimiento en televisión o en los videos en línea es aún más drástico: el texto hablado se mueve hacia el fondo, lo que hace que el diseño de la personalidad a nivel visual sea mucho más importante de lo que a menudo se supone. Los políticos siempre han podido obtener puntajes más efectivos con sus seguidores a través del contacto personal que en medios impresos o televisivos impersonales. Sin embargo, en la situación actual, a todos nos queda solo el mensaje a través de una imagen virtual. Esto significa que tienes que aprender a presentarte mejor para ser notado en la gran cantidad de información, especialmente en las redes sociales.

El diseño consciente dentro del espacio virtual es difícil para muchos protagonistas porque no estaban preparados para ello. Pero presentarse ingenua y torpemente aquí no es considerado profesional por el público y a menudo se lo juzga negativamente. Ningún político puede permitirse esta calificación de los votantes. Es por eso que la transferencia rápida de conocimiento de precisamente este contenido es particularmente importante en momentos como este para apoyar de manera sostenible una imagen que ya se ha logrado.

## Diseño de color

Debido a su pigmentación, todos tienen una expresión de color en la piel, los ojos y el color natural del cabello. La consulta holística del color tiene como objetivo lograr una armonía entre estos elementos y los que agregamos. Se agregan colores a la ropa, accesorios, posiblemente cabello coloreado y efectos cosméticos capilares. Dependiendo de la pigmentación del color de la persona, los criterios de color como la calidad, la intensidad y el grado de esa claridad se utilizan como base para encontrar los matices correctos para la armonía. Se utilizan diferentes sistemas de color en todo el mundo, lo que debería ayudar a las personas a implementar de manera óptima este diseño de color de su propia persona. Además, las características de la personalidad con el efecto de los colores deben ser respaldadas positivamente y perfectamente subrayadas.

Las personas que están vestidas armoniosamente son percibidas por los demás como mucho más positivas, auténticas y claras. En efecto, los colores siempre vienen antes que una forma; no puede evitar el efecto de color y es una pena si no utiliza este conocimiento para el grupo objetivo de personas públicas. Es esencial una compilación individual de armonías de color con el conocimiento del efecto deseado. Los colores favoritos, los colores de negocios, de ocio para el guardarropa se integran aquí según la ocasión y el deseo personal, de modo que se crea una combinación única. Fiel al lema: ¡Todos somos únicos!

## Los colores son comunicación no verbal

Los colores son absorbidos por el ojo y alimentados directamente al sistema límbico en el cerebro a través de hilos nerviosos. Allí, entre otras cosas, al evitar la lógica y la comprensión crítica, los sentimientos “hacen” y también se salvan las experiencias positivas y negativas. Al igual que los olores, los colores estimulan este centro emocional de forma muy directa y provocan reacciones similares en muchas personas en todo el mundo. Por supuesto, los valores y las experiencias culturales juegan un papel importante, pero cada color tiene su mensaje y puede usarse para apoyar la imagen de una persona.

### ¡Usa el poder de los colores!

Con el color rojo de poder, pareces fuerte, seguro de ti mismo, superficial, provocativo, dinámico, enérgico, impulsivo, valiente, dominante, es un “llamativo”. Pero también puede transmitir agresividad, caos, egoísmo y agitación.

Si usa ROJO, la declaración es “¡Aquí vengo!” Transmite fuerza, atractivo y es el foco. Se observa una línea de corte más simple, un ajuste correcto y que el atuendo no compite con muchos otros accesorios. Cuanto más grande sea el rojo, más tranquilo debería ser el resto. Es menos adecuado para situaciones de conflicto porque simboliza un comportamiento bastante exigente y agresivo.

Con el color de comunicación amarillo pareces alegre, amigable, optimista, inspirador, estimulante, intelectual, flexible, sensible. Pero también puede significar avaricia y celos.

Cuando usas AMARILLO, aparece una persona alegre, estimulante e interesante. Tiene un efecto espontáneo y comunicativo, en amarillo intenso también es muy positivo. Funciona bien como un toque de color con colores neutros oscuros como el azul oscuro para crear un ambiente relajado, pero las personas vestidas completamente de amarillo, claro, apenas se toman en serio.

Con el color azul transmites competencia, pareces fresco, puro, tranquilo, silencioso, pacífico, relajante, sensible, también retraído, pasivo. Azul representa lealtad, confianza, solidaridad, comprensión, claridad, seriedad, honestidad, tradición, orden y anhelo, pero también aburrimiento, ensueño, distancia y frío.

Si usas AZUL: el azul oscuro es adecuado para cortes de ropa clásicos y simples: en su mayoría se ve elegante, seguro y discreto. Uno de los colores preferidos en el negocio político porque combina competencia y corrección. No te distrae. En azul claro, por otro lado, pareces más fresco, limpio y distante.

El color verde de la armonía tiene un tono calmante, equilibrado, relajante, armonioso, esperanzador, natural, estable, seguro, equilibrado, pacífico, sincero, generoso, vulnerable; pero también puede representar inmadurez, estancamiento, decadencia y avaricia.

Cuando usas VERDE, usa tonos diferentes de este color. El verde también permite muchos efectos: desde tonos de menta finos y femeninos que parecen muy delicados hasta el verde aventurero de manzana y el verde abeto terroso y robusto. Todos los tonos tienen en común que uno parece bastante tranquilo, natural y estable en esta ropa.

Usado dentro de la actividad laboral, el color naranja te hará lucir cálido, activo, alegre, independiente, comunicativo, exuberante, ruidoso, creativo, estimulante, humorístico, (aventurero) divertido, pero también puede considerarse intrusivo, impaciente y barato.

Cuando usas NARANJA: enérgico, independiente pero también impaciente si aparece con ropa naranja. La creatividad y el espíritu pueden verse de inmediato. Con un atuendo naranja no puedes estar de mal humor. Sin embargo, debe tener cuidado con el uso extenso: para otros, puede parecer demasiado superficial, ruidoso e intrusivo. En accesorios, siempre llama la atención, especialmente para los tipos de colores cálidos.

Con el poderoso color violeta, pareces solemne, festivo, llamativo, dramático, extravagante, artístico, independiente, misterioso, místico, lleno de tensión. Pero también simboliza inquietud, agresividad, penitencia, mentiras, aislamiento y vanidad.

Si usa VIOLETA, debe elegirlo conscientemente: es un color que también polariza en su atuendo. Te distinguirás y destacarás. Se puede combinar bien y como un solo color se ve misterioso y mágico. Por eso es particularmente popular con ropa de noche. El violeta también está muy sujeto a la tendencia de la moda.

Con el color ROSA, uno se ve encantador, suave, educado, sensible, edificante, amigable, calmante, positivo, tierno, gentil, dulce, compasivo, infantil. Pero este color también representa compromiso, transmite algo kitsch e ingenuidad.

Incluso si hay tonos pastel como el rosa en las camisas de los hombres, sigue siendo el color típico de una niña. Vestido con este tono, pareces tierno, amoroso y comprensivo. Es adecuado para políticos si quieres parecer accesible.

Con el refrescante color TURQUESA, pareces joven, vigorizante, fresco, claro, ligero, estimulante, poco convencional. Turquesa también significa frescura, arrogancia y superficialidad.

El verano, el sol y el mar turquesa son claramente preferidos en la estación cálida y las regiones cálidas. Si elige la ropa en este tono, transmite frescura, juventud y simplicidad. Es particularmente popular en ropa casual de ocio porque se ve informal. Incluso algunos accesorios en turquesa hacen que el atuendo se vea mucho más amigable.

Con el color tierra MARRÓN, uno se ve cálido, natural, terroso, despreocupado, acogedor, adaptable, tranquilo, noble, discreto, rústico, robusto, estable, modesto, pero también anticuado, burgués; lento, perezoso

MARRÓN está muy abajo en la escala de popularidad de colores. Sin embargo, puede encontrarlo muy a menudo en una sala de estar y en el guardarropa. Te ves confiable y estable, sólido y discreto. Los tonos marrones son particularmente populares como un color básico en la ropa porque se pueden combinar de muchas maneras diferentes. Las prendas marrones también se desvanecen inmediatamente en el fondo cuando se combinan con tonos más fuertes.

Con el inocente color BLANCO te ves fresco, limpio, puro, ligero, claro, minimalista, estéril, inocente, neutral pero también sabio. Al mismo tiempo, también puede ser frío, duro, aburrido, vacío e intocable.

Todo vestido de blanco, inmediatamente piensas en una novia, no en un político. El blanco brillante crea una apariencia positiva y optimista que parece pura y clara, pero también se ve un poco intocable y, a veces, incluso estéril. Aquí, la selección del tono de blanco correcto es particularmente importante y los accesorios cobran aún más importancia. El

blanco también hace que cualquier otro color brille más intensamente y pone al usuario en primer plano.

Con el color GRIS uno luce discrecional, se ve elegante, discreto, modesto, fáctico, neutral, elegante, serio, sutil, tranquilo. Pero también sobrio, anticuado, indiferente y representa discreción, falta de color, desesperanza y aburrimiento.

El gris es el clásico sutil en todos los armarios. Si solo vistes a los políticos de gris, quizá se pueda pasarlos por alto, percibirlos pasivamente o etiquetarlos como un ratón gris. La combinación de corte, material o patrón es particularmente importante aquí. Puede combinarlos con habilidad, ya que, al igual que con el blanco y negro, el gris subraya todos los demás matices y, por lo tanto, es uno de los mejores colores para suavizar los tonos fuertes. Con el elegante color NEGRO, pareces misterioso, introvertido, apretado, duro, pesado, severo, malvado, amenazante, caótico, impenetrable, testarudo; pero en un sentido positivo también elegante, clásico y poderoso.

Estás en buena compañía: muchas personas se visten de negro. Esta tendencia de la moda eterna es tan popular porque crees que no puedes equivocarte. Lo que no es cierto, porque el negro no solo se ve más delgado, sino más pesado e impenetrable. El negro no deja nada

## **El uso de colores para los políticos**

Uno elige conscientemente los mejores tonos posibles para el tipo de color existente y observa el efecto y el simbolismo de los diferentes tonos, como se describe en el párrafo anterior. Además, se tiene en cuenta la división apropiada de colores básicos tranquilos, que parecen bastante reservados; los colores pastel claros que atraen la atención y los colores llamativos que crean acentos.

Si repites colores en tu atuendo, lograrás un efecto holístico y armonía. Por ejemplo, los anteojos fuertes y de color azul deberían aparecer nuevamente como una sombra en el atuendo: en la correa del reloj, como una bufanda o más ampliamente en una prenda de vestir. También debe tenerse en cuenta que los matices sutiles o la ropa tono sobre tono hacen que una persona parezca más tranquila y suave.

Los fuertes contrastes en el atuendo aumentan la competencia y deben usarse de manera diferente dependiendo de la pigmentación.

## **El estilo del político**

La expresión en el estilo individual debe subrayar una personalidad y sus valores y llevarlos a la mejor ventaja percibida, pero los códigos de vestimenta también deben tenerse en cuenta. Con las regulaciones de vestimenta, existen diferencias territoriales, dependientes de eventos y / o estándares de la industria en el área de negocios y ocio.

### *Códigos de vestimenta territorial*

La cultura respectiva, la historia y muchas otras circunstancias aún configuran las reglas para la expresión externa en las diferentes regiones y países. En los negocios, estas pautas se están volviendo cada vez más internacionales y globales. Sin embargo, al contactar con otras culturas y permanecer en países extranjeros, uno debe tener en cuenta las regulaciones territoriales locales a favor de los propios códigos de vestimenta nacionales.

### *Códigos de vestimenta ocasionales*

La ocasión social, así como las circunstancias externas, caracterizan estas normas de vestimenta. Hay variantes informales y formales, como “casual de negocios”, “formal de negocios”, “corbata negra”, “corbata blanca”. Estos siempre deben seguirse. En principio, por supuesto, aquí también hay influencias territoriales.

Es importante diferenciar si el evento se lleva a cabo durante el día o la noche, en interiores o al aire libre, para elegir la mejor ropa en consecuencia.

### *Códigos de vestimenta estándar de la industria*

Las reglas de vestimenta profesional resultan de los siguientes puntos:

- Rama
- Lugar de trabajo / tipo de actividad
- Estado / posición
- Filosofía de la empresa / ideología del partido.
- Ocasiones (reuniones, discusiones, negociaciones, reuniones, eventos, fiestas, deberes de representación o trabajo de oficina)
- Grupo objetivo

La ropa de negocios, como lo esperan los políticos en puestos directivos, generalmente solo se puede encontrar en el área clásica de la moda. Esta es la forma más fácil de subrayar los atributos de corrección, confiabilidad, confianza y seriedad mencionados anteriormente, que son muy populares entre los políticos en términos de su imagen. A continuación, se describe el estilo clásico utilizando la expresión de una persona. La implementación técnica en el atuendo complementa el efecto deseado.

### *Estilo clásico*

La persona clásica parece noble, elegante y es particularmente importante para ella lucir perfecta en todo momento. Una dama / caballero de pies a cabeza. El objetivo es parecer correcto, controlado y bien cuidado y ser considerado serio y confiable.

Los movimientos del cuerpo en la marcha, la postura y los gestos son regulares, hay movimientos bastante mínimos, como pequeños pasos, y se puede decir que las personas clásicas pasean por la zona. La postura es muy erguida y recta, los gestos se llevan a cabo lentamente y con bastante calma. Las expresiones faciales son sutiles y bien consideradas. La persona clásica otorga particular importancia a la conducta correcta. Es educada y discreta, actúa correctamente de acuerdo con la etiqueta. Por lo tanto, también puede parecer

my distante e inaccesible, porque no deja nada al azar, todo está planeado y bajo control. Las tradiciones son importantes en este estilo y se la considera realizada en todas las áreas. Como resultado, puede ser percibida como rígida o arrogante, presumida o fría reservada. Pero eso no molesta, incluso si se considera pasada de moda.

La voz y el lenguaje son claros, una personalidad clásica nunca quiere ser ruidosa y una expresión bien arreglada es muy importante. La voz suena melódica, posiblemente nasal, pero definitivamente tranquila y a veces monótona. Las palabras están bien pensadas y elegidas, la redacción es correcta.

Los valores que se quieren transmitir en este estilo son la elegancia en persona y los términos como atemporal, simple, tranquilo, confiable, directo y profesional son tan adecuados como orientados a objetivos, seguros y a veces tradicionales.

Los colores que se ajustan a este estilo son colores neutros como el gris, negro, marrón, azul, beige y camel. El atuendo se mantiene bastante oscuro en una parte y se combinan un máximo de dos grupos de colores. El corte de la ropa es simple, recto, simple y atemporal; Se prefieren formas claras y simetría. Lo siguiente se aplica a los accesorios: "Menos es más": hay una sutileza clara y se prefieren las piezas nobles, como las joyas de valor real. Los materiales y telas que se utilizan son opacos, de alta calidad, fluidos, del mismo grosor y en su mayoría finamente tejidos. Hay pocos patrones estampados que se aplican a este estilo, por lo que es mejor usar una pequeña área estampada y que aparezca regularmente. Los clásicos como las telas a rayas, espina de pescado o pata de gallo son populares, preferiblemente con poco contraste de color.

El peinado también se usa correctamente, recto, se prefieren cortes clásicos, no se usan colores llamativos, muy bien peinados y fijos. El maquillaje para mujeres parece simple, está hecho de manera muy precisa y correcta, y se utilizan colores sutiles y apagados. A menudo solo se prefiere un lápiz labial fuerte para dar más expresión a la palabra hablada. Los políticos pueden agregar los siguientes tres puntos focales de un estilo a la parte clásica para ser percibidos de manera más individual: extravagante, deportivo, atildado. La expresión de una persona en lo físico, como a través del lenguaje corporal y la voz, es una guía para hacer que esta persona parezca más auténtica. Además, se debe tener en cuenta el contenido de la expresión verbal, los valores individuales y su grupo objetivo, así como el código de vestimenta mencionado anteriormente.

### ***Extravagante***

La persona extravagante quiere destacar más, ser el centro de atención y demostrar que se destaca de la multitud. Todo sobre ella está más allá de la norma. Su deseo de trabajar es ser notado de una manera inusual, valiente y extremadamente segura de sí misma. Los movimientos del cuerpo en la marcha, la postura y los gestos son inusuales y también más notables que en otras personas. Se despliega y hace movimientos de barrido, determinantes. Los gestos son a menudo teatrales y parecen artificiales, determinados y dominantes. O exactamente lo contrario: movimientos muy silenciosos, extremadamente restringidos o rígidos y esto crea un aura misteriosa con la que le gusta rodearse. Esta mística, sin embargo, apenas se aplica a los políticos.

Las expresiones faciales también son especiales y la tensión corporal es alta. El comportamiento es llamativo, en cualquier caso, ya sea extremadamente sutil o muy ruidoso: valiente y exagerado en todas las direcciones. Es una imagen más bien agresiva y educada, muestra reacciones un tanto extremas y, a menudo, otros la perciben como provocativa y, a veces, arrogante. La voz y el lenguaje son estridentes, a menudo excesivamente fuertes y la persona extravagante tiene una voz llamativa (es decir, muy alta o muy baja). El énfasis es importante. Se habla mucho de una persona extravagante en términos como creativo, llamativo, excéntrico, glamoroso, provocativo, dramático, sofisticado, vanguardista o futurista. Todo esto es lo que desprende de su apariencia.

Por lo general, se encuentra este estilo principalmente en la escena creativa y artística. Si los políticos se describen a sí mismos como extravagantes o quieren mostrarse de esta manera, es aconsejable usar esta expresión solo en detalles como los accesorios. De lo contrario es más aconsejable permanecer en el estilo clásico para dejar una impresión seria y confiable.

### ***Deportivo***

Es un estilo práctico, fácil de cuidar y también cómodo. La persona deportiva necesita libertad de movimiento en su atuendo y también debe verse de manera relajada y casual. El efecto es que parezca fresco y natural, vivo y sin complicaciones y que se considere particularmente útil, porque se ve a sí mismo como un estilo amigable.

Los movimientos del cuerpo en la marcha y la postura son dinámicos, rápidos y determinados. Salta mientras camina o camina activamente por el área. Esta persona, deportiva a menudo, tiene una gran necesidad de moverse y, en consecuencia, la expresión es relajada y viva, a veces con mucha tensión corporal, a veces más lenta y muy casualmente. Los gestos no se ven afectados, son espontáneos, las expresiones faciales son impulsivas y animadas. El comportamiento es sencillo, a menudo actúa de manera informal y casual. El pensamiento práctico hace que parezca muy natural y todos lo perciben como fácil de manejar. La mayoría de las personas deportistas se llevan bien con todos en su entorno. Otros a menudo lo llaman natural, informal y, a veces, incluso un tanto rudo, debido a su naturaleza. La voz y el lenguaje son directos, informales, muy auténticos y naturales. Generalmente habla más rápido y dinámicamente, con una elección casual de palabras. El acercamiento a los demás es amigable, a veces incluso descontrolado o imprudente. Pero con una risa suelta, repara los errores que puede cometer.

Con todo, una persona práctica y de aspecto juvenil de todas las edades que no siempre tiene necesariamente que hacer deportes activos para usar este estilo, pero que, sin embargo, parece enérgico. Le encanta que su atuendo sea funcional y resistente, porque la designación de este estilo proviene originalmente del área deportiva, que se ha integrado en la ropa cotidiana desde décadas. Otra característica de este estilo es la moda, que se usa igualmente por ambos sexos, es decir, unisex.

Un político que incorpora este estilo en su vestimenta generalmente es muy bien recibido por el público y tiene altas tasas de aprobación. Sin embargo, reflejar el asertividad y la fiabilidad deseadas es otra cuestión.

### ***Fiel al detalle***

Versátil. De niña a madura, de moda casual a juguetona: esta persona se muestra en muchas facetas, pero siempre con atención al detalle. Su efecto deseado es ser diferente. Es desde femenino, suave, encantador hasta maternal / paternal, cariñoso y social.

Los movimientos del cuerpo en la forma de andar, postura, expresiones faciales y gestos son más pequeños, más sutiles y fluidos. Este tipo tiene una marcha suave o da pequeños pasos que muestran un comportamiento suave. El gesto es igual de gentil, redondo y delicado. Las expresiones faciales se usan con bastante discreción. Un cierto eufemismo es manejarse dentro del orden del día o la agenda, en forma ordenada. El comportamiento es reservado, bastante tímido, la persona detallada actúa de manera cálida y cortés, encantadora en la apariencia de los demás y socialmente correcta. La voz es más tranquila y tiene una expresión suave. A menudo habla en un tono más alto, a veces cantando un poco. Su elección de palabras es extensa, el lenguaje a veces es muy florido y otros lo describen como variado o engoroso.

Este subgrupo rara vez se encuentra en el mundo de los políticos, porque los valores de esta profesión difícilmente se pueden lograr con esta expresión. Uno no es tomado lo suficientemente en serio, y mucho menos visto como un fuerte representante de un sector. Si esas personas toman el camino político, generalmente no llegarán muy alto en la escala profesional.

Conclusión: La vestimenta adecuada que corresponde al estilo individual, subraya el valor y la competencia de una persona. Es importante poder diferenciar entre diferentes situaciones de la vida, culturas y sociedades. Las personas vestidas armoniosamente resultan más atractivas para los demás. El atuendo debe subrayar la personalidad y no distraerla.

## **El estilo de los políticos**

Al igual que cualquier otra persona, también es importante que los políticos usen estratégicamente su imagen a través de su capa exterior. Sin embargo, las personas en la vida pública son vistas, evaluadas de manera mucho más consciente. Pero casi nadie que esté en política ha sido tan naturalmente dotado de una gran figura. Por lo general, hay una u otra zona que no tiene una forma o proporción óptima. Por supuesto, cuando se trata de vestir estratégicamente, usa la teoría de la forma y la proporción para hacer que un cuerpo parezca equilibrado. El trabajo del consultor de imagen es mostrar a las personas holísticamente, trabajando en su imagen de manera armoniosa y atractiva.

Aquí mencionaré algunos ejemplos de cómo aplicar las siguientes reglas de estilo:

¡Dirige la mirada al “lado amigable” de una persona y oculta hábilmente uno u otro punto débil! Con consejos simples sobre exposición o trabajando la imagen en capas, puede diseñar cada cuerpo para que sea visualmente lo que es: único.

Debe seguirse la regla básica de ilusión óptica: el uso adecuado de telas, materiales brillantes y estampados. Saber utilizar los oscuros, monocromáticos y mate. Por ejemplo, la parte de arriba de color claro, como una camisa o una blusa con pantalones oscuros, enfatiza

la parte superior del cuerpo. Esto dirige su mirada hacia su cara, lo que subraya mejor la oratoria del protagonista. Lo mismo se aplica con los patrones y telas brillantes.

Las personas más grandes o las partes del cuerpo que parecen más largas se pueden interrumpir o dividir visualmente con más líneas cruzadas. Las personas más pequeñas o las partes más cortas de la proporción corporal no deben interrumpirse ni dividirse visualmente. Puede interrumpir o dividir visualmente con colores y / o formas, así como líneas. Los físicos fuertes deben vestirse con una línea de corte más fluida y suave, mientras que los cuerpos que son demasiado delgados o delicados pueden hacerse más voluminosos siendo particularmente importante el uso del material y la tela adecuados.

### **Consejos para un ajuste óptimo de la ropa**

Cada vez que ves personas que lucen bien, hay un secreto que importa: el ajuste correcto de la ropa. Es esencial que los políticos tengan esto en cuenta.

Aquí comparto alguna información importante y consejos sobre ropa estándar y su significado:

- La parte más importante de una chaqueta es el área del hombro. Esto debe ser al menos 2,5 cm más ancho que el hombro en la parte de la costura. Si la costura cuelga sobre el hombro, se siente como si alguien estuviera “colgado”, o parece cansado, sin energía y triste. Una imagen imposible para los políticos.
- La parte del cuello y los hombros no debe plegarse a lo largo de la espalda ni crear pliegues cruzados. Si ocurre, indica un tamaño demasiado grande o un área de hombro demasiado estrecha. Ni las solapas demasiado apretadas ni demasiado anchas hacen que una persona parezca competente. Esto se aplica a toda la ropa.
- El largo correcto de una manga debe permitir que aproximadamente 1 cm de la manga de la blusa todavía sea visible. La longitud correcta es la mitad entre la base del pulgar y la muñeca. El dobladillo de los pantalones debe ajustarse proporcionalmente a la forma de los pantalones. Las mangas o las piernas del pantalón demasiado cortas crean un efecto infantil.
- No llenar jamás los bolsillos con acumulación de cosas, poniendo el teléfono celular, billetera o pañuelos. Esto genera que se vea una imagen abarrotada y descuidada.
- Los botones en blusas o camisas no deben abrirse o generar un ocho. La ropa interior visible hace que el protagonista se vea desorganizado.
- Asegúrese de tener suficiente libertad de movimiento para no sentirse apretado.
- La falda de una mujer no debe estirarse ni levantarse al sentarse. Al pararse, la falda debe fluir en el ajuste correcto por sí misma.
- La ropa interior nunca debe ser visible ni por fuera ni debajo de la ropa exterior.
- Las blusas sin mangas no son adecuadas para los negocios, ya que cualquier piel desnuda visible, excepto las manos y la cara, reduce el efecto profesional de una persona.

- Las ropas demasiado apretadas resulta desventajosa y no hacen lucir más delgado, sino que enfatiza áreas problemáticas. En verdad te hace ver más fuerte y más pesado de lo que eres.
- La ropa demasiado ancha hace desdibujar la imagen. Es particularmente desventajoso en la vida profesional, porque le resta profesionalismo.

#### *Accesorios: los pequeños e importantes ayudantes*

Especialmente cuando el estilo parece mayormente clásico y tranquilo para los políticos, es importante crear puntos focales con los accesorios. Aquí también puedes usar otro estilo para transmitir una imagen más auténtica y darle otro acento. Por lo tanto, la selección de accesorios es una parte esencial del diseño general

La proporción correcta de accesorios juega un papel importante. Los elementos que son demasiado pequeños parecen discretos. Por otro lado, los elementos que son demasiado grandes y posiblemente pesados dejan una impresión débil y delicada de la persona que los usa. No importa qué accesorio sea, siempre debe subrayar la apariencia de la personalidad, pero en ningún caso debe atraer toda la atención. ¡Cada accesorio cuenta una historia! Y esto debe coincidir con el efecto deseado y la persona. Los accesorios discordantes en estilo causan incertidumbre en el espectador.

## **Efecto delante de la cámara**

Es particularmente importante que los políticos se presenten de manera óptima frente a una cámara. Debido a la actual crisis mundial, donde el contacto personal ya no es posible, la apariencia se ha vuelto muy importante no solo en el estudio de televisión, sino también en el área digital y virtual. Deben considerarse los siguientes puntos:

¡La preparación es más que necesaria no solo en la expresión verbal, sino también en la visual! Los políticos deben pensar cuidadosamente a quién venden qué información y cómo, tanto en el discurso como en la imagen.

El fondo desde donde aparece su imagen tiene un efecto, así como el atuendo que se elige. Los fondos, especialmente de la oficina u oficina en el hogar, deben diseñarse deliberadamente y coincidir con el contenido del discurso. La configuración adecuada o las imágenes importadas de un archivo, por ejemplo, cuando se transmite online, suelen ser mejores que la realidad. Las distracciones son indeseables. Su propia persona debe colocarse a distancia correcta de la cámara para que se vea la sección de imagen deseada del cuerpo. Si un gesto de las manos debe ser visible o no, debe considerarse cuidadosamente de antemano. El punto focal siempre debe ser el lente de la cámara, incluso si la otra parte puede verse mejor desde un ángulo diferente. Las condiciones de iluminación deben tenerse en cuenta en términos de color e intensidad. Una luz desde el frente siempre muestra a una persona mejor que la iluminación desde abajo, arriba, a un lado o una fuente de luz en el fondo. Del mismo modo, la amplificación de la voz usando un micrófono es a menudo mejor que una pronunciación posiblemente demasiado en voz baja sin micrófono y, por lo tanto, difícil de entender.

En la comunicación visual, se presta atención al lenguaje corporal auténtico y las expresiones faciales, así como a la selección de la ropa óptima frente a la cámara. Se debe tener en cuenta que el efecto de los colores y los matices fuertes son los más adecuados para esto. Solo se recomienda el uso de pocos patrones en su atuendo, porque las rayas o las prendas a cuadros se difuminan cuando se resuelve la imagen.

Cuando se trata de accesorios, asegúrese de que los elementos brillantes creen un enfoque integral, por lo que se omiten los botones de metal, collares brillantes y similares. Es necesario un peinado controlado, así como un sutil maquillaje suave. El polvo transparente contra la piel brillante y el cuidado de los labios hacen que las personas parezcan más competentes frente a la cámara.

El objetivo es mostrar una imagen en la cámara y en la vida real que parezca convincente, positiva y atractiva. La consulta de imagen apoya a todos los grupos profesionales en niveles extremadamente diferentes de actividad con información competente.

Nota: La forma masculina elegida en el artículo siempre se refiere a personas femeninas y masculinas al mismo tiempo.

## Bibliografía

- Köck-Eripek, E. (2015). *Heute schöner / Die besten Tricks und Tipps der TV Styling Expertin*. Ueberreuter-Verlag. ISBN: 978-3-8000-7620-8.
- Köck-Eripek, E.; Rimser, M. & Pollak, S. (2010). *Fit4 Job. Erfolgreich bewerben / Bewerbungsratgeber für Eltern und Jugendliche*. BoD-Verlag. ISBN: 978-3-8391-6258-3.
- Cerwinka, G. & Schranz, G. (2006). *Beim ersten Eindruck gewinnen*. Linder Verlag. ISBN: 978-3-7093-0100-5.
- Wala, H. H. (2018). *ICH endlich einzigartig*. Redline Verlag. ISBN: 978-3-86881-711-9.

---

**Abstract:** In corporate identity, the correct interaction of content, appearance and marketing is becoming increasingly important in today's visually oriented world. This applies not only to products, but also to people. The objectives, the messages, the language and the image complement each other to form an effective whole. Personal corporate identity requires being able to develop positive charisma, compelling behavior, and authentic impact. These elements are inseparable, for example, from today's successful politician. Especially for women and men in this professional field, who often present themselves to the outside world, holistic image counseling is of great advantage in being optimally perceived in a way geared towards the target group receiving your message.

**Keywords:** Image consulting - Presence - Self-confidence - Executive - Politicians - Self-management - Color - Style.

**Resumo:** Na identidade corporativa, a interação correta de conteúdo, aparência e marketing está se tornando cada vez mais importante no mundo visualmente orientado de hoje. Isso se aplica não apenas aos produtos, mas também às pessoas. Os objetivos, as mensagens, a linguagem e a imagem se complementam para formar um todo eficaz. A identidade corporativa pessoal exige ser capaz de desenvolver carisma positivo, comportamento atraente e impacto autêntico. Esses elementos são inseparáveis, por exemplo, do político de sucesso de hoje. Especialmente para mulheres e homens nesse campo profissional, que costumam se apresentar ao mundo exterior, o aconselhamento holístico de imagem é de grande vantagem ao serem percebidos de maneira ideal, de maneira direcionada ao grupo-alvo que recebe sua mensagem.

**Palavras chave:** Consultoria de imagem - Presença - Autoconfiança - Executivo - Políticos - Autogestão - Cor - Estilo.

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

---