

Comunicación e Imagen personal 360° La imagen como concepto universal Proyecto de Investigación 17.2

Equipo de Investigación

María Pía Estebecorena por Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo (ARG) y Asociación Internacional de Asesores de Imagen AICI (ARG)

Línea de Investigación 17.

Imagen, Moda y Tendencias. Reflexiones sobre el Sistema de la Moda

Resultados publicados en el [Cuaderno 97]

Cuaderno del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N°97. (2021/2022) Comunicación e Imagen personal 360°. Coordinación María Pía Estebecorena y Susy Knoll. Programa de Investigación de la Facultad de Diseño y Comunicación. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Año XXII, Buenos Aires, Argentina. ISSN: 1668-0227.

Los resultados de este Proyecto de Investigación fueron evaluados por **Gloria Carolina Escobar Guillén** y su *Dictamen se transcribe a continuación*:

Síntesis de la Evaluación

Actualidad de la temática (Vigencia, Aplicación) / **Notable**

Nivel Alcanzado (Profundidad, Consistencia, Jerarquía) / **Notable**

Diversidad del enfoques (Pluralidad, Participación) / **Notable**

Calidad (Problemática, Análisis, Tratamiento) / **Notable**

Contribución al avance del Diseño (Fortaleza) / **Notable**

Fundamentos y Comentarios

Capítulo 1 Imagen Personal, rompe con el estereotipo del consultor de imagen, el cual es una profesión integral con diferentes ámbitos necesarios a su cargo para dar una consultoría 360°, más allá de solo el estilismo o fashionismo del guardarropa. El capítulo 1 brinda no solo conceptos y teorías, además es interesante y útil que brinde herramientas y metodologías para poder entender e iniciar a desarrollarse en estos servicios de consultoría de imagen. Lo considero completo, apto y un apartado de top nivel para la consulta y aprendizaje en este tema.

Capítulo 2 Imagen personal y salud, una perspectiva ignorada por muchos y que los autores le dan la importancia y el valor que merece. El tema de casos para abordar la temática es muy adhoc para comprender mejor la diversidad de ámbitos a los que se enfrenta un consultor de imagen personal y salud. Fue clave abordar el tema de resiliencia dentro de este capítulo, ya que es posible comprender como llevar a cabo una consultoría de este tipo.

Capítulo 3 Imagen personal e imagen pública, interesante el abordaje desde las normas que regulan los derechos de imagen e identidad, algo que no ha sido tan difundido en temas académicos. Interesante, además, el concepto de las aristas del político que siempre está de campaña y por ende la importancia de su imagen, no solo en el político sino en las instituciones que representan.

Tesis recomendada para su publicación, excelente tomar una situación de la sociedad actual que está íntimamente relacionada con la imagen. Notable análisis y conclusiones de los ejes temáticos, deja ver la profunda investigación cualitativa y cuantitativa, que aterriza a datos clave del tema en cuestión.

El Cuaderno N°97, cumple con exponer temáticas de actualidad con investigación y análisis, que servirán de referencia útil para su conocimiento, aplicación o desarrollo. La redacción es de fácil lectura y cumple las normas ortografías y de referencias. Denota el alto nivel profesional de los autores y dominio de los conceptos que presentan. Excelente la diversidad de enfoques, que permite la participación de varios sectores dentro de la publicación. La calidad de los escritos es notable, llevando una estructura adecuada para el nivel que exige dicho Cuaderno. La investigación contribuye al avance del Diseño, brindando diversas perspectivas y tomándolas con seriedad y profundidad, esto permite abrir las oportunidades a otras investigaciones que logren seguir complementando y aunando en el tema de Imagen personal, que dejaron claro que es mucho más complejo e integral que solamente el styling.