

---

**Resumen:** En un mundo cada vez más global, interconectado y digital el presentar una imagen personal adecuada cobra más importancia que nunca. Desafortunadamente hemos malinterpretado el concepto de “imagen personal adecuada” y seguimos buscando encajar en un estereotipo preestablecido, pero al ser cada uno diferentes y únicos difícilmente podremos lograrlo. Esta búsqueda de un ideal sin lograrlo ha resultado en que muchas personas no están contentas con su imagen personal afectando directamente en su autoestima. Es importante recordar como consultores de imagen que “la imagen adecuada” no se refiere como comúnmente se cree a llevar a nuestros clientes a verse como un estereotipo preestablecido, sino en adaptar las diferentes estrategias con las que trabajamos a las necesidades y singularidades de cada persona. En las siguientes paginas analizaremos los principales puntos que debemos tomar en cuenta al acompañar a nuestros clientes respetando su personalidad, sus características, incluyendo esos rasgos personales que lo hacen “único”, su edad, su entorno, así como sus valores, cada una de sus particularidades y necesidades reales para lograr realmente su mejor imagen personal.

**Palabras clave:** Imagen Personal - autoestima - único - personalidad - necesidades

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 94]

---

<sup>(\*)</sup> Licenciada en Administración de Empresas, Consultora de Imagen Certificada por la Asociación Internacional de Consultores de Imagen (AICI). Fundadora de la firma Imagen Avant. Presidente de AICI Capítulo Guadalajara 2018-2020. Forma parte del Board Internacional de AICI como VP Chapters.

Diversidad. - Si buscamos en un diccionario la palabra diversidad encontraremos que viene del latín “diversitas” y que justamente hace referencia a la diferencia, la variedad, la abundancia de cosas distintas.

Dentro del mundo de la moda y la imagen personal a lo largo de la historia nos hemos encontrado con diversos cánones de “belleza” dada nuestra naturaleza, la necesidad básica de pertenencia y la de reforzar nuestra autoestima a través de la aceptación, nos lleva a intentar seguir a medida de lo posible estos cánones de “belleza”.

Actualmente con el internet, la facilidad de conexión, el fácil acceso a la información, las redes sociales, la exposición que tenemos a estos conceptos de belleza se potencializa cada vez más. Debemos recordar que nuestra autoestima está basada tanto en la imagen que tenemos de nosotros mismos como en la cantidad de estima que nos tenemos y que consideramos otros tienen por nosotros, por lo tanto, si la aprobación social juega un papel muy importante en la construcción de nuestra autoestima no es de extrañar entonces que muchas personas busquen seguir los cánones de belleza establecidos.

Nuestra imagen corporal es la percepción que tenemos de nuestro cuerpo y la vamos construyendo no solo al reconocer nuestras características físicas, si no al compararnos con los demás. Al hacer esta comparación de nosotros mismos, no solo con nuestros familiares, quienes en base a la genética pueden ser muy similares a nosotros mismos, el principal impacto en nuestra percepción de la propia imagen corporal se presenta cuando nos comparamos con personas con características diversas o diferentes a nosotros mismos.

En el ejercicio de compararnos con los demás es muy probable que algunas personas se formen una imagen personal negativa o distorsionada de sí mismos. Las personas que desarrollan una imagen personal negativa o distorsionada de sí mismos tienden a considerar que no son atractivas y se sienten incómodas en su propio cuerpo.

Es cierto que la mayoría de las personas tenemos días en los que nos sentimos mal o incómodos con alguna parte de nuestro cuerpo, sin embargo, la clave para desarrollar una imagen corporal positiva es reconocer, aceptar y respetar nuestro cuerpo, aceptarnos como individuos únicos y diversos. Al auto aceptarnos tal y como somos estaremos dando el primer paso a también reconocer a las personas diferentes a nosotros, aceptarlas y respetarlas.

Las diferentes marcas de moda conocen la presión que tienen sobre todo las clientas femeninas por “encajar” y el poderoso efecto psicológico que tiene sobre ellas la talla. Si la talla que se considera correcta resulta serlo y queda adecuadamente y hace lucir bien automáticamente se obtiene una gran satisfacción, sin embargo, si la talla seleccionada resulta no ser la adecuada, por el contrario, el sentimiento de frustración es inmediato al grado de que muchas mujeres se detienen de realizar la compra antes que considerar siquiera adquirir la prenda en un talle diferente.

Algunas marcas de ropa conscientes de esta situación deciden antes de exponer a los clientes a la “verdad” respecto a su talla, prefieren ajustar las tallas basando su talle a las características y necesidades de las mujeres de la época.

Debemos tomar en cuenta que la persona es mucho más que un número en la etiqueta y que más importante que la talla que se compra es que la prenda la haga lucir bien a quien la porta y cubra las necesidades de vestimenta para las que se requiere.

Algunas personas de talla grande tratan ya sea de lograr esa talla deseada incluso poniendo en riesgo su salud o bien usan las prendas como un refugio tratando de ocultarse usando ropa de una talla demasiado grande, sin embargo, el resultado que obtienen es el contrario, proyectando aún más volumen. Al aceptar las diferencias no resulta tan importante la talla o la forma del cuerpo de las personas, lo importante es que la forma en la que vestimos acentúe aquellas características que se desea proyectar.

Una de las situaciones más difíciles de reconocer y aceptar al hablar de la autoimagen tal vez sea el paso del tiempo. A través de la historia la implacable búsqueda de la eterna juventud ha sido una constante y es fácil entenderlo, ya que es justamente durante esta época en la que no solo se tiene una energía y vitalidad, sino que la piel es lozana, firme, tersa, el cabello luce sedoso y brillante, cada una de las características físicas si bien no son perfectas están en su mejor momento.

El paso del tiempo y las diferentes experiencias las diferentes etapas de la vida van provocando cambios físicos y no siempre estamos preparados para aceptar y reconocerlos.

En la actualidad existen diversos métodos para tratar de retrasar el efecto causado por el tiempo en nuestra imagen y si bien es perfectamente comprensible y no tiene nada de malo utilizar la tecnología disponible para intentar prolongar esa apariencia jovial tan anhelada, es importante también aceptar los cambios de cada etapa y reconocer la belleza propia en cada etapa de la vida. La mayoría de las clientas de edad madura con las que he tenido la oportunidad de trabajar invariablemente al ver su imagen de joven se reconocen a sí mismas como bellas aún sin haberse nunca antes sentido así.

Recordemos que con la edad se presentan cambios físicos que pueden ir desde las pequeñas líneas de expresión, cambios en el color de piel y cabello, cambio de tipo de cuerpo y que como expertos en imagen debemos también dar seguimiento a nuestros clientes para acompañarlos en las diferentes etapas y redirigir las estrategias de imagen a las nuevas necesidades tanto físicas, psicológicas y demás requerimientos que se presentan en etapas maduras de la vida.

Es también importante aprender a reconocer también la belleza no solo física en esta etapa de la vida sino la belleza que brinda la experiencia, la sabiduría que otorga el haber afrontado exitosamente las diferentes situaciones a lo largo de la vida y es ahora cuando se posee la calma, el autoconocimiento necesario, se cuentan con las herramientas, experiencia necesaria para proyectar tal vez con mayor seguridad y tranquilidad la mejor versión de sí mismo en cada momento, así como la valentía de proyectarse a uno mismo tal cual es si dar ya tanta importancia a los estereotipos o a la opinión de los demás.

Aún con la edad la mayoría de las personas no dejar de tener el interés por vestir a la moda ya que la moda puede llevarse a cualquier edad, solo se trata de adaptarla moda de manera

sutil a las necesidades de cada persona, potenciando lo mejor de sí misma, compensando los defectos de la edad con un estilo más definido, cortes refinados, accesorios originales.

En la edad madura tal vez se con mayor facilidad poder definir el propio estilo en armonía con el modo de vida y los gustos personales. La mujer idealmente se conoce mejor, sin importar su talla, edad, cultura, color de piel o cualquier diferencia que la haga única, ella se conoce, se viste en relación a su cuerpo, su físico y su modo de vida, a sus necesidades, personalidad, gustos y logra integrarlo de manera exitosa y proyectarse con mayor seguridad. No podemos hablar de diversidad sin tomar en cuenta tal vez una de las más importantes fuentes de la diversidad misma, la cultura, que podemos entender como el conjunto de bienes materiales y espirituales de un grupo transmitido de generación en generación a fin de orientar las prácticas individuales y colectivas. La cultura concentra el modo de vida, costumbres, conocimientos, grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social.

Es difícil pensar que en la actualidad con un mundo tan globalizado e interconectado aún queramos imponer nuestras costumbres y cultura a todos los seres humanos del planeta. En lo personal no me imagino un mundo en donde todos los habitantes del planeta fuéramos exactamente iguales físicamente, tuviéramos los mismos gustos, inquietudes, costumbres, vistiéramos exactamente igual y tuviéramos las mismas rutinas diarias. Considero que en una utopía así perderíamos la gran riqueza que tenemos.

Si bien existen algunas normas que aún en las diferentes culturas es importante seguir como por ejemplo la higiene personal, nuestra imagen y arreglo personal se verán fuertemente influenciado por nuestra cultura.

Nuestras decisiones respecto a nuestra imagen y vestimenta se ven fuertemente influenciados por nuestros valores que adquirimos de manera inherente en nuestra cultura, cuestiones como el uso de escotes, largos de faldas, pueden cambiar de una persona a otra dependiendo por ejemplo de su religión.

Por citar un par de ejemplos debiéramos ajustar en el oriente el uso de los colores ya que no solo tiene no solo un gran impacto, sino que necesitamos ser cuidadosos ya que tienen una relación muy estrecha y definida con la comunicación no positiva de ciertos tonos que nuevamente es importante tomar en cuenta al realizar las estrategias y recomendaciones para que resulten más efectivas.

Otro ejemplo pudiera ser como las mujeres pueden presentarse si así lo desean a laboral con un sareé y estar perfectamente adecuadas, cuando tal vez nosotros pudiéramos pensar que son atuendos típicos que se portan únicamente en alguna festividad.

Como consultores de imagen debemos estar al tanto de la cultura, ideología y valores de nuestros clientes, de lo que es adecuado a su cultura porque no debiéramos sugerir estrategias que no las respetaran.

Como creativos y diseñadores de moda considero que es justamente en la diversidad cultural donde podemos encontrar la mayor riqueza y fuente de inspiración para desarrollar las diferentes propuestas y colecciones. Es justamente en la cultura en donde el manejo de

color cobra importancia y protagonismo no solo por el color mismo sino por su uso, combinaciones, como resalta incluso de manera diferente sobre determinados tonos de piel, etc. Es también en la cultura donde las diferentes técnicas y procesos textiles, bordados, pueden inspirarnos a integrarlos a los diferentes productos de indumentaria y crear piezas únicas y diferentes.

Los grandes diseñadores han tomado en las diferentes colecciones la cultura como principal fuente de inspiración y tenemos como ejemplo la colección de La firma de lujo Carolina Herrera en conjunto con su director creativo, Wes Gordon, integraron en su colección Resort 2020 elementos tradicionales mexicanos, dentro de los que se encuentran telas con texturas de sarape, flores bordadas como el cempasúchil y demás ingredientes típicos de México.

Un claro ejemplo de la gran diversidad que existe en nuestro mundo, que en lo particular me resulta muy interesante y en donde claramente podemos observar las diferentes vertientes que hemos visto en este artículo es el que podemos ver reflejado en el proyecto de Humanae desarrollado por la fotógrafa brasileña Angélica Dass. Angélica ha experimentado en diferentes ocasiones las dificultades que pueden asociarse a la “etiqueta” que acompaña la descripción del color de la piel de las personas y que es inherente a la carga genética y a raza a la que pertenecemos. Angélica toma la fotografía de los voluntarios sobre un fondo blanco, se toma una muestra del tono de la nariz de la persona y se coteja con la paleta de Pantone®, con este tono se tiñe el fondo del retrato, buscando igualar el tono de la piel.

Humanae cuenta ya con casi 4.000 voluntarios, con retratos realizados en 20 países diferentes y 36 ciudades distintas de todo el mundo, han participado voluntarios con todo tipo de no solo características de colorimetría, sino diferentes características físicas inherentes a las diferentes razas así como con diferentes creencias, identidades de género o impedimentos físicos, ha evolucionado de tal manera que podemos observar las diferencias sin etiquetas buscando demostrar que lo que define al ser humano es su ineludible singularidad y, por lo tanto, su diversidad. Este mismo proyecto ahora también es utilizado para enseñar sobre todo a los pequeños a reconocer sus características físicas que lo definen, las de los demás y respetarlas.

Cada uno de nosotros es único y diferente está en nosotros lograr un autoconocimiento y autoaceptación saludable nos lleva a un respeto a uno mismo para poder reconocer y respetar a las demás personas con cada una de sus características tanto físicas, personales, ideológicas, culturales, de género, lingüísticas, por mencionar algunas que lo hacen único y totalmente diferente a cualquier otra persona. Como seres humanos poseemos la habilidad de conectar, entender e interactuar con los otros por medio de la empatía y principio del respeto a las personas.

La diversidad lejos de alejarnos nos conecta en esas singularidades que nos hacen únicos, nos enriquece y fomenta la creatividad, como consultores de imagen es de vital importancia reconocer las diferentes características físicas de tu cliente para dar las recomendaciones adecuadas y que resulten más favorecedoras, sino que además es imprescindible conocer sus necesidades reales y ajustar las estrategias de imagen adecuadas a cubrir estas

necesidades. Como diseñadores la diversidad se presenta como una gran fuente de inspiración y la oportunidad de llegar a mercados que sean afines con nuestros diseños.

De una manera más amplia, como humanidad, el ejercicio de la diversidad nos conduce a la inclusión y colaboración para juntos poder resolver los retos que afrontamos.

## Bibliografía:

- Forni, P. M. (2002). *Choosing Civility: The Twenty-Five Rules of Considerate Conduct* (1st ed.). New York, U.S.A.: ST. MARTIN'S GRIFFIN.
- Gunn, T., & Maloney, K. (2007). *Tim Gunn: A Guide to Quality, Taste and Style (Tim Gunn's Guide to Style)* (Illustrated ed.). New York, U.S.A.: Harry N. Abrams.
- Jones, L. (2006). *Bella Y En Forma 15 Años Después (Spanish Edition)*. México: Planeta Publishing.
- Knudsen, J., & Chan, D. (2010). *From Head to Soul,(r) International: A Complete Guide to Personal Style and Inner Self-Development*. U.S.A.: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Mathis, C. M. (1994). *The Triumph of Individual Style: A Guide to Dressing Your Body, Your Beauty, Your Self* (1st ed.). Cali, Colombia: Timeless Editions.
- Rasband, J. (2002). *Wardrobe Strategies for Women* (Student ed.). New York, United States of America: Fairchild Books.
- Stamateas, A. (2009). *Mi Cuerpo Mi Carcel*. Ciudad de México, México: V R EDITORAS. <https://angelicadass.com/es/fotografia/humanae/>

---

**Abstract:** In a more global and digital world where change is a constant, to present an adequate personal image has become more important than ever. Unfortunately, we have misunderstood the concept of “adequate personal image”, and keep looking to fit in an established stereotype, however, since each one of us is unique and have inherent differences, we will hardly achieve this. This query to achieve the ideal image has resulted in too many people unhappy with their personal image and directly affecting their self-esteem. It is important to keep in mind as image consultants that the “adequate personal image” does not mean as it’s usually believed to guide our customers to look like a preestablished stereotype of beauty, but to adapt the different strategies we work with to each person’s personality, singularities and special needs. In the next pages we will analyze the principal points to consider when we walk with our clients through the process by respecting their personality, their characteristics, including those features that make them “unique”, their age, environment, values and each one of their particularities and real needs to really achieve their best personal image.

**Key words:** Personal Image - self-esteem - uniqueness - personality - needs.

**Resumo:** Em um mundo cada vez mais global, interconectado e digital, apresentar uma imagem pessoal adequada é mais importante do que nunca. Infelizmente entendemos mal o conceito de “imagem pessoal adequada” e continuamos a procurar nos encaixar em um estereótipo pré-estabelecido, mas como cada um é diferente e único, será difícil alcançá-lo. Essa busca por um ideal sem alcançá-lo fez com que muitas pessoas não ficassem satisfeitas com sua imagem pessoal, afetando diretamente sua autoestima. É importante lembrar como consultores de imagem que “a imagem certa” não se refere, como comumente se acredita, a levar nossos clientes a se verem como um estereótipo pré-estabelecido, mas a adaptar as diferentes estratégias com as quais trabalhamos às necessidades e singularidades de cada pessoa. Nas páginas seguintes analisaremos os principais pontos que devemos levar em consideração ao acompanhar nossos clientes, respeitando sua personalidade, suas características, incluindo aqueles traços pessoais que os tornam «únicos», sua idade, seu ambiente, bem como seus valores, cada uma de suas particularidades e necessidades reais para realmente alcançar sua melhor imagem pessoal.

**Palavras chave:** Imagem Pessoal - autoestima - singularidade - personalidade - necessidades.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por su autor]

---