Asesoría de Imagen

El arte de manejar las percepciones

La contratación de una persona profesional en "Asesoría de imagen" puede parecer exagerado, en este momento, o al menos se podría considerar como una necesidad casi exclusiva de políticos o de personas relacionadas con la farándula.

No obstante, cada vez se perfila más como una opción importante de trabajo en el futuro, inclusive podrá ser de gran impacto. En este sentido, las habilidades de este profesional no sólo estarán relacionadas con los artistas y los políticos, que deben cuidar de dar una determinada imagen a sus "fans" sino con diferentes profesionales y con las mismas empresas.

Todas las personas, independientemente de su puesto o el lugar donde laboren, tienen un objetivo que cumplir y su resultado se ve influido por la percepción que otras personas tienen sobre éstos.

Ahora bien, dicha percepción no sólo está compuesta de un análisis racional sobre el desempeño de la persona en su trabajo, también se filtran aspectos emocionales y sensoriales más subjetivos, como son: su presencia, su apariencia personal, su comportamiento, sus hábitos y la imagen de su lugar de trabajo.

Es en este punto donde la asesoría de imagen empieza a obtener terreno, estos (as) profesionales serían los responsables de construir esa presencia o apariencia, para generar una percepción que en lugar de obstruir el trabajo de la persona logre incentivarlo. En este caso, la idea es generar una imagen acorde con la función que está desarrollando, lo cual fomenta un ambiente de confianza, de empatía entre la persona y quienes la rodean, que al final ayuda a que ésta logre sus objetivos.

La asesoría de imagen funciona tanto con las personas de una empresa como con ésta en su conjunto.

Un ejemplo muy sencillo, usted llega a un salón de belleza a arreglarse su cabello, ¿quién prefiere que le atienda, una persona bien cuidada, con su cabello bien peinado o una persona medio descuidada?

Por supuesto que va a preferir la persona que se ve mejor, porque el negocio es la belleza y si esa persona no logró lucir lo mejor posible en cuanto a imagen, aunque no sea una persona muy bella, la percepción de su trabajo baja, aún cuando ella fuera una experta en el tema. En este caso no sólo importa que la persona pueda o sepa hacer su trabajo, interesa que parezca saberlo.

Para uso del lector

¿CÓMO SE LLEGA A SER UN (A) PROFESIONAL EN IMAGEN?

En el mercado actual existen una serie de carreras que integradas van generando el perfil de ese nuevo profesional, capaz de convencer a los demás de cómo es una persona o empresa. Por ejemplo, tiene una mezcla de comunicación en la medida que debe aprender a manejar los flujos de información, para llevar un mensaje a sus receptores o audiencias de interés. Debe saber analizar cómo las personas están decodificando los mensajes verbales y no verbales que se envían, sean una empresa, organización, institución o persona.

Por otra parte también considera conocimientos en psicología por su necesidad de aprovechar los sistemas de creencias, valores y los mismos prejuicios de las personas, para generar la imagen que se requiere según el caso.

Además, esta nueva profesión requiere de elementos que antes se consideraban a nivel ocupacional como los relacionados con la estética o la moda, debe poder manejarse con soltura en ese sector, por ejemplo, conocer qué colores o telas van mejor para diferentes actividades o personas, ¿cómo éstas representan un status o una funcionalidad? Igualmente en el caso de cortes de cabello, peinados, tratamientos o maquillaje.

De igual manera, requieren aspectos de manejo escénico (posición del cuerpo, gestos y otros), en términos de signos no verbales que utilizar para crear una percepción en las personas a su alrededor.

Por otra parte, también requiere preparación en lenguaje y comunicación para desarrollar o entrenar a las personas (a quienes asesora) sobre la forma en que deben hablar o el tipo de discurso que deben mantener.

Inclusive, conocimientos en mercadeo y relaciones públicas les son de gran utilidad, si se piensa que mediante la asesoría de imagen está vendiendo un producto a la persona, y que como tal debe generar una estrategia sobre cómo ser y actuar.

¿DÓNDE PODRÁ TRABAJAR O EN QUÉ?

1. Empresas: como parte del equipo de relaciones públicas para el manejo de su imagen, y de recursos humanos para mejorar las condiciones y relaciones internas de trabajo al crear o apoyar las imágenes de personas y departamentos.
2. Asesores (as) de cualquier tipo de profesionales o empresas.
3. Actividades políticas: en todos los niveles desde campañas presidenciales hasta en asociaciones comunales o sindicatos.
4. Actividades de entretenimiento: para artistas, compañías, etc.
5. Prácticamente en todos los lugares es necesario, si consideramos el punto previo de que todos tenemos una función que cumplir y que al necesitar el apoyo de otros para llevarla a cabo, requerimos negociación y persuasión pero, sobre todo, necesitamos dar la imagen correcta a las personas indicadas.