



COMPONENTES DE LA IMAGEN
ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA
ESTABLECER LA IMAGEN PERSONAL.
UNIDAD 1 Y 2

Edwin Dilbert López hernandez
Universidad del sureste

Hoy en día las personas al escuchar la palabra imagen la relacionan con un objeto, fotografía, pintura, persona o paisaje, aunque relacionarlo con todo lo anterior es válido, en la actualidad la palabra imagen va más allá de una simple representación visual; ya que se ha vuelto una forma y un proceso de conocimiento y comunicación, hasta el punto de que cuando aprendemos algo nuevo la expresión común de “hacerse una idea de algo” es coloquialmente equiparable a la de “hacerse una imagen de algo”. Como, por ejemplo, cuando después de una serie de explicaciones mediante las que el profesor trata de enseñarnos algo comprendemos de pronto lo que nos quiere decir y de forma coloquial exclamamos “*ah, sí, ya lo veo*”.

La definición de imagen en la actualidad ha tomado un rumbo diferente, ya que hoy en día el concepto de imagen es usado para representar una forma integral del individuo que abarca la vestimenta, identidad y compromiso; todo esto en conjunto hacen que las personas que rodean al individuo mejoren sus opiniones y reacciones que puedan tener sobre la imagen de la persona. Gracias al cambio que ha tomado el concepto de imagen en la sociedad, se ha creado una ciencia que se enfoca en corregir los puntos negativos que una persona pueda llegar a tener en el ámbito de la imagen, y con esto hacer que nuestra propia reputación y la forma en que lo demás nos ven cambie.

Para entender un poco mejor el concepto de imagen es necesario hacer mención de tres tipos: el primer tipo de imagen mental es la más elemental que corresponden a la retención en nuestra mente de lo percibido y su capacidad de reproducirlo de manera más o menos exacta, es decir, una especie de memoria visual o fotográfica. Las segundas, referidas a nuestra capacidad de crear imágenes, a la facultad de la mente que puede reproducir de la memoria, interrelacionar ideas y crear, es decir la capacidad de imaginar; y las terceras, son objeto de estudio de la imagología que son las que, una vez conformadas mediante el proceso físico-psicológico, pueden producir efectos en la conducta de los individuos. (GORDOA, 2007, pág. 35)

Sin embargo, es posible resumir estos tres tipos de imagen mental en uno solo concepto, el cual pueda ser fácil de comprender: imagen es percepción. Siendo que el concepto de percepción es “la sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos”, es decir la percepción es el recuerdo que quedará presente en nuestra mente después de vivir una experiencia mala o buena y que será relacionada al motivo causante de dicha experiencia.

Tomando lo anterior se puede decir que la imagen es un resultado y por lo tanto está provocada por algo; dicho de otra manera, es el efecto de una o varias causas. Estas causas siempre serán externas, ajenas al individuo y el efecto será interno, ya que se produce dentro del mismo individuo, en su mente. Dichas causas son los estímulos, estos son todo aquello que perciben los sentidos estos actúan sobre la percepción y gracias al proceso mental generan una imagen del emisor. Continuando con los estímulos, se pueden hacer mención de tres tipos de estímulos: los primeros llamados estímulo verbales y se proyectan a través de la comunicación verbal ya sea escrita u oral, ejemplo de ello son el saludo, discurso o la propia oralidad; los segundos son los estímulos no verbales que son el complemento para terminar de comprender el mensaje emitido de forma verbal y están constituidos por siete características y comportamientos: movimiento corporal, características físicas, conducta táctil, el paralenguaje (acento, tono, rango de voz) , la proxémica (espacio durante la comunicación verbal), el ambiente y los artefactos empleados en el círculo comunicativo; y los terceros son los estímulos mixtos los cuales son una mezcla de estímulos verbales y no verbales.

Como consecuencia de estos estímulos se producirá un juicio de valor en quien la concibe, por lo que su opinión se convertirá en su realidad. Dicha realidad es “ficticia” e individual; situación que es la causa del típico conflicto que todos hemos vivido cuando hemos confrontado lo que somos con lo que los demás creen que somos. El juicio de valor que se genere, se convierte en el resorte que impulsa la acción individual consecuente: aceptar o rechazar lo percibido, esto hará que la conducta se condicione por la imagen individual y será producto de la coherencia con el mensaje transmitido. Todo lo anterior finalice cuando la imagen mental individual es compartida por un público o conjunto de públicos y se transforma en una imagen mental colectiva dando paso a la imagen pública.

Con lo anterior se puede definir la imagen pública como la “percepción compartida que provoca una respuesta colectiva unificada”, la imagen es la figura, representación, semejanza y apariencia de una cosa.

Como conclusión la imagen hoy en día no es la ropa que usamos, o ser la persona más hermosa del mundo, o usar las marcas más costosas. La imagen es relativa, ya que esta depende individualmente de cada persona; depende de quienes son de que es lo que quieren lograr en la vida personal y profesional; y también influye las reacciones que provocamos en las personas.