



Nombre de la alumna: Jusenia Yaret Castillo Calvo

Nombre del profesor: Mtra. Likza Hally Roblero Muñoz

Nombre del trabajo: Ensayo sobre “los Componentes de la imagen y acciones estratégicas para establecer la imagen personal”.

Materia: Proyección profesional

Grado: 8vo

Grupo: “B”

PASIÓN POR EDUCAR

Componentes de la imagen

Sin importar el período de tiempo en el que nos encontremos, el hombre siempre se ha preocupado por su apariencia física ante los demás. Por lo tanto es necesario hacer hincapié en este término, ya que ha sido un concepto que ha sido usado con superficialidad. Sin embargo, representa uno de los pilares más importantes en las que descansan los códigos de comunicación no verbal.

La imagen física establece un auténtico diálogo sin palabras, capaz de recibir o transmitir gran cantidad de información (personalidad, gustos, preferencias, etc.,) de forma inconsciente. Balzac (1839), hace alusión al tema en su obra, Una Hija de Eva donde señala que para una mujer el vestido es “una manifestación continúa de los pensamientos más íntimos, un lenguaje, un símbolo”.

El término de imagen física se puede traducir al de buena imagen y se ha convertido en requisito principal en el mundo social, empresarial, político, corporativo y artístico, ya que la imagen lo es todo, es el capital más importante que una persona posee (imagen pública) o de una organización a la cual representa. En general podemos resumir que toda imagen en la vida transmite mensajes, aunque no siempre serán positivos.

Para describir de forma sencilla qué es la imagen, diré que es todo lo superficial (lo de afuera), es solo un reflejo de la percepción que se interpreta como aceptable o no. Es importante recordar que no hay imagen sin identidad, es decir, la primera debe ser producto de la segunda, y como te proyectas a los demás o mejor dicho, a tus públicos. La imagen positiva tiene connotaciones asociadas, como: poder, autoridad, credibilidad, confianza, lealtad, honor y respeto, entre otras. Por otra parte, la negativa adquiere vínculos con antivalores, entre los que destacan: la debilidad, la mentira, la explotación, la falta de credibilidad, la falta de confianza, el riesgo o la vulnerabilidad, en otras, es todo con lo que puede asociarse una imagen.

Por ello la imagen debe construirse en sentido positivo, ya que depende de cómo te relacionas con los demás, pero sobre todo qué tipo de percepciones generas.

Por lo tanto, todo inicia con un proceso de interacción en el cual debemos lograr comunicar con éxito quiénes somos, qué hacemos y hacia dónde vamos. Además de posicionar mensajes diferenciadores que nos hagan únicos, competitivos y llenos de atributos deseados o valorados por los públicos o las audiencias, según sea el caso. También, en el campo laboral la imagen personal representa un aspecto importante porque involucra rasgos como: nuestra manera de ser, la forma de vestir, el modo de actuar. Lo que realmente transmitimos a los demás es clave para obtener y conservar un puesto laboral.

La presentación personal o la apariencia que proyectamos es más que una imagen visual, es un verdadero elemento de comunicación. Por lo tanto, debemos idealizarnos una presentación propia que permita realzar la personalidad con la que queramos que nos identifiquen los demás. En este contexto, debemos complementar nuestra imagen física con la postura, así como con el modo de caminar, la vestimenta (que sea el adecuado), sin olvidar la actitud positiva. Esta apariencia física tomaremos en cuenta a la hora de asistir a entrevistas, durante las visitas domiciliarias y en el ambiente laboral.

La combinación de los sentidos (tacto, piel, olfato, etc.,) forma parte esencial dentro del contacto visual que puede transmitir algún grado de aceptación o de rechazo. Estas percepciones se transmiten mediante gestos, ademanes, muecas, buenos o malos olores. Por lo tanto, es necesario ser cuidadosos ante estos comportamientos, afín de evitar experiencias poco favorables.

Ahora llegamos, a uno de los más grandes retos a los que pueda enfrentarse cualquier ser humano, la escritura de un discurso. Es aquí donde se construye el hablante. El discurso: es el acto del habla, donde se administran diversos estímulos verbales y no verbales para tener mayor certidumbre de que el mensaje será exitoso. Para la realización de este texto se requiere de una metodología y el uso de recursos tácticos.

Otros aspectos, a tomar en cuenta dentro del sector laboral son el logro de habilidades y aptitudes al enfrentar diversas circunstancias. Estas habilidades se denominan competencias y aportan éxito y valor añadido a la organización.

Existen las competencias personales y las competencias profesionales que al combinarlas permiten desarrollar un trabajo de manera exitosa y el acceso a una formación o al dominio de una técnica. Cada individuo posee o adquiere distintas competencias durante la vida.

Sería de gran beneficio llevar a la práctica cada uno de los aspectos relacionados con la buena imagen para desarrollar mejores resultados en torno al ambiente personal y profesional.

En conclusión es necesario tener una buena imagen personal para ser percibido de una manera muy agradable, no olvidando ciertas cualidades como la humildad. Ante todo ser reconocidos por nosotros mismos ya que una imagen comienza con el amor propio, que desde luego será expuesto ante las personas que nos rodean. No obstante nuestra personalidad será calificada por nuestro entorno así que debemos de saber manejar la forma en que nos comunicamos con cada uno. No podemos actuar tan liberalmente en un ámbito laboral como lo hacemos en la familia, amistades, etc.

Por otro lado la forma del habla tiene que ver con la preparación profesional independientemente el oficio, ya que en la forma de escribir resaltamos lo que hemos obtenido en conocimientos.

Los conocimientos adquiridos después de abordar este tema nos permitirá a obtener mejores resultados en el ambiente personal y/o profesional.

Referencias

Antología proporcionada por la universidad UDS, págs. 8-73.

Honore del Balzac (1839). Una hija de Eva. Editorial Freeditorial. págs. 1-94.