

JOAN CENTELLES

BREVE ESTUDIO SOBRE
LA IMAGEN PERSONAL

2ª edición

BREVE ESTUDIO SOBRE LA IMAGEN PERSONAL

Joan Josep Centelles i Montanyes

2ª edición

Editado por:

PUNTO ROJO LIBROS, S.L.

Cabeza del Rey Don Pedro, 9

Sevilla 41004

España

902.918.997

info@puntorajolibros.com

Impreso en España

ISBN: 978-84-17715-13-7

Maquetación, diseño y producción: Punto Rojo Libros

© 2020 Joan Josep Centelles i Montanyes

© 2020 Punto Rojo Libros, de esta edición

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización por escrito de los titulares del copyright, bajo las sanciones establecidas por las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de esta edición mediante alquiler o préstamos públicos.

ÍNDICE

PRÓLOGO	11
INTRODUCCIÓN	15

I PARTE

1. LA IMAGEN	19
1.1. LA PRIMERA IMPRESIÓN.....	19
1.2. SIMBOLOGÍA DE LA IMAGEN	22
1.3. CONFIGURACIÓN DE LA IMAGEN POR IMITACIÓN	25
1.4. ESTRATEGIA COMUNICATIVA DE LA IMAGEN	27
2. LA MODA.....	31
2.1. LA MODA COMO EXPRESIÓN DEL CARÁCTER COLECTIVO	31
2.2. PERSONALIZACIÓN DE LA MODA.....	35
2.3. FUNDAMENTOS DE LA MODA EN LA ACTUALIDAD.....	38
2.4. CITAS SOBRE LA MODA	42
3. LA EXPRESIVIDAD.....	45
3.1. LA EXPRESIVIDAD, BASE DE LA COMUNICACIÓN.....	45
3.2. EL HABLA	47
3.3. EL GESTO.....	49
3.4. EL VESTIDO	51
3.5. LA EXPRESIVIDAD DEL ROSTRO	53
3.6. EL ADORNO	73
4. LA SINGULARIDAD	79
4.1. SINGULARIZARSE POR APTITUDES PERSONALES.....	79
4.2. LA SINGULARIZACIÓN COMO SIGNO DE PODER.....	81
4.3. SINGULARIDAD CONTRA MASIFICACIÓN.....	83
5. EL ATRACTIVO.....	87
5.1. LA VARIABILIDAD DEL BUEN GUSTO	87
5.2.. LA BELLEZA DEL FONDO.....	93

II PARTE

1. ¿QUIÉN ESTÁ ANTE NOSOTROS?	97
2. ESPEJITO... ESPEJITO.....	103
3. EL CAMBIO.....	109
3.1. PERCEPCIÓN ACTUAL DE LA IMAGEN.....	109
3.2. DIFERENCIAS ENTRE LAS PELUQUERÍAS DE SEÑORAS Y CABALLEROS.....	112
4. NOSOTROS COMO PROFESIONALES	115
5. EL CABELLO	121
5.1. NUESTRO VESTIDO NATURAL	122
5.2. EL CABELLO DE LA MUJER Y DEL HOMBRE	123
5.3. SIMBOLISMO DEL CABELLO	125
6. NOSOTROS COMO INTÉRPRETES	127
7. NUESTRA IMAGEN	135
7.1. ANÁLISIS DE NUESTRA IMAGEN.....	135
7.2. PAUTAS DE COMPORTAMIENTO PROFESIONAL	137
8. BREVE ESTUDIO SOBRE LA PERSUASIÓN	141
8.1. PERSUADIR PARA CONVENCER.....	141
8.2. CAPACIDADES DEL EMISOR	144
9. LA CAPACIDAD COMERCIAL	147
9.1. PLANIFICAR UNA VENTA	149
9.2. PLANIFICAR LAS COMPRAS.....	150

III PARTE

1. REFLEXIONES	155
2 PREGUNTAS IMPRESCINDIBLES PARA SER EFICIENTES PROFESIONALMENTE	171
3. LA VOLUNTAD	173
4. MIGUEL ÁNGEL SILVESTRE. VOLUNTAD, ATRACTIVO Y CREATIVIDAD	175
AUTORES REFERENCIADOS.....	179
BIBLIOGRAFÍA	183

En el recuerdo de mi padre, germen de mi profesionalidad,
y en el de mi madre, por tantos años de amor.

A mi mujer, por apoyar mis proyectos e ilusiones.

A Joan y Teresa por regalarnos a joanet, fuente de nuestra felicidad.

A todas las personas que durante tantos años han confiado en mí
sus cabellos y sus secretos, y de los que tanto he aprendido.

PRÓLOGO

Tienes en tus manos una obra interesante, muy interesante; repleta de sentido común y de una sabiduría natural que se explaya ante nosotros como un auténtico don, como uno de esos regalos que generosamente nos ofrece la vida. Te percatarás muy pronto de ello.

Su autor, novicio en estas lides de la escritura, anda en cambio sobrado de vitalidad, voluntad de ser y afán de superación, entre otros muchos factores positivos que configuran su personalidad. Conozco su andadura desde hace bastante tiempo y desde un principio, no me resultó difícil descubrir la voluntad operativa que ha venido dinamizando cada uno de sus proyectos y sus sueños.

Solía subrayar Nietzsche un pensamiento que llegó a convertirse en un clásico; tanto, que yo mismo me lo repito con frecuencia: «cuando en la vida hay un por qué, se encuentra el cómo». Quizá valdría la pena recordar también esa otra sentencia del mismo autor: «Vivir, es vivir más; afán de aumentar los propios latidos».

Recuerda Joan con sumo cariño el ambiente hogareño de sus inicios. En su casa y entre los suyos comenzó a desarrollar

una vocación que parecía correr por la sangre de su familia. Pero muy pronto buscó otros horizontes en los que proyectar su vida, sediento de ver con ojos nuevos el mundo de la estética y deseoso de desarrollar las dotes naturales con que la vida le había agraciado.

Movido por esos afanes, encontró en Barcelona al psicólogo especialista en imagen personal, Carles M. Espinalt y buscó desarrollar sus inquietudes en la maestría del profesor Iranzo. Los salones que mantenía abiertos en la barcelonesa calle Tusset, o el Paseo de Gracia, por ejemplo, se convirtieron en aula donde la teoría y práctica más modernas y una nueva concepción de la peluquería masculina, le reafirmaron en cuál debía ser su propio camino. Desde una nueva perspectiva, esta se acababa de transformar en un instrumento básico para el diseño de la imagen con la que cada cual se presenta en el escenario de la vida: psicología personal, carácter, profesión, y múltiples variables del ser humano, podían y debían ser manipuladas positivamente de un modo inteligente.

Tras esa experiencia encontró su propio camino. Fue entonces cuando puso en marcha en Castellón un nuevo concepto de la peluquería en su singular centro de Psicoestética.

Joan actuó siempre como un precursor. Su experiencia, personalmente muy sentida, sus intereses más vitales, sus inquietudes y su caudal de energía, se condensan ahora en las páginas que siguen, lanzando el guante a nuevas generaciones. La peluquería, como arte, crea unas perspectivas a las que no estábamos acostumbrados.

Quisiera recordar que las nuevas tendencias de la psicología han puesto en la palestra una especial visión del ser humano, sus valores y potencialidades. Factores como la autoestima, el autoconcepto, la autoimagen, la personalidad, etc., son constantemente objeto de consideración. La socie-

dad en general y las nuevas tendencias estéticas plantean a diario nuevas exigencias.

Pero no toda respuesta, por novedosa, puede considerarse adecuada. En las páginas que siguen encontrarás argumentos y pistas que no puede obviar un profesional que se precie. Los agentes de la peluquería no son simplemente técnicos en cuyas manos pone la clientela su cabeza. Por el contrario, ¡son tantas cosas a un mismo tiempo! Hasta en algún momento habrás pensado que, en vez de la cabeza, lo que dejan en tus manos es su alma. ¡Hay qué ver cómo nos podríamos extender en ello!

El oficio requiere hoy mucho más que destreza técnica. Requiere capacidad para penetrar en el alma ajena; capacidad de escucha; sentido del diálogo; visión de la personalidad global... y cómo no, arte para ajustar vuestra obra a las condiciones físicas de un rostro, a la luz de un semblante, y a tantos otros factores que contribuyen al diseño de la más adecuada personalidad.

Bueno, aquí te dejo. La lectura de un libro tiene también mucho de aventura. Disfrutarás y aprenderás mucho con su grata compañía. Feliz andadura.

Joaquín Campos
—Dr. en Filosofía—

INTRODUCCIÓN

El ser humano siempre ha utilizado su imagen como vehículo de comunicación y seducción, pero quizás hoy más que nunca utilizamos nuestro aspecto para atraer, seducir y convencer. Al mismo tiempo, una buena imagen, puede proporcionarnos una estabilidad emocional y psicológica que nos ayudará a sentirnos bien con nosotros mismos.

Con la importancia que en los últimos tiempos ha adquirido la imagen personal, es fundamental el tomar conciencia de conceptos tan utilizados como el atractivo, la elegancia, la moda o la singularización, así como la influencia de dichas valoraciones, en el desarrollo de la personalidad y el carácter de la mujer y el hombre de hoy. El ser humano desde que es un ser social ha procurado presentar una imagen atractiva, intentando singularizarse para manifestarse distinto a sus congéneres, utilizando el vestido en su totalidad como arma de seducción. Aunque la primaria finalidad del ser humano en la utilización del vestido ha sido la de cubrirse por razones climatológicas o morales, en la medida que comparte su hábitat con un alto número de personas, se ha ido rodeando de objetos decorativos —entre ellos la propia indumentaria— con

los que adornar la propia figura, para singularizarse, aumentar su atractivo, o exhibir su poder.

El vestido, hoy más que nunca es utilizado como signo de distinción. La abundancia de indumentarias, adornos decorativos para el cuerpo (joyas, gafas, fulares, bolsos, etc.), o estilos de peinados que actualmente nos proporciona la moda, hacen que las posibilidades de presentar una imagen atractiva sean inmensas. La moda nos ofrece la posibilidad de variar, deseo natural en el proceso evolutivo en el que está inmerso el ser humano. Ante cualquier cambio social, bien sea tecnológico, político, o de otra índole, siempre hay una respuesta estética. En lo relativo a la figura humana, a través de la historia general y de la propia historia en particular, avanzamos constantemente hacia una vorágine evolutiva, donde la moda es la encargada de adaptar la estética imperante del momento, al gusto colectivo de la época en cuestión.

Este estudio pretende hacer un simplificado análisis sobre la expresividad corporal —especialmente del rostro— y demás artificios decorativos y expresivos que utiliza el ser humano para identificarse y relacionarse. Sobre todo, pretendemos destacar la importancia de la imagen personal, como vehículo de relación. Una imagen adecuada, ayudará a integrarnos al medio social que más nos interese. Nos puede facilitar una empatía general, un acceso profesional, o una relación personal importante. Además, una imagen equilibrada y atractiva, refuerza la autoestima, proporcionando la seguridad personal que requiere una personalidad convincente.

En este estudio se analizará la imagen desde dos perspectivas diferentes:

Por una parte, consideraremos la imagen desde un punto de vista personal. Esta lectura nos ayudará a extraer las ideas y conclusiones con las que podremos valorar y mejorar la propia

imagen. Si nos planteamos la siguiente pregunta: **¿qué impresión causamos?** Seguro que descubriremos carencias, aspectos físicos, psicológicos o de conducta, que será conveniente corregir «en pos» de presentar una buena imagen.

La otra perspectiva va dirigida a analizar la imagen que presentan los demás, para descubrir, interpretar o perfeccionar su imagen desde una perspectiva profesional. Estudiar los aspectos expresivos y la personalidad de quienes demandan nuestros servicios, nos ayudará a conocer sus peculiaridades personales. Para ello, la pregunta obligatoria es: **¿quién está ante nosotros?** Las respuestas que surgirán después del respectivo análisis nos facilitarán el acceso a la singularidad del interlocutor, sean clientes, amigos o simples contertulios; dicha pregunta nos hará recapacitar sobre su manera de ser o de presentarse. Será una fuente de conocimiento, que nos aportará mayor capacidad para las relaciones personales o profesionales.

Las ciencias antropológicas, psicológicas y sociológicas, tras numerosos estudios han tratado de indagar en la personalidad de la mujer y del hombre, intentando descubrir las características del comportamiento humano. Después de revisar las investigaciones realizadas a través de los años, analizado al hombre individual y colectivamente, concluyen que la esencia del hombre no podrá ser investigada nunca partiendo de un solo rasgo. El complicado sistema llamado hombre, solo se definiría por la totalidad de sus atributos corporales e intelectuales.

El concepto de imagen aquí tratado, aunque esté dedicado a la estética personal y a la expresividad corporal, no va a quedarse en la simple apariencia. El equilibrio del Fondo y la Forma será la base teórica de este estudio; considerando que el Fondo de nuestra personalidad es el espacio habitado por el conocimiento, la inteligencia, los sentimientos, la conducta, la actitud o las aptitudes personales; y la Forma es la configura-

ción del cuerpo, su aspecto estético, la manera de expresarnos y de presentarnos ante los demás.

Nuestro «yo» está constituido por nuestra intimidad psíquica y nuestra figura. Esto es inseparable, conforma la base de nuestra imagen personal, y esta es la que utilizamos como vehículo de comunicación entre nuestra manera de ser y el ambiente, contando que, a través de nuestra historia personal, se producen constantes y significativos cambios. Como asevera el profesor Espinalt, somos FONDO Y FORMA en continua transformación. —El creador de la psicoestética Carles M. Espinalt, la define de la siguiente manera: *Es la valoración artística de uno mismo, en función de un equilibrio vivencial entre el aspecto físico y el carácter. Guiado por un afán de perfeccionar y presentar la figura de forma agradable y bien armonizada con las modas y las creencias personales.*