



ámbitos de acción

Además de desarrollar asesorías integrales para particulares que quieran mejorar y equilibrar su imagen, existe otro tipo de clientes para los que un Asesor de Imagen puede trabajar.

El espectáculo

En primer lugar, la asesoría al mundo del espectáculo, que fue como se introdujo esta profesión en España en los años 80, debido a la irrupción de los cantantes populares, grupos infantiles, etc. En estos casos, el profesional debe trabajar minuciosamente la imagen que se propaga del artista hacia el público a través de los medios de comunicación: su estética, vestuario, discurso y comportamiento. Para hacer un buen trabajo, el asesor debe conocer al dedillo la trayectoria profesional del cliente, su personalidad, estilo... y elaborar con ello un buen conjunto de imagen.

La política y las empresas

La asesoría en el campo de la política es también una de las más profesionalizadas. En el marco español arrancó en la década de los años 80, aunque con cierto escepticismo por parte de los políticos, que consideraban estos servicios algo superficial y prescindible. Veinte años después esa creencia ha cambiado por completo y son ellos los más predispuestos a someterse a una asesoría de imagen integral, directamente ligada a la estrategia de comunicación de los partidos y de los líderes. Así, se estudian las proporciones, la expresión, el vestuario, etc. siempre teniendo en cuenta a qué audiencia va dirigido el discurso.

Las empresas son el cliente cuando se habla de una asesoría de imagen corporativa. En ella se trabaja la imagen estática de la compañía (color, logotipos, papelería, decoración...) y también la dinámica (accio-

nes publicitarias, folletos, revistas, apariciones en prensa...). De la misma manera, se trabaja la imagen personal y el vestuario de los directivos y, si es necesario, de toda la plantilla, para que transmita una mayor profesionalidad. El asesor contribuye también a la productividad de los empleados ayudándoles a mejorar su comunicación, cualidades y autoconfianza. También asegurando una imagen consistente para todo el equipo, acorde con la imagen general de la empresa.

Las instituciones

Muy cercana a la asesoría corporativa se encuentra la asesoría institucional a entidades culturales, deportivas, lúdicas, etc. En este caso es importante la proyección social que se hace de la imagen. El público percibe la institución a raíz de su corporativismo, pero también de sus representantes, portavoces, actos, etc.

El asesor

Actualmente en España existen muchos estudiantes cursando los ciclos formativos en Asesoría de Imagen. Estos potenciales profesionales aprenden los fundamentos básicos de la Asesoría de Imagen y Comunicación, pero también realizan prácticas profesionales, demostrando su amplia y variada utilidad.

Una vez en el mercado de trabajo, los profesionales ejercen en agencias de publicidad, departamentos de comunicación, boutiques y firmas de moda, centros de belleza y estética, salones de peluquería, ópticas, televisiones y radios, empresas de organización de eventos, departamentos de protocolo de instituciones locales, revistas de moda o empresas de selección de personal, entre otras posibilidades.

El asesor debe conocer la trayectoria profesional del cliente y elaborar con ella un buen conjunto de imagen

Los profesionales de la Asesoría de Imagen tienen, hoy en día, múltiples posibilidades de actuación. Esto se debe a que, por un lado, despliegan un perfil cercano a la belleza y estética y, por otro, un perfil comunicativo próximo a los gabinetes de relaciones públicas o protocolo.

Ideas clave

- Los Asesores de Imagen despliegan un perfil cercano a la belleza y la estética, pero también un perfil comunicativo próximo a las relaciones públicas.
- En el mundo del espectáculo, los Asesores deben cuidar minuciosamente la imagen que se propaga de un artista a través de los medios de comunicación.
- En política, la Asesoría de Imagen va ligada a la estrategia de comunicación de los partidos y de los líderes.
- En la Asesoría Corporativa se trabaja la imagen personal y el vestuario de los directivos y de las plantillas para que transmitan mayor profesionalidad.