

00 diagnóstico

AUTORÍA VISUAL POR ANGELY RODRÍGUEZ

Primero que todo, esto que vas a leer te va a hacer cuestionarte.

Lo que proyectas no es accidental, pero tampoco es
intencional si nunca te has hecho estas 5 preguntas.

ANGELY RODRÍGUEZ

Tabla de contenidos

03 **Por qué existe este diagnóstico**
El problema que el diagnóstico visual
resuelve

04 **Antes de empezar**
Cómo usar este workbook y qué
esperar de él

05 **La brecha de percepción**
Cómo te ves vs. cómo te perciben

06 **La intención**
Si tus decisiones de imagen tienen
propósito

07 **La jerarquía visual**
Si la ropa habla por ti o tú hablas con
ella

08 **La referencia**
Si tu lenguaje visual es propio o
prestado

09 **La coherencia**
Si quien eres está presente en lo que
proyectas

10 **Lo que tu diagnóstico está
mostrando**
Cómo leer e interpretar tus
respuestas

11 **El siguiente paso**
Qué hacer con lo que encontraste
aquí

Angely Rodríguez

VISUAL IMAGE STRATEGIST

CERTIFICADA EN CREATION & BRANDING, RETAIL & CUSTOMER EXPERIENCE · LVMH

La mayoría de los sistemas de imagen personal empiezan por una técnica como tu tipo de cuerpo, tu paleta de colores o los "básicos". El problema es que ninguna de estas prescripciones funciona si no parte de entenderte a ti primero.

Desarrollé Autoría Visual porque el modelo estándar opera al revés: te da las respuestas antes de entender las preguntas. La colorimetría de estaciones, los tipos de cuerpo, los "básicos universales" son marcos de categorización que ignoran la variable más importante, que es la persona concreta que los está usando.

Autoría Visual invierte ese orden. Primero el diagnóstico y luego cualquier técnica, porque sin saber desde dónde partes, todo lo demás es ruido.

Este workbook cubre la Capa 00 del método: el único punto de partida real.

Por qué existe este diagnóstico

Hay una pregunta que la mayoría de las personas nunca se hacen antes de tomar decisiones sobre su imagen, y no es:

~~"¿Qué me favorece?"~~

~~"¿Qué está de moda?"~~

~~"¿Qué compro?"~~

Sino:

***¿Qué estoy comunicando ahora,
es lo que quiero comunicar?***

La diferencia entre una imagen que te representa y una que simplemente existe sobre ti está casi siempre en esa pregunta, y casi nadie la responde porque nadie nos enseña a hacernos esa pregunta.

Este diagnóstico no te va a decir qué ponerte, sino darte las herramientas para entenderte visualmente antes de cualquier otra decisión.

Eso es el diagnóstico visual.

Diseñé este diagnóstico porque la mayoría de los problemas de imagen que trabajo tienen el mismo origen: decisiones tomadas sin un punto de partida claro y esto no es falta de gusto ni de recursos, es que nadie enseña a hacerse estas preguntas antes de actuar.

Angely Rodríguez

Antes de empezar

CÓMO USAR ESTE WORKBOOK

Hay cinco preguntas, y cada una revela algo distinto sobre tu imagen actual y la distancia entre cómo te ves y cómo te perciben.

Antes de cada pregunta vas a encontrar el principio detrás de ella, como por qué esa pregunta importa y qué puede revelar. Lee ese principio antes de responder.

Responde con honestidad, no con la respuesta que suena bien. El diagnóstico solo funciona si parte de lo que realmente pasa, no de lo que quisieras que pasara.

No hay respuestas correctas ni incorrectas. Hay respuestas que te dan información y respuestas que no, así que tómate el tiempo que necesites.

UNA COSA QUE DEBES SABER ANTES DE EMPEZAR

Lo que proyectas visualmente no depende solo de lo que llevas puesto.

Depende de si hay coherencia entre quién eres y lo que tu imagen comunica.

Depende de si las decisiones que tomas sobre tu imagen tienen intención detrás, o son el resultado de imitar referencias, seguir tendencias, o comprar lo que te gustó en el momento.

Este diagnóstico te ayuda a ver exactamente dónde estás y qué está pasando.

Desde ahí, podremos construir algo real.

La brecha de percepción

PREGUNTA 1 DE 5

EL PRINCIPIO

Existe una distancia entre cómo nos vemos a nosotras mismas y cómo nos perciben los demás. Esa distancia no es un problema, es información.

Cuando esa brecha es muy grande, la imagen que proyectamos no está alineada con quien creemos ser. Cuando es pequeña o coherente, hay intención y conciencia en cómo nos comunicamos visualmente.

El primer paso de cualquier trabajo de imagen honesto es poder mapear esa distancia.

Si alguien te pidiera que describieras tu estilo en tres palabras, ¿cuáles usarías?

Imagina que le haces la misma pregunta a una amiga cercana, un compañero de trabajo y alguien de tu familia. ¿Qué crees que dirían?

¿Qué tan distintas son esas dos respuestas?

QUÉ OBSERVAR EN TU RESPUESTA

- Si las palabras que usas y las que usarían otros son muy distintas, entonces hay una brecha de percepción significativa, y tu imagen no está comunicando lo que crees que comunica.
- Si son similares, hay coherencia. El trabajo es afinar y profundizar.
- Si no sabes qué dirían otros, esa incertidumbre es información en sí misma, porque puedes estar tomando decisiones de imagen sin saber cómo aterrizan.

La intención

PREGUNTA 2 DE 5

EL PRINCIPIO

Cada vez que te vistes, tu imagen comunica algo. Lo decidas conscientemente o no.

La diferencia entre una imagen que funciona y una que no casi siempre está en si hay intención detrás de las decisiones. No en coordinar perfectamente, sino en saber qué querías comunicar antes de elegir cómo.

La mayoría de las personas toman decisiones de imagen por gusto, por tendencia, o por imitación, y el resultado es una imagen que comunica cosas al azar, no cosas con dirección.

Piensa en la última vez que te vestiste con tiempo para elegir. ¿Qué querías comunicar con ese look?

¿Lo lograste? ¿Cómo lo sabes?

¿Cuántas de tus decisiones de imagen del último mes tuvieron intención consciente?

- ☐ Casi ninguna: elijo según lo que me gusta o lo que tengo disponible
- ☐ Algunas: en ocasiones importantes pienso qué quiero proyectar
- ☐ La mayoría: suelo tener claro qué quiero comunicar antes de elegir
- ☐ Todas: cada decisión de imagen es consciente e intencional

QUÉ OBSERVAR EN TU RESPUESTA

- Si la intención está ausente en la mayoría de tus decisiones, tu imagen es resultado de acumulación, no de construcción. Y esto no es un juicio, es el punto de partida más común.
- Si hay intención en algunas situaciones, ya tienes acceso a ese proceso. El trabajo es extenderlo y sistematizarlo.
- Si la intención está presente pero los resultados no reflejan lo que querías comunicar, entonces el problema está en la ejecución. Eso tiene solución técnica.

La jerarquía visual

PREGUNTA 3 DE 5

EL PRINCIPIO

Cuando alguien te ve, su cerebro procesa los elementos visuales en un orden determinado por el contraste.

En una imagen bien construida, lo que mayormente toma protagonismo primero es la persona: su presencia, su rostro, su energía. Y la ropa queda como el contexto, no el centro.

Cuando la jerarquía se invierte, quien te ve recuerda lo que llevabas puesto antes de recordarte a ti, independientemente de la calidad o el precio de las prendas.

Piensa en alguien cuya presencia visual admiras. Cuando la recuerdas, ¿qué viene primero a tu mente: ella o lo que llevaba puesto?

Ahora piénsalo en tu propio caso. Cuando alguien que te conoció recientemente te describe, ¿crees que menciona primero cómo eres o qué llevabas puesto?

¿Ha habido alguna vez en que una prenda, un estampado o un accesorio "se robó la atención" de un look tuyo?

QUÉ OBSERVAR EN TU RESPUESTA

- Si en el caso que admiras lo primero que recuerdas es a la persona y no su ropa, esa presencia tiene jerarquía visual bien construida. La ropa está al servicio de quien la lleva.
- Si en tu propio caso la ropa frecuentemente toma protagonismo, no es un problema de cuerpo ni de gusto. Es un problema de arquitectura visual: cómo se organizan los elementos para que la atención vaya hacia ti.
- Eso se aprende. No es innato.

La referencia

PREGUNTA 4 DE 5

EL PRINCIPIO

Todos tenemos referentes visuales, personas cuya forma de presentarse admiramos. El problema no es tenerlos.

Es copiar la superficie de un referente sin entender los principios detrás de por qué funciona. Cuando eso ocurre, adoptamos el resultado de alguien más sin construir el propio.

La pregunta no es si tienes referentes, es qué estás tomando de ellos: su ropa o su principio.

¿Hay alguien cuya imagen visual te inspira o admiras? (puede ser pública o no)

¿Qué es específicamente lo que admiras de su imagen?

¿Alguna vez copiaste un look de esa persona o de alguien similar? ¿Funcionó de la misma manera en ti?

Si no funcionó igual, ¿a qué lo atribuiste?

QUÉ OBSERVAR EN TU RESPUESTA

- Si lo que admiras en tu referente lo puedes articular como principio (su coherencia, cómo la ropa siempre parece al servicio de ella), estás leyendo su imagen con criterio.
- Si lo que admiras son prendas específicas, la copia probablemente no funcione igual. Lo que ves es el resultado de un sistema aplicado a una persona que no eres tú.
- Autoría visual significa tomar los principios, no las prendas.

La coherencia

PREGUNTA 5 DE 5

EL PRINCIPIO

La imagen más poderosa es la que no requiere explicación. Cuando hay coherencia entre quién eres y lo que proyectas, tu presencia visual habla antes de que hables.

La falta de coherencia no siempre es visible, a veces puede manifestarse como una sensación difusa de que "algo no encaja" aunque nada esté objetivamente mal.

Esa sensación generalmente señala que hay partes de tu identidad (tu forma de pensar, tu energía, tu historia) que aún no están presentes en tu imagen.

Describe en tres palabras que no tengan nada que ver con tu ropa. Palabras sobre cómo eres, cómo piensas, cómo te relacionas.

¿Esas tres palabras están presentes en tu imagen? ¿Las puede ver alguien que no te conoce?

¿Hay algún aspecto de quién eres que sientes que tu imagen nunca comunica, o que incluso contradice?

QUÉ OBSERVAR EN TU RESPUESTA

- Si las palabras que usas para describirte se reflejan en tu imagen, hay coherencia. El trabajo es profundizar y afinar.
- Si hay palabras que describes con claridad pero que tu imagen no comunica, esa es la brecha más importante. No es un problema estético, es un problema de traducción.
- Cerrar esa brecha es el trabajo central de Autoría Visual.

Lo que tu diagnóstico está mostrando

No hay un resultado correcto. Hay un mapa que se construye a partir de estas cinco dimensiones distintas de tu imagen actual.

PREGUNTA	DIMENSIÓN	QUÉ REVELA
1. La brecha	Percepción	Distancia entre cómo te ves y cómo te ven
2. La intención	Consciencia	Si tus decisiones de imagen tienen propósito
3. La jerarquía	Arquitectura	Si la ropa habla por ti o tú hablas con ella
4. La referencia	Autoría	Si tu lenguaje visual es propio o prestado
5. La coherencia	Identidad	Si quien eres está presente en lo que proyectas

TRES PATRONES COMUNES Y LO QUE SIGNIFICAN

Si tu mayor brecha está en percepción e intención (preguntas 1 y 2)

El punto de partida es trabajar la consciencia visual: entender qué estás comunicando ahora antes de intentar cambiar algo. Las otras capas vienen después.

Si tu mayor brecha está en jerarquía y referencia (preguntas 3 y 4)

El trabajo central es técnico: estructura visual y principios de color. Tienes intuición pero te faltan herramientas. La Capa 01 y la Capa 02 son el paso directo.

Si tu mayor brecha está en coherencia (pregunta 5)

Es el trabajo más profundo y más valioso: traducir tu identidad a lenguaje visual, y esto no es estilismo, sino la Capa 03. Requiere haber trabajado primero las capas anteriores.

La mayoría de las personas suelen tener brechas en más de una dimensión. Son interdependientes.

El diagnóstico es el principio, no el destino.

El diagnóstico te da el mapa, y lo que viene después es el sistema para recorrerlo. Este diagnóstico es la Capa 00 del método, y las tres capas que siguen: estructura, color y narrativa están en desarrollo.

CONTINÚA CON EL MÉTODO →