

Imagen personal

2.1 Autodiagnóstico

2.1.1. Conceptos generales

2.1.2 Autoestima e imagen personal

2.1.3 Importancia de la imagen personal laboral

2.1.4 Medidas para conocer mi tipo de cuerpo



LA IMAGEN PERSONAL

- La expresión imagen personal es mucho más amplia que el simple concepto de vestido incluye:
 - Los rasgos físicos.
 - La mirada.
 - La sonrisa.
 - La postura.
 - La forma de caminar.
 - Los modales.
 - Los hábitos

CONCEPTOS GENERALES DE COMUNICACIÓN



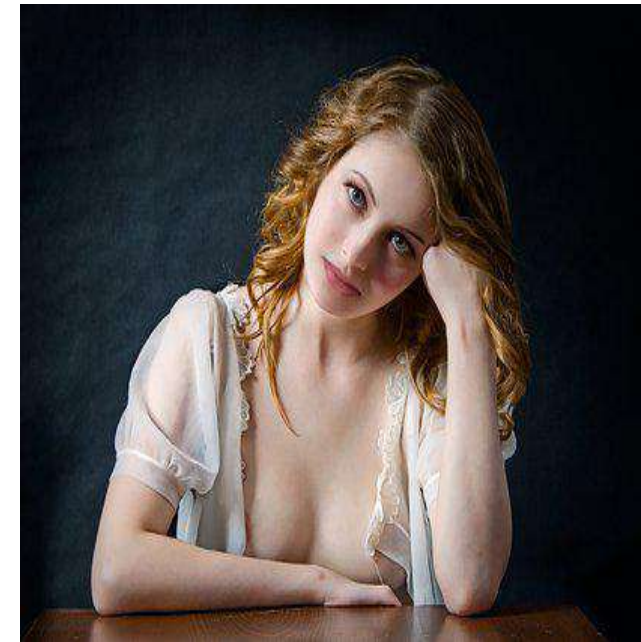
LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

- El componente verbal es del 35% aproximadamente frente al 65% que se corresponde con la comunicación no verbal (gestos, movimientos, señales, etc.).
- Es importante no confundir la comunicación no verbal con la comunicación que no es hablada (oral).

	Verbal	No verbal
Oral	Lenguaje hablado	Paralingüística
No oral	Lenguaje escrito	Kinesia y proxémica

FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

- **Enfatizar el lenguaje verbal.** Para ello se suelen utilizar los ilustradores. Por ejemplo, mover la mano a la vez que decimos adiós enfatiza lo que estamos expresando con palabras.
- Es decir, la comunicación no verbal puede, meramente, repetir lo que se dijo verbalmente.
- **Expresar sentimientos y emociones.** Comunica el estado de tristeza o alegría en el que nos encontramos.



FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

- **Sustituir palabras.** Los actos no verbales sustituyen a los verbales cuando hacemos un gesto y no decimos nada.
- Los **emblemas**, como cuando alguien nos pregunta dónde se encuentra algo y señalamos con el dedo sin hablar.
- A su vez, un mensaje no verbal puede **sustituir** uno verbal, por ejemplo, cuando una persona llega a su casa después del trabajo, pone una expresión que sustituye a la afirmación «He tenido un día desastroso»



FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

- Es decir, un mismo contenido podrá interpretarse de diferentes maneras según el volumen y el tono de voz empleado o los gestos realizados.
- Así, si decimos «¡Ven!» con un tono fuerte y un volumen alto, estaremos dando una orden; pero si lo decimos en un tono dulce y un volumen bajo, estaremos invitando al interlocutor a acercarse a nosotros.

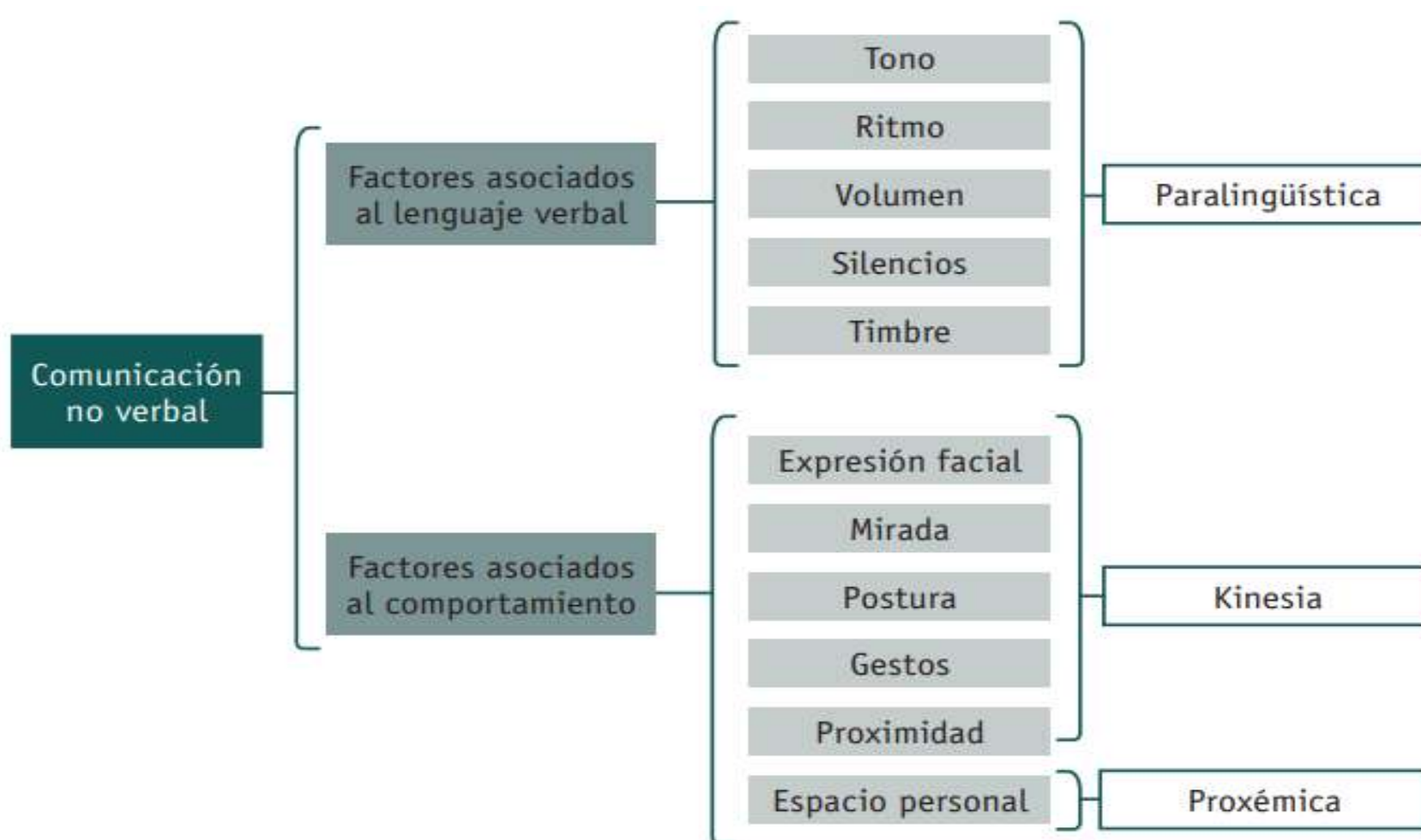


FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

- Posibilidad de contradecir la comunicación verbal.
- Las señales no verbales tienen que ser congruentes con el contenido verbal del mensaje para que este sea decodificado de forma precisa.
- Ejemplo cuando una persona que tiene que hablar en público y, a pesar de tener la frente sudada y temblarle las piernas y las rodillas, dice: «No estoy nervioso».



Comunicación no verbal



Comunicación no verbal

- **Paralingüística:** estudia los aspectos no semánticos del lenguaje, como por ejemplo, los tonos empleados, el ritmo con el que se habla, el volumen de la voz, los silencios y los timbres (agudo, grave...).
- **Kinesia:** se dedica a estudiar el significado de los movimientos humanos (cruzar las piernas, fruncir el ceño, entrelazar las manos, etc.).
- **Proxémica:** expresión propuesta por el antropólogo inglés Edward T. Hall para hacer referencia al análisis del espacio personal o espacio que nos circunda.

LA PARALINGÜÍSTICA

- Se trata de características que no pueden ser consideradas como verbales, ya que dependen de circunstancias del emisor como son sus emociones o sus intenciones al emitir el mensaje y que conforman el denominado comportamiento paralingüístico



LA PARALINGÜÍSTICA

A.TONO DE VOZ

El **tono** de la voz, **que puede modularse mediante la tensión de las cuerdas vocales**, es un factor que relaciona el sentimiento y la expresión que empleamos, esto es, lo que sentimos y lo que verbalizamos.

Emplearlo bien es fundamental para transmitir a nuestro interlocutor exactamente aquello que queremos, ya que emplear un tono de voz inadecuado puede distorsionar el significado del mensaje que transmitimos.

Distinguimos **tres tonos** al hablar:

- **Ascendente:** expresa duda, indecisión o interrogación.
- **Descendente:** transmite firmeza, determinación y confianza.
- **Mixto:** sugiere ironía y sarcasmo.

LA PARALINGÜÍSTICA

B. RITMO

- El ritmo es la fluidez verbal con la que se expresa una persona o, lo que es lo mismo, el número de palabras por minuto que dice.
- Para que nuestro mensaje sea entendible, debemos emplear un ritmo de entre 100 y 150 palabras por minuto.
- Por encima de las 200, se dice que una persona es **taquilálica** (habla muy deprisa y por tanto podemos tener problemas para comprenderla).
- Mientras que por debajo de 100 es **bradilálica** (su ritmo es muy lento y puede aburrir).



LA PARALINGÜÍSTICA

C.VOLUMEN

- El volumen de la voz se relaciona con la intensidad con la que hablamos. Lo empleamos para poner énfasis, regular e incluso alterar un proceso de comunicación.
- Generalmente, un **volumen bajo** nos indicará timidez, sumisión o tristeza.
- Un **volumen alto** transmite autoridad, seguridad en uno mismo o dominio de una situación.



LA PARALINGÜÍSTICA

D. SILENCIOS

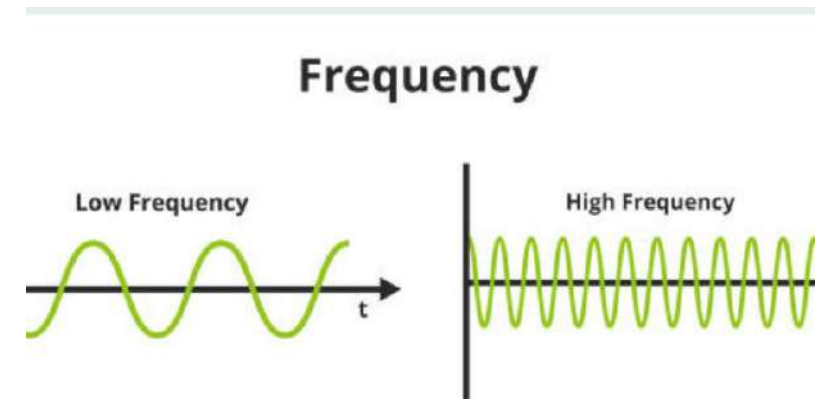
- Los silencios son pausas realizadas en la comunicación verbal.
- Hay ocasiones en que es necesario no decir cosas para poder expresar otras. Los silencios se pueden interpretar de forma positiva o de forma negativa.
- En las pausas podemos invitar a nuestro interlocutor a que tome la palabra o enfatizar lo que estamos comunicando.
- Los suspiros son inspiraciones profundas continuadas por una expiración audible que expresa pena, alivio, fatiga, deseo, etc

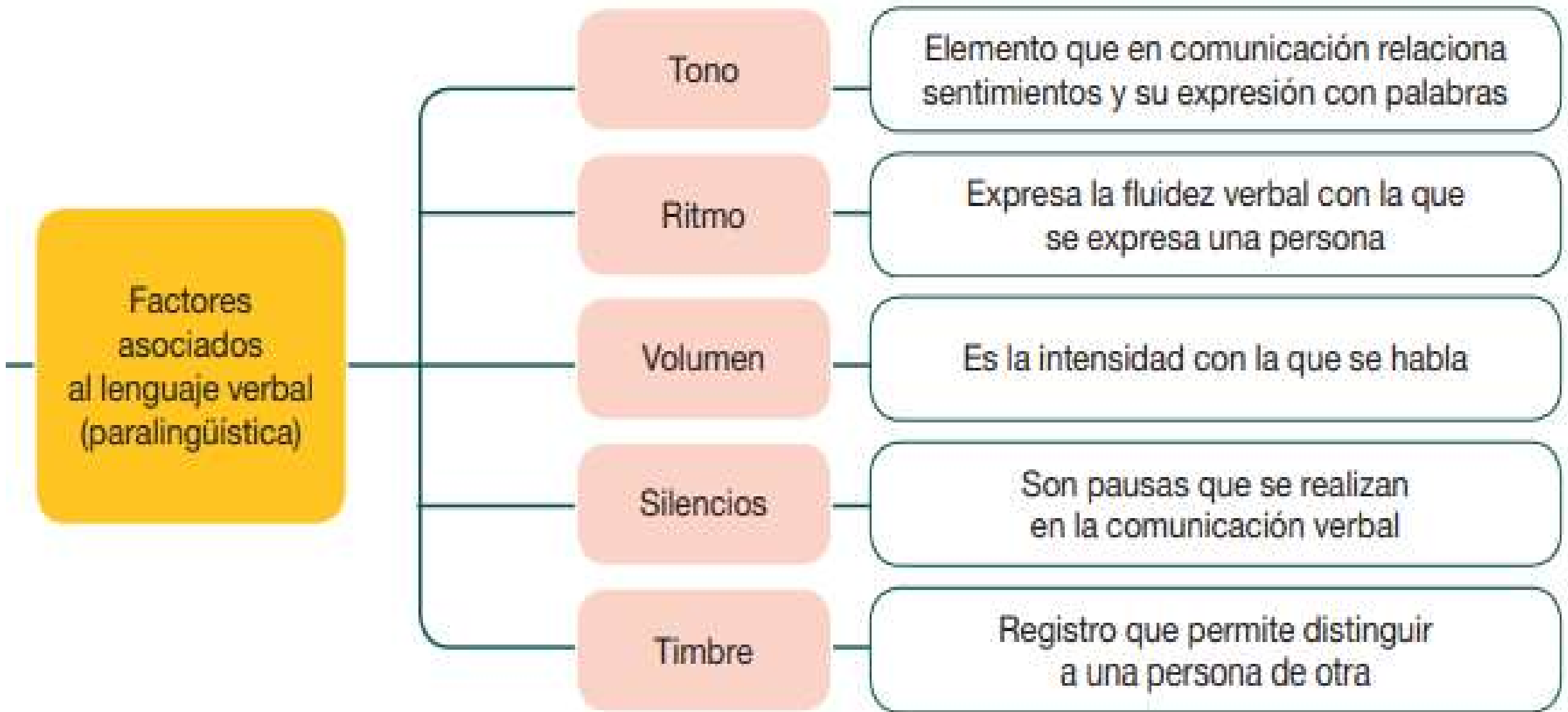


LA PARALINGÜÍSTICA

E. EL TIMBRE

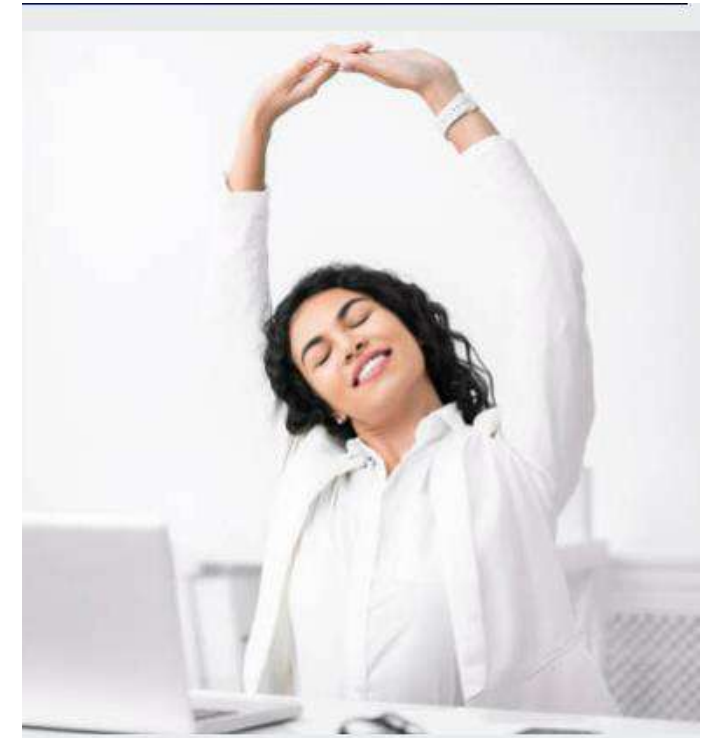
- El timbre de voz es el registro que nos permite distinguir a una persona de forma inmediata.
- Si conocemos el timbre de voz de alguna persona cercana a nosotros, en el momento en que la oigamos, aun sin verla, pensaremos «Por ahí viene (esa persona)».
- Se suelen distinguir cuatro grados de timbres: muy bajo, medio-bajo, alto o muy alto.





LA KINESIA

- Según investigaciones realizadas, un niño recién nacido es capaz de imitar las expresiones de sorpresa y de alegría de una cara que le resulte familiar (sobre todo, de la madre).
- **Kinesis.** Término griego que significa movimiento.
- **Kiné.** Movimiento mínimo que puede ser percibido por una persona.
- **Kinema.** Movimiento o secuencia de movimientos que tiene algún significado según el contexto en el que nos situemos.



GESTOS

- En los gestos se analizan los movimientos de la cara, las manos, los brazos y las piernas, la cabeza y el cuerpo en su conjunto.
- Los gestos transmiten información acerca de nuestro estado de ánimo o expresan una valoración sobre algo o acerca de alguien.



POSTURAS

- Las posturas son comportamientos que suelen ser más estables que los gestos y pueden durar desde minutos hasta varias horas.
- A la hora de estudiarlas, se analizan las formas de estar de pie, cómo nos sentamos e, incluso, nuestra forma de caminar.
- Suelen comunicar intensidades emocionales o expresar cuál es nuestro estado afectivo en un momento determinado.



A. LA EXPRESIÓN FACIAL

- Las investigaciones llevadas a cabo por Ekman concluyeron que existen siete emociones básicas.



TIPOS DE SONRISAS

- a) **La sonrisa sencilla** (en la que no se ven los dientes)
 - De **baja intensidad**: es habitual en las épocas de la adolescencia. Transmiten inseguridad
 - De **alta intensidad**: se emplean para saludar a personas desconocidas. Transmiten confianza
- b) **La sonrisa superior** en la que se ven los dientes superiores Transmiten alegría. Se usan ante personas de confianza o si se es extrovertido.



MIRADAS

- **Mirada laboral:** se da en ambientes de trabajo. En ellas, debemos procurar que nuestra mirada no caiga por debajo del nivel de los ojos de nuestro interlocutor.
- **Mirada social:** nuestra mirada cae por debajo de los ojos de nuestro interlocutor.
- **Mirada íntima:** los ojos del emisor recorren de arriba abajo el cuerpo de su interlocutor.



LAS PIERNAS

- **Piernas cruzadas:** demuestran inseguridad o timidez.
- **Piernas semiabiertas:** inseguridad (por ejemplo, cuando estamos sentados en una silla y enroscamos los pies alrededor de las patas)
- **Piernas estiradas:** postura de prepotencia.
- **Una pierna delante y otra detrás:** demuestra una situación de estrés.



POSTURAS ECO.

- Personas que comparten la misma opinión sobre un tema concreto adoptan posturas similares, y cuando una cambia de opinión, probablemente emitirá una señal postural, reacomodando la posición de su cuerpo.



GESTOS DE MENTIRAS

- Los niños se suelen tapar la boca cuando mienten.
- Un adolescente solo se rozará la boca sutilmente
- Un adulto suele desviar el movimiento hacia la nariz.
- Desviar la mirada, no mirar a los ojos del interlocutor.
- Frotarse un ojo con la mano.
- Tirarse del cuello de la camisa.
- Frotarse la oreja.
- Frotarse la barbilla.



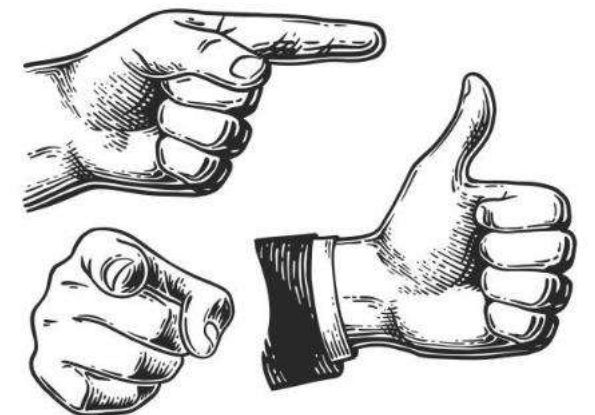
SALUDO

- **Aspecto de las uñas:** nivel de autoestima e imagen de la persona.
- **Textura o dureza de las manos:** sobre la actividad laboral.
- **Sequedad o humedad:** acerca del estado de nerviosismo.
- **Duración:** sobre el grado de emotividad.
- **Presión:** a más presión, más dominación sobre la persona que saludamos.
- **Estilo:** nos permite saber qué actitud adopta hacia nosotros nuestro interlocutor: colaboradora, sumisa o dominante



MOVIMIENTOS DE MANOS

- Si mostramos las **palmas hacia arriba** mientras damos una orden, la persona que la recibe no se sentirá presionada ni amenazada. Indica buena predisposición.
- Si la **palma está hacia abajo**, la petición será interpretada como una orden tajante.
- Si **cerramos la mano y con el dedo índice señalamos** la dirección podemos generar ansiedad en la persona que debe cumplir la orden.



GESTOS CON LAS DOS MANOS.

- **Manos entrelazadas:** pueden poner de manifiesto que la persona está nerviosa, triste o con ansiedad.
- **Manos en ojiva:** este gesto es frecuente en ambientes laborales, cuando se establecen relaciones entre superior y subordinado. Implican seguridad en lo que se transmite y autoridad.



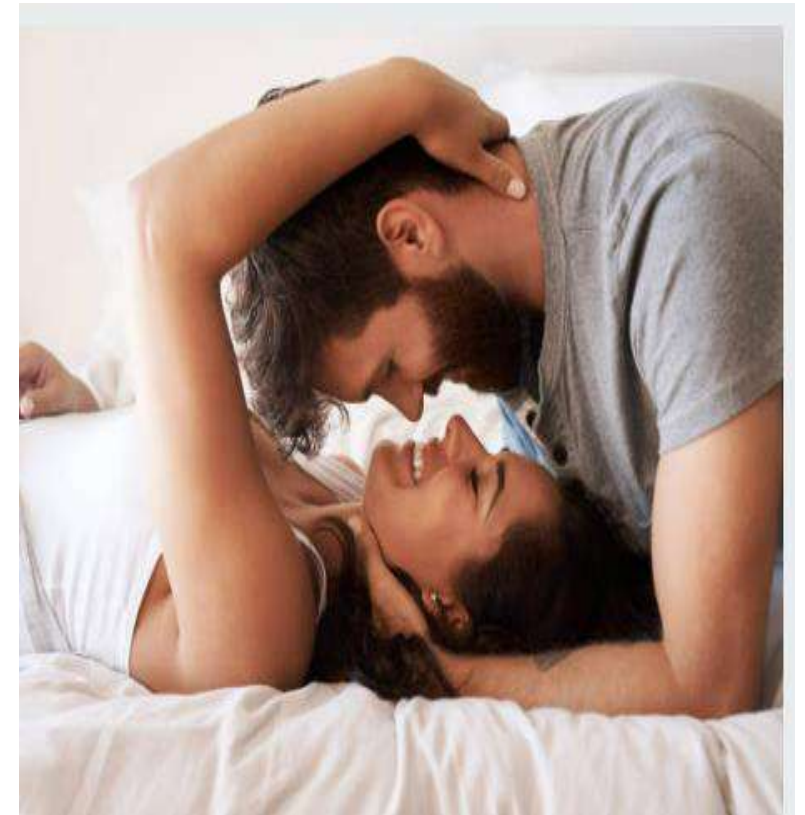
GESTOS CON LAS DOS MANOS.

- **Cogerse la muñeca con una de las manos:** es propio de situaciones de espera en las que no se sabe muy bien qué hacer. Transmite nerviosismo.
- **Pulgares en contacto:** se utilizan para transmitir dominio y superioridad



LA PROXÉMICA

- **La proxémica** (o proximidad espacial) es la disciplina que estudia el espacio y la distancia que guardan las personas al comunicarse verbalmente.
- El **grado de intimidad** que el emisor tiene con el receptor. La distancia será más próxima cuanto más íntima sea la relación.
- El **motivo del encuentro**. Si es formal, como por motivos de trabajo, la distancia será mayor que cuando se trata de una reunión amistosa.



LA PROXÉMICA

- **La personalidad.** Así, los extrovertidos mantienen una distancia menor que los introvertidos.
- **La edad.** Los jóvenes suelen situarse entre sí más cerca que las personas mayores, salvo cuando entablan una conversación con ellas (personas mayores).
- **La cultura o la raza** de las personas, que influye al usar una distancia mayor o menor.



ZONAS DE DISTANCIA

- **Distancia íntima (hasta 45 cm).** Es la distancia para la conversación íntima. Con la excepción de algunos desconocidos especiales, como médicos o dentistas, que tienen nuestro permiso para invadirlo, este espacio queda reservado para familiares o amigos íntimos.



ZONAS DE DISTANCIA

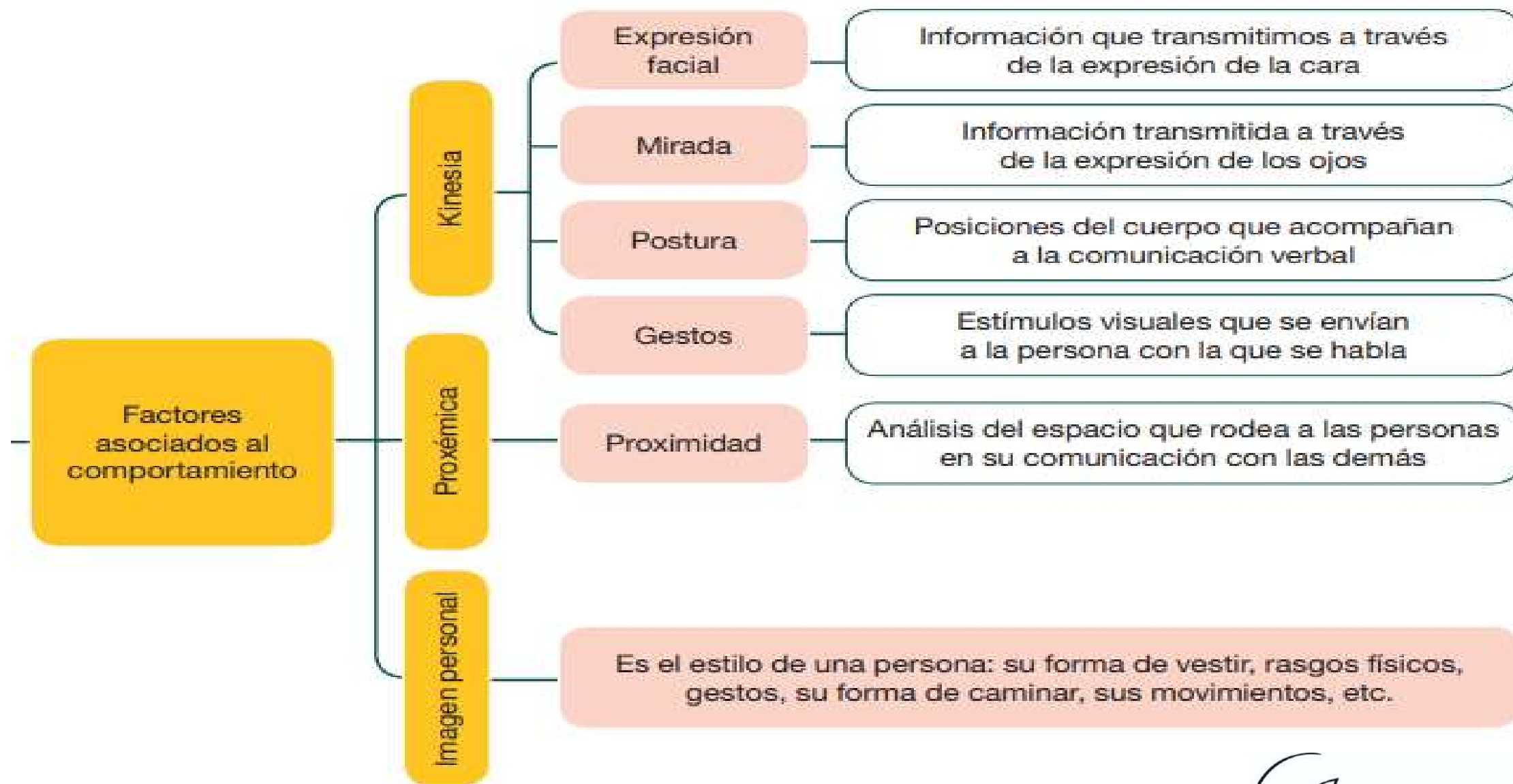
- **Distancia personal (de 45 a 120 cm).** Es la que se mantiene con personas conocidas, es decir, en encuentros personales pero no íntimos: conversaciones entre compañeros de trabajo, vecinos, etc.
- Entre 45 y 75 cm es la distancia que posee la burbuja personal de un individuo de la cultura occidental, pero en culturas como la oriental o la escandinava, la distancia personal aumenta hasta, aproximadamente, los 120 cm.



ZONAS DE DISTANCIA

- **Distancia social (de 120 a 360 cm).** El contacto físico en esta zona es casi imposible, por eso es la que se utiliza para conversaciones formales, encuentros impersonales o con desconocidos. Así, es la que se mantiene entre jefes y empleados.
- **Distancia pública (más de 360 cm).** Es la que se emplea para los discursos o conferencias y reuniones, ya que confiere prestigio y autoridad.





AUTOESTIMA E IMAGEN PERSONAL



CONCEPTO AUTOESTIMA

- Es esa valoración que nos damos a nosotros mismos, la cual nos orienta hacia el bienestar y la satisfacción personal.
- Tener una autoestima alta nos hace sentirnos bien con nosotros mismos y con las demás personas que nos rodea.
- Igualmente, nos permite llenarnos de esa energía positiva y de la confianza necesaria para encarar con seguridad los retos que nos propongamos.



CONCEPTO AUTOESTIMA

- Una autoestima baja nos enferma mentalmente, además que nos hace sentir frustrados e inseguros.
- Una persona con baja autoestima se menosprecia, y por consiguiente se siente infeliz e insatisfecha.



- La imagen personal es la proyección externa de lo que somos y de cómo nos sentimos.
- La proyección de una imagen personal viene a estar dada no solamente en cómo nos vestimos, sino también en nuestras expresiones y en la actitud que asumamos en nuestras relaciones interpersonales.
- Una imagen personal es de vital importancia para nuestra autoestima. Se ha demostrado que la imagen personal está estrechamente vinculada con la autoestima.



- Proyectar una imagen personal no es sinónimo de estar guapo o guapa; no es solo vestir presentable o estar a la moda.
- Se trata de proyectar una imagen positiva, de vernos y sentirnos bien, tanto internamente como externamente.
- Trabajar en nuestra imagen personal es sin duda una clave para aumentar nuestra autoestima.
- Nuestro vestuario va a comunicar lo que nos gusta y cómo nos sentimos



- Usa prendas de vestir que te identifiquen y que te hagan sentir realmente seguro.
- No busques vestir solo para lograr la aceptación de otras personas.
- Elige vestir y estar bien para ti, por ese valor y estima que debes tenerte día a día.
- En la medida que te quieras y te aceptes tal cual eres, en esa misma medida proyectarás la mejor versión de ti mismo y lograrás tener la confianza de las demás personas.



- Cuando cuidamos de nosotros mismos, nos sentimos bien, lo cual favorece nuestro ánimo y la disposición de hacer las cosas que queramos.
- Las prendas de vestir son una herramienta para lucir bien y sentirnos mejor con nosotros mismos, sin importar si no tienes una figura esbelta.
- Todas las siluetas lucen muy bien con la ropa adecuada.



- Mejorar tu imagen personal, no sólo implica un vestuario o cuidar tu higiene personal, sino que también se trata cómo te sientes internamente. Por eso, también es cuidar de tus emociones y de tu espiritualidad.
- Tú puedes lograr lo que te propongas, siempre y cuando tengas la mejor disposición de lograr que las cosas cambien.
- Mantener una buena imagen personal te brindará la oportunidad de proyectar una personalidad segura y que brinde confianza a otras personas, dándote la oportunidad de mejorar tu bienestar y lograr las metas que te propongas.



IMPORTANCIA DE LA IMAGEN PERSONAL LABORAL



LA IMAGEN PERSONAL

- Si bien es posible argumentar que cada uno es libre de vestir como desee, cuando uno decide integrarse en una organización que tiene determinadas reglas, ha de aceptarlas.
- De hecho, determinadas organizaciones, empresariales y no empresariales, dictan normas más o menos concretas o exhaustivas relativas a la presentación y apariencia personal (el denominado **dress-code** por los anglosajones).



LA IMAGEN PERSONAL

- Nuestra imagen esta íntimamente relacionada con nuestra **IDENTIDAD**.
- Quienes somos.
- Que gustos tenemos.
- Como nos sentimos.
- Que actividades realizamos



LA IMAGEN PERSONAL

- Para proyectar una buena imagen, primero debemos tener una **buena imagen de nosotros mismos**.
- Es importante encontrar esa **esencia** que nos hace únicos e irrepetibles.
- Entender como **proyectar una buena imagen**, nos ayudarán a progresar y realizarnos como personas.
- La regla de oro para transmitir una buena imagen es: **“ESTAR A GUSTO Y SEGURO CON UNO MISMO”**





La Ingeniería en Imagen Pública es el conjunto de conocimientos y técnicas que permiten aplicar el saber científico a la emisión de estímulos que crearán o modificarán la percepción hacia una persona o institución.

PARA PODER HACER UNA IMAGEN SE NECESITA:

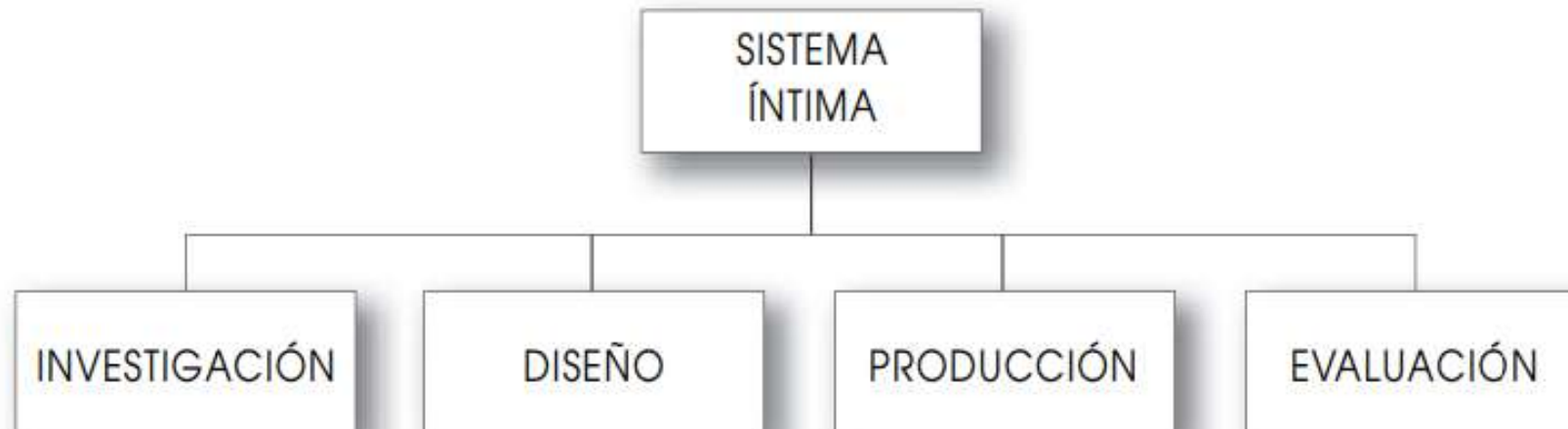
- ✓ Conocimientos (comunicación, psicología, mercadotecnia, normas de estética y vestuario, fotografía, publicidad, relaciones públicas, psicología del color, manejo de la iluminación, de la música y el aroma)
- ✓ Creatividad (capacidad para engendrar ideas útiles para crear la percepción de una persona o institución o para resolver su problemática)

PARA PODER HACER UNA IMAGEN SE NECESITA:

- ✓ Sensibilidad (manejo de los sentimientos para provocar la percepción en una audiencia)
- ✓ Respeto por la esencia del cliente (indispensable conocer a fondo al cliente)

PARA PODER HACER UNA IMAGEN SE NECESITA:

✓ Metodología.



EL IMPACTO Y CONFIANZA QUE PROVOCA TU ROSTRO

El cabello está ligado a la impresión que produce nuestro rostro. Su longitud, limpieza y corte definen nuestra imagen y hasta nuestra personalidad. Así que pregúntate a ti mismo:

- 1.- ¿Hace cuánto tiempo que no cambias tu corte de cabello?**
- 2.- Si eres hombre ¿desde hace cuánto que usas el mismo peinado?**
- 3.- Si eres mujer, ¿tu corte de cabello realmente favorece a tu forma de cara, edad y tu objetivo?**



EL IMPACTO QUE PROVOCA TU VESTIMENTA.

El buen vestir no tiene que ver con las marcas, pero sí con el buen gusto. Se trata de usar prendas acorde a tu cuerpo, complexión y tono de piel, porque la ropa produce la primera impresión que das. Por cómo te ven te tratan. Así que analiza:

4.- ¿Te vistes para el trabajo que tienes o para el que deseas?

5.- ¿Desde hace cuánto usas el mismo estilo de ropa y las mismas combinaciones de color?

6.- ¿Tu vestimenta refleja que tienes un estilo actual?

7.- ¿Tu ropa es congruente para tu trabajo actual?



LA ARMONÍA DE TU AROMA Y ACCESORIOS

Hay ciertos objetos o artículos que usamos a diario que ayudan a proyectar una imagen específica. Con la frecuencia o forma en que utilizamos dichos accesorios complementamos la imagen y armonía que nuestra ropa refleja. Por ello pregúntate:

8.- ¿Hace cuánto tiempo que usas el mismo perfume o loción?

9.- ¿Tus accesorios (lentes, reloj, etc) son los mismos desde hace años?

10.- Si eres mujer ¿tu maquillaje es el mismo para toda ocasión?



EL ATRACTIVO DE TU FIGURA Y TU ROSTRO

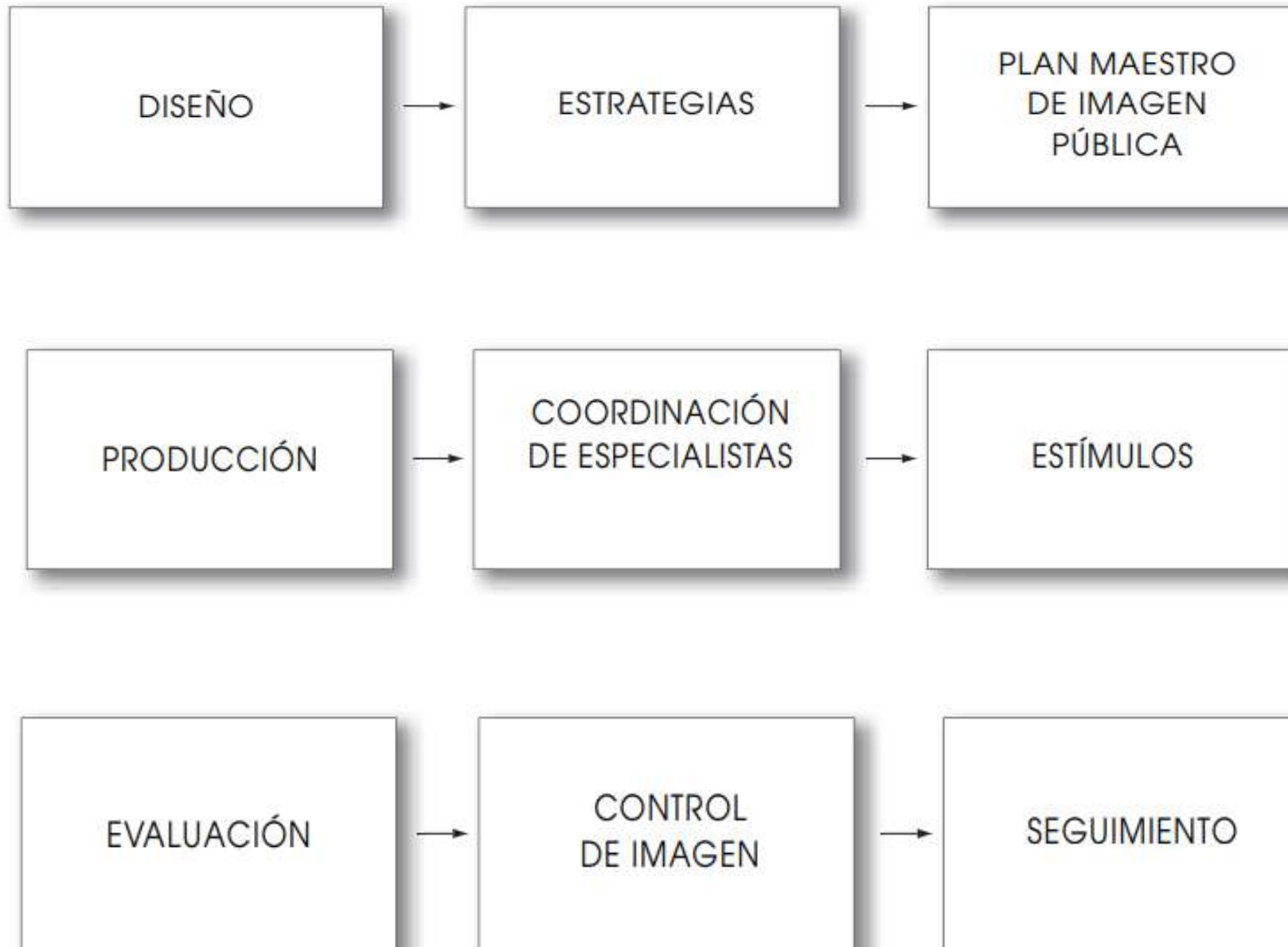
Lo que a la vista resulta agradable se vuelve confiable. Una persona con una figura sana y un rostro con lozanía transmiten equilibrio, seguridad y salud. Para las relaciones profesionales éstos son dos pilares insustituibles. Piensa:

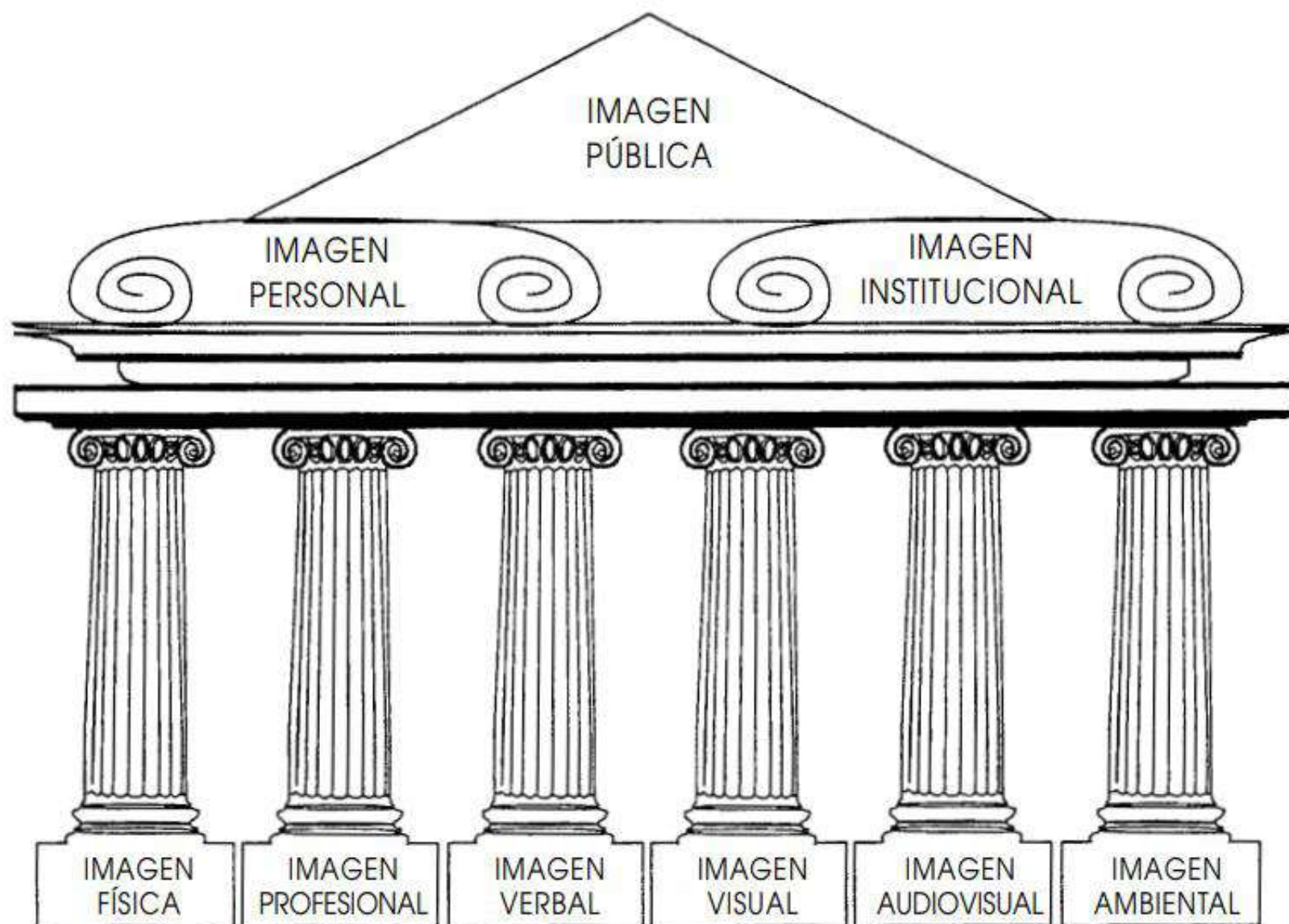
11.- ¿Subiste o bajaste de peso y no has cambiado tu talla?

12.- ¿Tu rostro ya denota envejecimiento?



Si has respondido afirmativamente a más de 6 preguntas ¿Qué esperas? Cambia. ¡Reinuéntate! Decídete a crecer y llegar más lejos. Transfórmate como persona y como profesional. Cambia tus hábitos para mejorar tu estilo y fortalecer tu imagen profesional. Haz de tu imagen una herramienta de Éxito.

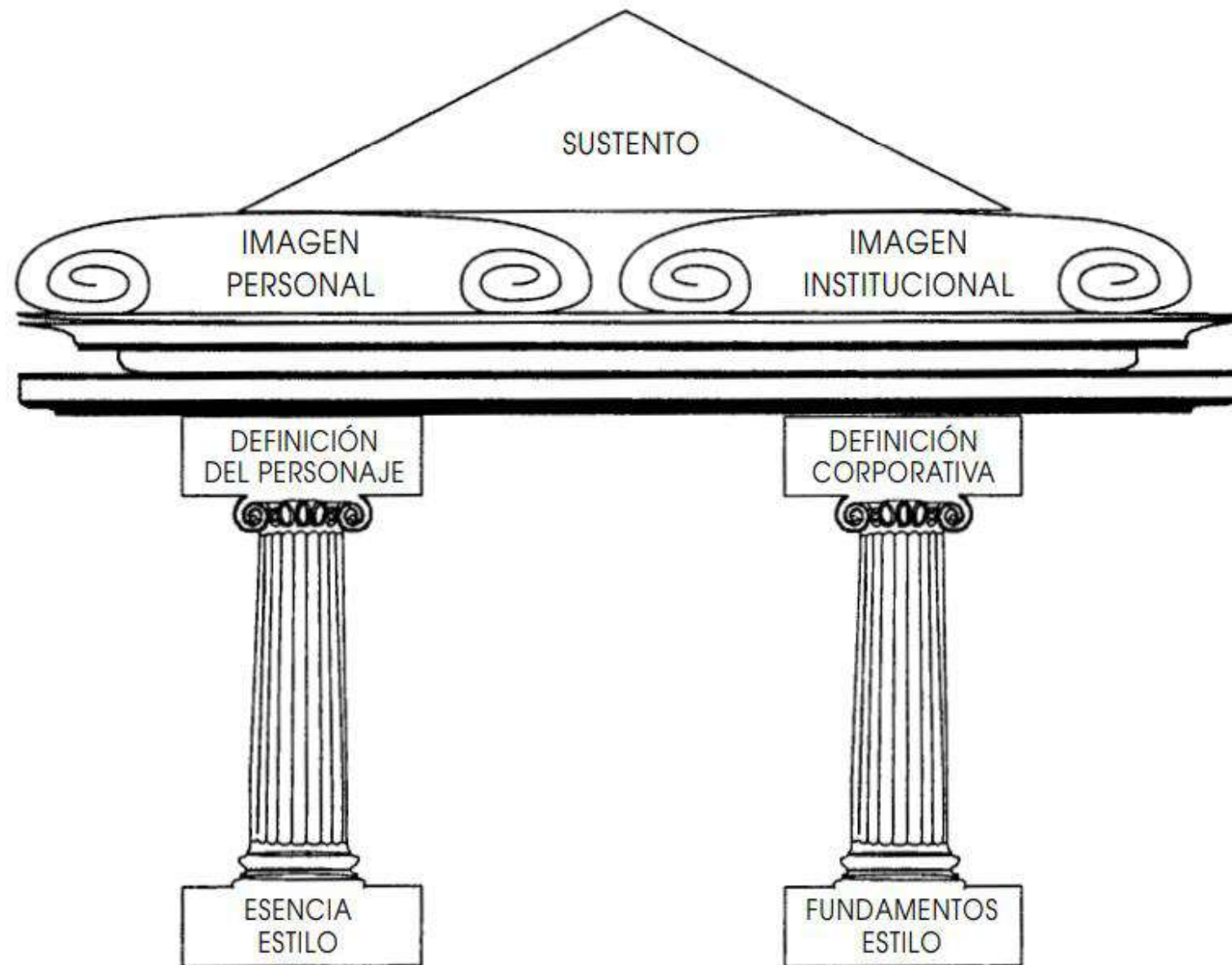




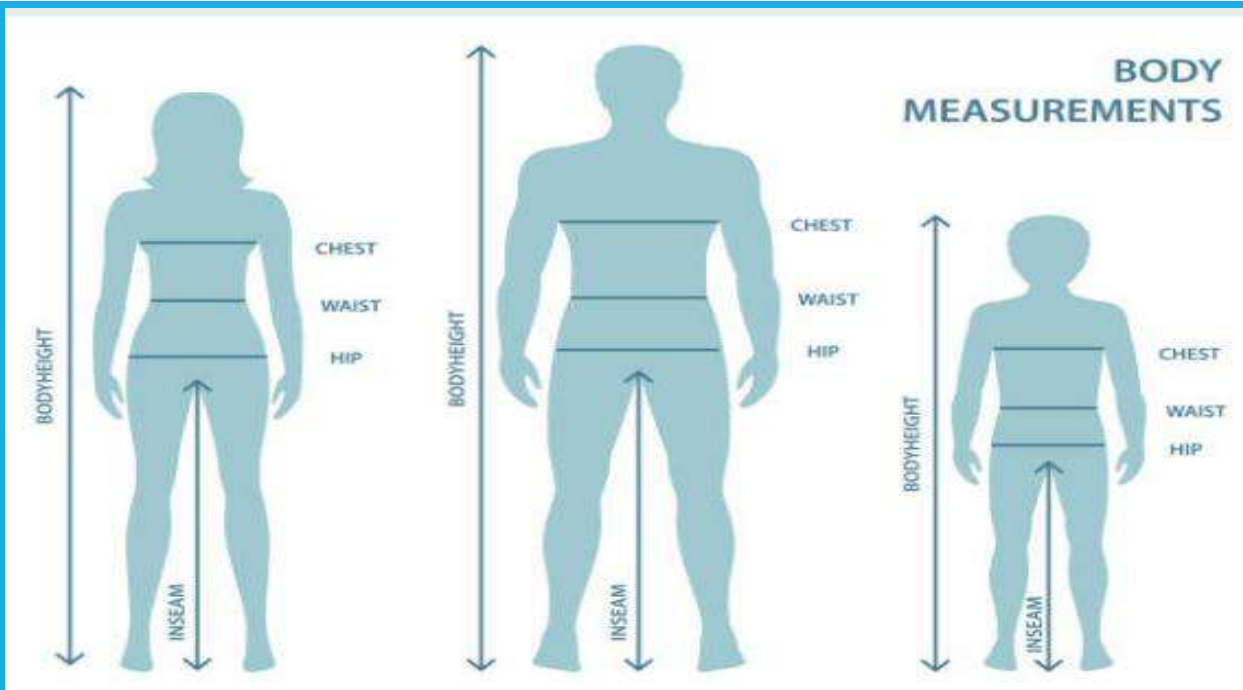


Una guía de entrevista para la definición de esencia
debe incluir los siguientes tópicos:

- ✓ Antecedentes familiares.
- ✓ Relación con el padre y con la madre.
- ✓ Ubicación dentro del plano familiar.
- ✓ Antecedentes escolares.
- ✓ Relación con sus maestros.
- ✓ Relación con sus primeras amistades.
- ✓ Trayectoria y eficiencia escolar.
- ✓ Características conductuales.
- ✓ Alimento intelectual.
- ✓ Primeros contactos con el sexo opuesto.
- ✓ Noviazgo y matrimonio.
- ✓ Relación con los hijos.
- ✓ Reacciones sentimentales a estímulos positivos y negativos.
- ✓ Principios rectores de vida.
- ✓ Valores humanos.
- ✓ Creencias.
- ✓ Alimento espiritual



MEDIDAS PARA CONOCER MI TIPO DE CUERPO

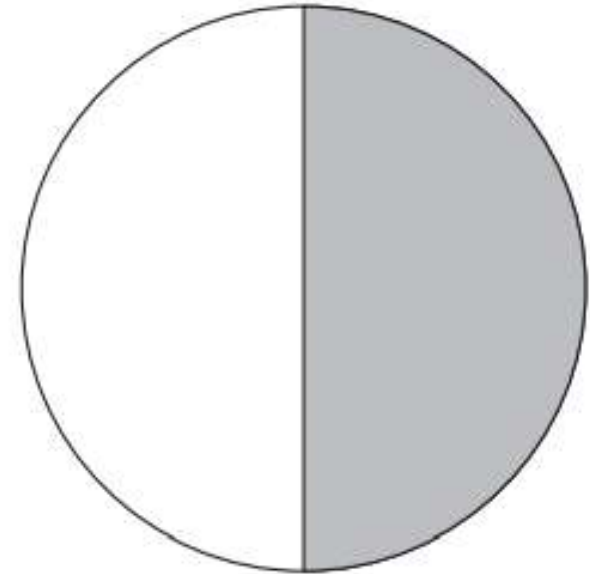


ANTROPOMETRÍA

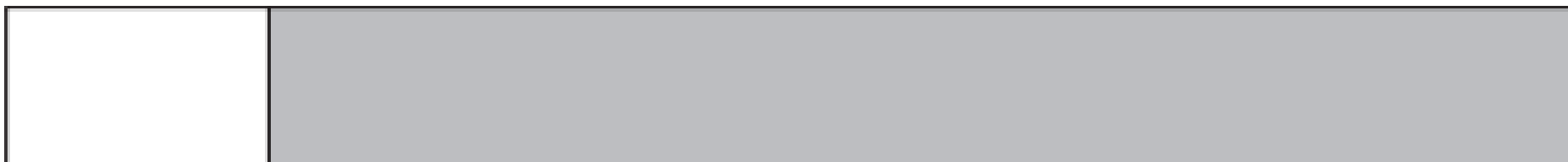
- “Es la relación armónica entre las partes de un todo o de cada una de ellas con respecto al todo. Balance”

Para la mayoría de las personas una proporción dividida en dos mitades exactas ofrece muy poco interés y llega a ser hasta aburrida.

Cuando vemos una línea o una forma cualquiera partida por la mitad, nuestro cerebro rápidamente las interpreta y no queda nada que siga capturando el interés de nuestro ojo

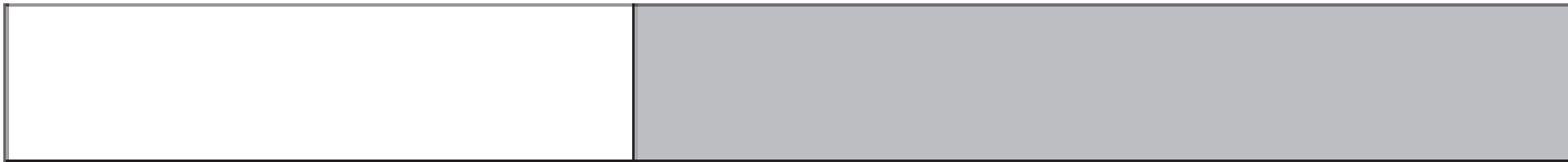


En el extremo opuesto, una proporción donde una parte domina totalmente a la otra ocupando la gran mayoría del espacio visual suele interpretarse como desbalanceada o carente de equilibrio y, de igual manera que la anterior, provocará falta de interés y probablemente añada disgusto.





La manera de generar puntos de foco visual interesantes sin perder el balance será crear en un todo una parte más pequeña que la otra, pero lo suficientemente grande como para no perder el espacio visual, Lo que los grandes maestros del arte descubrieron y desarrollaron es que entre más nos acerquemos visualmente a una proporción de $2/3$ a $1/3$ o de $3/5$ a $2/5$ haremos más interesante la creación de los puntos de enfoque.

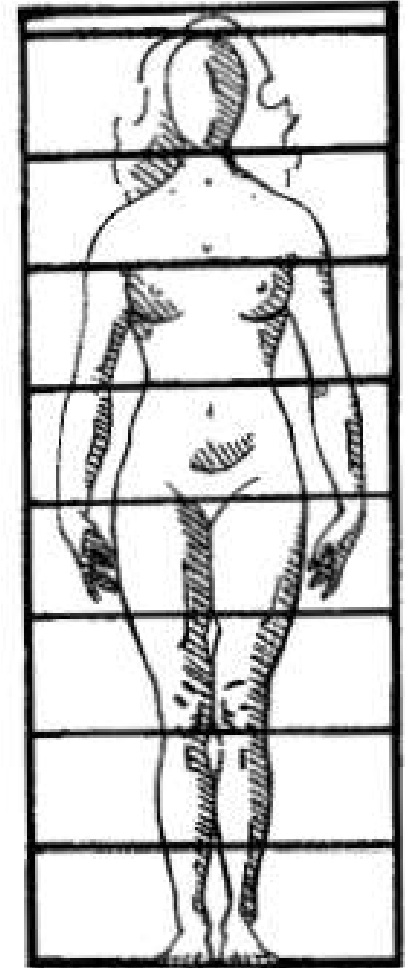




Deberemos tomar medidas de los segmentos corporales dominantes que para el caso de la mujer son cinco:

1. Del tope de la cabeza a la barbilla.
2. De la barbilla a la cintura.
3. De la cintura al punto superior de la entrepierna.
4. Del punto superior de la entrepierna a las corvas de las rodillas.
5. De las corvas de las rodillas a las plantas de los pies

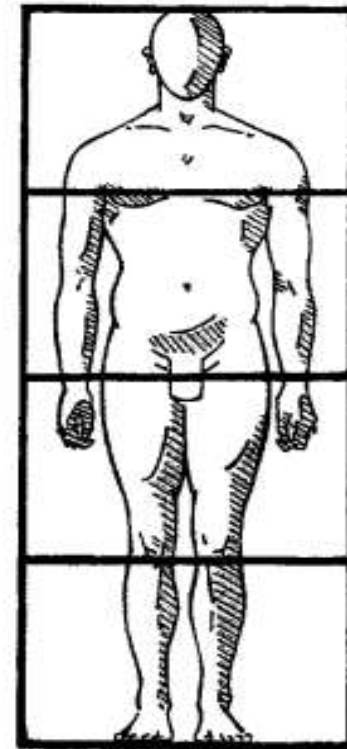
Como simple conclusión podemos decir que la proporción visual ideal de la figura de una mujer será de $\frac{3}{8}$ partes de la cintura a la cabeza y $\frac{5}{8}$ partes de la cintura a los pies. Cualquier desviación encontrada al comparar las medidas ideales con las reales, que arrojará conceptos como talle corto, talle largo, piernas cortas, piernas largas, cuello corto, cuello largo, etcétera, deberá compensarse a través de las líneas externas e internas del vestuario o de los accesorios para crear la armonía visual que mejore la apariencia.



En el caso de un hombre la antropometría se simplifica a cuatro segmentos que son:

1. Del tope de la cabeza a las axilas.
2. De las axilas al inicio de las piernas.
3. Del inicio de las piernas a las corvas de las rodillas.
4. De las corvas de las rodillas a la planta de los pies.

La estatura del individuo se dividirá entre cuatro y ésa será la medida ideal para cada segmento. De igual manera, cualquier desviación encontrada al comparar las medidas ideales con las reales significará desviaciones de puntos visuales que deberán compensarse a través del vestuario.



Necesitarás tener a la mano una foto tuya frontal y otra de perfil.

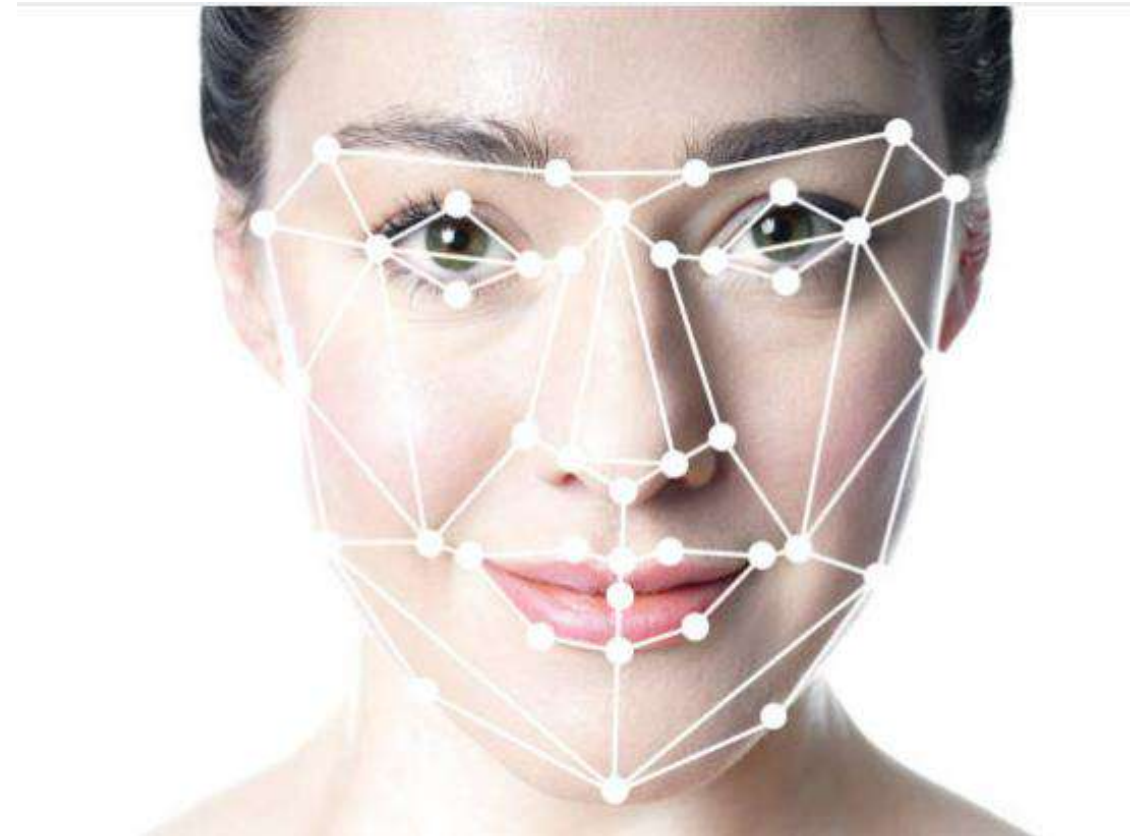
Mi estatura es:	Bajita	Promedio	Alta
Cuello:	Estilizado	Promedio	Ancho/papada
Hombros:	Angostos	Promedio	Anchos
Brazos:	Delgados	Promedio	Anchos
Busto:	Poco	Promedio	Mucho
Abdomen:	Plano	Pancita leve	Cangurera
Retaguardia:	Pequeña	Promedio	Frondosa
Piernas:	Delgadas Cortas	Promedio Promedio	Anchas Largas
Pies:	Pequeños	Promedio	Grandes

¿Qué otras características resaltan en tu cuerpo?

CARAMETRÍA

Las medidas más importantes de la cara son:

- ✓ Largo. Que va de la línea del nacimiento del cabello a la barbilla.
- ✓ Ancho. Que va del nacimiento de la oreja del lado izquierdo al nacimiento de la oreja del lado derecho.
- ✓ Longitud de ojo. Que va del rabillo del ojo al lagrimal.



La proporción ideal de una cara se divide en dos grandes partes:

I. A lo largo se divide en tres segmentos que son:

- a) De la línea del nacimiento del cabello al hueso de la ceja.
- b) Del hueso de la ceja a la parte inferior de la nariz.
- c) De la parte inferior de la nariz a la parte inferior de la barbilla.

La tercera parte de este segmento debe corresponder a la medida que va de la parte inferior de la nariz a la mitad de la boca.

Idealmente si el largo de la cara lo divido en tres nos debería dar la medida de cada segmento, pero difícilmente encontraremos esa perfección, así que hay que conocer su variación proporcional.



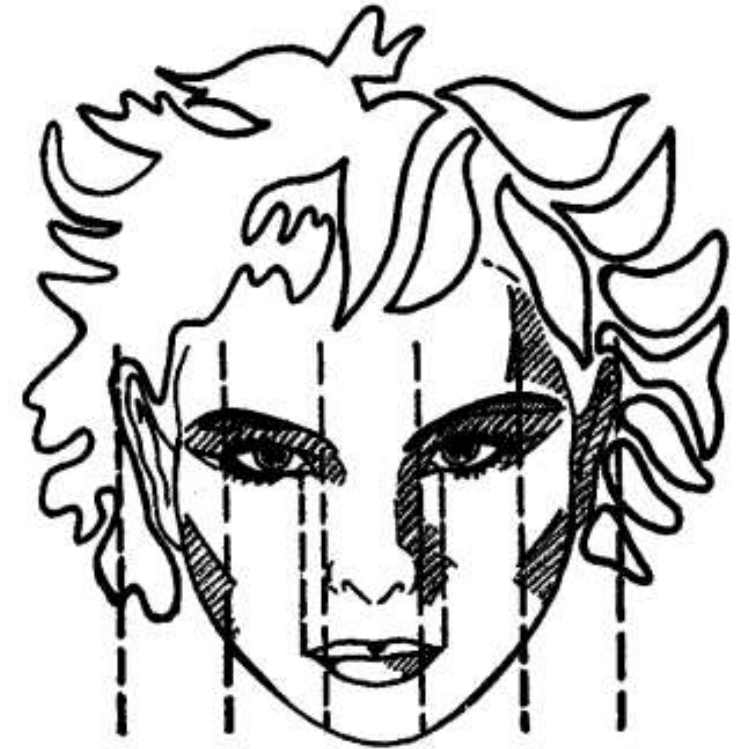
I. Cara a lo largo

La proporción ideal de una cara se divide en dos grandes partes:

II. A lo ancho se divide en cinco segmentos determinados por la medida del ojo, ya que el ancho ideal de la cara debe ser equivalente a la medida de cinco ojos.

Un ojo imaginario en medio de los existentes, los existentes y dos más colocados uno al extremo exterior de cada ojo.

Las comisuras de los labios deben corresponder al extremo interno del iris.



II. Cara a lo ancho