

Personal Branding y máscara personal

Un camino de coherencia entre Autoconcepto y Autoestima. Dedicado a Chelo Jordán y Jose Vázquez. Por Antón Reina #enfermerajipi

Tu marca y tu máscara son lo mismo. Dos aspectos extremos de la misma realidad. Son tus apariencias, tu comunicación y tu estilo personal o profesional. Son tu identidad. Esa que elaboras, transmites e intentas proteger para diferenciarte. Porque cada persona es como una empresa que quiere triunfar socialmente. Eres marca y máscara.

Voy a exponer mi visión al respecto basándome en tres grandes conceptos. Tres puntos de mira. Tres enfoques de observación. Voy a reflexionar desde estos tres ángulos: **tu máscara, un espejo y la conversación.** Son las tres patas que sostienen un plano para el que, como casi siempre, traigo más preguntas que respuestas. Pretendo ser un espejo.

Espero que mi propuesta sirva para conocerte mejor. Para tomar decisiones. Para definir cómo te muestras en cualquier entorno presencial físico o digital virtual. Porque tu marca es tu máscara y se parece a la de una empresa. Y **si tú no marcas a tu marca, entonces tu marca te marcará a ti. Si no conoces tus máscaras, ellas te desenmascararán.** Incluso sin darte cuenta. Mírate en los espejos y participa en la conversación.

Tu Máscara eres tú

Tu máscara es tu marca. Y al revés. Tu marca es tu máscara. Es tu cara. Tu cuerpo. Tu aspecto. Un logotipo. Un color. Nombre. Foto. Eslogan. Memes. Frasecitas de la bio. Pose natural. Historias que cuentas. Fotos que publicas. Tu voz. Tu tono. Tu humor. Tu estilo. Tus maneras. Tu identidad. Tu perfil. Tu página web. Tu blog. Tus palabras. Tus colores. Tu currículum profesional. El atractivo y gancho que produces. Los corazoncitos y likes que consigues. La cantidad o la calidad de los followers y seguidores que tienes. Una sonrisa impostada. Postureo con morritos. Maquillaje que usas. Ropa que te pones. Complementos. Verdades y mentiras que dices. Estilo comunicativo. Esencia y personalidad. Carácter y características que te identifican... Da igual que seas una persona o una empresa. Da lo mismo decir marca personal que marca comercial. Es lo mismo. **Marca y máscara pueden ser buenas o malas. Lo que cuenta es la causa que defiendes.**

Tu máscara es lo que aparentas. Todo eso que crees aparentar y todo eso que los demás perciben de ti. Puedes ser una marca transparente o tener una máscara auténtica y natural. Como cuando dices lo que piensas y cuentas lo que sientes. Con o sin filtros. Con y sin complejos. Fingiendo o no. Eres una marca, mejor o peor definida. Mejor o peor conseguida. Siempre estás comunicando. Constantemente emites información. Estás dejando un rastro. Impresionando o pasando desapercibida. Porque también eres la huella que pretendes dejar. Lo que aparentas o lo que intentas expresar. Tengas más o menos éxito. ¿Respetas? ¿Proteges? ¿Conectas? ¿Acosas? ¿Te entusiasmas? **Una parte de tu marca personal ya es tuya, pero hay otra que decides.** Una es lo que eres y otra lo que te pones. Potencias o inhibes los según te conviene. Muestras más o menos según lo necesitas.

¿Qué y cómo te crees que eres? Si el autoconcepto es la idea, opinión o imagen que tienes sobre ti, la autoestima es el valor que te das. Todo depende de tus genes, de tu manera de pensar, de lo que sientes y de las experiencias que hayas vivido. Está bien ser quien seas. Está bien que llames la atención. Que intentes sobresalir para que te escuchen. Está bien que seas alguien singular. Formas parte de una riqueza llamada diversidad. **¿Qué y cómo quieres ser?** Eres lo que decides. Puedes adoptar un papel concreto para un objetivo concreto. Para cuidar. Para que te conozcan. Para divulgar sobre salud. Para que conozcan tu causa. Para sobrevivir. Porque puedes construir tu marca o destruirla, si hace falta. También puedes usar esa máscara como un escudo protector. Interpretar un papel para un fin. La identidad digital, por ejemplo, está a tu servicio. La puedes usar para tus objetivos. Todo depende de tu misión y la visión que tengas. **Decide lo que eres.**

Un Espejo es información

Un espejo es una fuente de información. Opiniones ajenas. Retroalimentación sobre ti. Feedback cercano o lejano. Retroalimentación de cualquier tipo. Datos sobre ti. Conversaciones que escuchas o diálogos en los que participas. Un DAFO tuyo. Una reflexión sobre ti. Una nota obtenida. Un horóscopo que te deja pensando... Un espejo puede ser objetivo. Puede ser subjetivo. Personal o profesional. Interesado o imparcial. Piensa dónde te miras. Decide a quién escuchas. Sé valiente para mirarte, conocerte, evaluarte, criticarte y quererte, como decía Yolanda. Así verás si la sensación que produces en los demás es la misma que pensabas, la misma que te creías o si es la que realmente quieres. Como si fueras una empresa, un producto, una charla, un chat, una visita, una tertulia, una venta, una llamada de teléfono.

Un espejo te ayuda a descubrir qué eres y qué no eres. Para que decidas voluntariamente si finjes o no. Un espejo sirve para mirarte y conocerte. Para reconocerte. Para ver lo que eres de verdad. Esa parte de ti que no sabes porque no la sueles ver. Un espejo te puede mostrar cómo es tu ego. Cómo es la imagen que proyectas o qué quieres proyectar. **Un espejo es un probador de máscaras.** Si la tuya es débil, falsa o demasiado artificial, se te caerá. Porque aunque no lo quieras ver, para eso está la conversación. Para aprender a escuchar a otros y a sus marcas, a sus máscaras y a sus espejos. Porque **si no la marcas tú, tu marca te marca a ti. Si no conoces tus máscaras, ellas te desenmascararán** antes o después.

Espejo es una entrada a tu inconsciente. Como el arte, la música, el baile, los paseos, el deporte, tus

aficiones, la lectura, la escritura o lo que sea que te ayude a pensar y mirar hacia tu interior. Es cualquier actividad que te permita conectar contigo, sentir cómo te sientes, ordenar tus ideas... Porque tal vez ya no sea cuestión de trabajar tu marca, sino de cuidarte. Tal vez se trata de cuidar tu imagen. Cuidar tus expresiones. Cuidar tu conducta o tu comportamiento. **Porque eso es lo que te define: tus palabras y tus acciones.**

La Conversación es interna y externa

Más allá del diálogo, en una conversación se forman ideas. Hay una construcción de argumentos. Conversación como algo que te hace pensar. Conversar es reflexionar de verdad. Experimentando y resolviendo. Abriendo la mente y cambiando de opinión cuando haga falta. **La definición de tu marca se hace hablando.** Conversando sin miedo. Los discursos se forman practicando. Defendiendo tus ideas. Escuchando y modificando tus creencias. Una opinión consciente de lo que eres, de lo que quieres y del camino estratégico para conseguirlo.

Has de ser consecuente. Es lo que te hará construir tu marca y decidir tu máscara. Eso te puede ayudar a gestionar tu presencia. Administrar lo que publicas. Dirigir lo que expresas. Escucha atentamente lo que se dicen tu marca y tu máscara. ¿De qué hablan con el espejo? ¿Qué opinas? ¿Qué opinan? ¿Sobre qué discuten? ¿Qué se intercambian? ¿Qué se comunican? **Has de ser valiente.** Dedice si prefieres la honestidad y la virtud o la manipulación y el engaño. Nadie te va a juzgar. Son tu marca-máscara y lo que te dicen los espejos. Con esa conversación decides cómo gestionas tu presencia y tus interacciones. Porque antes o después vas a quedar por lo que eres. Sólo es cuestión de tiempo. Tú decides cómo te administras. Cómo lo gestionas. Si pides ayuda o ya lo sabes todo. Si no necesitas nada de nadie.

Construye y cultiva lo que necesites para mejorar resultados. Conoce tus miedos. Déjate crecer. Evolucionar. Vive. Eres una aventura. Estás escribiendo tu propia historia. **Tú decides tus maneras. ¿Cómo te hablas? ¿Cómo te tratas?** Eso podría determinar cómo interaccionas con los demás. Por eso tiene sentido aplicar conceptos del marketing a la salud. Por eso hablo de cultivar tu desarrollo personal para comunicarte y comunicar mejor. Para darle contenido y valor a esa máscara que llevas. **¿Crees en ti? ¿Te cuesta cambiar? ¿Cuidas tus redes y contactos?** ¿Qué objetivos tienes? ¿Cuáles son tus valores? ¿Qué sentido y propósito le das a tu vida? ¿Acaso lo necesitas? ¿Tienes una estrategia o forma de pensar? ¿Alguna intención, preferencia, sueño, gustos, tendencias o conexiones especiales? ¿De qué te sirve la humildad?

Tu marca es tu máscara. Tu máscara es tu marca. En todas y cada una de tus redes sociales. En tus grupos públicos y privados. Siempre que te comunicas. En todos tus proyectos personales y profesionales. Las marcas y los mercados son las personas. **La gran cuestión es qué pretendes. La otra gran cuestión es qué puedes conseguir.** ¿Qué medios tienes a tu alcance? ¿Con qué habilidades, fortalezas o recursos cuentas para tu causa? ¿Sabes de qué hablo? ¿Cuánto y cómo de bien te conoces? ¿Eres coherente? Gracias.