

COMUNICA TU MARCA PERSONAL CON PROPÓSITO

*LO QUE ERES Y LO QUE DICES NO PUEDEN IR
POR CAMINOS DISTINTOS.*

Georgina Palencia

HABLA PÚBLICA



¿Por qué importa este tema?

YO: DIME QUIÉN ERES.

ELLA: (SILENCIO).

La mujer frente a mí ha dado conferencias, ha dirigido proyectos sociales, ha creado una red de apoyo para madres migrantes, pero cuando se trata de expresarse con intención propia, se queda sin palabras. O peor: dice palabras que no suenan a ella.

Este escenario es más común de lo que imaginas. No por falta de logros, sino por una desconexión profunda entre lo que somos y lo que expresamos sobre nosotros.

Tu marca personal no empieze en tu currículum ni en tu página web. Empieza en tu voz.

Y no hablo solo del sonido, sino del tono vital que te atraviesa cuando hablas. De cómo vibras. De qué dejas en quien te escucha.

Peter Montoya, autor de *The Brand Called You*, decía que una marca personal es una promesa de valor. Pero ¿cómo se cumple esa promesa si tu expresión es incoherente, tímida o disfrazada? Cuando comunicas tu marca con propósito, alineas tus dones con tu causa, y tu mensaje se vuelve memorable porque es verdadero.

Y sí, yo soy actriz, y doy técnicas de actuación a hablantes públicos, pero atravesadas por la verdad.

¿Qué suele salir mal y por qué?

He trabajado con artistas, médicos, maestras, terapeutas, emprendedores. Todos tienen algo único que ofrecer. Pero muchos tropiezan con el mismo muro: **no saben decir lo que hacen de forma viva y clara.**

Estos son los errores más frecuentes:

Lo que pasa comúnmente

- Te presentas desde lo que “deberías decir”.
- Dices lo mismo que todos.
- Tienes miedo a sonar pretencioso.
- Usas frases vacías o genéricas.
- Buscas agradar más que comunicar.

Lo que sería deseable

- Te presentas desde tu centro y tu causa.
- Dices lo que solo tú podrías decir.
- Tienes derecho a sonar firme y auténtica.
- Usas lenguaje encarnado, que vibra contigo.
- Buscas conectar desde tu propósito.

¿Por qué nos pasa esto?

1. La escuela nos entrenó a escribir, no a hablar.

Aprendimos a callar, repetir, memorizar. No a nombrarnos ni a contarnos.

2. El miedo al juicio nos vuelve previsibles.

Preferimos sonar correctos que verdaderos.

3. La cultura del “branding” mal entendido nos hace actuar.

Creemos que una marca personal es una máscara, cuando debería ser una voz.

Una mujer me dijo una vez: “Cuando hablo de mi trabajo me siento chiquita.”

Y tenía un proyecto hermoso entre manos. No es falta de valor. Es falta de poner ese valor en su voz.

¿Qué necesitamos transformar?

Vamos al grano: **una marca personal que no se expresa con coherencia y presencia no existe.** No basta con saber lo que haces. Tienes que saber contarlo con tu propia voz. **¿Pero a qué me refiero con voz en este caso?** A la personalidad de tu habla y eso implica el descubrimiento y desarrollo de cualidades que te representen con dignidad y atractivo, y que conecten con quien te escuche.

Aquí algunos cambios de perspectiva que te propongo para iniciar:

Cambia esto

"¿Cómo debo presentarme?"

"Tengo que sonar profesional"

"No sé si esto es relevante"

Por esto

"¿Qué verdad quiero compartir al presentarme?"

"Quiero sonar cómoda, clara, confiada y confiable"

"Lo que me mueve siempre tiene valor comunicable"

Y estos son tres principios guía para empezar a alinear lo que eres con lo que dices:

1. Autenticidad antes que perfección

Tu habla no tiene que sonar como la de un TED Talk. Tiene que sonar como tú en tu mejor versión.

2. Lenguaje encarnado antes que fórmula

Lo que se repite no resuena. Lo que nace de ti, sí.

3. Presencia antes que promoción

Cuando estás presente de verdad, tu mensaje se promueve solo.

Te invito a pensar en tu marca personal no como una etiqueta, sino como un **acto expresivo**. Y en tu habla, como una herramienta viva que puede ser entrenada, expandida y afinada.

Ideas para comenzar

Aquí van tres **acciones concretas y poderosas** que puedes aplicar hoy:

Escúchate con verdad.

Graba un audio de tu presentación personal. ¿Suena real o forzada? ¿Dirías eso si estuvieras hablando con una amiga? No debe sonar forzada y sí amigable.

Escribe tu historia en tres actos:

- Un quiebre: algo que te hizo cambiar el rumbo.
- Una búsqueda: lo que has ido cultivando desde entonces.
- Un propósito: para qué haces lo que haces hoy.

Reescribe tu presentación desde el alma.

Haz este ejercicio siguiente incluyendo la información que has determinado antes:

Yo soy _____, acompaño / sirvo a _____ para que puedan _____, desde una visión de _____.

Y ahora léela en voz alta hasta que suene tuya.

Cuando tu voz se reconoce a sí misma, los demás te reconocen también.

Tú tienes una historia, un saber y una causa. Tu marca no necesita adornos: necesita coherencia y presencia.

¿QUIERES IR MAS ALLÁ?

Agenda conmigo una sesión de diagnóstico expresivo. Descubre tus puntos fuertes y lo que necesitas transformar.

Por Georgina Palencia
Servicio de Habla Pública

