

Ariel Jeria Cánovas

Marca personal

**LA
VENTAJA
DE SER
UNO
MISMO**

Dedicatoria

A mis papás y a mi hermana, por el amor
incondicional que nunca tuve que ganarme.
A María José. Todo lo que soy tiene algo tuyo.
A Anto y a Rai, que me recuerdan todos los días
para qué es todo esto.

Índice

De lo que hablaremos en estas páginas

Prólogo	12
1. Un <i>spoiler</i> para empezar	16
2. AURA: un método simple para trabajar tu marca ...	24
Autoconocimiento	27
Unión	33
Redes	41
Ajuste	47
3. Armar un sistema de gestión	52
Mi sistema: la planilla de complementos	56
4. Cómo gestionar el “fracaso”	62
5. IA: Cómo convertirla en tu agente estratégico de marca personal	70
La IA como <i>coach</i> de marca personal	72
Crea un agente de IA	73
Otras herramientas de IA	88
6. Marca personal después de los 40	90
¿Por qué invertir en marca personal después de los 40?	91
Tus activos más valiosos: experiencia, redes, visibilidad	92

Activos para desarrollar	93
Barreras habituales y cómo abordarlas	96
Ejercicios prácticos para empezar	96
7. Desde antes, mejor. Empieza en la universidad	100
Cinco consejos a tomar y cinco errores a evitar	103
Guía práctica	105
Guía para redes sociales	109
Casos reales: para inspirarte y motivarte	113
8. Tus activos digitales y cómo trabajarlos	116
¿Qué son los activos digitales y por qué importan?	
No todo está en las redes sociales	118
Guía práctica para trabajar tu marca profesional en redes sociales	124
Reflexiones finales	146
Agradecimientos	152

Invitación del autor

La marca personal no se trata de inventar una versión ideal de uno mismo, sino de hacer consciente aquello que ya somos. A lo largo de mi carrera, entendí que construir reputación no es acumular seguidores, sino sumar confianza. La visibilidad sin estrategia se agota, pero la coherencia perdura. Si este libro logra que un lector se mire distinto, revalore su historia y entienda que la autenticidad también se diseña, entonces habrá cumplido su objetivo.

Prólogo



Mientras algunos explotan el poder de construir una marca personal para tener mejores oportunidades laborales, crecer en internet y convertirse en referentes de su industria, otros siguen estancados en trabajos que odian y muertos de miedo de ser reemplazados por la inteligencia artificial.

Este libro es tu oportunidad de aprovechar tu marca personal.

Hasta hace algunos años construir una marca personal que cruzara los límites de tu familia y amigos era imposible. Los medios tradicionales controlaban la atención de las personas con la radio, los diarios y la televisión; eran ellos los que decidían a quiénes teníamos que escuchar y en quiénes podíamos confiar. “¡Mamá, estoy en la tele!” era una forma de decir “¡Mamá, soy exitoso!”.

Pero todo esto cambió en 2018, cuando las redes sociales se convirtieron en redes de intereses y empezaron a competir por la atención de las personas. A este fenómeno le llamaron la *tiktoktificación* de internet, y es tan poderoso que la elección presidencial de 2024 fue llamada por muchos analistas en Estados Unidos como la “elección de los podcasts”, ya que fue en ellos donde se dieron las conversaciones entre marcas personales y los candidatos que terminaron definiendo la elección.

Hoy, cualquier persona con un teléfono y un tema que le importe, tiene la misma oportunidad de llegar a grandes audiencias que los rostros de televisión. A los algoritmos no les importa si eres famoso, solo les importa si eres capaz de capturar la atención de las personas, y ojalá lo hagas con contenido valioso.

Yo lo llevo haciendo casi veinte años y me ha permitido tener una resiliencia profesional que ni yo me creo: desde organizador de eventos hasta fundador de *startups*, creador de contenido e incluso *podcaster*. Hoy tengo más de un millón de seguidores en redes sociales y nunca tuve que pedirle permiso a nadie para reinventarme.

Y como dice Ariel en este libro, la clave está en tu propia historia, porque es esta la que permite meterte en la cabeza de las personas, contando tus transformaciones y tratando de ser un guía para quienes estén siguiendo trayectorias parecidas a la tuya. El problema es que muchas personas creen que solo las historias extraordinarias tienen el potencial de construir una marca personal, pero están totalmente equivocadas: si estás vivo, ya has superado obstáculos, y te aseguro que hay gente allá afuera que necesita un guía como tú.

Este libro te entregará una metodología y herramientas concretas —desde ejercicios de autoconocimiento hasta cómo usar la inteligencia artificial como *coach*— para construir una marca personal auténtica, sostenible y que puedas utilizar más allá de las redes sociales.

No es un libro más escrito por un académico. Es un libro escrito por un emprendedor apasionado, profundamente conectado con su oficio, que construyó una carrera literalmente sin conocer a nadie.

Este libro no te asegura millones de seguidores, te asegura algo mucho más valioso: la capacidad de reinventarte, de construir confianza y —quizás, lo más importante— de no desaparecer, no perder vigencia después de los cuarenta años.

Te deseo mucho éxito,
Nico Orellana

1

**Un *spoiler* para empezar:
tu marca personal ya
existe**



En el verano de 1990, mientras en Chile se vivían tiempos agitados después de un plebiscito que definió la historia de nuestro país, yo me confrontaba con mi propia interrogante. ¿Era chileno o brasilero?

Con ocho años de edad, llegué a Chile desde Sao Paulo, donde había vivido prácticamente toda mi vida. Entré al colegio ese año, a tercero básico, hablando portuñol: Mãe, pai, carro, lanche, caderno, pipoca. La cara de desconcierto de mis compañeros es el primer recuerdo que tengo de percibirme como alguien diferente, porque otros me veían así. Para esos niños de ocho años yo era “el brasilero”. En un principio, esa diferencia me jugó a favor. A las niñas les gustaba. Mis compañeros, por el contrario, se sintieron amenazados e hicieron un complot para que no me invitaran a los cumpleaños y me dejaron fuera. Para un niño de ocho años esto fue triste y frustrante, pero poco a poco me di cuenta de que podía tomar esa diferencia a mi favor. En mi cabeza de niño tenía una idea —bastante precisa, por lo demás— de lo que culturalmente las personas en Chile asocian a Brasil: fútbol, baile, alegría. Entonces, vamos, si soy “el brasilero”, voy a serlo de verdad. Sin ser futbolero, empecé a jugar fútbol. Si Ricardo Izecson dos Santos Leite había sido un niño tímido y tranquilo para luego transformarse en una leyenda del fútbol, yo tenía que meterle con todo. Aprendí a bailar, hablaba fuerte, me reía, decía chistes. Todo lo que yo pensaba que definía a una persona extrovertida y, por ende, brasilera. Me fui ganando mi espacio ese año, hice buenos amigos, incluso el «Karateka Herrera» (ya les contaré ese combate), y mi “personaje” se fue adaptando en la medida en que me introducía a la cotidianidad chilena.