

## ¿La Identidad de Marca vs. Identidad Personal?

Marturet, Virginia

La Identidad, un gran interrogante que dependiendo de qué lado se mira puede resultar completamente opuesto el camino para llegar a ella. **Porque intentando trazar un paralelismo entre identidad personal e identidad marcaria vemos que los procesos son distintos.** Y me refiero a **identidad como la esencia** misma, ya sea de la persona o de la marca, algo más complejo que el nombre y la edad. **La identidad personal se descubre, La identidad marcaria se construye.**

Porque, si tuviéramos que descifrar el proceso interno que nos depara la vida, creo que acabaríamos resolviendo que uno mismo se va conociendo con el correr el tiempo, de a poco. Lo que podríamos llamar como **un descubrimiento de nuestra identidad personal**, y es con el tiempo que ese recorrido nos hace ser nuestro mejor amigo. A diferencia de lo que ocurre en el **Branding** con los procesos de identidad marcaria, a partir del cual para dar a conocer una marca y hacerla fuerte se debe proceder a la creación.

De pequeños, como invitado recién llegado a una fiesta, buscamos nos guíen y por eso se aprende o nos educan. Te dicen qué debes hacer, qué no y qué debes aprender. Al comienzo te pasa que estas intentando entender de qué se trata esto de la vida, experimentar, aprender cosas nuevas. Luego uno crece, desaprende y pareciera que se va amigando consigo mismo, se va conociendo y es al conocerse que se acepta. Este proceso puede ser más corto o más largo de acuerdo a cada uno de nosotros, pero en definitiva llega. Aceptamos nuestro cuerpo, el carácter, nuestras ideas, gustos personales y nuestra personalidad en general; que se va forjando a través de las circunstancias y entornos donde se convive (familia, amigos, escuela, los medios de comunicación, que te invaden con información diciéndote "cómo se debe hacer" qué "está bien" y qué "está mal"). En definitiva, **"el mundo te dirá quién eres hasta que tu se lo digas al mundo"**. Porque a veces hacemos demasiado caso a los que los demás opinan de nosotros y dejamos de escucharnos. Y en realidad, solo nosotros mismos sabemos quiénes realmente somos.

Se trata de encontrar la identidad personal, de dudar, de descubrirla porque es lo que nos define a cada uno. Y nos hace únicos e irrepetibles, de ahí también lo interesante de no sólo repetir costumbres. Porque **"Si no eres dueño de tu mundo interno, eres esclavo de tu mundo externo"**. Ese momento en que te valoras y los demás si te aceptan como sos, están y si no, mejor que se alejen.

Sin embargo, cuando nos referimos al Branding, todo resulta al revés. Porque para lograr el éxito de una marca uno debe describir primero cuáles son todas aquellas características, atributos y demás elementos identificables que la componen y cómo son percibidos e

interpretados por las personas que entran en contacto con la marca. Se construye a partir de definir previamente quién es realmente la marca y cómo es percibida por su público objetivo.

Es decir, que se construye la identidad y después se sale al mundo. Eso allana el camino, si se quieren hacer las cosas bien para lograr un lugar de privilegio en el mercado y a través de la planificación estratégica. Porque **la clave para construir marcas exitosas es escuchar al consumidor**. Cuando para nosotros, los seres humanos, la clave está en escucharnos a nosotros mismos.

Es por eso entonces que invito a la reflexión concluyendo que respecto a lo que identidad se refiere, el branding y la esencia humana tienen comportamientos opuestos.

No creo en esas frases que insinúan que una cuando envejece saca lo peor de una, sino que justamente como nos permitimos ser, una se tolera, se acepta y se muestra tal cual es, porque se permite ser, porque deja de querer agradar por el solo hecho (que carece de sentido y beneficio) sino que una es y toma la confianza en sí misma. Porque recorrió suficiente del viaje de la vida y se fue descubriendo. Es el momento en el que una encontró su identidad, su ser esencial.

La era en la que estamos transitando nos invita a eso, cada vez más rápido y en el menor tiempo posible, ya basta observar a los chicos de corta edad que eligen con qué colores vestirse, perdiéndose de vista eso de colores de niña y colores de niño. Hoy cada quien elige vestirse con los colores que más se siente identificado, y lo mismo ocurre con las profesiones u oficios, si una mujer elige arreglar autos, o le gusta el futbol, cada vez menos es el prejuicio sobre ello. **Se trata de una mirada más tolerante hacia el otro y de una honestidad más consciente con uno mismo. Cada cual elige ser como es, permitirse el ser distinto, el ser uno mismo y el entorno acompaña este cambio, la sociedad en su conjunto se construye con una nueva identidad personal, que desde el branding se podrá construir para resaltarla.** Y ese es ya, otro capítulo.