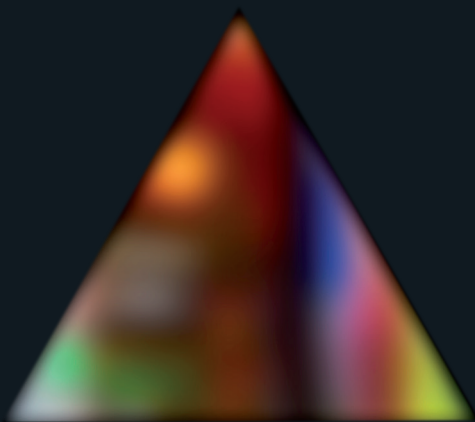


TÚ ERES DIOS

Y TU MARCA PERSONAL TU RELIGIÓN



ECEQUIEL BARRICART

«*TÚ ERES DIOS* ES MÁS QUE UN LIBRO. ES UN MANIFIESTO, UNA INVITACIÓN
DESGARRADORA, VALIENTE Y PODEROSA A SER TÚ MISMO, SIN TAPUJOS Y SIN MIEDOS.»
PRÓLOGO DE **PILAR JERICÓ**

Ecequiel Barricart

Tú eres dios

**y tu marca
personal
tu religión**

© 2014 Ecequiel Barricart

© Centro Libros PAFP, S.L.U., 2014

Alienta es un sello editorial de Centro Libros PAFP, S. L. U.

Grupo Planeta

Av. Diagonal, 662-664

08034 Barcelona

www.planetadelibros.com

Diseño e imagen de cubierta: YOU MEDIA

ISBN: 978-84-15678-64-9

Depósito legal: B. 8.839-2014

Primera edición: mayo de 2014

Preimpresión: Victor Igual, sl

Impreso por Artes Gráficas Huertas, S.A.

Impreso en España - *Printed in Spain*

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Art. 270 y siguientes del Código Penal).

Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| PRÓLOGO DE PILAR JERICÓ | 15 |
| INTRODUCCIÓN | 19 |
| | |
| PARTE 1: PRINCIPIOS FUNDAMENTALES / POR QUÉ DEBES SER UNA MARCA | 23 |
| Realmente Dios soy yo | 23 |
| La voluntad de ser Dios | 25 |
| Del arte de poseer una marca | 34 |
| Paraísos deseados, paraísos encontrados | 44 |
| | |
| PARTE 2: LA CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA PERSONAL / CÓMO CREARLA | 51 |
| No eres una cosa | 51 |
| Atributos de marca emocionales versus funcionales | 57 |
| Índice de marca interior | 63 |

| | |
|---|-----|
| Concepto y narrativa sexy | 67 |
| Diseño estratégico | 78 |
| Diseño de herramientas | 86 |
| Mapa de la marca personal | 92 |
| PARTE 3: TEORÍAS DESDE EL VACÍO / CÓMO HACERLA ÚNICA | |
| ÚNICA | 93 |
| Contrapensamiento | 93 |
| Emitimos en frecuencias | 103 |
| Love impact | 109 |
| El poder del silencio | 113 |
| Pégate un tiro | 116 |
| PARTE 4: COMUNICACIÓN LÍQUIDA / EL ENTORNO | |
| Googléate, ése eres tú | 121 |
| Antes escaparates, ahora ríos | 125 |
| Ríos, charcos, estanques y escupitajos | 126 |
| La importancia de la intención estética | 128 |
| Del ruido nacerán esferas | 133 |
| PARTE 5: UN POEMA, LA VERDAD Y LA MENTIRA / EL ÉXITO | |
| EL ÉXITO | 137 |
| Un poema | 137 |
| La verdad y la mentira | 138 |

1. PRINCIPIOS FUNDAMENTALES

REALMENTE DIOS SOY YO

La única verdad suprema es que yo existo, por tanto, en tanto única verdad suprema: YO SOY DIOS. Éste es el único principio fundamental e irrefutable que tengo claro. Todo lo demás es cuestionable, discutible, difuso. Ni siquiera tengo la certeza de que tú (lector) existas. Sin embargo, no me queda más remedio, antes de continuar, que establecer un segundo principio no irrefutable pero sí «necesario» y es que tú también existes, por tanto TÚ TAMBIÉN ERES DIOS. Y esto debe ser así porque de lo contrario, no tendría sentido escribir este libro, sería absurdo.

Intentamos comprender la vida y no lo logramos, de hecho, las mejores mentes de la humanidad lo han intentado y no han podido encontrar certezas, quizá expresiones de ésta pero siempre desde la intuición o la filosofía. Gracias precisamente a la filosofía, sin embargo, he llegado a la conclusión de que **el cerebro humano no tiene la capacidad de comprender la vida pero sí de dotarla de sentido**. Los humanos generamos un montón de teorías para justificar nuestra existencia, y poco a poco nos damos cuenta de que ninguna es válida, al menos desde el punto de

vista racional. Por ello, es mejor vivirla «con sentido» y esperar a pedir explicaciones, si eso, en el Más Allá.

Al principio pensé que autoproclamarme «dios» podría no entenderse, resultar pedante y por tanto, no lograr transmitir la filosofía del desapego, humildad y sencillez que practico. Sin embargo, asumo el riesgo de que seas una ameba venida a más, y no comprendas que esta afirmación la hago desde una realidad filosófica absolutamente alejada de la vanidad. La digo porque pienso que todo existe en tanto y cuanto yo existo, mi mente le otorga un lugar y mi corazón un sentido. Si yo no existo, no existe nada, o lo que es lo mismo, a partir de ahora, si tú no existes, nada existe.

Cierra los ojos, ábrelos, todo lo que ves es fruto de tu creación. Si tú no existes nada existe, todo está ahí porque tú lo has alimentado y dotado de sentido.

Hay dos principios más que debo asumir como necesarios para continuar con el libro, en los que tampoco creo, pero que debo sumarlos al principio necesario de tu existencia: vas a morir y tienes talento.

Sinceramente creo que la muerte está sobrevalorada y carece de fundamento. Desde el fondo de mi yo interior tengo la certeza de ser eterno. Incluso racionalmente podría aportar que, si el ser humano nace con sed es porque existe el agua. Y, siendo así, sería una tontería nacer con sed de vida si no existe la eternidad. Pero bueno, necesito que en algún momento mueras, como digo, para justificar mi libro, por tanto entendamos esta circunstancia como otro «principio necesario».

Por último, la cuestión del talento. **Todos poseemos talento y la capacidad de desarrollarlo.** Es verdad que muchos viven en

una zona de confort en la que no les es necesario activar esta funcionalidad porque prefieren habitar la mediocridad: «Pacaaaa, la cerveza que empieza el *fülbol*». Ya me entiendes... Sin embargo, la realidad es que si cualquier persona se empeña en ser más o menos brillante en una actividad, lo puede conseguir con trabajo y constancia. Por tanto, vamos a dar por hecho que el talento es algo innato al ser humano y que tú, como el resto, lo tienes (y lo usas).

Hecha esta introducción y, a modo de resumen, contamos con tres principios necesarios para iniciar juntos un camino hacia tu marca personal: **Eres dios, aunque seas dios vas a morir y tienes talento.**

¿Qué hacemos con esto? La opción que te propongo es: ya que vamos a vivir, y hemos quedado que podemos dar un sentido a nuestras vidas, **hagamos de nosotros mismos una marca sexy que motive nuestra existencia e inspire a los que nos rodean.**

LA VOLUNTAD DE SER DIOS

Ser dios es liderar. Ser dios es tener una marca personal que es tu religión, ser dios es tener fieles a los que inspirar o guiar. En una palabra, ser dios es trascender.

¿Qué no es ser dios? Ser un hortera. ¿Qué es ser un hortera? Pensar que el éxito de tu marca personal radica en ser millonario, famoso y estar rodeado de palmeros.

El éxito, según lo concibo, es simplemente ser feliz o acercarse en todo caso a eso que entendemos todos como felicidad. El resto, lo del dinero, salir en la tele y demás, puede ser en todo caso una consecuencia compatible con la felicidad. Por ejemplo: «El monje que vendió su Ferrari...». Yo nunca lo hubiera vendido. Se puede ser monje y poseer un Ferrari, ¿dónde está el problema? El problema surge cuando el Ferrari te conduce a ti y no tú a él.

El éxito desde la superficie es una habitación llena de cosas carísimas que no hacen compañía. El mapa mental que hemos

construido en torno al éxito hace que comulguemos con la política de la acumulación y no con la poética de la utilidad de las cosas conseguidas. Sacrificamos nuestra marca personal por la identidad que requiere un ego que siempre se equivoca. El ego es una construcción tóxica de nuestra mente tan poderosa, que puede cambiar la escala de valores de tu vida y poner por delante de tu felicidad una vida absurda, no buscada y ni siquiera deseada.

No debes sentirte mal por ansiar un Ferrari, pero lucha por conseguirlo porque te gusta su conducción, recorrer las carreteras con él, la sensación que te produce revolucionar su motor y escuchar como ruge, el tacto de sus asientos de piel, la estética de su diseño, el rojo icónico de su carrocería. Si quieres tener un Ferrari para lucirlo cuando aparques frente a la discoteca de moda de turno y llamar la atención, lo mejor que puedes hacer es quemarlo, antes de que te conviertas en un estúpido sin remedio.

Ser líder implica tener muy claro el rango de valor del éxito, donde el valor radica en la naturaleza de tu yo interior y su capacidad innata de ser feliz. Las circunstancias mundanas, miserias humanas o materiales, son retos que debemos asumir desde el acogimiento, la conciencia de vivir aquí y ahora, y el amor; pero en ningún caso dejar que se apoderen de tu vida y la condicionen.

**Hay un dios en el interior de cada uno de nosotros
que espera a ser descubierto. El éxito se basa
en descubrirlo y conquistar tu vida.**

Fíjate ahora en las monjas de clausura, los monjes budistas que viven para y por la meditación, los cooperantes del Tercer Mundo que dan su vida por los demás en entornos de miseria absoluta. Cuando hablas con ellos, son personas que irradian felicidad, su energía es pura luz; por el contrario, es muy difícil ver

esta luz en ejecutivos «de éxito» que pese a tener retribuciones millonarias casi siempre tienen la cara desencajada, viven atenzados por el miedo a caer desde las alturas, y se les hace muy duro mirarse al espejo sin tomarse antes un Lexatín.

[Pausa: Hace unos días una amiga vino de la India. Había decidido pasar un tiempo ayudando en una de las casas de acogida de la congregación de la Madre Teresa de Calcuta. Estuvimos charlando un rato. Me dijo que había pasado los días recogiendo recién nacidos abandonados en contenedores y calles. Algunos vivos y otros malheridos o muertos. Me contaba la tremenda experiencia que había supuesto para ella, rescatar de la basura a bebés con sus propias manos esperando que todavía respiraran.

Sus ojos brillaban, tenía luz, jamás hubiera cambiado ese tiempo en la India por unas vacaciones en un resort de Miami con la pulserita del todo incluido.]

Para ser dios y tener una marca de éxito debemos partir del «yo interior». No se puede liderar este proceso desde la superficie, y esto para mí es consustancial a todos los casos de éxito en los que he tenido la oportunidad de trabajar o conocer.

Si quieres tener una marca personal de éxito debes quitarte todas las capas de cebolla que te alejan del camino hacia la felicidad y quitar el poder a tu cerebro.

La mayoría de las personas piensan que «su yo» es «su cerebro», desgraciadamente muchas de estas personas no alcanzan a entender, que este «yo-cerebro» que capitanea su vida es tan sólo un órgano como lo puede ser el páncreas o el hígado. **Tu cerebro racional y emocional es el mayor enemigo de ti mismo.** Te puede destrozar la vida sin que te des cuenta, y darte cuenta es difícil; algunos, la mayoría me atrevería a decir, no saben distinguir entre lo que uno es y lo que su mente le hace ser.

Para crear tu marca personal desde el interior es necesario que comprendas la diferencia entre el *yo* y el *yo interior*. **El yo interior eres tú sin la afición de tu cerebro emocional y racional.** Cuando aquietas el cerebro te desprendes de él y de los mapas mentales que condicionan tu pensamiento y por tanto tus accio-

nes. Si te liberas de ellos, comprobarás cómo tu naturaleza responde a otros patrones de comportamiento mucho más sanos y constructivos. El ser humano por naturaleza es bueno, en su interior reside un talento puro y útil para su vida y la sociedad. La mente es un órgano que nos ha sido dado para gestionar esa bondad y ese talento. El problema surge cuando esa mente se contamina por el estrés, ansiedad, miedos y demás, que vamos adquiriendo a lo largo de nuestra vida. Es en este momento cuando el *yo interior* cede su presencia al cerebro y empieza a acumular lo que yo llamo «capas de cebolla» o un equipaje que dista de tu naturaleza maravillosa. Cuando la mente tóxica toma el control y vive gestionando capas de cebolla o una mochila llena de responsabilidades y deberes estúpidamente adquiridos, es cuando nos distanciamos de nuestra verdadera naturaleza, de la bondad de nuestro talento.

Te pongo un ejemplo sencillo para que puedas entender mejor la diferencia entre *yo interior*, *mente* y *capas de cebolla* en base a nuestra actitud frente al fracaso, llámese un despido, el cierre de tu propia empresa o un proyecto fallido.

- Cuando algo se tuerce en tu vida primero salen al escenario las *capas de cebolla*, éstas son los miedos, el qué dirán, la angustia vital, la falta de alternativas, el vacío, los pensamientos paralizantes. «Es el fin, se ha acabado...» Surge el estrés.
- Desaparecen las capas de cebolla y gracias al estrés entra al escenario la *mente*. «Tengo que tirar de agenda, volver a ser el que era», «pero ¿cómo lo voy a hacer si no tengo dinero?». Tus —amigos— no te cogen el teléfono, no cuentas con recursos racionales y tu sistema emocional está hundido. Te deprimas.
- Desaparece el cerebro deprimido y entra en acción, por fin tu *yo interior*. Asumes la situación y es en este momento cuando comienza el proceso de reconstrucción a partir de los valores de tu naturaleza: tu talento innato. «Si fui capaz

una vez, podré hacerlo de nuevo», «realmente, si al fracasar me he quedado sin amigos, éstos no lo eran tanto», «voy a intentar aprender de lo sucedido para no caer de nuevo en los mismos errores». «Pero ¿realmente era feliz en mi vida anterior?», «¿por qué, no obstante, empiezo a ser feliz en este momento que no tengo nada?». Momento preguntas, momento respuestas desde el desapego, la tranquilidad y la relatividad de las cosas. Ese es tu *yo interior*, una conciencia que existe más allá de tu *mente* y sus *capas de cebolla*.

Tengo un amigo empresario que inmerso en una crisis importante de su empresa me dijo: «Ecequiel, desde que estoy arruinado, amo más a mi mujer». Pues sí, cuando lo pierdes todo, queda lo importante: amar, sentir de verdad la vida, evitar lo accesorio para centrarte en lo que de verdad importa. Es el mejor momento para repensar tu marca, aunque no es necesario llegar a ello, claro.

Poseer una marca desde el «yo interior» es no tener miedo, porque ha sido creada desde tus valores innatos y éstos siempre son los mejores aliados para conquistar cualquier reto por muy complicado que parezca; o reconducir cualquier situación por muy adversa que ésta sea.

Fíjate en las grandes marcas de la historia, todas han tenido un denominador común: la relatividad. Todos los grandes hombres y mujeres tienen una capacidad increíble de relativizarlo todo y ponerlo al servicio de su marca, convirtiendo su cerebro en una herramienta al servicio de su misión. De esta forma, no llegan a crear capas de capas de cebolla que les limite. Es genial. Son marcas que no tienen miedo porque saben que al final nada es tan importante.

**¿Quién conduce tu marca, tú o tu cerebro?
El cerebro es débil. Tú, invencible.**

La mayoría de las personas gestionan su marca desde la *no-marca*, es decir desde el miedo a llamar la atención o ir contracorriente por si acaso la fastidian; y, sin embargo, éste es el principio del camino hacia el fracaso. Por eso, te encuentres en el momento profesional o vital en el que te encuentres, es necesario que tomes conciencia de quién está pilotando tu vida, si «tú» o «tu mente», y reconozcas la situación. Para ello, toma conciencia, pon el foco en tu talento y en el valor añadido que puede aportar éste a tu marca; y, desde ahí reorienta tu carrera antes de que sea demasiado tarde. Tu marca no puede ser lo que las miserias de tu mente estresada quieren que sea. No puede ser lo que te obligue a ser una mochila cargada de innecesarias esclavitudes. **Tu marca sólo puede ser lo que tú eres de forma innata y te haga feliz.**

¿Cuántas personas de las que creemos que tienen éxito, son infelices teniéndolo aparentemente todo? Muchas, muchísimas, porque no han entendido este concepto y han dejado su vida en manos de su mente y no en las de su yo interior. Casos de marcas personales que han destrozado por ello su vida familiar, su relaciones de amor y amistad. Que se sustentan en drogas, pastillas o cualquier adicción con tal de seguir hacia delante, porque su mente no les deja liberar su luz interior. Empresas sin alma, con una aparente gran marca corporativa, que queman a sus directivos y trabajadores no-marca porque ellos mismos no hacen valer su talento. Empresas que tienen un éxito tóxico en las que, la gente brillante y con sentido común, ya no quiere trabajar porque la moneda de cambio es arrancarles el alma a cambio de un bonus y un viaje de incentivos.

En consecuencia, tu marca personal debe crearse desde tu *yo interior*. Tú eres por naturaleza feliz y exitoso en ti mismo y ya está, lo demás es fruto de las divagaciones de tu mente estresada y caprichosa. «Yo soy feliz porque tengo un Ferrari.» Noooooooooo, tú eres feliz porque eres «tú», punto. «Yo soy infeliz porque trabajo de albañil y estoy gordo.» «Que noooooooooooooo.» Tú eres infeliz porque no has entendido nada,

la naturaleza del ser humano es la felicidad, punto. Hay albañiles gordos que conducen un Simca con 300.000 kilómetros que son felices porque saben quiénes son, viven desde su *yo interior* y no están a merced del miedo, el estrés o la ansiedad, generados por la mente que en la mayoría de los casos se hace con el control de tu vida.

En fin, también te queda la opción de no pensar en nada de esto, formar parte de la masa, sacarte un carné de fútbol y canalizar tu existencia hacia el equipo de tu pueblo; cuando te dé por pensar en el sentido de tu vida, te tomas un copazo y ya está.

Por tanto, existe TU YO INTERIOR, TU CEREBRO, LAS CAPAS DE CEBOLLA. Adiestra tu mente racional y emocional para que esté al servicio de tu yo interior y no al contrario; y elimina todas las capas de cebolla que se interpongan en tu misión o guerra por ser feliz y alcanzar el éxito.

Si bien el cerebro es tu mayor enemigo, también hay que decir, que si tienes control sobre él, es tu mejor herramienta para abordar el éxito profesional y personal. La base de su utilidad entre otras se fundamenta en la gestión del estrés. De todos es sabido que el estrés es necesario para vivir. Es el que te mantiene alerta, el que impulsa tu motivación, el que te hace sentir vivo. Por todo ello, ponderar su presencia es lo adecuado. Podemos ser conscientes de que en determinado momento requerimos un cerebro que trabaje al ciento por ciento porque es necesario terminar un proyecto, darlo todo en un escenario durante una actuación o conferencia, echar a correr como si no hubiera un mañana porque te persigue un pit bull, etc. No obstante, es necesario tener en cuenta que un órgano como el cerebro no puede mantenerse al ciento por ciento todo el tiempo.

La consecuencia de vivir constantemente bajo el estrés tiene su precio y siempre pasa por el fracaso de tu misión. El sobre estrés consume recursos químicos necesarios para el correcto funcionamiento de tu cerebro. Por tanto, equilibrar el consumo de estos recursos es vital. La meditación, una vida saludable y una actividad alejada del foco del estrés, son esenciales para la recuperación de tu mente.