

Neus Arqués

Impostoras y estupendas

Para que los demás vean tu talento,
primero lo tienes que ver tú

Impostoras y estupendas

Para que los demás vean tu talento,
primero lo tienes que ver tú

NEUS ARQUÉS



© Neus Arqués Salvador, 2022

© Centro de Libros PAFP, SLU., 2022

Alienta es un sello editorial de Centro de Libros PAFP, SLU.

Av. Diagonal, 662-664

08034 Barcelona

www.planetadelibros.com

ISBN: 978-84-1344-139-9

Depósito legal: B. 2.581-2022

Primera edición: marzo de 2022

Preimpresión: Realización Planeta

Impreso por Blackprint CPI

Impreso en España - Printed in Spain

El papel utilizado para la impresión de este libro está calificado como papel ecológico y procede de bosques gestionados de manera sostenible.

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).

Dirijase 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.

Sumario

Tu momento es ahora	11
Te presento a la increíble mujer zancuda.....	15
1. Por qué te conviene ser más visible y por qué no lo eres.....	17
1.1. La visibilidad es un recurso, no un capricho	17
1.2. Resistirse a la visibilidad es normal	18
2. Visibilidad, resistencia y motivación.....	21
2.1. ¿Y si el miedo fuera el camino?.....	22
2.2. Ejercicio: menú de resistencias	22
2.3. La trampa de la excelencia	24
2.4. La abnegación preventiva.....	25
2.5. La reina de las listas	26
2.6. Ejercicio: encender la motivación	27
3. El síndrome de la impostora	29
3.1. Definición y características	31
3.2. No sólo para mujeres	33
3.3. Comportamientos	34
3.4. Síntomas asociados	37
3.5. ¿Qué causa el síndrome de la impostora?.....	39
3.6. Visibilidad, impostura y talento	40

3.7. Críticas al síndrome de la impostora	41
3.8. Amazonismo	43
3.9. El «estupidismo» como estrategia	46
4. Primeros auxilios para ser más visible.....	49
4.1. Opciones	50
4.2. Ejercicio: remedios para la parálisis por visibilidad.....	54
5. Prepárate para ser más visible.....	57
5.1. «¿Por dónde empiezo?»	58
5.2. A propósito de la marca personal	58
5.3. Cómo desarrollar tu propia marca	60
5.4. Marca personal, impostoras y amazonas	62
6. Propósito y merecimiento.....	65
6.1. Un mapa a la medida de tus metas	65
6.2. El merecimiento	66
6.3. Ejercicio: porque tú lo vales	66
6.4. «Propósito» se escribe con <i>p</i> de «principio».....	67
6.5. Primera aproximación a tu propósito	68
6.6. Tus grandes éxitos	69
6.7. La línea de puntos.....	71
6.8. «No consigo identificar mi propósito. ¿Qué hago?»	71
7. Tus valores	73
7.1. La autenticidad.....	74
7.2. Ejercicio: destila y refina tus valores	75
7.3. Ejercicio: contrasta. Crea tu <i>focus group</i>	78
7.4. Ejercicio: relaciona el propósito y los valores	80
8. Tenemos un plan.....	81
8.1. Ejercicio: escribe tu <i>wish list</i>	82

8.2. Tenemos un plan	85
8.3. Ejercicio $1 \times 1 \times 1 \times 1$	85
8.4. Cómo fijar y cumplir objetivos sin angustiarte	86
9. Tu declaración de marca	89
10. Reputación y ridículo. Las opiniones que de verdad cuentan	91
10.1. ¿Qué es y cómo funciona la reputación?	91
10.2. ¿Qué tienen que ver la marca personal y la reputación?.....	92
10.3. Presentación del método	93
10.4. El caso de <i>Madame Bovary</i>	100
10.5. «He venido a traer una sandía»	101
11. Solo tú puedes ser tú. Cómo diferenciarte sin sentir que te estás traicionando	103
11.1. Cómo sacar partido a tu diferencia en dos pasos.....	104
11.2. Si tú no crees en tu historia, nadie se la va a creer	107
11.3. Cómo saber quién es tu público.....	108
12. Crea tu mejor estrategia de visibilidad.....	111
12.1. La importancia del contenido.....	112
12.2. Tu estrategia	114
12.3. Cómo saber ahora mismo si lo que escribes vale la pena.....	115
12.4. Tu plan de medios sociales	117
12.5. Los medios y tú	119
13. Qué es el <i>networking</i> , para qué sirve y por qué es importante para ti	121
13.1. Tu red.....	122

13.2. Ejercicio: ¿qué tal se te da el <i>networking</i> ?	124
13.3. <i>Networking</i> para introvertidas.....	125
14. Pivota	127
14.1. «De modo que salgo y canto»	128
14.2. Ejercicio: ¿qué opciones tienes?	129
14.3. Reinención y referentes	130
15. Lidera en zapatillas.....	133
15.1. Transforma tu desánimo en energía constructiva.....	134
15.2. El arte de quitarse de en medio	135
15.3. ¿Y si perdieras el tiempo?	136
16. Estrategias culturales y sociales	139
16.1. «No estaba previsto que yo estuviera allí»	140
16.2. El papel de los referentes	141
16.3. Iniciativas institucionales.....	144
Súbete a la silla.....	147
Agradecimientos.....	149

Capítulo 1

Por qué te conviene ser más visible y por qué no lo eres

1.1. La visibilidad es un recurso, no un capricho

Ser visible no es opcional. Si no nos ven, no nos compran, ni nos contratan, ni nos promocionan. Éste es el punto de partida hoy: sin visibilidad no hay venta. Necesitamos ser visibles en la organización en la que queremos promocionarnos, para los clientes con quienes queremos trabajar o los lectores que queremos que nos lean.

¿En qué nos beneficia concretamente ser más visibles? La consultora estadounidense Hinge Marketing publicó un informe¹ en el que cuantificaba las ventajas de la visibilidad. El informe define «experto visible» como «profesional con alta visibilidad en su mercado y con reputación de experto». Estos perfiles:

- Generan más negocios y cierran más ventas, impactando de forma directa en la cuenta de resultados y

1. Lee W. Frederiksen, Elizabeth Harr, y Sylvia S. Montgomery, *The visible expert: How to create industry stars. And why every professional services firm should care*, Hinge Research Institute, Reston, EE.UU., 2014.

acelerando el crecimiento de la empresa para la que trabajan.

- Reciben honorarios premium: su tarifa puede quintuplicar la que percibe un profesional que no es visible.

La visibilidad lleva aparejada una prima económica directa (ingresos) e indirecta (generación de negocio para la empresa). Nos interesa que nuestro talento sea más visible para que sea más rentable.

1.2. Resistirse a la visibilidad es normal

Si no eres más visible, no es porque no puedas. Hoy todos tenemos maneras de que nuestro público nos vea, porque internet ha democratizado la visibilidad. No hablo de ser famoso. Hablo de que te vea tu mercado, para que te compren.

Pero no te sientes cómoda. Tienes claros los beneficios que comporta para tu propuesta profesional ser más visible, pero, aun así, te angustia. No te ves saliendo a exponerte y a exponer tu talento y te frenas. Una parte de ti se resiste.

Lo primero que quiero que sepas es que resistirse a la visibilidad es normal. Lo entiendo, porque esto no va de visibilidad: va de resistencia.

La resistencia a ser visibles funciona como un mecanismo de defensa ante lo que percibimos como un riesgo: si nos ven, nos juzgan. Cuando surge la oportunidad de ser más visible, te quedas congelada, como un ciervo cegado por los faros de un coche. Frenas en seco y, una vez más, tu talento se queda tirado en la cuneta.

En esta resistencia interviene una función neuronal primaria, enfocada en la supervivencia, que algunos especialistas denominan «cerebro reptil» o «complejo reptiliano». Esta parte del cerebro se denomina así porque su forma asemeja a

la de un lagarto. Yo prefiero considerarla un dragón, para adecuar el tamaño a la amenaza percibida. Un lagarto no te asusta; un dragón, sí.

Esta resistencia es tan común que cuando me reúno con una nueva clienta, asumo de entrada que lucha contra su propio dragón. El noventa por ciento de las veces acierto.

El lagarto-dragón quiere protegerte y no va a permitir que corras riesgos. Asoma la cabeza en mensajes como éstos:

- *Ahora no tengo tiempo/dinero para escribir/estudiar/emprender.*
- *¡Pues claro que lo estoy intentando!*
- *Es lo mismo de siempre.*
- *A mi edad, ¿quién me va a contratar/querer/publicar?*
- *Nadie me entiende.*
- *Si nadie me conoce, ¿cómo me van a escuchar?*
- *Creo que no soy lo que esperaban.*
- *Total, después todo el mundo te critica.*
- *No estoy suficientemente preparada.*
- *Moriremos de éxito.*
- *No sabré qué decir.*

El dragón te susurra: «No te arriesgues. No lo intentes. Total, no vale la pena». La resistencia reptiliana nos enmudece.

Capítulo 2

Visibilidad, resistencia y motivación

Eugenia está angustiada. Por contrato tiene que escribir diez artículos. A pesar de que ha recibido el encargo por sus impresionantes cualificaciones profesionales, siente que no sabe suficiente sobre el tema. Se documenta en exceso y no cumple los plazos de entrega. Su editora le ha dicho por activa y por pasiva que los seis artículos que ya ha conseguido entregar superan con mucho las expectativas. Aun así, cada nueva pieza es un viacrucis, y cada palabra, un sobreesfuerzo. Cada vez se retrasa más, pero siente que mientras sus artículos no se publiquen, los colegas no la juzgarán.

Nuria está a punto de lanzar su proyecto más personal y de repente considera que el nombre escogido no funciona. El título ha sido validado por las primeras usuarias, ha sido incorporado en el logo y en todas sus comunicaciones. Es idóneo para su propuesta. ¿Por qué se lo cuestiona ahora? Porque está en la pista de despegue. Cuando bautizamos algo —un bebé o un proyecto—, adquiere una entidad: por eso los niños antes se bautizaban nada más nacer. Descartar el nombre es una estrategia que la psique de Nuria le propone para postergar el lanzamiento y el juicio.

Julia es una gran profesional, con un prestigio que ahora quiere recuperar después de una temporada en dique seco.

Pero no puede. Cada vez que se embarca en un proyecto de éxito, hace una *espantá*, alegando motivos propios de una diva de ópera.

Cualquier minucia es buena para salir huyendo del éxito.

2.1. ¿Y si el miedo fuera el camino?

El escritor Steven Pressfield escribió: «En el campo del ego se encuentran un caballero y un dragón. El caballero eres tú. El dragón es la resistencia. Es necesario librar la batalla cada día».

Hay una forma de sacar provecho a este dragón: emplearlo como guía. *El dragón es el miedo a lo desconocido. Visto así, el miedo es tu mascota.* En palabras de Seth Godin: «La resistencia te ayuda a identificar qué es lo que realmente necesitas hacer, porque eso es precisamente lo que más resistencia te genera».²

Sólo nos frenamos cuando podemos avanzar. Para identificar el camino, vamos a explorar las formas más comunes de resistencia. ¿Alguna te resulta familiar?

2.2. Ejercicio: menú de resistencias

El bloqueo adopta distintas formas. Todas nos frenan en seco. En mi caso, me identifico con el perfil de Eugenia. Así es como mi dragón particular quiere protegerme de posibles críticas. ¿Cuál es el tuyo?

2. Seth Godin, *Linchpin. Are You Indispensable?*, Portfolio, Nueva York, 2011, p. 131. Versión en español: *¿Eres imprescindible?*, Gestión 2000, Barcelona, 2000.

Marca los escenarios en los que te reconoces:

- Nunca tienes tiempo que dedicar a tu proyecto personal y siempre encuentras una excusa o explicación para tal imposibilidad.
- Internamente dudas de tu capacidad y te preguntas si eres suficientemente buena.
- Cada vez que pones en marcha un proyecto, surgen otras posibilidades más interesantes y/o lucrativas y lo abandonas.
- A menudo hablas de tus ideas en lugar de desarrollarlas.
- Esperas que sean los demás quienes te señalen cómo proceder.
- Te gustaría ser más visible y te has documentado, pero no sabes por dónde empezar.
- Crees que tus ideas no son buenas ni originales y que, por tanto, es mejor amplificar o refreír las ajenas.
- Te rodeas de personas que te desaniman o critican, reforzando así tu creencia de que no vale la pena el intento.
- Consideras que no puedes invertir en tu proyecto porque no te lo puedes permitir.

Basta una sola \times para que puedas hablar de resistencia a la visibilidad.

En las páginas que siguen me detendré en tres formas de resistencia que he visto con mayor frecuencia, en mí, en mis lectoras, en mis clientas y en mis estudiantes: la excelencia como freno, la abnegación como coartada, la lista como evasión.

2.3. La trampa de la excelencia

El perfeccionismo no es más que el miedo con tacones.

ELIZABETH GILBERT, escritora

Las mujeres solemos ser reacias a poner en valor el propio mérito. Hemos crecido —y nos han educado— en el convencimiento de que el talento brilla por sí solo. Queremos que «nos descubran» y damos por hecho que un trabajo excelente será suficiente para alcanzar el objetivo. Mi convicción es que *la excelencia es cada vez más necesaria, pero cada vez menos suficiente*. En un entorno saturado de mensajes y propuestas, resulta imprescindible que comuniquemos la nuestra para que tenga su oportunidad. Para que *nos presten atención*.

La excelencia es una forma poderosa de diferenciarse de los competidores. Un texto excelente, un servicio impecable son imbatibles, pero para que funcionen, primero tienen que verse. Al darle visibilidad a la excelencia, tenemos una oportunidad real de llegar al público al que queremos dirigirnos.

Si nos limitamos a esperar que nos descubran, estamos sustituyendo la oportunidad por la ensoñación.

Creer en la fama instantánea nos limita, porque nos hace esperar en vez de actuar, y eso puede llevarnos a perder buenas oportunidades.

2.4. La abnegación preventiva

Susana es una mujer cariñosa y vital. Con unos grandes ojos oscuros y una sonrisa igual de grande, siempre está pendiente de los demás. Se ofrece para todo. Tiene una palabra amable para el cliente más importante y para el proveedor más humilde. Su atención va mucho más allá de la descripción de su puesto de trabajo. Cuando queda con sus amigos, cualquier plan está bien. Con ella no hay fricción.

En los escasos momentos en que baja la guardia en confianza, se queja. Está harta. Harta de no tener tiempo para ella. De que le pidan más y más. Harta de no ser nadie.

—Tienes que pensar en ti —le anima su amiga.

—Ya sabes que hacer cosas para mí me cuesta mucho —responde, con un suspiro.

Al freno de Susana yo lo llamo la «abnegación preventiva». Abnegada es aquella persona que se sacrifica o renuncia a sus intereses, nos dice el *Diccionario* de la Real Academia. Abnegarse es negarse a una misma y la abnegación ha sido considerada tradicionalmente una virtud femenina: la esposa que lo deja todo por seguir al marido, la madre que se desvive (otro bonito verbo) por sus hijos.

¿Por qué la llamo abnegación preventiva en lugar de abnegación a secas? Porque la abnegación, entendida como virtud religiosa, es una elección que pone al otro en el centro. La madre Teresa era abnegada. Socorría a los pobres sin esperar nada a cambio. La recompensa estaba en el mismo acto.

Sin embargo, la motivación de Susana tiene una finalidad:

- No se expone. No puede: está demasiado ocupada atendiendo a los demás.
- Crea capital social preventivo: si todo el mundo le debe favores, nadie la criticará.

Si eres como Susana y escondes tus propios deseos detrás de los ajenos, pregúntate si te estás resistiendo a ser más visible.

La abnegación preventiva funciona en apariencia. Es socialmente aceptada y te permite esconderte sin que parezca que te estás escondiendo. Pero es demoledora. La misma mujer que se desvive por los demás sabe, a poco que se escuche, que la está privando de su mejor aportación: su propio talento. Y vuelve a ponerse la sonrisa y a acudir, solícita, al cuidado de los padres, los hijos, los amigos y los compañeros. Pero la sonrisa termina siendo una sonrisa amarga, con regusto a talento desperdiciado.

2.5. La reina de las listas

Eva adora las libretas. Tiene cuadernos de distinto color y para cada uso: su diario personal, su agenda profesional, su cuaderno de gestión de proyectos...

Todos ellos tienen un elemento en común: las listas. Eva escribe listas de lo que va a hacer hoy, este mes y el año que viene. Listas de la compra y listas de deseos, listas de potenciales clientes, listas de contactos que quiere retomar para reforzar su red, lista de contenidos que desarrollará para sus redes sociales. Lista de listas.

Y en eso se le va el tiempo. Y después no pasa a la acción.

Eva quiere promocionarse y sabe que para ello tiene que ser más visible, pero está estancada. «Procrastinar es un vicio que yo tengo», me dice. Sus infinitas listas dibujan escenarios perfectos, pero no los pone en práctica.

Eva no pasa a la acción. Y como no pasa a la acción, evita que la juzguen.

2.6. Ejercicio: encender la motivación

Ser visible te resultará más fácil si te guía un motivo claro. Te propongo un cuestionario, diseñado para que identifiques con facilidad cuál es el objetivo para el que necesitas tener más visibilidad. Con este cuestionario, exploras de forma ordenada tu situación actual, centras el reto y visualizas tu contexto.

1. ¿A qué te dedicas actualmente? ¿Desde cuándo?

.....
.....

2. ¿Te interesa optimizar tu proyecto profesional actual o un proyecto futuro?

.....
.....

3. Si hablamos de tu proyecto profesional actual, ¿cuál es el reto al que te enfrentas? (Ampliar la cartera de clientes, diferenciarte de la competencia, buscar nuevas alianzas...)

.....
.....

4. Si hablamos de un proyecto futuro, ¿puedes resumirlo? Anota de qué trata, si supone o no un cambio drástico en tu trayectoria, si lo emprendes sola o acompañada...

.....
.....

5. ¿Qué te propones? Marca una o diversas opciones, o añade las que tú quieras:

- Activar o reactivar tu marca personal.
- Activar o reactivar la marca de tu empresa.
- Ampliar tu cartera de clientes.
- Cambiar de empleo.
- Ser un referente en tu sector.
- Organizar tus distintas facetas profesionales.
- Publicar un libro.
- Ampliar tu audiencia.
- Iniciar o consolidarte como formador o conferenciante.
- Otras:

6. ¿Cómo te gustaría que te vieran? Describe una escena en la que disfrutas viendo reconocido tu talento. Puedes inspirarte en la escena con la que comienza el libro: «Te veo caminando decidida, cara al viento. Acabas de firmar un nuevo proyecto. Sonrías. Has quedado con tus amigas para celebrarlo. ¡Ya tocaba dar buenas noticias!».

.....
.....