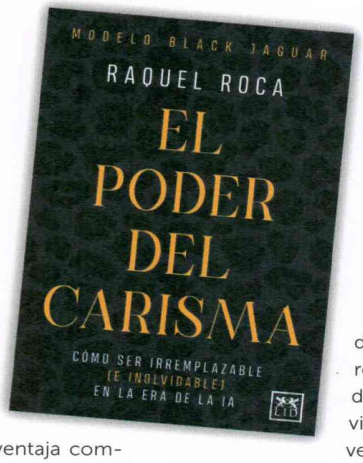
UN LIBRO...

Conectar en tiempos de IA

| Editorial: **Almuzara** | Páginas: **192**

Raquel Roca
Periodista y consultora



En un mundo cada vez más dominado por la tecnología y en el que la inteligencia artificial lo inunda todo, la verdadera ventaja competitiva que tenemos las personas está en lo que se suelen llamar habilidades blandas, y una de las más relevantes para nuestro desenvolvimiento social es el carisma. Raquel Roca, experta en marca personal y transformación digital, nos presenta en El poder del carisma un innovador modelo, Black J.A.G.U.A.R., que enseña a potenciar esa cualidad única que nos hace memorables, confiables e irremplazables. Las cualidades que conforman el modelo Black J.A.G.U.A.R. son las que nos permiten mantener relaciones normales y ser sociales, aunque su proporción varía en cada persona: Jovialidad, Asombro, Gentileza, Único, Atracción y Respeto. En el libro, Raquel Roca analiza cada una de estas cualidades, cómo desarrollarlas y el impacto que pueden tener en nuestra vida.

Este libro es una guía práctica respaldada por la ciencia, que revela cómo habilidades como el contacto visual, el lenguaje no verbal inspirado en la naturaleza, o incluso detalles tan simples como vestir una camisa hawaiana, pueden transformar la percepción que los demás tienen de nosotros y potenciar nuestra influencia. Para profesionales del marketing, comunicación y publicidad, entender y aplicar estos principios significa crear conexiones auténticas, destacar en campañas y liderar con presencia y autoridad en un entorno saturado de información y automatización. Raquel Roca nos invita a explorar cómo el carisma no solo impulsa el éxito profesional, sino también el bienestar emocional y espiritual, promoviendo una comunicación más efectiva y auténtica. En un contexto donde la tecnología puede parecer despersonalizar las relaciones, el libro nos recuerda que la verdadera diferenciación está en nuestra capacidad de conectar con impacto y sinceridad.

Opinión

Marta Castillo
Head of Brand & Marketing de Back Market España

ANTICIPAR ES LLEGAR TARDE

Social Media es uno de los canales más difíciles para las marcas, porque compites con todo aquello que la gente realmente quiere ver. Además, en social, las marcas normalmente llegan tarde. Recuerdo mi obsesión por tener el 'content calendar' muy lleno, mínimo a un mes vista, pensando que anticiparse era el modo de llegar a tiempo. Creo que muchas marcas siguen ahí, porque nos da pánico improvisar y sentir que tenemos el calendario lleno con antelación nos proporciona esa sensación de falso control. Esto me recuerda a algunos de nuestros outies que también se comportan así, con sus agendas personales repletas de planes.

Volviendo a nuestros 'innies', últimamente me resuena esto de "Culture eats strategy for breakfast". Ante todo, siempre defenderé que la estrategia de marca no debería cambiarse cada dos por tres y que tiene que ser sólida y duradera en el tiempo. Pero sí que estoy de acuerdo en que la cultura tiene un gran papel en cualquier estrategia de Social Media. Y no me refiero a replicar la frase viral del día; cultura es aquello por lo que la gente sigue a un grupo o a un podcaster. Encontrar esta unión entre cultura y tu producto es parte del secreto. Un gran ejemplo de ello es Duolingo.

Si no me habéis seguido con esto de 'innies' y 'outies', esta es mi oportunidad para recomendar la serie *Severance* y, además, defender que deberíamos evitar aprobar contenido de marca que nuestros "yo" fuera del trabajo pasarían de largo haciendo 'scroll'.