# clementine



# Informe de investigación de marca personal.

#### **Clementine Jean Davies**

- Título: Publicista nómada.
- 2. Resumen: La siguiente investigación plantea las caracterísitcas principales de un publicista nómada y como estas permiten tener ventajas frente a otros perfiles dentro de la industria publicitaria. También hablaremos sobre la importancia de las experiencias vividas para la formación de un Perfil Original.
- 3. Justificación: Vivimos en un mundo totalmente globalizado, donde el contexto en el que estamos viviendo actualmente lo hace aún más. Dentro del mundo publicitario tener una idea es tener una fiesta. No siempre tenemos fiestas. Y a partir de una idea lo aterrizamos conceptos. Lo difícil no es tener la idea, lo difícil es aterrizarlo a tierra de una manera que los demás entiendan. El publicista contemporáneo debe saber de muchos aspectos, nutrirse. Actualmente, existe una tendencia donde las personas, gracias a la globalización son considerados, nómadas, y esto influye de una manera positiva dentro de la industria publicitaria, para ampliar nuestros conocimientos y aplicarlo a conceptos. Es importante abordar este tema porque este perfil nómada está y estará presente aún con más fuerza en el correr de los años, dentro de todas las industrias, en un 45% de la población. Dentro del área creativa, es una ventaja que debemos aprovechar, y más dentro del mundo de las agencias. La capacidad de adaptación, socialización, y de enfrentar desafíos son las principales características de este perfil.

A raíz de esto, la siguiente investigación plantea como las experiencias vividas de un publicista considerado nómada nutren en su Perfil Original, y en la industria publicitaria.

4. Planteamiento del problema: La globalización de las cosas están sucediendo, cada vez es más fácil estar conectados con el otro lado del mundo. Esto se ha convertido en una exigencia en todas las industrias, y en este caso en la publicitaria. Tenemos como profesionales tener la capacidad de adaptarnos. No solo a nuevos clientes, o temas que nunca habíamos escuchado, sino a culturas, países, personas etc. Como publicista nómada, que a lo largo de su corta vida he tenido la posibilidad de vivir en muchos países, esto hay que tomarlo de ventaja. Esto finalmente permite afrontar y comprender de una manera diferente, nueva de observar las cosas dentro del ejecicio como para luego poder nutrir y alimentar la industria.

**Objetivo general:** Mostrar cual es la importancia del espíritu nómada, y sus atributos dentro de la industria profesional.

## **Objetivos específicos:**

- Indagar e investigar lo que actualmente buscan las grandes agencias dentro de un profesional.
- Establecer cuáles son las tendencias en la industria publicitaria en un mundo globalizado.
- Identificar las características de estos profesionales nómadas.
- Proponer una estrategia de comunicación publicitaria para darme a conocer como una marca nómada.
- Análizar mis cualidades personales para identificarme como nómada.

#### Marco teórico:

La finalidad de esta investigación es construir mi marca personal como una publicista nómada. Y dentro de este mismo contexto la Colegiatura Colombiana me ha permitido construirla a lo largo de la carrera, creando así un Perfil Original que se diferencia completamente a los de mis futuros colegas. Por eso es importante definir algunos conceptos para entrar en contexto y empezar con la investigación.

Marca personal: "Es un concepto por el cual consideramos a determinadas personas como una marca, de la misma manera que consideraríamos a una marca comercial, y debe ser elaborada y transmitida con el objetivo de diferenciarse y poder conseguir el mayor éxito posible en las relaciones sociales y personales." (Alonso Alonso, 2014)

Como menciona Alonso, una marca personal debe diferenciarse, pero esto se logra por medio de la percepción que tienen los demás de la marca de uno. Es algo intangible desde la percepción física, es decir, de la apariencia de la marca y la impresión que causa.

Claramente, como las marcas comerciales, tienen el mismo fin: tener impactos positivos y duraderos, a través de estrategias.

A partir de aquí es lo que la Colegiatura Colombiana a través de nuestra carrera pretende que vayamos descubriendo, y esto lo definen como Perfil Original.

**Perfil Original:** "Constructo sensible y racional que cada Ser Humano forma de manera autónoma a partir de la elección y vivencia selectiva de experiencias de conocimiento. Un Perfil Original es el resultado de la observación de datos e información externa o interna de forma

consciente desde el interior del individuo, transformándolos en un conocimiento original." (Colegiatura Colombiana,2021)

La Colegiatura da importancia a las experiencias vividas, no solamente desde lo académico sino de nuestras vidas en general, de manera interna y externa. Al fin y al cabo, esto es el resultado de como seremos como seres humanos y profesionales.

Sabiendo que viví en muchos países, y teniendo en cuenta lo anterior, es más que necesario definir qué significa ser nómada, y como esto influye dentro de mi Perfil Original ,mi carrera y cómo hace la diferencia dentro de mi marca personal.

**Comunicación publicitaria:** "El objeto de estudio de la carrera profesional Comunicación Publicitaria en Colegiatura, se concibe como la re-significación de interacciones que se centra en el estudio de la comunicación persuasiva, creativa, estratégica y visionaria de la publicidad.

Estas dimensiones se producen y se trasmiten en medios tradicionales y emergentes de comunicación, para crear valor a las marcas, a las acciones y a las ideas, generando así conexiones con el público." (Colegiatura Colombiana, 2021)

Algo para destacar de lo anterior es la importancia de la re-significación. Dentro de la publicidad, es algo en lo que hacemos constantemente, es tener la capacidad de bajar a tierra esas ideas para poder comunicarlas de una manera estratégica. Cuando más conocimiento y experiencias vividas, más fácil es poder re-significar un concepto.

Industria publicitaria: "La industria publicitaria está conformada por todos aquellos que participan en la creación, producción y difusión de campañas de comunicación publicitaria dirigidas a los diferentes públicos consumidores (de productos, servicios, programas de beneficio social, político, votos, etcétera). Sus actores (anunciantes, agencias publicitarias, proveedores de servicios externos, medios publicitarios y consumidor final) se encuentran en constante evolución." (Álvarez, 2021)

Nómada: "La palabra nómada se utiliza para definir a aquello que no permanece en un sitio fijo, sino que se traslada de un lugar a otro. Esta noción se encuentra asociada con la persona que va de un sitio a otro sin asentarse de forma permanente en un lugar. Muchos de nuestros antepasados se caracterizaron por ser nómadas. Sin embargo este comportamiento con el tiempo fue disminuyendo, sobre todo en los países industrializados." (¿Qué es Nómada? » Su Definición y Significado [2021], 2021)

Nuestros antepasados, como lo explican anteriormente, eran nómadas porque en las condiciones en la que vivían no eran favorables, o los alimentos se acababan. Hoy en día el ser humano tiene la capacidad de poder vivir en un sitio fijo porque tiene sus necesidades abastecidas. Igualmente existe una tendencia: "Nómades contemporáneo'. Caracterizados normalmente por la falta de horizontes profesionales, laborales o el agobio que ejercen las presiones económicas y que lleva a familias enteras a huir de las ciudades hacia espacios menos urbanizados donde puedan reducir gastos y vivir más relajados. En mi caso, el trabajo de mi papá y las situaciones económicas que estábamos viviendo, fuimos obligados a migrar.

Perfil nómada / Knowmad: "Un knowmad es lo que denomino como 'trabajador nómada del conocimiento y la innovación', es decir, una persona creativa, imaginativa e innovadora que puede trabajar con casi cualquier persona, en casi cualquier momento y lugar. Los knowmads son valorados por su conocimiento personal, el cual les da una ventaja competitiva en contextos sociales y laborales." (¿Qué es un knowmad? - Sociedad Knowmad, 2021)

## Diseño metodológico:

John Moravec, profesor e investigador de la Universidad de Minnesota, acuñó el término en una charla TED, pero en el 2020 la periodista Raquel Roca, expande este concepto "Knowmad" desde el valor que aporta este perfil a las empresas. Menciona que vivimos en ambientes cambiantes, marcado por las innovaciones tecnológicas, las operaciones a nivel global y por el acceso casi inmediato a una cantidad ingente de datos, las compañías demandan perfiles cada vez más flexibles, creativos y con una alta capacidad de adaptación.

Raquel Roca, menciona la importancia de un término que no es nuevo para nosotros como publicistas: era líquida. Hablamos de cambios, que claro que son inherentes en el ser humano, y es parte de nuestro ser; pero estos cambios están creciendo exponencialmente, gracias a las nuevas tecnologías, en todas las áreas de nuestra vida, y como consecuencia: un cambio de paradigma.

Los seres humanos estamos acostumbrados a ser seres sedentarios, es decir, todo lo contrario, a ser nómadas. Porque pasamos de buscar alimentos para sobrevivir, a tenerlo todo desde un mismo lugar. Estableciéndonos, estando cómodos, en la misma zona de confort, que a veces puede que no sea el mejor, pero lo aceptamos. Estamos acostumbrados a no cambiar.

Con el nuevo paradigma, nos obliga a pensar diferente, a tener la capacidad de cambiar, hacer nuestras mentes líquidas. Con el fin de poder adaptarnos a momentos de cambios, aún sabiendo que van a llegar cosas que aún no sabemos en que van a resultar, pero lo que sí asegura Raquel es que nos van a "pillar" trabajando.

Introduciendo el término "knowmad", viene de la palabra "know" de conocimiento y "mad" de nómada. Hace alusión a un perfil profesional en el que actualmente, el 45% de la fuerza laboral es nomad, es decir que la mitad de la población mundial va a tener un perfil nómadico.

# Características de un perfil knowmad profesional:

- · Personas que trabajan con colaboraciones con empresas o socios, pero que no están atados a ninguna compañía, es una versión más actualizada, sofisticada y muy digitalizada de lo que conocemos como Freelance.
- · Ciudadanos del siglo XXI adaptados a una era hiperdigitalizada e hiperconectada. Es muy importante adaptarse a esta era sea cual sea tu puesto, para mejorar nuestra empleabilidad.
- · Les importa la visibilidad.
- · Son creativos, extrovertidos, imaginativas, abiertas, innovadoras, independientes, colaborativas, autodictas.
- · Conectadores de ideas, interpretan información, generadores de redes.

Estrategia planteada por Raquel Roca para tener un futuro laboral mejor, adaptarse a los cambios y a esta nueva era:



#### **ANEXOS:**

#### **ENTREVISTA**

#### Alexa Rodríguez.

Senior CopyWriter de Mercedes-Benz y Latam.

Agencia: Leo Burnett Bogotá.

Luego de realizar una introducción sobre la investigación, marca personal, sobre mí y el nuevo perfil (knowmad), que plantea Raquel Roca anteriormente, le hice a Alexa Rodríguez la siguiente pregunta:

- Para resolver algunos objetivos de la investigación, ¿qué es lo que están buscando hoy en día las agencias dentro de un profesional? ¿Qué perfiles buscan?

A mi me parece que tú tienes un perfil que en este momento no existe; no te voy a decir como eres perfecta para trabajar en esta agencia o está otra, pero definitivamente el perfil que tú tienes es como algo novedoso no sólo en la industria de la publicidad; recién en pandemia nos estamos dando cuenta que las personas pueden trabajar fuera de sus casas, yo me puedo ir como viajar por el mundo y trabajar entonces es algo que recién las empresas están empezando abrir a un perfil como el tuyo. Pero estás en el momento perfecto y estás en el momento ideal para arrancar hacerlo. Es decir, si tu vida es lo que tú eres, es una marca estás en el momento ideal y le momento perfecto para encajar en este nuevo mundo globalizado en el que todos estamos viviendo; pero recién hasta ahora, es un perfil como el tuyo están emergiendo de una manera perfecta en la temporada.

Ahora puntualmente desde la publicidad. Te voy a hablar desde mi rubro que es creatividad, yo soy copy-writer y definitivamente tu perfil encajaría perfecto. Y de hecho lo que quieres hacer, es algo que tienen que hacer todos los creativos, ¿por qué? porqué nosotros vendemos productos, nosotros comunicamos en masa. Pero es una locura comunicarles a masas si tú estás encerrado en cuatro paredes, eso no se puede hacer. A mi al día me piden 2,3,4, y hasta 5 ideas para sacar ¡ya! Y tú encerrado en una habitación no tienes el flujo de creatividad.

Desde el lado de la creatividad, necesitas salir al mundo, necesitas ver cosas, necesitas ver situaciones, necesitas coger todo tipo de transportes y tener contacto con la naturaleza, contacto con personas de todo tipo de edades, de todo tipo de estratos sociales, de todo tipo de culturas. ¿Por que?, porque ¿cómo le vas a comunicar a las masas si no las conoces? Entonces tu perfil, como nomás digital, sería ideal para un rubro creativo, ya sea de diseño, de redacción, incluso en estrategia

es algo que encajaría perfecto, porque realmente tienes una visión diferente a la que tienen las personas trabajando o en una oficina, o encerrados en su casa.

Estás en el momento perfecto para hacer el lanzamiento de tu marca personal, si a mi me dicen tengo esta marca, ¿cuándo la lanzamos? Hace un año, no funcionaria, si la lanzas de a aquí a tres años, ya van a haber muchas. Es momento perfecto para hacer lanzamiento de lo que tú eres en este mismo instante, por todo lo que está sucediendo a nivel de pandemia, por temas de novedad y temporalidad. Por el otro lado todo lo que te habla de la parte creativa es imposible vender productos trabajar en publicidad vendiendo cosas al mundo si no lo conoces, entonces esos las cosas que me parece súper claves.

- A la hora de presentarme a un trabajo, ¿qué ventajas tengo como comunicadora publicitaria nómada frente a otros colegas?

Las ventajas que yo encontraría es que alguien que se gradúe más o menos a la misma que tú, puede conocer muchos más países, pero seguramente conoce otros lugares es de vacaciones. Y la perspectiva definitivamente que tú tienes al haber vivido en los lugares no como de dos o tres días, sino como realmente vivir en un lugar, conocer la experiencia, vivir otra cultura, pues te hace tener un espectro cultural muy diferente al que pueda tener un niño que se acabe de graduar de la universidad, en términos culturales digamos que le llevas años luz, eso por un lado.

Por otro lado el idioma, seguro tienes dominado el inglés, y algún otro idioma. Es una de las cosas más importantes cuando contratan gente en agencias. Y otra cosa pues son las relaciones, una persona que ha viajado mucho, es socialmente abierta, y creo que se adaptaría muy bien al estilo de vida de una agencia; que implica estar pensando por otras personas, estar abierta ideas, estar abierto como a pensamientos muy diferentes y a tratar de lidiar y de crear con personas que piensan muy diferente a ti. Creo que estás acostumbrada a lidiar con pensamientos muy diferentes a los de tu entorno normal, entonces comparando con alguien de la universidad, seguramente sólo hayan trabajado con compañeros de la universidad; pero es muy diferente.

El tema de los desafíos también como alguien que pueda salir de la universidad a tu edad, no conoce el mundo, como muchas situaciones que a uno se le pueden presentar, y creo que podría ser otro skill con el que tú te puedas diferenciar. Cuando tú viajas te encuentras constantemente con desafíos y con problemas y tienes que lidiar con ellos para seguir adelante, entonces después que tú no tengas experiencia como publicista o como ejecutiva o lo que sea, pero si

tienes como éramos una madurez para enfrentar los retos y desafíos que se presentan del día día y lo sabes resolver para poder seguir viajando y para poder seguir adelante.

**Ejercicios de auto-reconocimiento:** A partir de los ejercicios realizados, pude analizar mis cualidades como publicista nómada.

- En los últimos 5 años, he vivido tres momentos de mi vida, en dos países, dos carreras totalmente diferentes: Medicina y comunicación publicitaria. En ambas me adapté, en ambas me gustaba la carrera, pero estudiando medicina en Uruguay no era opción para mí, por los limitantes de la carrera, el tiempo, y además el estilo de vida. Opté por comunicación publicitaria, porque considero que es una carrera que abre puertas en todo el mundo, es una carrera que implica estar en constante movimiento, y al día con tendencias.
- Mi futuro profesional, está muy ligada a la emocional. Los *knowmad* se caracterizan por optar por opciones que permitan una conciliación laboral y emocional.
- Ser extrovertida, abierta y emocional, me permite crear y valorar relaciones personales. En relación con el rubro en el que me quiero desarrollar, son aptitudes ventajosas para entrar al mundo laboral.
- Ser líder es importante para saber trabajar en equipo, lo cuál es muy importante en la actualidad en la que vivimos y dentro de una agencia.
- Para ser un creativo, hay que vivir muchas experiencias, mirar, conocer, moverse para tener flujo de creatividad.
- Un publicista nómada tiene las aptitudes para el estilo de vida de una agencia, principalmente: por el idioma, la capacidad de enfrentarse a desafíos, y su capacidad de relacionarse con las personas.

#### **Manifiesto:**

Ser nómada por este mundo antes lo veía como una desventaja, porque no tenía raíces en nada. Pero hoy en día, en este mundo tan globalizado ser nómada es una ventaja, y ser publicita nómada incluso más. Dentro del mundo creativo debemos ser curiosos de lo que hay después del charco, debemos estar constante evolución y movimiento, aprender todos los días, conocer culturas. Y eso, es parte de lo que hace un nómada, pero lo más importante es la capacidad de adaptarse. El nómada no se va de vacaciones y vuelve, el nómada tiene la capacidad de entender culturas, y no de sólo conocerlas; de tener empatía con las personas, de encajar y ser bienvenido a ese nuevo país, trabajo, agencia, o casa.

No es irse y olvidarse de todo, es saber como nutrirse de lo que nos rodea a nuestro favor, y de una manera positiva. Un publicista nómada, tiene la ventaja de comprender y de hablar a

las masas, porque sabe nutritse. Una idea es como una fiesta, no tenemos fiestas todos los días, pero un publicista nómada quizás tiene dos fiestas a la semana.

#### Guión:

Hola! Soy Clementine, Clementine (inglés), Clèmentine (francés), Como quieras decirme. Al final para no complicar, soy Clementina. Nací en una familia muy diversa, un papá sudafricano y una mamá uruguaya -peeeero mis padres son belgas, al final ni ella sabe de dónde es. Y a mí, digamos que me pasa lo mismo. Viví en cinco países en mis 23 años de vida y por lo que veo voy por más. Soy nómada, y dentro de poco comunicadora publicitaria. Y ¿Qué ventajas tengo? ¿Ser nómada influye en mi Perfil Original? ¿Está bueno?

La respuesta por muchos años para mí fue: no, no está bueno. No, no tenes ventajas, no no y no. Porque aprendí a ponchazos a adaptarme, y enteder nuevas culturas. Pero durante la carrera me dí cuenta que es todo lo contrario, sí me sirvió. Y ahora es algo que me define, que quiero seguir haciendo, y que tiene sus ventajas. Dentro de una carrera tan amplia como la de la comunicación publicitaria, y más en el área creativa, estar en constante aprendizaje es necesario, tenemos que estar pendientes de tendencias, de lo que pasa en un país, de la cultura en la que nos encontramos, hasta de que si va a llover o no mañana.

Tenemos que saber nutrirnos con toda la información que tenemos en nuestro alrededor, y tener esa capacidad de saber adaptarse, comprender, observar, empatizar con las personas, ser polifacética, ser curioso, ser cameleónico, estar en movimiento. Tener todas esas cualidades es ventajoso, las agencias de publicidad, como las empresas, están buscando perfiles que se adapten a estas nuevas exigencias que el mundo nos plantea, que sean creativos, empáticos, flexibles.

De la Cole, no me gradúo solamente de comunicadora publicitaria, me gradúo de comunicadora publicitaria multidiciplinaria nómada. Porque me enseñó a enlazar todas mis experiencias vividas a mi carrera y a lo que soy.

# Referencias bibliográficas

Alonso Alonso, A., 2014. *PERSONAL BRANDING: LA IMPORTANCIA DE LA MARCA PERSONAL*. [ebook] Available at:

<a href="https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/4143/70893355H\_GADE\_Septiembre14%20%281%29.pdf?sequence=1">https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/4143/70893355H\_GADE\_Septiembre14%20%281%29.pdf?sequence=1</a>

Colegiatura.edu.co. 2021. [online] Available at: <a href="https://www.colegiatura.edu.co/perfil-original/">https://www.colegiatura.edu.co/perfil-original/</a>

Concepto de - Definición de. 2021. ¿Qué es Nómada? » Su Definición y Significado [2021]. [online] Available at: <a href="https://conceptodefinicion.de/nomada/">https://conceptodefinicion.de/nomada/</a>

Álvarez, J., 2021. La era del acceso: la revolución de la nueva economía. [online] Academia.edu. Available at:

<a href="https://www.academia.edu/2735004/La\_era\_del\_acceso\_la\_revoluci%C3%B3n\_de\_la\_nueva\_eco nom%C3%ADa">https://www.academia.edu/2735004/La\_era\_del\_acceso\_la\_revoluci%C3%B3n\_de\_la\_nueva\_eco nom%C3%ADa</a> [Accessed 10 March 2021].

Sociedad Knowmad. 2021. ¿Qué es un knowmad? - Sociedad Knowmad. [online] Available at: <a href="https://www2.educationfutures.com/sociedadknowmad/what/">https://www2.educationfutures.com/sociedadknowmad/what/</a> [Accessed 10 March 2021].

