

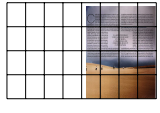


desarrollo personal

El arte de la (buena) persuasión

Convencer, seducir y agradar a las personas son claves que forman parte del lenguaje humano, y se remontan a los orígenes de la evolución. La persuasión es tan antigua como la vida misma, y manejarla –sin por ello buscar un interés propio– es garantía de inteligencia social y de empatía. Saber decir las cosas y ponerse en el lugar del otro es un buen camino para lograr el éxito.



PSYCHOLOGIES España	Tirada: 300.000	Sección: -	
	Difusión: 300.000	Espacio (Cm_2): 452	
Nacional Femenina Mensual	Audiencia: 1.050.000	Ocupación (%): 86%	Imagen: No
	01/12/2012	Valor (€): 7.784,16	
		Valor Pág. (€): 9.000,00	
		Página: 87	

Cada día ejercemos nuestro poder de persuasión. De forma más o menos ética, correcta o eficaz, tratamos de lograr el favor ajeno, de convencer a alguien de que esté de acuerdo con nosotros, de obtener una respuesta positiva por parte de un compañero. La persuasión también es la seducción en el lenguaje, el ponerse en el lugar del otro o establecer un mensaje, de forma que la persona a quien irá dirigido lo encaje bien y preste la atención que consideramos. Por ello, el éxito –social, laboral y personal– está estrechamente ligado al arte de la persuasión. Pero ojo, el buen arte, pues dichas capacidades son intrínsecas del ser humano, como la evolución lo ha demostrado. La madre persuade a su bebé, en un afán de protegerlo; la mujer al hombre, buscando el beneficio común; o el jefe al empleado, para obtener un objetivo positivo. Así, ya sea en tu vida profesional o en la personal, son necesarias dotes de evaluación tanto propias como de situación. Ser consciente de cómo eres, de cómo te encuentras y de dónde te posicionas, así como tener un ojo puesto en tu entorno y en las personas que lo conforman, es la base para cualquier ejercicio de buena persuasión. Es verdad que existen personas con

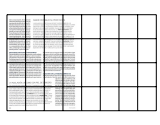
un poder persuasivo innato y natural, pero la gran mayoría de las personas necesitamos aprenderlo con el paso de los años y, sobre todo, gracias a nuestras experiencias pasadas. Son los errores y aciertos los que nos ayudan a configurar nuestra empatía y a saber distinguir si un mensaje es adecuado o no para una persona y en un momento concreto.

LA IMPORTANCIA DE LA EMPATÍA

Para el psicólogo laboral, consultor empresarial experto en coaching y autor de *Persuasión: el arte de influir* (Pirámide), James Borg, la empatía y la sinceridad son claves a la hora de conseguir una persuasión positiva. La empatía supone así uno de los grandes pilares de la comunicación, ya que implica identificar y comprender los sentimientos e ideas ajenos. Por otro lado, la sinceridad –no a dosis extremas, cuidado– funciona como aval para lograr credibilidad y confianza. Pero vayamos por partes. Toda persuasión se basa en una correcta comunicación, pero, ¿en qué consiste? En palabras de Sebastià Serrano, doctor en Lingüística por la Universidad de Barcelona y autor del libro *Del amor, la mentira y la persuasión* (Destino): “El núcleo de una buena relación es, sin duda, ►►►

LA SINCERIDAD EN EL LENGUAJE FUNCIONA COMO AVAL DE CREDIBILIDAD Y CONFIANZA



PSYCHOLOGIES España	Tirada: 300.000	Sección: -	
	Difusión: 300.000	Espacio (Cm_2): 451	
Nacional	Audiencia: 1.050.000	Ocupación (%): 86%	
Femenina		Valor (€): 7.763,15	
Mensual	01/12/2012	Valor Pág. (€): 9.000,00	
		Página: 88	
		Imagen: No	

►►► la comunicación. Es importante a la hora de iniciarla, de asentarla, de mantenerla y también de deshacerla. Muchas relaciones se han ido al traste por una mala comunicación, pues se han ido deshilachando debido a un uso equivocado del lenguaje o, directamente, por una total ausencia de él. Ya se sabe que lo primero fue el verbo. Por ello, toda buena comunicación y, consecuentemente, toda correcta persuasión implican un buen uso del lenguaje verbal y no verbal. “Se trata de intentos de conexión emocional. Desde una sonrisa a una mirada, un acercamiento, un tono de voz positivo o unas palabras afectuosas. Con ellos, casi siempre se recibe una respuesta positiva”, explica Serrano.

SABER DISTINGUIR SU PEOR FACETA

La persuasión es un término que siempre ha estado cargado de una connotación negativa. Porque si se expresa de forma interesada, con malas intenciones o a través de amenazas verbales, puede ser implacable. Para distinguirla de la persuasión saludable, hay que identificar la naturaleza de las emociones usadas en el discurso. Los **malos persuasores** usan sentimientos como el miedo o la ansiedad en sus argumentos frente a otra persona. Tratan de avisar de que algo negativo sucederá, si no la audiencia no sigue sus ideas. Así, los conocidos mensajes que aparecen en las cajetillas de tabaco son un buen ejemplo de persuasión negativa. En el mundo laboral es frecuente toparse con casos de persuasión negativa. Es más habitual que un jefe abogue por un mensaje amenazante (“Si esto no sale bien, acabarás mal parado”) que por palabras de **motivación**. Desde un punto de vista más personal, existen casos de manipulación abusiva en el seno de las parejas. Por ejemplo, recurrir a técnicas retóricas para obtener ventajas sobre el cónyuge. Como toda herramienta, la persuasión depende de la intención y la ética con la que se utilice.

ESCUCHAR, ESCUCHAR Y ESCUCHAR

Para poder ejercer una buena persuasión, resulta además lógico –pero cada vez menos habitual– saber escuchar. Y para hacerlo es necesario que sea a conciencia y eliminar las distracciones de la mente, con el fin de concentrarse en el interlocutor. Esto quiere decir prestar una atención al 100%. Sólo así la persona en cuestión sabrá que estás realmente interesado en su situación y emociones y serás capaz de tener una respuesta acorde a su mensaje. Sin interrumpir, podrás ponerte en su lugar antes, y los consejos que posteriormente le des no serán gratuitos ni vacíos de contenido. Y es que parafrasear no tiene aquí sentido alguno. Demostrar al de enfrente nuestra total intención de ayudar es también otra de las caras de una buena persuasión. Muchas veces, expresar nuestros propios sentimientos cuesta demasiado, por lo que tener un

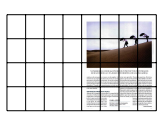
buen aliado que nos empuje a hacerlo, un hombro al que arrimarse o un fiel confidente ejerce un poder insustituible: “El lenguaje va muy bien para hacer descripciones del mundo, pero es complejo usarlo para decir lo que nos pasa por dentro”, apunta Serrano, tras señalar que “cuando queremos decir lo que queremos de verdad, lo hacemos mal. Estamos acostumbrados a no encarar, a enmascarar”. En este sentido, la persuasión juega un papel clave, y frases como “te entiendo” o “sé cómo te sientes”, por ejemplo, nunca están de más, pues confirman al compañero que estás tratando de comprender su situación desde un punto de vista constructivo.

CAUIDADO CON LA VERDAD ABSOLUTA

Toda persuasión se nutre de un mensaje sencillo, claro y contundente. Resulta mucho más fácil convencer a alguien si nuestro objetivo está argumentado de forma sólida y expresado sin artificios. Por ello, es recomendable utilizar el mínimo de palabras, pero que éstas sean muy bien escogidas. Sin embargo, esto no quiere decir que sea necesario ir con la verdad absoluta a cuestas. El hecho de ser sincero no significa ser implacable. Las personas más persuasivas son también aquellas que, aun siendo sinceras, saben recurrir a las llamadas “mentiras suaves”, en palabras de Serrano. “Muchas veces, la verdad pura y dura es contraproducente. Se trata de encontrar

LA ADULACIÓN, UN LOBO CON PIEL DE CORDERO

Tal y como afirmó el cineasta Henry Ford: “La adulación es un amigo verdadero es una cosa monstruosa”. Según la Real Academia de la Lengua, adular se define como “hacer o decir con intención, a veces inmoderadamente, lo que se cree que puede agradar a otro”. Por ello, resulta fundamental saber diferenciar un mensaje de persuasión positiva de un discurso adulador, pues este último recurre al elogio excesivo y falso. La **alabanza** busca, en este último caso, ganar la voluntad de la otra persona, y poco se diferencia de la **manipulación**. Y es que el reconocimiento y la estima son necesidades intrínsecas del ser humano, y de ello se nutre la adulación. Las palabras bonitas no pueden ser, en ningún caso, objeto de dependencia ni el muelle que nos sirva para vivir en un mundo paralelo. Cuando decimos que un adulador no es un amigo de verdad es porque se sirve de una falsa confianza para lograr su propio beneficio, se basa en el engaño y subestima a la persona que tiene enfrente.

PSYCHOLOGIES España	Tirada: 300.000	Sección: -	
	Difusión: 300.000	Espacio (Cm_2): 443	
Nacional Femenina Mensual	Audiencia: 1.050.000	Ocupación (%): 84%	Imagen: No
	01/12/2012	Valor (€): 7.632,82	
		Valor Pág. (€): 9.000,00	
		Página: 89	



NUMEROSAS GUERRAS, DIVORCIOS Y PROYECTOS FRUSTRADOS SE HAN DEBIDO A UNA ELECCIÓN ERRÓNEA DE LAS PALABRAS

matices y de enmascarar un poco, no de engañar. La mentira es una especie de lubricante social, de aceite para que no chirrien las relaciones. De vez en cuando, expresarse de forma que la otra persona se dé cuenta de que la estamos teniendo en cuenta resulta beneficioso y positivo." Cuando nos comunicamos, no todo versa sobre la información, también prima el hecho de construir una relación.

ESCOGER EL MOMENTO JUSTO

Además de la empatía, la sinceridad, la capacidad de escucha y el esfuerzo desinteresado, que la persuasión tenga éxito o no depende de saber escoger el momento justo. Lo que nos caracteriza como seres humanos son los sentimientos y, con ellos, la volatilidad. Una misma frase en un momento puede encajarse de forma saludable, mientras que en otro puede ser vista

como una agresión. Numerosas guerras, divorcios, peleas y proyectos frustrados se han debido a una elección errónea de las palabras. Y si se ha hecho en un mal momento, peor. Cabe mencionar que cada persona es un mundo y que toda buena persuasión requiere un poco de psicología. No es lo mismo lidiar con una persona extrovertida que con una introvertida, ni tratar de persuadir a un compañero racional que a otro impulsivo. Dejando de lado cualquier tipo de prejuicio, además, el arte de la persuasión debe ser capaz de, antes de pasar a la acción, observar el comportamiento de la persona o público que tiene enfrente. Su lenguaje, tanto verbal como no verbal, nos lo dirá en pocos minutos. Entre la buena y la mala persuasión existe una diferencia clara: la primera deja la sensación de un beneficio mutuo, la segunda busca únicamente un interés personal.

PARA LEER

Del amor, la mentira y la persuasión.
Sebastià Serrano. Destino, 2012.
281 págs. 19,90 €

ARIANE BASAGUREN