

Tema 5. Ajustando estrategias**Introducción**

Además de la PNL que nos proporciona muchas herramientas para influenciar a las personas, hay otras estrategias que utilizan las personas especializadas en el manejo de grandes auditorios y que puedes combinar para obtener excelentes resultados.

Las palabras, así como los mensajes que envías a las personas son de gran importancia para poder influir en ellas y cuando van ligadas a argumentos poderosos, las personas pensarán que han tenido determinada idea sobre algo; sin embargo, lo que ha sucedido es que tú dejaste los indicios de una idea que poco a poco a

través de tu discurso fuiste trabajando de manera que al final, las personas terminan convencidos de eso que les dejaste en su mente y pensarán que la idea es de ellos, cuando en realidad sabemos que tú influiste para que llegaran a ella.

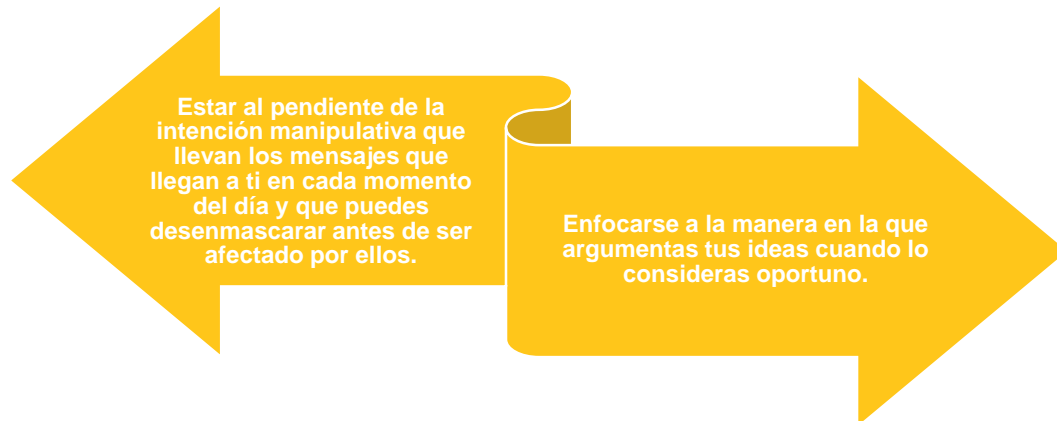
La publicidad y la psicología utilizan técnicas para dejar en las personas mensajes de contenido subliminal; es decir que no es perceptible conscientemente, sino por abajo del umbral de la conciencia, por ejemplo: ¿has analizado los anuncios de algún producto?, los publicistas tratan de aprovechar todos los mensajes que te puedan enviar a ti como posible cliente y un ejemplo lo tenemos en los alimentos para niños, probablemente has escuchado o visto que para convencer a los padres de comprarlos dicen que contienen vitaminas o que es un producto benéfico a los niños, o que contienen nutrimentos que los ayudan a crecer sanos y fuertes, ¿lo has escuchado?, pues de eso se trata, de encontrar el mensaje y las palabras acertadas para influenciar a las personas.

Hay tres cosas que nunca vuelven atrás: la palabra pronunciada, la flecha lanzada y la oportunidad perdida.

Proverbio chino

Subtema 1. Preparando estrategias

La PNL cuenta con un **metamodelo** que tiene dos finalidades:



El metamodelo te sirve para ayudarte a realizar preguntas más directas, sin ser inquisitivo pero que permiten a tu interlocutor un razonamiento más personal sobre una idea que pretendes dejar sin que ellos lo noten y que además, ellos utilicen sus argumentos para darse cuenta de lo que opinan. El éxito de esta estrategia se encuentra en **hacer que la otra**

persona descubra la idea que a ti te interesa pensando que él ha sido quien la ha tenido. Recuerda que la intención de tus palabras y tu expresión envían mensajes que tu interlocutor percibe sin notarlo y de esta manera estás usando los canales de comunicación que revisaste en temas anteriores.

Chomsky, citado por Pérez (2014), desarrolla la gramática transformacional donde estudia la manera en la que el lenguaje que usas limita o expande el nivel de percepción, las experiencias, la capacidad de análisis y las respuestas con los argumentos que brindas. De acuerdo con Pérez (2014), mientras más variadas son las palabras que utilizas, más completa es la realidad que puedes percibir y emitir, por ejemplo: en ocasiones tal vez te ha sucedido que no encuentras una palabra específica

para definir lo que sientes; sin embargo, mientras más palabras utilices para poder describirla, más rico, consciente y extenso será tu lenguaje.

Lo ideal es comunicarte impregnando tus palabras de tus sentimientos, que es la técnica utilizada por los actores de teatro, quienes tratan de contagiar una experiencia del tiempo pasado para hacerla presente. Cuando una persona expresa sus sentimientos y sensaciones físicas o emocionales, generalmente sus movimientos son lentos y pausados como si sus argumentos se encontraran envueltos en ellos, además su respiración es profunda, su voz tiende a ser grave y a tomar un ritmo lento al hablar, con muchas pausas que a veces llegan a ser muy prolongadas, tienden a utilizar palabras como: sentir, calor, tibio, frialdad, con el corazón en la mano, pesadez, resistir, etc., todo lo que se enfoque a lo quinestésico.

Cuanto más analices a detalle los gestos, el tono de voz, la respiración y las palabras utilizadas, será más fácil que determines su canal de comunicación para conocer sus intereses y su forma de percibir las cosas y, así poder influir en ella con mayor facilidad.

Es importante tener en cuenta que cuando detectas el canal representativo de tu interlocutor, puedes dirigir tus argumentos de manera más precisa para impactarlo con tus argumentos dirigidos hacia ese canal. Todo esto, también funciona igual cuando la comunicación es escrita, por ejemplo: un anuncio publicitario debe impactar a los tres canales: visual, auditivo y quinestésico, al mismo tiempo para que los clientes capten las bondades del producto.

Analicemos este anuncio con base en lo anterior para identificar a qué canales están dirigidos:



“Es lógico que le **suenen** (auditivo) más Mercedes, BMW, Jaguar.... Lexus es absolutamente **silencioso** (auditivo), todo lo que pueda **imaginar** (visual interno) para hacer de la conducción una nueva e inigualable **experiencia de confort** (quinestésico) y seguridad”.

Para seguir creando consciencia en tu interlocutor, la PNL proporciona las siguientes formaciones idiomáticas:



A continuación las explicaremos:

1. **Generalizar.** Te será de utilidad cuando utilices las palabras “todos”, “siempre”, “nunca”; habrá situaciones en las que necesites generalizar: sin embargo, habrá otras en las que no es conveniente hacerlo y es precisamente ahí cuando necesitas **desactivar** las generalizaciones para ser más específico.



2. **Operadores modales.** Ante algunas situaciones donde evitas tomar una decisión en donde tengas toda la responsabilidad en tus manos, es necesario que la utilices y para ello es recomendable que uses preguntas como las siguientes: ¿qué o quién exactamente te impide hacer tal cosa?, ¿qué pasaría realmente si lo hicieras?, ¿específicamente, qué es lo que harías? Éstas solo son un ejemplo para que las apliques de la mejor manera ante tu interlocutor y cuando seas tú quien detecte que tu interlocutor las está utilizando contigo, **la manera de desactivarlas es** haciendo que adopte la suposición de lo que pasaría si lo hiciera o no lo hiciera.

Por ejemplo:

Quando Fernando y Sofía se encontraron después de mucho tiempo y comienzan a hablar sobre un problema que en ese momento trae Sofía con su hermano, Fernando puede preguntarle ¿qué pasaría si le dices a tu hermano la verdad de lo que viste?, en ese momento Sofía tiende a resolver la situación por sí misma, ampliando su percepción de la situación.

3. **Comparar.** En muchas ocasiones tiendes a comparar en forma inconsciente, por ejemplo: cuando dices “es demasiado”, “más”, “menos” y te encontrarás seguido con estas palabras cuando la publicidad habla de precios y calidades del producto. Estas comparaciones te llevan a tener puntos de referencia y a entrar en el campo de lo subjetivo y lo relativo sin darte cuenta.
4. **Relación causa-efecto.** Cuando utilizas la relación existente entre la causa y el efecto de algo estás entrando a una forma de manipulación verbal. Cuando encuentras esta relación en un anuncio publicitario estás cayendo en una trampa con la que pretende convencerte de que si pasa una cosa, sucede la otra y para ello, utilizan frases como: “por consiguiente”, “por tanto”, “así que”, etc. Pero **tú puedes desactivar esta trampa** haciendo ver que no existe tal causa para tal efecto, por ejemplo: si alguien te dice: “estoy así por tu culpa”, lo que están tratando de hacer es que te sientas mal y es entonces cuando necesitas desactivarla diciendo que “cada quien decide cómo sentirse y que no es culpa tuya que se sienta así”.
5. **Sustantivar.** Se refiere a utilizar palabras neutras para las personas y sustantivos, por ejemplo: la palabra “libertad”, para muchos puede ser positiva mientras que para otros puede llegar a ser negativa; sin embargo, no es cuantificable debido a que se deriva del verbo “ser” (la acción) y el adjetivo “libre” (la cualidad). Tanto en la política como en la publicidad se utilizan sustantivos para influenciar a las personas y es entonces cuando ves palabras con reconocimiento o valor social como “lógica”, “razón”, “conveniente”, “responsabilidad”, “sensibilidad”, etc. Cuando utilizas adecuadamente los sustantivos evitas decir algo comprometido o concreto.

6. **Derivación a terceros.** Lo utilizas cuando apoyas lo que otras personas dicen, por ejemplo: “ellos”, “los ciudadanos”, “opinión pública”, “los expertos”, etc., y cuando quieres **desactivar esto**, lo que necesitas hacer es pedir cantidades específicas, o preguntar “quiénes son ellos” para que la respuesta sea específica.

Como puedes ver, las palabras tienen mucho efecto sobre las personas y si las acompañas con un tono de voz, con expresión corporal y con actitud, puedes lograr influenciar a las personas con mayor facilidad y además, puedes desactivar aquellas palabras y preguntas que te hagan a ti.

Subtema 2. Ensayando mensajes

Imagina que te cuesta trabajo expresar con palabras lo que dice tu corazón, en ocasiones puede suceder; sin embargo, esto afectará tu actuación frente a un público pues tu discurso no tendrá la profundidad y los matices necesarios, así que lo que **necesitas hacer** es:

Llevar a tu mente y a tu corazón las emociones que estás sintiendo de tu auditorio, toda esa energía permite que llene completamente tu ser para que empieces a sentir la potencia de las palabras, de tus pensamientos, de las sensaciones y de las imágenes que van llegando a tu mente y las proyectes con esa misma intensidad, a esto se le denomina **subtexto**.

Los comunicadores excelentes saben ofrecer información lo más clara posible y se apasionan en el tema del que tratan y así logran influir en su público impactando a niveles cerebrales más profundos.

Una estrategia que llevan a cabo los grandes conferencistas es **captar la atención de su auditorio** y empezar a **llevarlos a un mismo ritmo** logrando en el interior de ellos imágenes y emociones, de esta manera transmitirás todo aquello que sientes, viviendo tus imágenes y experiencias para conseguir lo que deseas.



Otra estrategia es el **poder de la pausa**, que se refiere a que mientras estás dirigiendo a tu auditorio todas esas emociones e imágenes, empieces a hablar más lento y pausado a manera de interesarlo aún más en tu relato, es como cuando le estás contando un cuento a un niño al que tienes sorprendido por la historia, le vas dando pausas y cambias los tonos de voz para dejar sentir suspenso, alegría u otra emoción. En oratoria se le llama **pausa lógica** debido a que viene señalada con puntos y comas y al hablar en público, las pausas modulan tu ritmo y tu voz que permite armonizar a tu auditorio en un solo canal.

Estas pausas además te permiten dar tiempo a que pienses qué más quieres decir y a que vayas estructurando e hilando las siguientes oraciones o anécdotas o relatos que apoyen el tema del que hablas.



De acuerdo con expertos en comunicación, las pausas ayudan a dividir períodos de atención para seguir generando en el auditorio expectativas, además, el silencio también juega un papel muy importante pues permite a tu público seguir procesando la información, sin dejar de lado tu expresión corporal como tus gestos, el movimiento que tengas dentro del escenario, tu expresión facial y la entonación.

Comunicar no solo es informar, se requiere de un proceso más elaborado, para ello es importante utilizar **el poder de la coma** en tu discurso, que es otra estrategia, solo necesitas empatizar con el auditorio completo ya que con cada una de las pausas y entonaciones que realizas, surge un efecto en las personas que te escuchan que los lleva a emitir una respuesta que bien puede ser fonética o un movimiento de cabeza ya sea para aceptar o rechazar lo que dijiste, de esta manera se va llevando a tu público a la influencia de tus palabras.

Estrategias para Influir en la gente

Innovación con propósito de vida.

La correcta pronunciación, entonación, las pausas y los énfasis permiten lograr la empatía con tu auditorio, solo falta que también se logre el convencimiento de ellos en lo que dices y para ello **es necesario utilizar otras cualidades que tú posees y que solo falta trabajar en ellas para entrenarlas y perfeccionarlas**, estas son las que se refieren a la voz.



La voz tiene un efecto sobre la conciencia de las personas ya que puede lograr un efecto de persuasión subliminal y esto se debe al impacto que ocasionan las ondas electromagnéticas de la voz en el oyente. Alguien con buen entrenamiento puede incrementar el nivel de intensidad de las ondas Hertzianas (ondas de energía que viajan a la velocidad de la luz) emitidas al hablar. Es importante que digas frases cortas y cada vez más largas para romper el ritmo y la simetría en las oraciones, este tipo de adiestramiento lo tienen los políticos y expertos en comunicación que han llevado un entrenamiento especializado para lograrlo, esto ayuda a evitar la monotonía en el discurso y a preparar una pausa de aplausos.

Tu imagen física, tu vestimenta y tu actitud son tu tarjeta de presentación para transmitir quién eres tú; es decir, **tú eres el mensaje**, por eso la primera impresión cuenta mucho para tu auditorio, si sales con una sonrisa simpatizarás más con ellos. Hasta donde te sea posible evita barreras entre tu público y tú ya que eso quita visión de tu imagen corporal.

Es normal tener cierto nerviosismo antes de una presentación en público; sin embargo, esta sensación puede durar unos segundos mientras empatizas con las personas y les muestras una sonrisa y una actitud asertiva. Para lograrlo, es recomendable que antes de que tengas alguna presentación en público, practiques frente a un espejo y/o frente a otras personas un discurso y observes tus movimientos, tu tono de voz para que todo fluya con facilidad y te conviertas en un experto en influenciar a las personas. Stanislavsky, citado por Pérez (2014), opina que al principio los gestos y las poses serán artificiales y con la práctica se volverán automáticos pues el gesto deja de ser eso y se convierte en una acción real con intención y contenido.



Tu estado interno y externo son una influencia para tu buena postura y los movimientos de tus brazos y piernas, recuerda que son tu complemento para transmitir tus mensajes, conforme practiques más, conocerás mejor tus movimientos, gestos, actitudes y lograrás mayor seguridad frente a tu público.

Tu expresividad exterior y la interior dejan ver tu estado interior, por ejemplo: si estás nervioso, temeroso, agobiado por las presiones, eso es precisamente

lo que transmitirás antes de que empieces a hablar, para evitarlo necesitas **autocontrol** de manera que se vea reflejado en seguridad. Pérez (2014), recupera un ejercicio recomendado por Stanislavski, en su libro *An actor prepares* y que consiste en: proyectar rayos al auditorio, pero estos rayos debes cargarlos con la intencionalidad que deseas para comunicarse sin palabras.

Los elementos auxiliares te pueden ser de utilidad para apoyarte, por ejemplo: con tus papeles, en otras ocasiones, una mesa o atril en el que de acuerdo con el tipo de auditorio, se utilizan y pueden ser de utilidad para quienes no saben dónde acomodar las manos. Tú puedes **desarrollar tu estilo propio**, hay personas que para empatizar con su auditorio comentan alguna anécdota y eso los relaja y entusiasma para continuar con su discurso. Algunos conferencistas tienden a ocultar su nerviosismo teniendo algo en una de las manos, por ejemplo: el aparato de control para cambiar las diapositivas de la presentación, también puedes tener algo para escribir sobre algún pizarrón o tal vez algún papel que te sirva de apoyo para exponer tus temas.

Subtema 3. Activando discursos

Actualmente tiene mucho valor **relacionarse con las personas**, son varias las habilidades que se requieren como eficacia, tranquilidad, soltura, sentido del humor, etc. y esto es válido en todos los ámbitos en los que te encuentres, ya sea con tu familia, trabajo, amigos, etc.

A pesar de las relaciones con las personas, a algunos les cuesta trabajo relacionarse y a veces, se tiende a confundir con timidez, cuando en realidad lo que sucede es que necesitan trabajar en sus habilidades sociales. Para relacionarte con los demás, el primer paso es **conocer a ti mismo** para poder llegar hasta las motivaciones más profundas; si te consideras una persona tímida, esto tiene solución, solamente hay que **desarrollar tus habilidades sociales** y dominar las claves de la comunicación verbal y no verbal para saber lo que la otra persona piensa y siente, recuerda que si observas con detenimiento lograrás grandes resultados.



Parte de los códigos de la comunicación son los que se refieren a tu imagen personal, las personas exitosas cuidan su imagen, también aquí puedes imponer tu estilo, tomando en cuenta los códigos de la comunicación humana con los que funciona la sociedad y la empresa en la que te encuentras.

El carisma que muestres impacta en factores relacionados con tu inconsciente y esto lo ves muy a menudo en los artistas que han aprendido a influenciar a las personas por medio de su imagen con la que irradian una personalidad atrayente a sus admiradores. Esto no significa que tengas que cambiar tu personalidad, solo se trata de actuar con seguridad, enfrentando retos y desafíos, demostrando tu experiencia y formación, irradiando tus competencias, comunicando lo que te distingue de otras personas.

Estrategias para Influir en la gente

Innovación con propósito de vida.

Una vez que has trabajado en irradiar todo lo que tienes como: tu personalidad y las características que solo son tuyas, hay que seguir enfocándote en el manejo de tu auditorio. Una persona se vuelve experta en algo cuando lo experimenta en varias ocasiones, por eso es necesario entrenarte constantemente para ir ganando soltura, diferentes tonos de tu voz, los movimientos y tu comunicación verbal y no verbal.



La primera norma es **aprender a respirar adecuadamente** para tener un diálogo tranquilo. Tu respiración debe ser desde el diafragma, que te servirá para expresar tus palabras, dominar la velocidad, modular el volumen, el tono, las pausas y todo lo que interactúa con tu respiración, incluso tu postura, con esto impactarás mejor y con facilidad. Tu público actuará como un espejo que refleja lo que tú les haces llegar, así que decide **¿Cómo quieres que te vean?**

De acuerdo con Gámez (2012), muchas personas llegan a ser sorprendidas cuando quienes les rodean les piden que dirijan unas palabras, ya sea porque estén celebrando algo o por cualquier otro motivo y **¿qué hacer cuando no tienes algo preparado?**, comienza por agradecer la distinción de haber sido elegido, explica lo que significa para ti estar en ese lugar justo en ese momento e improvisa, las estrategias recomendadas han sacado de apuros a muchas personas, así que comienza a emplearlas.

Es de admirarse a las personas que enfrentan discursos ante grandes auditorios pues las personas desconocen las normas, estructuras y la secuencia de pasos a seguir para ser experto, las personas piensan que depende de las circunstancias y cualidades que la persona posee; sin embargo, ahora sabes que hay que trabajar en ellas y mostrar la mayor seguridad posible.

Las personas esperan mucho de abogados, líderes y profesionales de la comunicación, y, a veces, antes de iniciar su discurso, se desaniman por la actitud de su auditorio; sin embargo, esa es la oportunidad que tienen para cambiar esa imagen y demostrar sus tácticas y estrategias como su dicción, la amplitud de su vocabulario, la expresividad de su cuerpo, la manera en que transmiten sus sentimientos a los demás y la información que proporciona. Una persona que brinde un discurso oral, debe demostrar sus habilidades humanas, poseer argumentos lógicos capaces de convencer a los demás, estar convencido de lo que va a decir, pensamientos bien organizados, soltura en su

Estrategias para Influir en la gente

Innovación con propósito de vida.

cuerpo para demostrar seguridad, una correcta pronunciación y acentuación con pausas y silencios y con tonos de voz adecuados a su discurso. Es importante que si vas a **utilizar micrófono**, ensayas antes de tu discurso para estar seguro de que se encuentra con un volumen adecuado al lugar en donde te encuentras, además de revisar que no existan ruidos o resonancias dentro del lugar.

Recuerda que frente a tu público, **tú eres el líder** que los guiará, para eso necesitas comunicar tus ideas con eficacia y tranquilidad de manera que ejerzas la influencia en ellos.

Hasta aquí has podido conocer todas las estrategias y herramientas que necesitas para influenciar a las personas, solo falta que practiques todas y cada una para que te familiarices con ellas de manera que se vuelvan automáticas en ti para poder actuar frente a los demás. **Tienes el poder en tus manos, ¡comienza!**

Imagina que este es el auditorio para tu discurso. . .



¡Y ellos te están esperando con la mejor actitud! Siéntete satisfecho de estar recibiendo ese aplauso.



Mi Reflexión

A lo largo de estos temas has podido conocer varias estrategias y herramientas que utilizan las personas capacitadas en comunicación, televisión, publicidad, que trabajan con las palabras, el tono de voz, la imagen pública, entre otros más, para poder influir en las personas.

Durante tu vida te has visto influenciado por anuncios, comerciales, vendedores y demás estímulos que han llegado a ti con la finalidad de que adquieras el producto y terminan convenciéndote que es lo mejor que hay, y lo compras porque caíste en las trampas que utilizan para influenciarte y hacerte pensar que fuiste tú el de la idea y no ellos. ¿Cuántas veces saliste de las tiendas con cosas que no pensabas comprar?, seguramente varias y no has sido el único, generalmente pasa siempre y a la gran mayoría de la gente que va al supermercado y se deja influenciar por los anuncios publicitarios, las ofertas, los descuentos o por los vendedores que están capacitados para venderte cualquier cosa; sin embargo, ahora has aprendido la manera en la que puedes desactivar esas estrategias para enfocarte en lo que realmente quieres.

Con base en todo lo revisado en este curso, lo que queda es que practiques tus estrategias para **volverte un experto ¡Mucho éxito!**

¡Quiero más!

Para conocer sobre cómo hablar en público te invitamos a ver el siguiente video titulado 10 técnicas para hablar en público de manera adecuada, en:

<https://www.youtube.com/watch?v=8KqlfdGzSg8>

Para conocer sobre **persuasión** te invitamos a ver el siguiente video titulado El arte de persuadir con palabras que encontrarás en la siguiente liga:

<https://www.youtube.com/watch?v=ivE08woQPnA>

Bibliografía

Gámez, A. (2012). *La comunicación de los líderes y sus 12 secretos*. Amazon. Ebook.

ISBN: 978-980-12-5405-8

Pérez, J. (2014). *Cómo influir sobre las personas: Técnicas de persuasión mental*. Edición Kindle. Ebook.

ASIN: B00IOKD01E

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACION SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.