

Humor y Persuasión. ¿Cómo conectar eficientemente con la audiencia?

## 2. LA CONEXIÓN CON NUESTROS RECEPTORES. EL FUNCIONAMIENTO DEL CEREBRO EN LOS PROCESOS DE INTERACCIÓN.

En nuestra relación diaria con otras personas solemos experimentar varios sentimientos que de forma resumida se concretan en que con unos nos entendemos muy bien, con otros normal y luego hay otros con las que no hay manera y soltamos eso de: “es que me cae mal” “no le/la soporto” y cuando lo decimos hacemos gestos de no, no, no... También pasa que, en algunas ocasiones, las menos, cuando nos vamos conociendo se convierten en un sí, sí, sí... pero no tenemos la oportunidad de conocernos con todo el mundo. Hemos escuchado muchas veces que las relaciones son cuestión de química, de sintonizar con el otro, de estar en la misma frecuencia... Puede ser, pero lo que resulta más interesante es saber por qué se produce esa conexión o desconexión en los primeros instantes de la comunicación.

Nuestra teoría sobre los primeros instantes, cómo interpretarlos y poderlos utilizar eficientemente a nivel profesional y personal, parte de considerar estos “primeros instantes” como el momento mágico de la comunicación, donde toda nuestra historia evolutiva como humanos cobra sentido, donde la ontogénesis, el cambio evolutivo que experimenta el ser humano concreto, recorre las fases evolutivas por las que ha pasado la especie humana o filogénesis, que se refiere al proceso evolutivo de la propia especie. Quizá es en esos instantes en los que se ocultan las claves que pueden descifrar los principios de la comunicación humana. Por tanto, para poder abordar el análisis de la conexión con nuestros receptores es imprescindible comenzar por intentar explicar cómo funciona nuestro cerebro en los procesos de interacción y comunicación con el entorno.

El cerebro ha evolucionado a través de miles de años en los que ha tenido que dar respuestas efectivas en la interacción con el medio ambiente, que en la mayoría de las ocasiones se lo ha puesto difícil, más por el ambiente que por el medio, simplemente porque el acto de vivir es difícil, consiste en resolver dificultades. El ser humano no ha tenido más remedio que adaptarse al entorno para poder asimilarlo y transformarlo eficientemente.

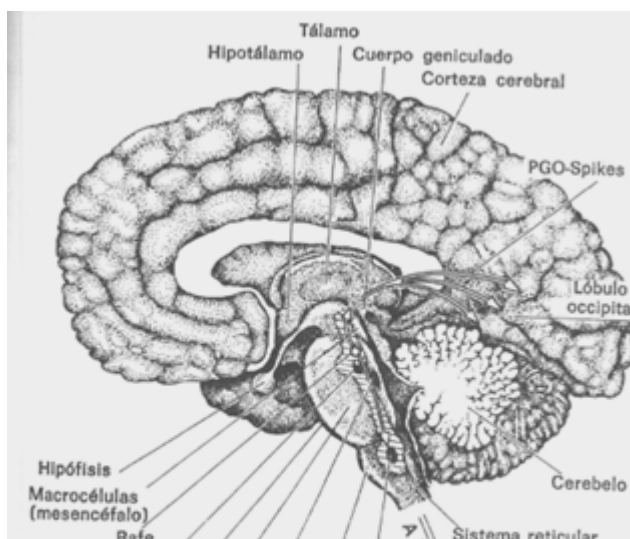
El cerebro es un órgano al que le cuesta ponerse en marcha por las mañanas, especialmente los lunes a primera hora y después de las vacaciones; esto es normal porque requiere de un gran abanico de nutrientes para la activación de sus sistemas, ya que gastan mucho. Cuando una zona de la corteza cerebral ha estado apagada o con poca actividad durante un tiempo, luego cuesta más activarla, pero afortunadamente,

Humor y Persuasión. ¿Cómo conectar eficientemente con la audiencia?

## 2. LA CONEXIÓN CON NUESTROS RECEPTORES. EL FUNCIONAMIENTO DEL CEREBRO EN LOS PROCESOS DE INTERACCIÓN.

cuando necesitemos recursos de esa zona será más fácil de activar que otras incluso más próximas, pero que nunca han estado encendidas. Vemos que aquí vale eso de: *donde ha habido fuego, rescoldo queda*. A la inversa también es útil este razonamiento, cuantas más veces encendamos una determinada zona, con más facilidad se activará y de forma más eficiente. Es el ejemplo de las personas especialistas en una determinada actividad: un músico, un traductor, un fontanero... disponen de circuitos cerebrales para sus oficios que activan de forma continua (cada uno los suyos), porque están incorporados a sus procesos de rutina, al hábito. También la activación de estos sistemas provoca emociones de seguridad, reconocimiento, satisfacción u orgullo, siempre que la activación de esas áreas produzca decisiones y acciones efectivas, si no fuera así, las emociones serían negativas.

Podríamos decir que nuestro cerebro se estructura a través de capas que dibujan el proceso evolutivo, de una forma parecida al que se puede apreciar en el corte del tronco de un árbol. Sobre las estructuras más antiguas (tallo cerebral, cerebelo, bulbo raquídeo...), se han ido desarrollando otras que nos permiten descifrar mejor el medio que nos rodea y dar a éste una respuesta cada vez más compleja y eficiente (para nuestros intereses). Sobre ese primer cerebro llamado *reptilíneo*, que incluso morfológicamente se parece al cerebro de nuestros antepasados los reptiles, montamos todo el sistema límbico, con la amígdala, el tálamo, el hipocampo... Todo este sistema es el encargado de los procesos hormonales y emocionales, una gran mayoría de expertos le denomina cerebro *emocional*. Sobre este cerebro *montamos* el cerebro que claramente nos diferencia (para bien y para mal) del resto de los mamíferos, se denomina cerebro *racional* y es el responsable del pensamiento abstracto, del lenguaje, del control del espacio... En definitiva, de todas las funciones que nos hace diferentes del resto de los mamíferos.



Todas las áreas del cerebro son de vital importancia al tratarse de un sistema integrado y en constante intercambio. El cerebro reptilíneo, el

Humor y Persuasión. ¿Cómo conectar eficientemente con la audiencia?

## 2. LA CONEXIÓN CON NUESTROS RECEPTORES. EL FUNCIONAMIENTO DEL CEREBRO EN LOS PROCESOS DE INTERACCIÓN.

más básico y antiguo, es el responsable de la supervivencia de la especie. Supongamos que vamos corriendo por la acera y vamos a cruzar la calle, en ese momento pasa un coche, inmediatamente frenamos y cambiamos nuestra trayectoria. Si sometiésemos esta respuesta a una deliberación: ¿qué modelo es?, ¿de qué color?, ¿tendrá frenos?, cuando ya tuviésemos la respuesta correcta estaríamos, en el mejor de los casos, camino del hospital. Sin duda, esta área del cerebro estaba muy desarrollada en nuestros antepasados y les era de gran utilidad para la caza, salvar el pellejo y aparearse. Ahora es otro escenario. ¿Qué le puede pasar a la especie humana si esta zona cada día tiene menos trabajo y pierde espacio en el cerebro? Cuando ocurrió el tsunami en Indonesia tuve ocasión de leer una noticia que decía que tribus cercanas a la zona del tsunami se marcharon al interior justo antes de que éste ocurriera. ¿Disponían de alguna información especial (en su cerebro reptilíneo) que les avisó del peligro? Parece que sí porque no existen *soplos* para temas como ése, fue la *lectura* que hicieron de los comportamientos de los animales lo que les salvó. Incorporamos un texto obtenido de Internet sobre este tema: *“La estampida de elefantes, el chillido de los pájaros, el inusual comportamiento de los delfines y las iguanas: todo eso, según los investigadores, habría alarmado a las tribus, lo que les dio tiempo para ponerse a salvo. Debbie Martyr, trabajadora del programa para la protección de animales en la isla indonesia de Sumatra, señaló que los animales poseen un agudo sentido del oído y pudieron percibir la llegada del tsunami desde la lejanía o advertir el cambio de la presión atmosférica. Esto podría explicar por qué en Sri Lanka, uno de los lugares más afectados por la catástrofe, no se registró la muerte de animales. Sin embargo, las tribus de la isla de Nicobar, muy mezclados con la industria del turismo, que abandonaron muchas de sus costumbres ancestrales, fueron tragados por las aguas y muy pocos sobrevivieron”*.

Parece como si este cerebro primitivo dispusiera de fórmulas efectivas para resolver situaciones de peligro, pero también de supervivencia positiva. Resolver situaciones de todo o nada requiere inmediatez y una buena ejecución de la conducta automatizada. El cerebro es capaz de borrar años de estudios del idioma inglés si no lo utilizamos, pero siempre dispondremos de arcos reflejos que nos permitirá retirar la mano a la velocidad del rayo si nos estamos quemando, seguramente porque es más útil para la supervivencia (inmediata).

Humor y Persuasión. ¿Cómo conectar eficientemente con la audiencia?

## 2. LA CONEXIÓN CON NUESTROS RECEPTORES. EL FUNCIONAMIENTO DEL CEREBRO EN LOS PROCESOS DE INTERACCIÓN.

En las sociedades modernas el cerebro reptilíneo trabaja poco: en competiciones deportivas, en los atascos, en las crisis de pareja... Disponen de mayor protagonismo el cerebro emocional y el racional. Realmente la época actual se podría denominar de *reencuentro* con lo emocional; después de siglos considerando las emociones como instintos bajos, vulgares y *ocultables*, hemos pasado a que los publispot se centren exclusivamente en emociones y sensaciones. Es normal, son la fuente de la actitud y ésta, a su vez, la dueña de marcar la dirección de la conducta y de las decisiones en cuestiones realmente importantes. Es emocional la elección de la persona con la que decidimos compartir la vida y tener descendencia, también es emocional la decisión sobre qué coche compramos y dónde nos gusta vivir, es emocional el compromiso que tenemos con el trabajo (y si no lo es, el compromiso será bajo). Creo que merece la pena que el presentador o ponente piense en estos factores cuando tiene que comunicar y quiere ganarse la aprobación de su auditorio, porque también esa decisión será en gran parte emocional.

El cerebro emocional, siguiendo el ejemplo del tronco del árbol, también tiene sus capas; en las más profundas están las emociones más básicas y relacionadas con el cerebro anterior, con el reptilíneo. Estas emociones son miedo, ira, asco, sorpresa, tristeza y felicidad. En las capas superiores están las emociones de carácter más social, como son simpatía, turbación, vergüenza, culpabilidad, orgullo, celos, envidia, gratitud, admiración, indignación y desdén. Uno de los aspectos más interesantes del campo de las emociones es su relación intrínseca con el comportamiento. La acción provoca una emoción que a su vez será potenciada, neutralizada o anulada por una siguiente reacción.

Por encima del cerebro emocional *montamos* otro cerebro, propio de la mayoría de los seres humanos, que se llama cerebro racional. Este es un sistema que integra a los anteriores, en *cuadros* normales de personalidad y, cuando no es así, surge el monstruo, una persona con apariencia normal que es capaces de hacer sufrir, abandonar o aniquilar con la mayor frialdad. Este cerebro racional se encarga del pensamiento abstracto, verbal, musical, numérico y de la hipoteca.

La evolución que experimenta el cerebro a lo largo de miles de años determina el sistema de aprendizaje del ser humano. Como señala Jean Piaget, las funciones de aprendizaje son: asimilación, acomodación y adaptación. Podríamos decir que el proceso de aprendizaje sigue las mismas pautas que el proceso evolutivo. De bebés

Humor y Persuasión. ¿Cómo conectar eficientemente con la audiencia?

## 2. LA CONEXIÓN CON NUESTROS RECEPTORES. EL FUNCIONAMIENTO DEL CEREBRO EN LOS PROCESOS DE INTERACCIÓN.

aprendemos succionando, chupando, cogiendo... Posteriormente hacemos pequeñas cábalas: si meto los dedos en el enchufe recibo una descarga eléctrica...; es más divertido tirar el jarrón que tiene mamá encima del aparador, pero si lo hago recibo unos azotes... Con lo que concluimos que, ni enchufes, ni jarrones, mejor juego con el Lego que me regalaron los Reyes Magos. Con este proceso de pensamiento, y unos cuantos años, aprendemos a hacer reglas de tres, oraciones subordinadas, resolver derivadas, integrales...

El verdadero aprendizaje parece que requiere la integración de los tres cerebros. Pongámonos en la siguiente situación: estamos estudiando la carrera, es viernes, tenemos un examen complicado para el que llevamos estudiando unos días (seguramente pocos), hacemos el examen y como es viernes nos vamos a tomar unas cañas con los compañeros. ¿Qué pasaría si nos volvieran a poner otro examen sobre la misma materia el lunes siguiente?, pues que seguramente la nota sería bastante peor porque se nos ha olvidado una gran parte. Sin embargo, si hoy mismo nos preguntaran por nuestra primera experiencia amorosa, la gran mayoría sería capaz de contarla con pelos y señales... Igual que somos capaces de recordar con facilidad la pérdida de un familiar cercano por muchos años que hayan pasado. Recordamos aquello que produce un impacto emocional; el cerebro considera que si eso que ha sucedido está intrincado en las áreas más básicas y primitivas no debe borrarlo porque, seguramente, está muy relacionado con la supervivencia de la especie y esto es lo verdaderamente importante.

En las situaciones de comunicación el proceso es prácticamente el mismo, la diferencia está en el tiempo, en la duración. Imaginemos la siguiente situación: “vamos por la calle y nos encontramos con un amigo y nos paramos a hablar con él. Este amigo está a su vez con otra persona que inmediatamente nos presenta. Charlamos los tres durante diez minutos y cuando nos vamos a despedir nos martillea la pregunta ¿Cómo me ha dicho que se llamaba? ¿Por qué no nos acordamos de su nombre? ¿Puede ser porque en el momento en que nos dicen el nombre aún no tuviéramos encendida el área del cerebro de reconocer nombres?” Creo que sí, que podría ser esto. La secuencia cerebral es la siguiente: nos encontramos y el cerebro reptilíneo nos dice: “todo controlado, situación amigable, no hago disparos hormonales de riesgo...”; en décimas de segundo el cerebro emocional se está encendiendo y quizá sienta sorpresa primero y luego simpatía... Mientras, estamos haciendo preguntas automáticas de las que hacemos y no esperamos que nos respondan: ¿Qué tal? ¿Cómo te va la vida?, por cierto, el otro día me encontré

Humor y Persuasión. ¿Cómo conectar eficientemente con la audiencia?

## 2. LA CONEXIÓN CON NUESTROS RECEPTORES. EL FUNCIONAMIENTO DEL CEREBRO EN LOS PROCESOS DE INTERACCIÓN.

con tu primo que iba a cortarse el pelo, ¿y qué tal? (ésta se suele repetir varias veces...)

Aunque el desconocido nos ha dicho como se llama, nosotros aún seguimos dándole palmaditas en el hombro a nuestro amigo y no nos hemos enterado. Pasados dos o tres minutos sí se enciende el cerebro racional y ya sí hay preguntas con respuestas y, más o menos, nos escuchamos.

Para ilustrar todos estos procesos de los que hablamos y llevarlos al campo de las presentaciones, vamos a imaginarnos que disponemos de una cámara oculta que sigue a un directivo, al que se le ha encargado hacer una ponencia en la que vender un nuevo producto con servicios añadidos a un grupo amplio de clientes; imaginemos también que en este producto la empresa ha invertido una sustanciosa cifra de euros. Empecemos el seguimiento horario; 48 horas antes de la presentación nuestro directivo tiene que hacer algunos esfuerzos para centrarse en las complicadas tareas de su día a día, seguramente cuando piensa en la presentación se le pone un nudo en el estómago, pero se tranquiliza pensando que aún queda tiempo para prepararlo todo muy bien y siente, internamente, que no puede dejar de despachar otros asuntos. Seguramente ha hecho tres o cuatro intentos de reescribir o reestructurar algún párrafo de su presentación, pero no le terminan de convencer. Ese día come con nervios y no le sienta bien la comida, además se mancha la corbata que le regalaron sus hijas el día del padre, ¡qué fatalidad! Por la tarde pide a alguien de su departamento que le prepare una información, cuando lo lee por la noche ve que sería complicado integrar esa información con el resto de la presentación. Durante este día la cámara ha registrado emociones de cierta angustia, desconcentración, nervios, cierta zozobra. Ha pensado que los clientes seguro que ya han escuchado a la competencia e igual han tomado la decisión de comprarles a ellos, por su cabeza se le pasan las objeciones una detrás de otra y en mayúsculas: SOIS CAROS, FALLÁIS EN LAS ENTREGAS, LOS DE MANTENIMIENTO NO SE DUCHAN...

Al día siguiente se levanta muy temprano para avanzar la presentación, apenas desayuna, a esas horas no apetece. Cambia cosas del esquema principal porque no las termina de ver, pero una vez que tiene claro el esquema se le altera el ritmo cardiaco y siente algún sudor frío porque es consciente que con el tiempo que tiene, y los cambios introducidos, es difícil hacer bien la presentación. Su sentimiento se asemeja mucho al de cuando teníamos un examen y éramos conscientes de que habíamos arriesgado demasiado, que el suspenso era algo probable; así se activan en su cerebro toda la

Humor y Persuasión. ¿Cómo conectar eficientemente con la audiencia?

## 2. LA CONEXIÓN CON NUESTROS RECEPTORES. EL FUNCIONAMIENTO DEL CEREBRO EN LOS PROCESOS DE INTERACCIÓN.

colección de sensaciones similares a ésta. El caso es que la presentación será mañana y la agenda del día está repleta, con reuniones verdaderamente importantes que no se pueden cancelar. Las reuniones una a una se van alargando porque le resulta complicado estar concentrado, de hecho, no está del todo de acuerdo con algunas de las decisiones que él mismo ha tomado, tiene dudas. Finalmente, a última hora de la tarde encuentra un momento para hacer cambios, que podríamos llamar definitivos, sólo por el hecho de que no tendrá más tiempo para hacer otros en las transparencias del *Power Point*, e incorpora, por si acaso, siete transparencias más. Ya en su casa, por la noche, decide quedarse preparando la presentación. El reloj avanza y son las tres de la mañana y la presentación será el día siguiente a las 9 ¿quién puede dormir con este lío en la cabeza? ¡Qué angustia! Este párrafo me ha hecho recordar cosas que no quería.

Nuestra cámara oculta no ha detectado ninguna vivencia que muestre sensación de seguridad, de tranquilidad, de confianza... Hagamos una enumeración de algunos de los errores cometidos por nuestro *ponente penitente*: ha cambiado los hábitos alimenticios, apenas ha comido a la hora del mediodía para disponer de tiempo, pero por la noche tenía un hambre atroz y ha devorado la cena, y claro, con el estómago lleno no conciliaba bien el sueño, sabiendo que lo importante es descansar bien porque suponemos que se tiene que levantar pronto para tenerlo todo preparado con antelación. Esto es, a las 7:00 ya debería haber ensayado. Tiene una hora de trayecto hasta la oficina. En realidad, esa noche no ha dormido más de tres horas.

Diez minutos antes de la presentación nuestro ponente nota que su ritmo cardiaco está disparado, recopila información por todos los sitios porque piensa que le sobrará tiempo, como no ha realizado ningún ensayo no tiene ni idea de cuánto tiempo durará su presentación. Mientras la audiencia va tomando asiento, él no mira a otra cosa que a sus papeles y a su ordenador. Acaba de cometer otro grave error, debería haber estado en la puerta saludando a cada uno de los asistentes, ha desaprovechado la oportunidad de generar un buen vínculo, de establecer un primer contacto en positivo. Cuando nos damos la mano y nuestros nombres, quedan iniciados los procesos de *aceptación* de la comunicación y transmitimos una imagen más segura, tranquila y ágil. Cuando el primer contacto es desde la posición de orador, desde la que estaremos un poco más tensos, y desde donde transmitimos una imagen de autoridad, habremos marcado distancia con el auditorio.

Humor y Persuasión. ¿Cómo conectar eficientemente con la audiencia?

## 2. LA CONEXIÓN CON NUESTROS RECEPTORES. EL FUNCIONAMIENTO DEL CEREBRO EN LOS PROCESOS DE INTERACCIÓN.

Este contacto inicial con el que se inicia el proceso de aceptación y que es la base de la comunicación y el entendimiento, debe ser iniciativa del ponente; los asistentes siempre esperan que se les marque el ritmo, que les faciliten las directrices por las que orientarse, saber cuáles son las *reglas de juego*.

Si nos acercamos al ponente podremos observar que su cuello está rígido, su respiración y ritmo cardiaco es rápido y su frente tiene un ligero brillo por el sudor frío. Esta respuesta corporal no es muy diferente a la que tendría un antepasado nuestro de hace 50 generaciones presenciando una invasión de los pueblos bárbaros, u otro antepasado de hace cinco siglos huyendo de la Santa Inquisición, que en todo caso sería salir corriendo o atacar, aunque esta última conducta seguramente sería incorrecta. Sin embargo, ahora el miedo es por salvar el prestigio, la imagen profesional, el negocio... y aunque dispare los mismos circuitos internos, la respuesta no puede ser la misma, aunque apetezca a veces... Nuestro ponente no puede salir corriendo por encima de las mesas o liarse a mamporros con los asistentes... sería poco efectivo y terminaría en un psiquiátrico.

¿Qué pensarán los asistentes según van llegando si no nos acercamos a saludarlos? pues que el ponente es un hombre distante, que no tiene preparada su intervención, les entran dudas ¿no seremos importantes para él?, ¿estará nervioso?, ¿esto servirá para algo?

Cuando empieza la presentación nuestro protagonista enciende el proyector y lee a los asistentes el título y mensaje principal de su presentación, mirando a la pantalla y dando, por momentos, la espalda a la audiencia. Lleva veinte segundos hablando y ha repetido cuatro veces la misma frase... comprueba que cada vez se encuentra más cómodo mirando a la pantalla del proyector, porque cuando mira al auditorio ve caras serias, que evalúan, que juzgan y piensa: “decididamente, lo mejor será leer y comentar cada una de las transparencias que he preparado”.

¿La audiencia sufre si ve sufrir al ponente? Seguramente sí, sencillamente porque no pueden ayudarle y reflejan física y corporalmente su impotencia. Se forma un círculo que se retroalimenta negativamente, el ponente mira a la audiencia y percibe su seriedad y se siente mal, esto a su vez hace que mire menos a la audiencia, se le escucha peor, repite conceptos, no aporta ideas verdaderamente interesantes, su cara muestra angustia, la audiencia se contagia por esa angustia y a su vez la expresa corporal y gestualmente con lo que el ponente recibe cada vez peor feedback.



Humor y Persuasión. ¿Cómo conectar eficientemente con la audiencia?

## 2. LA CONEXIÓN CON NUESTROS RECEPTORES. EL FUNCIONAMIENTO DEL CEREBRO EN LOS PROCESOS DE INTERACCIÓN.

El comportamiento que manifestamos como comunicadores depende en gran medida de nuestra capacidad para transmitir seguridad y controlar las emociones que nos hacen sentir miedo ante una situación de hablar en público. Entonces la pregunta es: ¿Qué podemos hacer para ganar seguridad? Lo fundamental y básico es prepararse bien, tener claro qué queremos conseguir con nuestra exposición, cuál es nuestro objetivo, y después, saber controlar nuestras emociones negativas y mostrar las positivas, que la cara y el cuerpo digan: “¡estoy encantado de estar con vosotros!”.

Los ejercicios de relajación basados en la respiración parecen ser los únicos (sin recurrir a los fármacos) que son capaces de conseguir esto, de acomodar nuestro ritmo cardiaco a las exigencias del momento, a que nuestro cuerpo se muestre equilibrado y seguro, a que nuestra voz salga fluida, con buen ritmo, sin temblar.

Los inicios siempre son importantes, también en una situación de comunicación, porque están llenos de incertidumbre y preguntas, que en muchas ocasiones no las hace el área racional del cerebro de los asistentes sino la disposición emocional de los inicios. El desconocimiento es un gran provocador de desasosiego, el no saber qué va pasar nos pone nerviosos, nos impacienta, nos hace sentir inseguros, pero apenas comienza una situación de comunicación la energía acumulada nos hace estar muy alertas a las primeras señales, a los primeros signos, que sin duda son evaluados por el área más rápida de nuestro cerebro y más primitiva, que busca respuestas claras, funcionando más en forma digital (bien o mal) que en analógico, porque el pensamiento analítico, más centrado en los detalles, es más lento. La audiencia evalúa al ponente incluso antes de que aparezca, en función de los clichés sobre el tema a tratar, procedencia del ponente, las referencias que se tengan de él... y cuando aparece se sigue evaluando, para llegar, consciente o inconscientemente, a una respuesta que incremente la sensación de seguridad, de reafirmación de la evaluación realizada en el inicio.

En los inicios se le evalúa en los aspectos más humanos: ¿está nervioso?, ¿qué aspecto tiene?... Será pasados unos instantes cuando seremos capaces de evaluarle profesionalmente. Por este razonamiento es por lo que la mayoría de las ponencias comienzan con una presentación personal. Una de las peores dificultades que se le puede poner a un presentador es pedirle que comience hablando directamente de los contenidos de su intervención, sin una presentación previa. Cuando pasa esto, el ponente, independientemente de que lo haga mejor o peor, internamente no se encontrará bien a lo largo de toda la potencia.

Humor y Persuasión. ¿Cómo conectar eficientemente con la audiencia?

## 2. LA CONEXIÓN CON NUESTROS RECEPTORES. EL FUNCIONAMIENTO DEL CEREBRO EN LOS PROCESOS DE INTERACCIÓN.

¿Qué sucede si conseguimos hacer algo para que todos nuestros interlocutores sonrían nada más empezar?, ¿cuál es la secuencia de emociones que se activan? Intentemos hacer una descripción de las más habituales. El auditorio, que por el hecho de asistir a una ponencia va a invertir un tiempo en un sitio del que le resultará embarazoso salir, mientras el cual no le será posible hacer otras tareas (salvo enviar mensajes con el móvil), e incluso puede ser que haya pagado por asistir o que esté obligado a hacerlo (que es peor). Si logramos que sonría le estamos liberando de las bases negativas que mentalmente puedan preocuparle: pérdida de tiempo, aburrimiento, agobio por no estar haciendo otras cosas, necesidad real de saber algo... Y estaremos activando otras positivas porque le hemos sorprendido, y esto hace, no sólo captar su atención, sino que la retenga durante unos instantes, generando unas expectativas que no deberemos defraudar. Cuando un grupo sonrío junto, prácticamente se convierte en un equipo, adquiere conciencia de existencia y de pertenencia. Se oyen unos a otros en algo tan básico como es sonreír. Las emociones unifican con fuerza a los grupos, tanto las positivas (alegría), como las negativas (odio), como ejemplo podemos pensar en cualquier deporte.

¿Si les hacemos sonreír nos evaluarán mal? (como veis esta es una pregunta bastante tonta). Simplemente, no podemos querer mal a alguien que nos hace pasarlo bien, aunque siempre hay excepciones, una es que nos hagan reír con un chiste que está fuera de lugar (que no utilice *humor blanco*, sino que se apoye en los tópicos del humor de noche o en la burla de alguien, que siempre ha sido muy utilizado en nuestro país -y que a mí no me hace ni pizca de gracia-). Otra excepción es que seamos los portadores de un tema maldito, sobre el que el auditorio tiene una actitud negativa, y hay una tercera, hay gente que no quiere pasarlo bien, se lo tienen prohibido.

Si hacemos sonreír al auditorio nos evaluarán bien y nos concederán credibilidad, por varias razones: nos agradecen haber preparado una broma para dedicársela, si perciben que hemos preparado una broma, por generalización, también pensarán que hemos preparado toda la ponencia -por supuesto que sí-; se genera una expectación, subiendo los niveles de atención.

La *broma de arranque o aperitivo* que utiliza el ponente también le define e interviene en la evaluación que le hacen en los primeros instantes, por esto, es importante que la primera broma sea *blanca* y sobre uno mismo. En mi caso, con frecuencia comienzo las ponencias y los cursos presentándome de la siguiente forma: “Buenos días, soy Alberto

Humor y Persuasión. ¿Cómo conectar eficientemente con la audiencia?

## 2. LA CONEXIÓN CON NUESTROS RECEPTORES. EL FUNCIONAMIENTO DEL CEREBRO EN LOS PROCESOS DE INTERACCIÓN.

Vaca, Vaca con V porque cuando se inventó mi apellido no existían los coches...”.

Como veis es una tontería, pero cumple el objetivo de *broma aperitivo*. Comenzar hablando del nombre, apellidos, lugar de nacimiento, título de la ponencia... es uno de los mejores y más habituales recursos de inicio de presentación. Una broma muy socorrida para aquellos que tenéis apellidos habituales puede ser: “Buenos días, me llamo Antonio López García, de padre ruso y madre polaca”, vale, vale... vosotros os reís, pero yo tengo una calle en el sur de Madrid (si la audiencia es de Madrid lo entenderá). También se pueden componer bromas para apellidos un poco raros, como el mío.

Para conectar con nuestros interlocutores es necesario sincronizar los niveles, primero lo emocional, para conectar con aquellos que percibimos (y ellos lo notan) como iguales en los aspectos más humanos, que nos permiten ver sus valores internos de una forma sincera y sencilla, desde el *principio de verdad* (decir algo cierto y desde dentro), porque nos da confianza y a cambio entregamos credibilidad. Después se activará lo racional que nos permite, además de hacer una valoración más técnica y objetiva, satisfacer necesidades de carácter profesional. Sin duda, el camino entre lo racional y lo emocional es de doble sentido y se retroalimenta; si un planteamiento del ponente nos parece coincidente al nuestro, sentiremos un mayor afecto y empatía por él, y si de vez en cuando nos hace un *guiño* de humor inteligente nos podemos hacer hasta devotos (que está de moda).

Todo este mundo de emociones y sentimientos, si bien con menor fuerza, también se produce en situaciones en las que ponente y auditorio se conocen. Simplemente los niveles de activación del ponente no son tan altos y los de la audiencia se limitan a pensar ¿Qué cara traerá hoy?, ¿Seguirá sorprendiéndonos?

En los primeros instantes de una ponencia se iluminan las zonas del cerebro reptilíneo lo que genera una serie de procesos de ajuste corporal a través de movimientos (la mayoría de los ponentes hacen una especie de baile en los primeros instantes; pasos hacia delante, hacia detrás y a los lados –no recuerdo el nombre del baile ☺-). En algunos casos hacen que el ponente se acelere, se atropelle y diga cosas que si oyese por segunda vez diría: ¡madre mía, pero qué he dicho! Deberá procurar bajar los ritmos de respiración y cardíacos a sus niveles normales para situaciones así, aunque siempre serán más acelerados que los que tenemos en el salón de nuestra casa.

Humor y Persuasión. ¿Cómo conectar eficientemente con la audiencia?

## 2. LA CONEXIÓN CON NUESTROS RECEPTORES. EL FUNCIONAMIENTO DEL CEREBRO EN LOS PROCESOS DE INTERACCIÓN.

La mirada es el principal conector con el entorno, el tiempo de conexión durará menos si establecemos la mirada con la audiencia desde el principio, incluso antes de empezar a hablar. El consejo es el mismo que el que daríamos para meternos a una piscina: ducha rápida y de cabeza, cuando nos lo pensamos mucho el agua se enfría. La recomendación es mirar al auditorio, internamente contar hasta cinco y comenzar con un ritmo fluido y un tono acorde a las dimensiones del espacio en el que hablamos. La mirada deberá ser continua durante toda la exposición, si es posible, en ningún momento hay que dejar de mirar a los asistentes, repartiendo de forma equitativa la mirada entre ellos, (a todos los aceptamos por igual, todos son verdaderamente importantes para nosotros, lo digo en serio). Gráficamente diríamos que hay que dibujar una especie de tela de araña con la mirada que va formando figuras tipo estrella entre los asistentes y que procuraremos que estas redes de conexión se mantengan durante la exposición. Es bueno mirar a los ojos, no tenemos nada que ocultar, aunque mirar a los mismos ojos a veces puede ser un poco intimidatorio para la otra persona si es un poco tímido/a, y por ello, en estos casos aconsejamos mirar a la zona del entrecejo. También hay zonas a las que no aconsejamos mirar, aunque apetezca...

En los primeros instantes nuestra sensación de seguridad se incrementa si manejamos a nuestro favor el instinto de prensión y no me estoy refiriendo a coger un rotulador o un bolígrafo y estrujarlo, hacer click, click... Me explico un poco mejor, los humanos nacemos con un instinto reflejo de prensión, de agarrarnos, que mantendremos toda la vida. Si recordamos la primera vez que subimos a un avión, durante el momento del despegue, ante esa situación desconocida y psicológicamente de peligro, lo que hicimos por instinto fue agarrarnos con fuerza a los brazos del asiento y apretar las plantas de los pies con fuerza contra el suelo. La idea es: si esto lo hacemos para encontrar seguridad, ¿qué pasaría si en los inicios de una presentación apretásemos las plantas de los pies bien al suelo? Pues que experimentaríamos una mejor sensación de solidez, de seguridad, de autoconvencimiento... sobre todo si esta postura está acompañada de un ajuste corporal que consiste en mantener la columna recta, las rodillas un poquito flexionadas, los hombros y los brazos relajados, y la cabeza erguida, (ver muñeco de contraportada, más o menos). Esta postura de *arranque* facilita la impostación de la voz, la comunicación no verbal y transmite una imagen de solidez.

La sensación de seguridad en la audiencia suele ser un reflejo de la propia sensación de seguridad que transmitimos; y uno de los aspectos que mejor contribuye a tranquilizar al

Humor y Persuasión. ¿Cómo conectar eficientemente con la audiencia?

## 2. LA CONEXIÓN CON NUESTROS RECEPTORES. EL FUNCIONAMIENTO DEL CEREBRO EN LOS PROCESOS DE INTERACCIÓN.

auditorio y generar en él expectativas positivas es la sonrisa. No sólo transmitimos una mejor sensación de simpatía si sonreímos, también emitimos el mensaje de que estamos contentos de estar en esa situación, de estar con ellos, que no tenemos miedo a que algo pueda salir mal, que si yo sonrío, que conozco los contenidos que voy a transmitir, es que son atractivos, interesantes... También sonreír significa ofrecer nuestra mejor cara. Puede ser que el mensaje a transmitir tenga poco que ver con una sonrisa; si fuera así, el consejo sigue siendo el mismo, sonreír mientras se está esperando a que todos estén sentados para poder empezar; y una vez que empieza el discurso, nuestra gesticulación, fundamentalmente la facial, deberá ir en la misma sintonía que el mensaje a transmitir. Es importante que el feedback que recibimos en estos instantes sea positivo, o al menos neutro, porque son los momentos de mayor susceptibilidad. Nuestros cerebros, reptilíneo y emocional, son los que prioritariamente están funcionando en estos momentos; si la percepción es buena animarán a todo el sistema en positivo, habrá un incremento en la segregación de transmisores químicos y eléctricos que harán que se disponga de la energía y las conexiones suficientes como para convertir una situación así en un éxito. Cuando la situación está bajo control, y así lo decide la parte emocional, será la parte racional la que se desenvuelva a través de las ideas y los esquemas que hemos preparado.

Este proceso que va desde estructuras primitivas a otras racionales se produce en todas las situaciones de comunicación, la diferencia es que cuando la situación de comunicación es familiar, el proceso es más rápido, cosa que a veces provoca -sobre todo en las parejas- problemas de entendimiento. En algunas culturas, sobre todo en las más ancestrales, se conceden tiempo (mucho más que en la nuestra) para saludarse y reconocerse, es como si los humanos conectásemos con nuestros iguales a través de la sintonía emocional y luego, una vez satisfechas las necesidades emocionales, es cuando podemos analizar, debatir, exponer... es decir, hacer las funciones que suelen hacer los lóbulos más sofisticados del cerebro.

En un primer vistazo cada integrante de la audiencia valora al ponente en términos digitales de unos o ceros, esto es, me gusta o no me gusta. A su vez, esta valoración desencadena unas expectativas y, por tanto, la conexión no es más que el principio, luego vendrá la argumentación y la estructura.

Conectar con la audiencia en los primeros instantes es la base que nos facilita intentar persuadir, pero para influir verdaderamente en los demás, para que días después de la

Humor y Persuasión. ¿Cómo conectar eficientemente con la audiencia?

## 2. LA CONEXIÓN CON NUESTROS RECEPTORES. EL FUNCIONAMIENTO DEL CEREBRO EN LOS PROCESOS DE INTERACCIÓN.

ponencia piensen que ésta ha sido verdaderamente provechosa, es necesario ofrecer contenidos interesantes y útiles. También es necesario estar conectados a la audiencia cuando expresamos las ideas, criterios y conclusiones para que la valoración del auditorio, ya no sólo sobre el ponente, también sobre los contenidos, sea, en lo posible, objetiva, aceptable y partidaria. Y si esto último, no sucediera, al menos, generarles dudas razonables y obtener respeto por nuestros criterios, porque los vean bien estructurados y fundamentados.

Para conseguir esta conexión racional que nos permita causar influencia en nuestra audiencia disponemos de una serie de herramientas, las Estrategias de Persuasión que desarrollamos en el capítulo 8, y que, en resumen, se basan en estructuras (con significante y significado) que destacan nuestras ventajas, el valor añadido que satisface las necesidades (objetivas y/o subjetivas) específicas de nuestro auditorio.