



READ MATTHEWS

TRAINING IN MANAGEMENT & COMMUNICATION SKILLS

In Form

Nuestro newsletter, **In Form**, está concebido para mantenernos en contacto con Ud. aportando información sobre los servicios de formación disponibles y destacando nuevas iniciativas.

In Form no. 33

Caniches, caimanes y el poder de la persuasión

Casi todos hemos oído la historia de la señora que puso a su caniche en el microondas para secarle el pelo después de darle un baño ya que hacerlo con una toalla era demasiado lento. Y ¿recuerdas aquella otra sobre los caimanes gigantes que viven en las cloacas de Nueva York? Se dice que cuando los caimanes que tenían algunos habitantes de N.Y. como mascotas crecieron demasiado para seguir teniéndolos en casa, los soltaron en el sistema de alcantarillado de la ciudad, donde sobrevivieron, se multiplicaron y crecieron hasta alcanzar dimensiones gigantescas. Incluso hoy en día los escolares repiten la historia sobre el falso alunizaje del Apolo. Siento mucho la desilusión, pero todas éstas son leyendas urbanas. Historias divertidas, pero no ciertas.

Las leyendas urbanas suelen ser historietas apócrifas que van de boca en boca y son suficientemente convincentes como para que nos las lleguemos a creer. Para convencernos de su veracidad casi siempre se suele decir que la información sobre estas historias "ha salido de fuentes fidedignas". Por ejemplo, una de las formulas más utilizadas es la de "Realmente le pasó a un amigo mío". Actualmente, Internet es el lugar ideal para ponerse al día con las historietas que están circulando. ¿Qué te parece las de ..?

- que Barack Obama es Musulmán? (Falso.)
- que la Dirección General de Tráfico ha instalado dispositivos que llaman directamente a tu móvil mientras que estás conduciendo y si lo coges te multa? (Falso - Espero.)
- y que Tom Cruise es gay? (Bueno, ¿Quién sabe?)

La mayoría de nosotros nos creemos demasiado listos como para dejarnos engañar por las leyendas urbanas. Solamente los más ingenuos se las tragan ¿cierto? Sin duda esto es lo que pensábamos, pero estábamos equivocados. Ahora nos hemos dado cuenta de que en nuestros cursos hemos estado repitiendo una leyenda urbana que circula por casi todo el mundo en el

READ MATTHEWS Lope de Vega 36, 28014 Madrid, España

e-mail: rm@readmatthews.com - Teléfono: (+34) 914 292 115 - Fax: (+34) 913 691 965

© Read Matthews · Última actualización el 02/09/2009 a las 20:55 CEST

campo de la comunicación. En nuestros cursos citamos un estudio elaborado por la Universidad de Yale para encontrar las 12 palabras en inglés más persuasivas. Éstas son:

1. Tú
2. Fácil
3. Nuevo
4. Ahorro
5. Gratis
6. Ayuda
7. Dinero
8. Resultados
9. Amor
10. Demostrado
11. Hallazgo
12. Garantía

O por lo menos, nos creímos que estas eran las palabras más persuasivas - Resulta que el mencionado estudio es inexistente. Parece ser que un ejecutivo publicitario americano elaboró esta lista hace más de 50 años. El hecho de hacer referencia a la Universidad de Yale fue simplemente para darle más veracidad al asunto citando una fuente fidedigna. ¡Y nosotros nos lo tragamos!

Entonces, ¿es hora de pedir disculpas y hacer algún cambio en nuestros cursos? ¡Qué va! Incluso siendo esta lista un invento, nos gusta y nos la quedamos. Siempre nos ha gustado la idea de que *tú* es la palabra más persuasiva en inglés y en cualquier otro idioma. Puede que haya estudios en el futuro que contengan diferentes listas de palabras, pero para nosotros *tú* es y será la número uno. En definitiva, los buenos comunicadores utilizan *tú* más que *yo*. Si haces lo mismo, crearás una conexión más profunda con tus escuchantes y aumentarás tu poder de persuasión.

Una palabra que no está incluida en esta lista apócrifa de palabras más persuasivas es *porque*. Es una lástima, ya que sí hay un estudio real llevado a cabo por la psicóloga Ellen Langer y otros colegas de la Universidad de Harvard que demuestra que la palabra *porque* tiene un poder verdaderamente persuasivo. En el estudio, Langer utilizó a un desconocido para que preguntara a alguien que estaba esperando para hacer fotocopias, "Perdón, tengo cinco páginas. ¿Puedo utilizar la fotocopiadora?" En este caso, el 60% de las personas dejaron que el desconocido hiciera las fotocopias antes que ellos. Sin embargo, cuando el desconocido incluía en su petición una razón para no esperar su turno (p.ej. "Puedo utilizar la fotocopiadora *porque* tengo mucha prisa?"), un aplastante 94% de las personas accedieron. Por lo tanto, si deseas aumentar las oportunidades de obtener lo que quieres, siempre debes explicar las razones utilizando la palabra *porque* (incluso si piensas que las razones son obvias).

Si quieres saber más de persuasión e influencia, sólo tienes que inscribirte en uno de nuestros cursos de ***Comunicación y Habilidades Interpersonales***. Más información en www.readmatthews.com/courses/communicatione.php

[Suscríbese gratis](#) a **In Form** para recibir nuestras noticias más recientes por correo electrónico. READ MATTHEWS opera bajo la más estricta [política de confidencialidad](#).

Si desea cancelar su suscripción diríjase a: in_form@readmatthews.com. In Form se produce en PDF. Puede descargar gratis la versión más reciente de Adobe Reader:

Descargas:



In Form no.32 - Mensajes pegadizos	PDF 245KB
In Form no.31 - Ya lo dijo W. Shakespeare	PDF 245KB
In Form no.30 - Fifty Ways to Improve your Telephoning and Teleconferencing Skills	PDF 206KB
In Form no.29 - ¿Quién se ha llevado mi tiempo?	PDF 176KB
In Form no.28 - Hyvää joulua!	PDF 116KB
In Form no.27 - LOL - Laughing out loud (Partiéndome de risa)	PDF 161KB
In Form no.26 - The Body Shop	PDF 138KB
In Form no.25 - "Juego de muñeca"	PDF 134KB
In Form no.24 - Etiqueta de una teleconferencia	PDF 153KB
In Form no.23 - ¡No más siestas!	PDF 120KB
In Form no.22 - Deprisa, Deprisa	PDF 115KB
In Form no.21 - PNL para Directivos	PDF 110KB
In Form no.20 - <i>El Grito</i> de Munch y la gestión de conflictos en la empresa	PDF 208KB
In Form no.19 - Comprueba tu capacidad de comunicación en las relaciones comerciales internacionales	PDF 106KB
In Form no.18 - ¡Sé un ganador en el comedor esta Navidad!	PDF 108KB
In Form no.17 - Inglés Inteligible: O como no parecer una metralleta	PDF 123KB
In Form no.16 - ¡Jergas, Jerigonzas y Gobbledygook!	PDF 123KB
In Form no.15 - Tres "clásicos" para tu mesilla	PDF 127KB

In Form no.14 - 50 Maneras De Mejorar Su Inglés Profesional	PDF 136KB
In Form no.13 - Cómo impacta la Inteligencia Emocional en la Gestión de los Equipos	PDF 104KB
In Form no.12 - Llamando al éxito	PDF 92KB
In Form no.11 - Negociación y el lenguaje de las señales ocultas	PDF 122KB
In Form no.10 - Cambio de proceder	PDF 135KB
In Form no.9 - ¡Gente, gente, gente! Usando la PNL para una mejor comunicación	PDF 340KB
In Form no.8 - Read Matthews colabora con ESCP-EAP en su nuevo programa "Basic Business Readiness"	PDF 450KB
In Form no.7 - ¿No os asusta el cambio?	PDF 246KB
In Form no.6 - Historias para no dormir: ¿Qué podemos aprender de ellas?	PDF 525KB
In Form no.5 - ¡Menuda Papeleta!	PDF 456KB
In Form no.4 - Sesión de 'Team Building' en La Torre del Visco	PDF 459KB
In Form no.3 - Crónicas Navideñas	PDF 348KB
In Form no.2 - Read Matthews acreditado para utilizar la metodología Team Management Systems®	PDF 319KB
In Form no.1 - ¡Motivación, entretenimiento... incluso inspiración!	PDF 308KB