

Tal como lo dice en la lectura, la persuasión se esta convirtiendo y se ha convertido en una herramienta esencial para el uso del ser humano de día a día, ya sea para conseguir el empleo que buscamos, el entrar a una escuela en especial o simplemente para conseguir ese capricho que tanto queremos

“La persuasión es algo similar a un contrato, en el que ambas partes buscan algún beneficio, aunque no tiene por qué ser en las mismas proporciones.”

Exactamente como lo dice esta frase, debemos entender que la persuasión es una cosa muy distinta a la comunicación persuasiva, recordemos que la persuasión es el intento consiente del emisor al cambiar actitudes y creencias por medio de un mensaje apelando a intelecto del receptor he identificándose con el mismo

¿Pero cómo podemos aprender a persuadir?

la persuasión es un acto interactivo que trata de satisfacer las necesidades de ambas partes”. Según estos expertos, en este proceso el persuasor hace uso de la razón, su credibilidad y la atracción emocional que suscita, guiando a la persona persuadida hacia la adopción de alguna creencia, valor, actitud o comportamiento por el que, a menudo, ya muestra una preferencia de forma subconsciente. Así pues, se trata de un proceso bidireccional.

1. Comunicar el nivel adecuado de credibilidad.
2. Crear el entorno emocional oportuno.
3. Idear la argumentación más pertinente.

1. Credibilidad del orador. La primera prueba, quizá la más importante de las tres, se refiere al carácter del comunicador. La probabilidad de que aquellos públicos que no disponen de ningún conocimiento previo del orador acepten su mensaje es mayor si consideran que es digno de confianza.

2. La conexión entre orador y público. Esta segunda prueba aborda la utilización eficaz de la psicología del público. El concepto de pathos, tal y como lo bautizaron los griegos, se puede definir como el proceso de infundir en la audiencia el estado emotivo más adecuado para la recepción del mensaje.

3. Datos y hechos. El concepto de logos, la tercera prueba, se basa en un uso sensato de racionalidad, datos y hechos. Evidentemente, este concepto también incluye la utilización de lógica deductiva e inductiva o argumentación. La persuasión consiste en identificar los aspectos a los que el público da importancia y cuál es el contexto común.

Utilizando todas las herramientas aprendidas en la lectura "creer" podemos entender más el concepto de persuasión y comunicación persuasiva a cómo crear mensajes para esos tipos de público y así poder crear una buena persuasión ya sea que el receptor lo sepa o no, recordemos que la persuasión depende de la intención del emisor y si no hay intención, no cuenta como persuasión, reitero como dice esta lectura, debemos tener mucho cuidado con la intención de la persuasión, pues debemos dar a conocer y transmitir la credibilidad que queremos con la cual se nos crea para lograr una buena persuasión, ya que hoy en día es una arma de doble filo pero necesaria para muchas cosas.