

Denisse López Manríquez

Comunicación Persuasiva

Actividad 1. Parcial 2 "Créame"

Hoy en día comunicar y convencer es casi esencial para todos desde nuestra vida personal, hasta nuestra vida laboral, profesional y familiar. Para todo en algún momento necesitamos convencer. Esto ha convertido a la comunicación oral como un aspecto relevante para todos, puesto que en la sociedad actual dependemos de nuestra capacidad de interacción mucho más que en generaciones anteriores y todos tenemos la necesidad de comunicarnos de forma eficaz, aunque a menudo no resulta sencillo.

Resulta complicado ya que cada individuo tiene sus propios objetivos y percepciones, es decir, nuestras metas son distintas a las de otras personas. Es aquí donde entra la persuasión que es el único medio de que disponemos para que los que nos rodean comprendan nuestro punto de vista o, por lo menos, para conseguir que cooperen en la consecución de nuestros objetivos. Esta misma (según el grado según el grado de aceptación del público) se divide en 3 niveles:

1.-Modificación de actitudes, opiniones y comportamientos: Crearle a un público no satisfecho una necesidad satisfaciendo su deseo, consciente o inconsciente, de algo nuevo sintiéndose cómodo con ello. Puesto que la persuasión busca sólo el cambio voluntario, sin promesas engañosas ni actitudes que obliguen o manipulen.

2.-Refuerzo de creencias, actitudes y comportamientos: Crearle al público una motivación hacia nuestro mensaje, reforzando la idea que ya se tiene positiva hacia nosotros.

3.-Creación de actitudes y opiniones: Crear una respuesta positiva al público sobre sus dudas.

Cualquiera de estas tres categorías de "respuesta" no se limita la capacidad de elección del público.

Los receptores del mensaje sólo responderán de forma positiva si se satisface hasta cierto punto alguno de sus deseos, necesidades o carencias. Es imprescindible crear un trasfondo común, pero cuantos más puntos en común existan más fácil resultará lograr la persuasión. Y la pregunta sería ¿Cómo lograr una comunicación persuasiva? Nuestro modelo está basado en el clásico triángulo de la persuasión:

1) Comunicar el nivel adecuado de credibilidad: es decir, conocimiento sobre la materia.

2) Crear el entorno emocional oportuno: crear una conexión emocional.

3) Idear la argumentación más pertinente: uso sensato de racionalidad, datos y hechos.

Cabe destacar del importante papel que juega la imaginación, se podría definir como la capacidad para generar imágenes mentales del mundo. No se puede esperar que el público se suscriba a nuestro mensaje si nosotros mismos no podemos transmitir nuestra

identificación con él. Todas las acciones que llevemos a cabo deben estar dirigidas al público. Después de todo, la persuasión no tiene sentido sin un público al que dirigirse. Para lograr el convencer lo primordialmente necesario es confiar en sí mismo y en que el mensaje que se lleva vale la pena para poder lograr persuadir, y con esto lograr la aceptación de este.

Como opinión personal aquí nos engloba la persuasión como un acto interactivo en el cual a mayor grado de comprensión entre las partes, más eficaz habrá sido la comunicación. Para poder llevarla a cabo debemos estar informados y ser conscientes del mensaje que llevamos y de manera creativa aterrizarlo hacia el público porque esta satisface alguna necesidad deseo de ambas partes, por una sería promover los objetivos del persuasor y por otra mejorar los intereses del persuadido. Sin embargo, el público siempre debe tener la libertad de decidir.