



Libro Todos se comunican, pocos se conectan

Lo que la gente más eficiente hace distinto

John C. Maxwell
HarperCollins Leadership, 2010
También disponible en: Inglés

Reseña

Para aprender a conectarse con otros, imite a una superestrella de las conexiones: al experto en desarrollo de liderazgo John C. Maxwell. Cuando publicó una versión preliminar de este libro en su *blog*, 100.000 personas la leyeron y muchas hicieron comentarios sobre cómo mejorarlo. Maxwell ha vendido más de 18 millones de libros y su compañía ha enseñado habilidades de liderazgo a más de cinco millones de personas. Proporciona los principios sencillos de este libro y citas, anécdotas e historias abundantes para explicar cómo crear relaciones con otras personas en muchos escenarios. Sin sermonear (aunque es predicador) ofrece una filosofía inteligente y decidida sobre la conexión. Los sensatos consejos de Maxwell – enfóquese en otros, ayúdelos, sonría – no son sensacionales, pero nadie puede disputar su verdad esencial. Si en ocasiones parece que el libro salta de una gran historia a otra, eso es parte de su encanto – y todo se resume en consejos que mejorarán su capacidad de vincularse con otras personas. El truco es llevar los ejemplos a la práctica y Maxwell explica cómo hacerlo. *BooksInShort* recomienda su libro a todo aquel que quiera mejorar sus habilidades de oratoria y sus conexiones interpersonales.

Ideas fundamentales

- Si la gente se siente cercana a usted, hablará bien de usted, le tendrá confianza, hará más de la cuenta por usted y disfrutará estar con usted.
- Para crear una buena relación con otros, céntrese en ellos, no en usted.
- Para crear vínculos significativos, muestre a las personas que se preocupa por ellas, que quiere ayudarlas y que pueden confiar en usted.
- Trate de vincularse con la gente “visual, intelectual, emocional [y] verbalmente”.
- Sea el primero en iniciar una relación con individuos, grupos y públicos.
- A menudo, a las personas les cuesta trabajo conectarse, pues suponen demasiadas cosas, son arrogantes, parecen indiferentes o ejercen demasiado control.
- Utilice la estrategia de comunicación de las “3S”: “Que el mensaje sea sencillo. Que lo diga sin prisa. Que sonría”.
- La gente se hará amiga suya más fácilmente si tiene intereses en común con usted.
- Cuando hable en público, sea breve, claro, accesible, atrayente y directo. Repita los puntos más importantes. Relate historias.
- Para alentar a otros a actuar, comparta lo que “deben saber”, muestre lo que “deben ver” y transmita su pasión sobre lo que “deben sentir”.

Resumen

Para conectarse, debe comunicarse

¿Cómo sabe cuándo se ha conectado bien con otras personas? Cuando hacen más de la cuenta por usted. Cuando hablan muy bien de usted. Cuando se relacionan con usted emocionalmente y se comunican abiertamente. Cuando confían en usted. Cuando muestran energía positiva hacia usted y disfrutan su compañía. Conectarse significativamente con otros tiene grandes compensaciones. La gente con conexiones cálidas afronta menos conflictos y disfruta más sus relaciones. Sin embargo, establecer ese tipo de vínculos requiere abrirse camino entre el aluvión de señales y mensajes que bombardean a toda la gente todos los días. Eso significa convertirse en un comunicador eficaz, una habilidad que puede aprender por sí mismo – y estar contento de haberla aprendido.

“Incluso si no sabe conectarse bien con otros hoy, puede aprender a hacerlo y ser mejor mañana”.

Las conexiones cálidas dependen de usted mismo y admitir el valor de otras personas. No se centre en usted mismo, sino en los que están a su alrededor. Para conectarse con las personas, hable con ellas y centre la conversación en las preocupaciones de ellas, no en las de usted. Trate de crear relaciones de uno a uno; dentro de éstas ocurre alrededor del “90% de todas las conexiones”. Perfeccione sus habilidades en esta área básica. Luego aprenda a conectarse con miembros de grupos y, por último, con el público. No es fácil, pero es esencial. Piense cómo respondería estas preguntas alguien con quien está usted hablando:

1. **“¿Se preocupa usted por mí?”** – Demuestre que verdaderamente se preocupa por otros. Deje de inquietarse por sus necesidades y preste atención a las de ellos.
2. **“¿Me puede ayudar?”** – Los grandes vendedores viven de acuerdo con esta trillada, pero verdadera, máxima: “Nadie quiere que lo vendan, pero todos quieren que los ayuden”. En vez de buscar gente que lo ayude, empiece a ayudar a otros.
3. **“¿Puedo confiar en usted?”** – El amor entre las personas es vital, pero la confianza es aún más crítica. Nunca se conectará con nadie si usted no es digno de confianza.

“Conectarse es la capacidad de identificarse con la gente y relacionarse con ella de manera que aumente su influencia en ellos”.

Su agenda no es importante para otras personas, pero la ayuda para promover sus agendas sí lo es. Para tener a la gente de su lado, póngase rápidamente del lado de ella. Conectarse es así de fácil si lo hace genuina y creíblemente. La manera como actúe es mucho más significativa que lo que dice. De hecho, a menudo las palabras tienen poco que ver con la conexión. La impresión que haga depende de cuánto revela de usted mismo. Conectarse positivamente tiene cuatro componentes:

1. **“Lo que ve la gente: conexión visual”** – Su apariencia es mucho más importante que lo que usted dice. Vístase bien. Arréglese. Sonría y utilice expresiones faciales cálidas y agradables. Manténgase derecho cuando está de pie. Muévase con energía.
2. **“Lo que entiende la gente: conexión intelectual”** – Para conectarse bien con otros, relate experiencias personales auténticas que puedan compartir, sentir y respetar. Piénselo de esta manera: “Cuando se encuentra a sí mismo, encuentra a su público”. Charles Laughton, un famoso actor [de mediados del siglo XX], en una ocasión fue a una fiesta de Navidad en Londres en la que el anfitrión pidió a todos que recitaran un pasaje que representara la temporada. Laughton recitó profesionalmente el *Salmo 23* y recibió un cálido aplauso. El siguiente turno le tocaba a una mujer mayor que estaba dormida en una silla en el rincón. Después que sus amigos la despertaron y le dijeron lo que estaba sucediendo, con toda sinceridad, pero poco profesionalmente, empezó a recitar el mismo salmo: “El Señor es mi Pastor, Nada me falta ...”. Cuando terminó, todos lloraban. ¿Por qué provocó su recitación una reacción emocional más fuerte que la pulida declamación del autor? Laughton explicó: “Yo conozco el salmo; ella conoce al Pastor”.
3. **“Lo que siente la gente: conexión emocional”** – La actitud hace que un orador sea más carismático que otro. Si se muestra usted agradable y seguro de sí mismo, atraerá a las personas.
4. **“Lo que oye la gente: conexión verbal”** – Use palabras positivas y úselas bien. Tome en cuenta el dicho de Mark Twain: “La diferencia entre la palabra casi correcta y la palabra correcta tiene, en realidad, mucha importancia – es la diferencia entre el rayo y la raya”.

Use energía para conectarse

Se debe usar una gran cantidad de energía genuina para conectarse con otros. Si espera que el otro haga el primer avance, se quedará solo. En vez de esperar que surja la situación perfecta para iniciar una relación, aproveche el momento. Pero no lo acelere; prepare lo que va a hacer y a decir. Sea paciente y desinteresado. Aplique la sabiduría de la “Regla de los 10 pies” de Sam Walton a las personas de su vida. Los empleados de Walmart hacen este juramento basado en las creencias de Walton: “Solemnemente prometo y declaro que cada vez que un cliente se me acerque a tres metros de distancia, sonreiré, lo miraré a los ojos y lo saludaré”. Gaste su energía conociendo gente, pero no se debilite. Cuando hable frente a un público, entre más grande sea éste, más energía deberá usted proyectar. Para comunicarse con un grupo de personas, aprenda algo de ellas con anticipación. Cuando se reúna con ellas, preséntese con cada una. Entienda que el grupo es dueño de la reunión – no usted. Diga a la gente que la aprecia, ya sea que trate con una persona, un grupo pequeño o una gran multitud. Haga que la atención que les da sea su tarjeta de presentación.

“La conexión siempre empieza con un compromiso a alguien más”.

Aunque sea usted un comunicador contundente, tener relaciones sólidas con gente respetada, que pueda compartir su credibilidad con usted, siempre es una ventaja. Así es como el psicólogo de la televisión estadounidense, Dr. Phil McGraw, se hizo famoso. Apareció en el programa de Oprah Winfrey y ella dejó saber a sus espectadores que tenía una buena opinión de él, así que ellos también empezaron a tenerlo en buena estima. Obviamente la credibilidad no depende sólo de “a quién conoce”; también depende de “lo que conoce” y lo que logra. Los logros notables generan elogios y electrizan la conexión.

Encuentre “intereses comunes”

La mejor manera de conectarse con otros es encontrar intereses comunes. Para identificar territorios compartidos, conozca a la gente a la que quiere llegar. Desafortunadamente, para algunas personas es difícil, con frecuencia por una o más de estas razones:

1. **“Suposición – Ya sé lo que otros saben, sienten y desean”** – Cuando generaliza, a menudo comete errores. No estereotipe a las personas ni piense que no tiene nada que aprender de ellas. Inevitablemente, los seres humanos lo sorprenderán.
2. **“Arrogancia – No necesito saber lo que otros saben, sienten o desean”** – El elemento fundamental en la creación de relaciones es preocuparse por otros y tratar de entenderlos.
3. **“Indiferencia – No me preocupa saber lo que otros saben, sienten o desean”** – La gente que siente esto se centra únicamente en sí misma y no tiene posibilidad de conectarse con otros. Como bromeó el comediante George Carlin: “Los científicos anunciaron hoy que habían encontrado la cura para la apatía. Sin embargo, afirman que nadie ha mostrado el menor interés en ella”.
4. **“Control – No quiero que otros sepan lo que yo sé, siento o deseo”** – Si usted no se da a conocer con sus empleados ni les comunica sus conocimientos, espere que se deprima el ánimo. Piense en “*Subordinate’s Lament*” del autor Jim Lundy: “Aquellos que no están informados trabajan por lograr lo inaccesible ... y hacen lo imposible por los ingratos”.

“La gente puede escuchar sus palabras, pero siente su actitud”.

No cometa esos errores. Pase tiempo con otros. Escuche. Conozca sus intereses; pregunte lo que les gusta y disgusta. Muestre agradecimiento y afecto. Dé validez a los sentimientos que tengan diciéndoles que, a menudo, usted también se siente así. Muéstreles que usted es como ellos y que está de su lado.

Use claridad, humor y una sonrisa

En *The Power of Little Words*, John Beckley escribe: “El énfasis en la educación rara vez se pone en la comunicación clara y sencilla de ideas ... nuestra educación en inglés nos enseña a enturbiar las cosas”. Muy cierto. Algunas personas suponen que deben hablar y escribir en un estilo complicado para que otras piensen que son inteligentes y tienen algo importante que decir. Es exactamente lo contrario. Para comunicarse y conectarse, utilice pensamientos e ideas fáciles de entender. Esto parece ser más fácil de lo que es. Como alguna vez admitió el matemático Blaise Pascal: “Hice esta carta más larga de lo común porque no tengo tiempo para escribirla corta”.

“La comunicación en el cementerio: hay mucha gente por ahí, pero nadie escucha”.

Para captar atención y ganarse el respeto, ofrezca información y anécdotas que sean divertidas, conmovedoras, motivadoras o útiles. El propósito es hacer que la gente se ría, poder llegar a sus sentimientos, estimularla y hacer sus vidas más sencillas. Para ganarse a las personas, comuníquese con ellas de acuerdo con la “estrategia de las 3S: Que el mensaje sea sencillo. Que lo diga sin prisas. Que sonría”. Después, siga estas cinco pautas:

1. **“Hable con la gente, no por encima de ella”** – A ninguna persona le gusta que la traten con condescendencia.
2. **“Vaya al grano”** – Tiene algo que decir, así que dígalos.
3. **“Dígalos una y otra vez, y otra y otra”** – De lo contrario, la gente no reconocerá el valor de lo que desea comunicar. El autor Daniel Pink explica: “Tres palabras son esenciales para comunicarse con otros: 1) brevedad, 2) levedad y 3) repetición”.
4. **“Dígalos claramente”** – No diga o hable de algo hasta que conozca el mensaje que quiera enviar. El público no recordará lo que le diga, sino lo “que entienda”.
5. **“Diga menos”** – Nadie quiere jamás que el orador hable más tiempo. En una ocasión, el autor John C. Maxwell se vio inmerso en un problema de falta de tiempo, cuando habló en un programa que de por sí ya iba retrasado, y dijo: “Les daré mi discurso pizza. Si no lo termino en menos de 30 minutos, no tienen que pagarme”. Y lo hizo.

“Con el paso del tiempo, la manera en la que vive la gente supera las palabras que usa”.

Para electrizar sus discursos:

- **“Asuma la responsabilidad de sus participantes”** – El orador y el escritor son responsables de conectarse con el público. La historiadora Barbara Tuchman recordaba esto todos los días porque había puesto esta pregunta en su escritorio: “¿Pasará el lector a la siguiente página?”
- **“Comuníquese en el mundo de ellos”** – Asegúrese de que se identifiquen con sus frases e ideas.
- **“Capte la atención de la gente desde el principio”** – Y manténgala. Evite lo que la escritora de discursos presidenciales Peggy Noonan llama “el discurso hamaca”, es decir, un discurso con “un árbol fuerte y grande que lo sostiene en un extremo ... y en el otro extremo ... y, al centro, está la suave y bonita sección en la que todos nos quedamos dormidos”.
- **“Active a su público”** – Haga preguntas, haga que las personas se relacionen unas con otras (con un saludo de manos) e insista en que hagan algo físico (“ponerse de pie y estirarse”).
- **“Dígalos de manera que no se olvide”** – Ofrezca información vital, ideas originales, datos sorprendentes y humor.
- **“Sea visual”** – Use gestos, y apóyese en expresiones agradables que sean interesantes de ver.
- **“Relate historias”** – Compartir grandes historias es quizás la mejor forma de mantener la atención.

“Tengo una colección de tarjetas plastificadas que contiene las mejores historias que he encontrado. Cuando saco una de estas tarjetas [la gente] puede estar segura de cuatro cosas: Les leeré la tarjeta. Será divertida. Tendrá una enseñanza. Y se las leeré como si fuera la primera vez que la leo”.

Otra manera de conectarse positivamente con la gente es motivarla. Utilice la “ecuación de la motivación” para alentarla a tomar acciones significativas. Esta fórmula tiene tres elementos:

1. **“Lo que la gente debe saber”** – Esto es crucial. Muestre a otros que está de su lado y que se preocupa por ellos, que son importantes para usted y que espera grandes cosas de ellos.
2. **“Lo que la gente debe ver”** – Demuestre su convicción, carácter y credibilidad.
3. **“Lo que la gente debe sentir”** – Muestre seguridad en sí mismo y apasíonese por el tema. Demuestre su agradecimiento por tener el privilegio de hablar ante este público.

“Usted es su mensaje”

Cuando empiece a crear conexiones con las personas, ya sea en una relación de uno a uno o en un grupo, la manera de comunicarse marca la diferencia. Una vez que lo conocen, la credibilidad será el factor más importante para mantener vínculos con ellas. Cuando el senador Barack Obama hizo su campaña del 2008, todos podían ver que era un buen comunicador con la capacidad de conectarse con la gente en todo Estados Unidos. Como presidente, su credibilidad como líder nacional es mucho más importante que sus habilidades de comunicación. Lo mismo se aplica a usted: Una vez que establezca una conexión, debe mantener la confianza de la gente. La mejor manera de asegurar que otros lo encuentren digno de confianza es conectarse con usted mismo, aprender a depender de sí mismo y sentirse cómodo con el afecto que muestra por sí mismo.

Sobre el autor

John C. Maxwell es pastor evangélico cristiano, conferenciante y autor; ha vendido más de 18 millones de libros en más de 50 idiomas.

