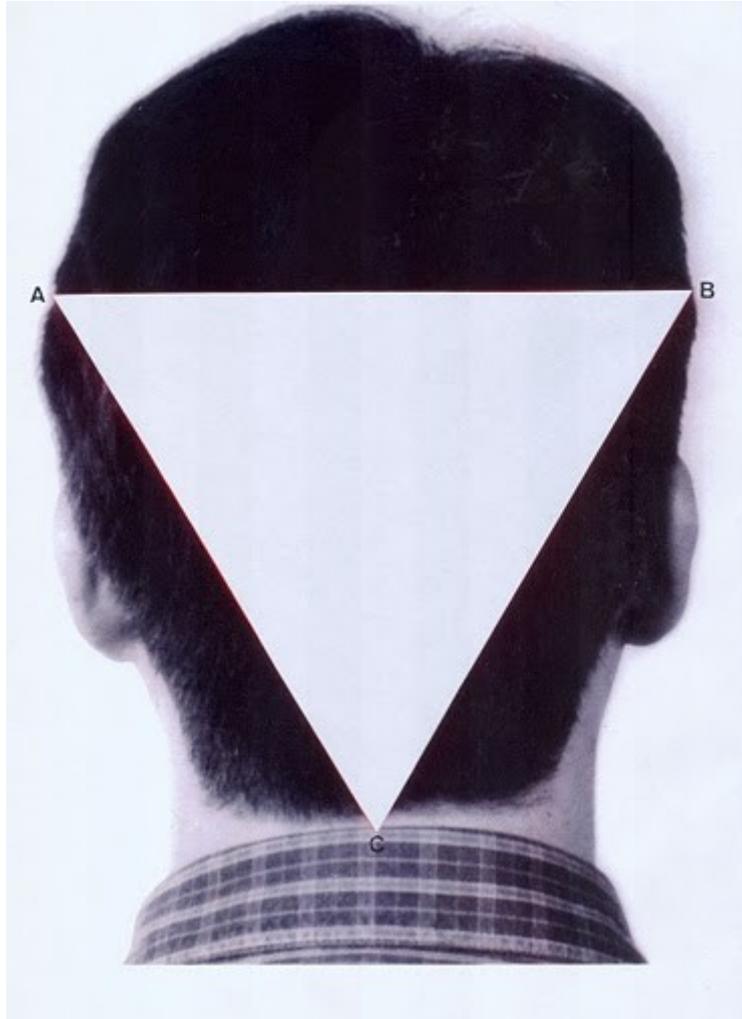


Patrick Renvoise aplica la neurociencia en la toma de decisiones

"No diga: 'Soy rico, quíereme'; diga: 'Te haré rica', y le querrán"



La persuasión funciona si la persona no se da cuenta de que la están persuadiendo: nos manda el reptil en nuestro interior, pero uno prefiere pensar que piensa. Lo explicó aquí (11/XI/2009) el flamante presidente in pectore de Alemania, Joachim Gauck, resistente contra la Stasi: **"La mayoría de los alemanes se acomodó a Hitler y a Stalin por cobardía". Y lo vivimos con Franco (la masa reptilínea hasta se sintió a gusto bajo sus botas).**

Ahora, Renvoise sistematiza esos grandes porqués de la conducta humana ya demostrados por los neurocientíficos: somos seres dolientes, miedosos y egoístas, que a veces piensan para excusar

con ideologías lo que hacen por instinto. Salvo excepciones:
¡felicidades, Joachim!

Preguntaron a un grupo de adolescentes cuáles de una lista de nuevas canciones iban a triunfar.

¿Acertaron?

Pero no con sus palabras...

¿...?

... Sino con su cerebro reptil, que se expresa con los latidos de su corazón; se ve en su resonancia magnética cerebral; en la transpiración: señales no verbales. Erraron con las palabras, pero acertaron con su instinto.

¿Por qué no acertaron con la razón?

La razón elegía la canción que creían que les hacía quedar mejor, pero su cerebro reptil escogía la que de verdad les gustaba. ¡Y esa elección sí que era la buena: esas canciones elegidas por instinto triunfaron!

¿Elegimos con las entrañas?

Aun sin reconocerlo. Pregunte a un fumador por qué fuma: no hablará de adicción y dependencia, sino de la libertad de fumar.

El instinto, decide, la razón excusa.

El 99 por ciento de nuestras decisiones no las toma nuestra razón, sino el instinto. Luego la razón busca excusas para justificar lo que ha elegido nuestro cerebro reptil, primario: el que heredamos de los dinosaurios.

Preferimos creer que nos guía la razón.

Somos seres evolutivos. Y en esa evolución hemos ido acumulando capas de cerebro. **El más antiguo, el núcleo, es el mismo que teníamos cuando éramos reptiles y sigue siendo el más influyente;** sobre él se superpusieron capas de cerebro medio,

emocional, y, encima, las más recientes circunvoluciones cerebrales: el neocórtex racional.

¿Es teoría o experimentos?

Damásio, en 1995, ya demostró **que la razón es menos eficaz que el cerebro reptil**: en un juego de apuestas dio a elegir entre barajas. Una estaba trucada y el cerebro reptil de los apostadores detectaba el truco muchas jugadas antes que su razón. Y lo denunciaba emitiendo señales no verbales.

¿La razón sólo es un adorno?

Yo trato de aplicar a la toma de decisiones lo investigado por Damásio, Kahneman, Ledoux... Y, para resumir, le digo, con Damásio, que "no somos máquinas pensantes que a veces sienten, sino **seres instintivos que a veces piensan**". A menudo, demasiado tarde.

Se acaba de cargar la economía clásica y su teoría de las opciones racionales.

Porque es falsa. Los seres humanos, entre dos opciones, no elegimos siempre la más racional, sino la que prefiere nuestro cerebro reptil. Y no siempre es la obvia.

¿Qué prefiere nuestro cerebro reptil?

Es un enorme yo. Sin él ya nos habríamos extinguido. El reptil no tiene compasión ni empatía. Sólo entiende los grandes contrastes: blanco o negro. No tiene tiempo de más.

Si te paras a discernir, se te comen.

En milésimas de segundo. **El reptil reduce opciones a lo binario para sobrevivir**, aunque la realidad es más compleja y comprenderla a fondo requeriría una lógica difusa.

La evolución es lo posible, no lo mejor.

Y nuestro cerebro reptil sólo entiende lo tangible. Nada de abstracciones. Es emocional y visual: **los reptiles son todo ojos.**

Por eso, nuestros ojos están conectados directamente a ese núcleo del cerebro primario.

Si no has visto al león, ya te ha comido.

La adquisición del habla es mucho más reciente en nuestra evolución. Por eso, si grito: "¡León!", tarda usted 500 milisegundos en huir. Si ve al león, tarda dos. **El ochenta por ciento de la información que procesamos es visual. Por eso soñamos en imágenes.**

¿Consecuencias de ser tan reptil?

Si quiere convencer a los demás, olvídense de su yo y empiece a trabajar el tú (o sea, el yo de los otros). Nadie más bobo que quien intenta ligar luciendo su músculo o su Ferrari. No diga: "Yo soy rico, quíereme"; diga: "Te haré rica". Y le querrán.

¿Cómo persuadir?

Lo primero es diagnosticar el dolor. Somos criaturas dolientes siempre temiendo por nuestra supervivencia. Y sobrevivir son las cuatro efes: food, fight, fly... y f... (el sexo).

Por ejemplo.

¿Qué le duele cuando pide una pizza por teléfono? ¿Hambre? Eso es necesidad. Diagnostique el auténtico dolor: es la terrible ansiedad de no saber cuándo va a comer.

Es peor la espera que el hambre.

Una pequeña pizzería lo localizó: **"Si tardamos más de 30 minutos en servirle la pizza, le devolvemos el dinero"**. Y se forraron.

Rascarse el bolsillo también duele.

¡Porque el dinero es nuestra supervivencia! Y soltarlo es ponerla en peligro. Además, la pizzería Domino's supo diferenciarse del resto (recuerde que el cerebro reptil sólo aprecia grandes contrastes: blanco o negro).

Madrid-Barça; los nuestros y ellos.

El reptil en nosotros sólo entiende de buenos y malos; después la razón ya encontrará las excusas ideológicas para embellecer ese instinto básico. ¡Ah, y **cuando argumente, lo mejor dígallo siempre al principio!**

¿Lo mejor no se guarda para el final?

El reptil economiza energía: cuando se le acercan despierta cinco minutos por si hay amenaza; después pasa, como cualquier ordenador, al modo stand by, y, si luego no lo estimulas, lo agredes o le das –al menos ofreces– comida, sexo o poder... se duerme.

Sólo hay que ver las caras en clase...

O en los cines: Hollywood domina las claves de nuestro cerebro reptil. **Si quiere hacer mucha taquilla, no lea a los críticos, sino las señales no verbales del público.**

¿El neuromarketing sirve en política?

Su esencia es que nuestras grandes decisiones se basan en el miedo.

La neurociencia y la toma de decisiones

Imagen de portada de Sergio Monteiro

LLUIS AMIGUET / LA CONTRA / LA VANGUARDIA