

Sócrates, Cristo Y el Vendedor

Por J. Miguel Ibáñez Langlois

El señor Carlos Morales Escobar me envía un libro suyo con la curiosa intención de que lo comente. Digo curiosa, porque el libro se llama Técnica de la persuasión, y lleva por subtítulo La venta psicológica. Está, pues, dedicado a los vendedores, y es una suerte de psicología aplicada al comercio y la publicidad, dominios que, obviamente, escapan a mi incumbencia. Comienzo, pues, a hojearlo por rutina. Y he aquí que algunas definiciones preliminares me interesan: "Vender es persuadir, y persuadir es vender una idea, cualquiera que sea". Confieso que la sola asociación entre "idea" y "vender" — "venta de ideas" — me resulta inquietante. Y más aún cuando se dice de la idea en venta: "cualquiera que sea". No puedo dejar de pensar en los sofistas griegos de la época de Sócrates: esos relativistas absolutos que se ejercitaban en la técnica de persuadir, no importaba de qué: ellos se jactaban de hacer pasar por verdadera aun la idea más falsa — "falso" y "verdadero" no eran, pues, atributos objetivos — y se hacían pagar sus artes persuasivas a buen precio.

Mi aprensión aumenta cuando leo que el vendedor hace substancialmente lo mismo que "el profesor, el sacerdote, el periodista, el abogado, el marido, la esposa, el amigo": a saber, se esfuerzan por "atraer, demostrar e inducir al alumno, al feligrés, al lector, al juez o al jurado, a la esposa, al marido o al amigo". Me resulta más que sospechosa la equiparación entre la mercancía del vendedor y los altos valores de justicia, verdad, fe y amor que se consideran otros tantos "objetos vendibles".

Debo declarar que no tengo reparo alguno hacia el comercio, y más aún, me parece natural que el vendedor se perfeccione profesionalmente en la "técnica de persuasión". Pero el contexto en que ésta se sitúa — la manipulación de la mente ajena, embotellada por su equivalencia con el magisterio, el sacerdocio, la jurisprudencia, el amor conyugal — no es del todo tranquilizante, sino francamente ambigua.

Sigo leyendo, pues, a partir de esta inquietud moral. Encuentro una psicología de segunda mano, con citas de autores famosos: William James, Ortega y Gasset, Kant, si bien mucho me fetó que no siempre los comprenda bien el señor Morales. Así ocurre con la cita de la tesis central del idealismo crítico de Kant: "Vemos las cosas no como ellas son, sino como somos nosotros". El comentario del autor, sin duda proclive al relativismo comercial antes indicado, reza así: "Hay gente que se deleita comiendo un guiso de caracoles de jardín; otros consideran esa comida una barbaridad". ¡Pobre Kant, "aplicado" a la venta gastronómica!

Mi inquietud moral no se tranquiliza cuando una especie de fábula titulada "La carga del burrito", que nos enseña a hacer andar a la bestia empacada a fuerza de aumentarle la carga y luego alivianársela, encuentra en el libro la siguiente aplicación o "fórmula maestra para la Técnica de la Persuasión" (comercial, por supuesto): "conquemos el burrito, o sea, destaquemos ante el cliente los problemas que se le pueden plantear sin nuestro producto o servicio. Buscamos sentir al cliente"

La dudosa moralidad de tantas recomendaciones como ésta no me habría obligado a ocuparme de este sintomático libro, si en las páginas siguientes no hubiera encontrado referencias ya inaceptables. Ellas se contienen en el acápito del "proceso motivacional", que de paso se ilustra con citas literarias tan asombrosas como La madre, de Monseñor Ramón Ángel Jara, y el poema II, de Kipling. No objeto, por cierto, estas ilustraciones; sí, en cambio, las que describen la "motivación interrogante", fundada en... ¡el método socrático! Se reproduce, en efecto, un bello fragmento de los diálogos platónicos, en que Sócrates, mediante sucesivas preguntas, convence por fin a Polemarco de que no hay que hacer bien al amigo y mal al enemigo, sino bien a todos, incluso al enemigo. Este nobilísimo pasaje, exponente de la ética griega más alta, merece al señor Morales la poco moral aplicación comercial que sigue: "La constatación de elementos, partiendo del más trivial, que no ofrece resistencia alguna al cliente, lo conduce a la aceptación de un todo en el cual éste no había pensado o que deseaba rechazar". Como se sabe, el método socrático fue destinado por el filósofo griego a combatir al sofista, es decir al "vendedor de ideas" de su tiempo. He lo aquí, en cambio, convertido en un instrumento al servicio del vendedor de ideas actual, y luego ejemplificado en la Plática de Ventas C, donde el agente de la firma X convence al cliente — un hueso duro de roer — de que comprar artículos escolares en dicha firma y con un crédito de la Financiera Y. ¡Pobre Sócrates, modelo de sofistas contemporáneos!

Pero después de Sócrates le llega el turno a Jesucristo. El señor Morales no está de acuerdo con un tal Mandino, que en un libro titulado El vendedor más grande del mundo aplica tal condición a San Pablo, el gran vendedor de... la idea cristiana en el mundo entero. Nuestro autor reprocha a Mandino un "error conceptual": el mejor vendedor de la historia no fue Pablo de Tarso, sino el propio Jesús. Sócrates, afirma, "pudo tener capacidad para vender cualquier cosa"; también San Pablo, "por su energía, su fe, su constancia, su elocuencia, su capacidad de persuasión". Pero el propio Apóstol es una alpargata vieja comparado con "el primero, el más genial, el más elocuente, el más persuasivo, el que consiguió los cielos más difíciles: Jesús. He ahí al vendedor más grande del mundo".

Otras cosas notables contiene este librito. Se nos hace saber que Jesús, para vender sus ideas, utilizó "motivaciones anecdóticas (parabólicas)". Se nos informa que Jesús "llegó primero a la parte infantil del yo de las personas", afirmación que remite a otro capítulo donde, tal como el lector culto sospecha desde la partida, se desarrolla la teoría psiquiátrica del infaltable análisis transaccional.

El autor ejemplifica esta precaria y ya desechada teoría para uso de los vendedores, y cierra el libro con encantadoras Pláticas de Ventas, donde el meloso agente, lleno de frases zalamerías, hábilmente consigue, según el método socrático,

Sócrates, Cristo y el vendedor [artículo] J. Miguel Ibañez Langois.

Libros y documentos

AUTORÍA

Ibañez Langlois, José Miguel, 1936-

FECHA DE PUBLICACIÓN

1980

FORMATO

Artículo

DATOS DE PUBLICACIÓN

Sócrates, Cristo y el vendedor [artículo] J. Miguel Ibañez Langois.

FUENTE DE INFORMACIÓN

[Biblioteca Nacional Digital](#)

INSTITUCIÓN

[Biblioteca Nacional](#)

UBICACIÓN

Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 651, Santiago, Región Metropolitana, Chile