

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 acápite del "proceso motivacional", que de paso se ilustra con citas literarias tan asombrosas como *La madre*, de Monseñor Ramón Angel Jara, y el poema *Y*, de Kipling. No objeto, por cierto, estas ilustraciones: si, 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 concatenación 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. Hele 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. (Pobres 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 algarata 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 siquiátrica del infallible análisis transaccional.

El autor ejemplifica esta precaria y ya desechada teoría para uso de los vendedores, y cierra el libro con *apuntadores Prácticos de Ventas*, donde el mismo agente, lleno de frases salomónicas, *habla* acerca de *fundamentos comerciales* y otros.

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

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

Libros y documentos

AUTORÍA

Ibañez Langois, 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