



ESPAÑA, 1980

ES

Réplica a J. Miguel Ibáñez Langlois

El señor Miguel Ibáñez Langlois criticó en la edición de su suplemento del domingo 24 de agosto en "Libro Técnico de la Persuasión" la supuesta falta de objetividad de los autores en el diario que informaron que todas las cosas en el mundo de ellos o bien son buenas por sus meritos, o bien son malas por sus demeritos, me parece que el señor Ibáñez lo traslapa a quien tuviera capacidad para ello. Desafortunadamente no sé si es así.

Asumiendo por señalar mi asombro frente a un término despectivo con que el señor Ibáñez se refiere a mi libro. Al final de su artículo, empleando una agresividad bien poco reflexiva, omiso el sustantivo libro por "librito". Yo me pregunto: ¿cómo es posible que haya creído más de un cuarto de página, 1-2 líneas de gruesa en general, que sus dichos son importantes como "El Merito" o "El Demerito" después de un simple "librito"?

¿Qué pensará de este derecho de dirección de "El Merito"? Pero hay otro aspecto de vulgar relevancia más: los autores del suplemento "Libro y Letras" son personas cultas que agreden su tiempo. Por qué el señor Ibáñez los ha dado, a sabiendas, 20 minutos de lectura sobre los insignificantes temas de un "librito"?

Al comienzo de sus virulentos comentarios, el señor Ibáñez se refiere que las materias del libro pertenecen a "teorías que observamos, escapan a mi comprensión" (línea 1). Siendo así, ¿qué clase de moral ha empleado para criticar con vulgaridad violenta a alguien que él no conoce?

Al señor Ibáñez le resulta impactante la expresión "venta de ideas" y se lanza en posturas disquisitivas discutiendo hasta llegar a las cosas más triviales con los solistas griegos, pretendiendo de este modo descalificar por contrario, según él, a la ética. Por qué no pone los pies en la tierra el señor Ibáñez cuando hace la crítica de un libro terrible, pueril, tonto y no filosófico ni

seguido? Si alguna vez hubiera leído un libro de publicidad o de relaciones públicas o de marketing habría visto el buen sentido que se le da a la expresión "venta de ideas" y lo acertado de ella en muchas de las actividades de comunicación humana. En términos simples, sencillos, pedagógicos, el periodista, el abogado, el profesor y otros distinguidos profesionales "venden" ideas, buenas ideas, nobles ideas y no por eso están cometiendo pecado.

Posteriormente, el señor Ibáñez lanza un juicio temerario cuando dice: "Signo evidente, pues, a partir de esta inequidad moral. Encuentro una similitud de seguridad moral con ritos de asonido funerario. William James, Ortega y Gasset, Kant, si bien mecano me temo que no sólo por los sorprendidos bien el señor Morales".

A pregunta sencilla el crítico responde con equívocos y agresividad no respondidos. El profundo por sí mismo colapsa en una posición de superioridad intelectual y moral que no vale al caso. Quizás el señor Ibáñez sea un buen crítico literario. Quizás sea un buen sacerdote. Yo siento mucho respeto por los críticos y los sacerdotes que hacen honor a sus responsabilidades. En este sentido, como tengo serias dudas del uso y del abuso, Las cosas emergan sólo a medida que se analicen el sentido de sus palabras, los tonos de sus afirmaciones, la falta de ponderación y objetividad que siempre deberían existir en un sacerdote y en un crítico.

El señor Ibáñez Langlois, superado en momento a momento en su increíble belicosidad llega al nivel de la injuria personal que por motivo alguno puedo dejar pasar. Me reservo el derecho de llevar esta situación a la justicia ordinaria si el señor Ibáñez no presenta las excusas correspondientes en los próximos días. Dice textualmente: "La dudosa moralidad de tantas

recomendaciones como ésta no me habría obligado a exponer de este naturalizado libro, si en las páginas siguientes sus autores encontraran reflexiones ya irrecuperables".

Me pregunto: ¿Quién habla aquí de crítico o de sacerdote? ¿Y a qué moral se refiere? ¿Tal vez a la moral de puertas adentro de su iglesia?

El señor Ibáñez descalifica por intencional, siguiente párrafo del libro: "La consecución de objetivos, partiendo del más trivial, que no ofrece resultados a la general cliente lo conduce a la aceptación de un todo en el cual éste no había pensado o que deseaba rechazar".

¿En qué orden de la moralidad se puede clasificar el hecho de que el señor Ibáñez oculte un párrafo que en el libro se encuentra en la misma página, en el señor Ibáñez pinto aserte, y no la plena claridad a la intención del autor? ¿Basta el hecho de conocer el contenido del párrafo omitido por el crítico?

Las preguntas poseen la virtud de obtener la concentración del cliente en lo que se conversa y una inmediata toma de posiciones del vendedor, ya que el cliente, sin darse cuenta, va reconociendo por sí mismo la veracidad de un hecho".

Se trata, pues, de exponer la verdad. De aceptar verdad. De trasladar en el diálogo con la verdad plenamente demostrada. ¿A qué moralidad? ¿Y, a la inversa, es moral que el señor Ibáñez, maliciosamente, haya ocultado esa palabra clave? ¿Provoca moralmente el señor Ibáñez al poner por alto tantas partes del libro donde se justifica al vendedor a proceder correctamente y en beneficio del cliente? ¿Por qué, por ejemplo, no menciona el siguiente párrafo (pág. 32): "No olvidemos que el moderno concepto de venta establece que para conquistar a un cliente se precisa conocer previamente sus necesidades y deseos de compra. Este principio netamente empático apunta a la alta psicología de una norma

fundamental. Contribuyen a la respuesta la coherencia, sin de un punto de vista ético y la coherencia o el orden por contraponer los actos que no son los nuestros, lo cual equivale al mensaje que debemos recibir por las ideas expuestas o por las que parecen por quienes nos rodean y que vienen a tener su más alta expresión en aquello que no hayas ni siquiera lo que no creas que hayas creído".

A mayor objetividad, ¿por qué no opinó el señor Ibáñez sobre este otro párrafo (pág. 42): "La personalidad influyente es la que surge a la vez al cliente y al vendedor. En todo caso, cuando se trata de atraer y demostrar la bondad de lo que se vende. En todo caso, podría interpretarse como una fuerza elegida de fuerza al cliente. Nada de eso podría tener cuando se trata de lo que sería resultado por la fuerza y quedara ostentamente marginado de la actuación profesional".

Siguiendo su línea propagandística y arbitraria, el señor Ibáñez se refiere con burla al análisis transaccional que está contenido en un capítulo de la obra. ¿Cuántos miles de psicólogos y sociólogos del mundo entero mucho mejor preparados que el señor Ibáñez, se miran a carcajadas si leyeron sus tan subjetivas apreciaciones?

En resumen, el señor Ibáñez Langlois, critica teorías, no ha hecho ningún comentario sobre lo bien o mal escrito que puede estar el libro "Técnicas de la Persuasión", ni ha dicho si, como texto responde como a los requerimientos pedagógicos, es lógico o irracional, etc. No. El señor Ibáñez ha postulado. Se ha encargado de dar insinuaciones y arrojadas lecciones de moral. Pero nada de eso lo ha hecho con altura de miras, con sencillez, con agudeza de servir; sólo se ha preocupado de hacer salir de su espíritu la violencia interior que lo aboga.

Carlos Alvarado Espino

Réplica a J. Miguel Ibáñez Langlois [artículo]

Libros y documentos

FECHA DE PUBLICACIÓN

1980

FORMATO

Artículo

DATOS DE PUBLICACIÓN

Réplica a J. Miguel Ibáñez Langlois [artículo]

FUENTE DE INFORMACIÓN

[Biblioteca Nacional Digital](#)

INSTITUCIÓN

[Biblioteca Nacional](#)

UBICACIÓN

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