



UNAM IZTACALA

Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Estudios Superiores Iztacala

**DESARROLLO DE HABILIDADES SOCIALES A TRAVÉS DE UN
TALLER DE SEDUCCIÓN, COMO PARTE DE LAS IV JORNADAS
DE ATENCIÓN PSICOLÓGICA IMPARTIDAS EN LA FACULTAD DE
ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PSICOLOGIA
P R E S E N T A (N)

**ALEJANDRO CAYETANO RUIZ
JOSÉ ENRIQUE MEJIA AGUILAR**

Director: Lic. **PABLO MORALES MORALES**

Dictaminadores: Mtro. **ANGEL CORCHADO VARGAS**

Lic. **MARIA DE LOS ANGELES HERRERA ROMERO**



ALEJANDRO

Dedicado a mi madre, quién nunca ha dejado de brindarme su apoyo.

Dedicado a mi padre, quien nunca ha dudado de mis decisiones.

A mis profesores que lograron hacer de mí una persona que primero aprende y
luego critica.

A ti, querido lector. Gracias por ser, por estar, por existir.

ENRIQUE

Dedicado a mi familia que no importado lo que pase, siempre está a mi lado.

A mi mamá que sin ella no me encontraría aquí en este momento.

A mi papá que me muestra siempre su afecto a su manera.

A mi hermana que es la mejor que me pudo haber dado Dios.

A mi hermano que esta tan cerca de mí como cuando éramos niños.

A mi novia-amiga-esposa que es la luz de mi vida.

Por ustedes daría mi vida, mientras tanto, les doy este título.

También, a mis amigos, profesores y conocidos que de alguna u otra manera, me ayudaron a llevar este trabajo a cabo.

Muchas gracias.

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| 1. INTRODUCCIÓN | 6 |
| 2. MARCO TEÓRICO | 10 |
| 2.1. Habilidades Sociales | 10 |
| 2.2. Seducción | 14 |
| 2.3. El rechazo y la seguridad en uno mismo | 16 |
| 2.3.1. Autoconcepto y autoestima | 17 |
| 2.3.2. Comunicación | 22 |
| 2.3.3. Comunicación No Verbal | 23 |
| 2.3.4. Comunicación verbal | 26 |
| 2.3.5. Proceso de seducción | 30 |
| 2.3.6. Atracción | 31 |
| 2.3.7. Confort | 34 |
| 3. MÉTODO | 36 |
| 3.1. Recolección de datos | 36 |
| 3.2. Participantes | 36 |
| 3.3. Duración de la intervención | 36 |
| 4. PROCEDIMIENTO | 37 |
| 4.1. Planeación | 37 |
| 4.2. Breve descripción de las actividades generales y formas de recolección de datos utilizados en el taller | 38 |
| 4.3. Descripción de los instrumentos aplicados | 41 |
| 5. RESULTADOS | 43 |
| 5.1. Sesión 1 | 43 |
| 5.2. Sesión 2 | 46 |
| 5.3. Sesión 3 | 49 |
| 5.4. Sesión 4 | 51 |
| 5.5. Sesión 5 | 56 |
| 5.6. Sesión 6 | 58 |
| 5.7. Sesión 7 | 60 |
| 6. ANÁLISIS DE RESULTADOS | 64 |
| 6.1. Sesión 1 | 64 |

| | |
|------------------------------|----|
| 6.2. Sesión 2 | 65 |
| 6.3. Sesión 3 | 66 |
| 6.4. Sesión 4 | 68 |
| 6.5. Sesión 5 | 70 |
| 6.6. Sesión 6 | 71 |
| 6.7. Sesión 7 | 72 |
| 7. CONCLUSIONES | 74 |
| 8. BIBLIOGRAFÍA | 77 |

1. INTRODUCCIÓN

En las 4tas Jornadas de Atención Psicológica realizadas en la Facultad de Estudios Superiores (F.E.S.) Acatlán por los estudiantes de psicología de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala, una de las actividades realizadas fue el diseño y la aplicación de talleres, al igual que la orientación individual, la cual tuvo tres horarios: 10:00, 11:30 y 13:00 horas, los martes y los jueves. Esto con el fin de apoyar a la comunidad, tanto interna como externa de la facultad, en el desarrollo de habilidades sociales, por un lado de manera grupal y por otro, individual.

Para la elección de las temáticas que se impartieron en el taller en primera instancia, el coordinador de las Jornadas mencionó aquellos temas que ya habían sido presentados por las anteriores generaciones, después se realizó una lluvia de ideas de los temas que a los realizadores del servicio social les gustaría impartir, y por último, por medio de una votación, se eligieron los talleres que iban a ser impartidos, los cuales fueron: relaciones de pareja, habilidades sociales, celos y seducción. Para el presente equipo la temática llamada "*Seducción: el arte de hacerte notar*", fue el tema de trabajo.

Posterior a ello, se continuó con la difusión de los mismos y el servicio de orientación individual, para lo cual, el equipo que iba a trabajar en las Jornadas de Atención Psicológica se dividió en subgrupos y se dispersaron por los puntos con más aglomeración de personas dentro de F.E.S. Acatlán.

Al momento de decidir la temática a tratar y la difusión de los servicios, se empezó con el diseño de las sesiones del taller de seducción, de las cuales se dio inicio con la definición del concepto y los estereotipos de una persona seductora, sin embargo, en este momento fue cuando se nos presentó una limitante en nuestro trabajo, esto debido a que no existe un fundamento teórico sobre el tema desde un enfoque psicológico sino aquella que hace referencia al sentido común. Después con el desarrollo de estas características, una comunicación verbal (persuasión) y una no verbal (gesticulaciones, posturas y movimientos corporales)

eficaz, una adecuada autoestima y autoconcepto; terminando con el proceso de seducción en sí, las formas en las que se puede atraer a alguien y aquellos factores que favorecen el establecimiento del confort con esa persona.

Se presentó de la siguiente manera debido a que se buscó que los usuarios, en primera instancia, aprendieran el concepto de aquello que se buscaba desarrollar. Después se enseñaron aquellas habilidades que favorecerían que se presentara la seducción y por último, se pusieron estas técnicas en práctica para atraer y establecer confort con una persona.

El tiempo de duración del taller fue aproximadamente de dos meses, se impartió todos los jueves a partir del día 23 de septiembre, hasta el 10 de noviembre en las instalaciones de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán.

En la primera sesión, encontramos que los usuarios tenían una idea acerca del término seducción no muy alejada a la que se presenta en la literatura, esto debido a que ellos no limitaban este concepto a las relaciones sexuales y englobaban las relaciones sociales en general, mientras que en las características que tiene una persona seductora, los participantes no atribuyeron aspectos físicos como las principales características.

En la segunda sesión se trabajó el autoconcepto y la autoestima de los usuarios, primero se modificaron atribuciones negativas que tienen los usuarios de sí mismos y de la misma forma, utilizaron aquellas cualidades positivas que poseen para poder atraer a una persona.

Por otro lado, el eje temático de la sesión tres fue la comunicación no verbal, dentro de la cual, los usuarios identificaron la importancia de las expresiones faciales y el papel que tienen en el comportamiento de las personas con la que tienen una interacción y en nuestra propia manera de actuar. También los participantes aplicaron los componentes de la comunicación no verbal para poder atraer a alguien, teniendo las posturas y movimientos corporales adecuados y prestando atención a las conductas de los individuos que se intenta atraer,

podemos observar los indicadores de interés que contribuyen a la atracción interpersonal.

En cuanto a la cuarta sesión del taller, la comunicación verbal fue el tema que se trabajó. En esta sesión los usuarios identificaron y aprendieron a hacer uso de esta cualidad para la atracción interpersonal. Los participantes pudieron observar aquellas barreras que pueden limitar las relaciones sociales. Del mismo modo, el uso de la persuasión por parte de los integrantes del taller fue otro elemento que se presentó durante la realización de la sesión con resultados positivos en las dinámicas.

Por otra parte, la atracción fue el tema que se trató en la sesión número cinco del taller, en dicha sesión los usuarios identificaron las diferentes maneras en las que las personas se atraen y aplicaron estas mismas en situaciones establecidas por los mismos participantes del grupo. En esta sesión, los usuarios se percataron de que pueden utilizar cualquier motivo para iniciar una conversación, mantenerla hablando sobre los gustos de una persona y finalizándola con alguna petición.

Por otro lado, el confort fue el tema tratado en la sesión seis. En esta sesión los usuarios pusieron en práctica lo aprendido en las sesiones anteriores (autoestima, autoconcepto, comunicación verbal y no verbal y atracción), esto con la finalidad de que los participantes establecieran confort con otra persona.

Por último, en la sesión siete se trataron las problemáticas que pueden surgir al momento de seducir a alguien y la aplicación de lo revisado en el taller en cada una de las sesiones anteriores, teniendo como resultado el uso adecuado de las habilidades para lograr este fin.

Al finalizar el taller, los participantes desarrollaron las habilidades y las cualidades para seducir a una persona, no solamente para entablar una relación amorosa o sexual, sino también en una relación de amistad o laboral.

En conclusión, la generalización de estas habilidades a otras situaciones mostró que el taller de seducción no es muy diferente a un taller de habilidades sociales, sin embargo, el enfocarlo al contexto de una relación amorosa o sexual, genera un mayor interés en los participantes, al igual que la diferencia principal radica en las técnicas de seducción, las cuales en algunos eventos, no son generalizables.

Cabe mencionar que la realización de este trabajo aporta a la psicología contribuciones teórico-aplicadas sobre la seducción desde este enfoque, ya que la falta de teoría del tema es una limitante para aquellas personas que deseen realizar un trabajo parecido. De este modo, no solamente utilizarán aquellos libros que hablen del tema desde el sentido común, sino con un enfoque de la psicología social.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Habilidades Sociales

Las habilidades son comportamientos que se necesitan para ejecutar cierta actividad de manera eficaz o en otras palabras, un conjunto de respuestas que son específicas y están asociadas a estímulos determinados, la cuales son adquiridas mediante procesos de aprendizaje (Peñafiel y Serrano, 2010). Las habilidades son utilizadas en las actividades que llevamos a cabo en la vida cotidiana, siendo una de las más importantes aquellas que son utilizadas en el trabajo (habilidades manuales o de manejo de maquinas), en la escuela (habilidades cognitivas) o al momento de relacionarnos con los demás (habilidades sociales), siendo estas últimas aquellas en las que nos enfocaremos en el presente trabajo.

Las habilidades sociales se han definido de diversas maneras, por ejemplo, Spitzberg y Cupach (1989, Citado en: García y Gil, 1995), nos mencionan que es el proceso por el cual la gente se relaciona de forma eficaz con los demás, mientras que Monjas (1993, Citado en: Monjas y Moreno, 2000), nos dice que son comportamientos necesarios para interactuar y relacionarse con los demás de forma efectiva y mutuamente satisfactoria. Por otro lado, Phillips (1978, p. 13, Citado en Paula, 2000, p. 27), nos dice que son *“el grado en que una persona se puede comunicar con los demás de una manera que satisfaga los propios derechos, necesidades, placeres y obligaciones hasta un grado razonable sin dañar los derechos, las necesidades, placeres y obligaciones similares de la otra persona”*.

Teniendo en cuenta las anteriores definiciones, podemos observar que no existe un consenso en cuanto a qué son las habilidades sociales, mientras que algunos lo toman como procesos de relación, otros dicen que son comportamientos necesarios o los encasillan en aspectos de la comunicación. Por lo tanto, existen múltiples diferencias en las definiciones, pero también tienen

características similares, como la finalidad de las habilidades sociales, que son el relacionarse de manera eficaz con los demás.

Por otro lado, Caballo (2007), menciona tres elementos básicos que tienen las habilidades sociales:

- Son específicas a las situaciones.
- La efectividad interpersonal va a depender de las conductas verbales y no verbales que muestra el individuo.
- El papel de la otra persona es importante y la eficacia interpersonal deberá darse sin causar ningún daño a los demás.

De esta manera, podemos decir que las habilidades sociales son destrezas específicas (comportamientos verbales o no verbales, cogniciones y afectivo-emocionales) que se necesitan para relacionarse de modo eficaz con los demás en determinadas situaciones, así mismo, estas no deben causar daño a las personas con las que se relacionan.

Autores como Caballo (2007), Peñafiel y Serrano (2010) y Paula (2000), enlistan una serie de dimensiones conductuales a las que se les considera parte de las habilidades sociales, siendo las más recurrentes las siguientes:

- Hacer cumplidos.
- Aceptar cumplidos.
- Hacer peticiones.
- Iniciar y mantener una conversación.
- Defender los derechos propios.
- Rechazar peticiones.
- Expresar opiniones.
- Expresar enfados, desagrado y molestias.
- Petición de cambio de comportamientos de los demás.
- Disculparse o admitir ignorancia.
- Afrontar las críticas.

- Hablar en público.
- Expresar amor, agrado y afecto.

Por otra parte, existen varios factores que facilitan el uso de estas habilidades sociales como lo son los factores psicosociales, estas abarcan desde variables sociodemográficas como lo son la edad, el sexo, el nivel socioeconómico, etc., hasta características pertenecientes a un grupo social determinado: raza, etnia, religión, entre otros (García y Gil, 1995). Cabe destacar otro aspecto importante en los factores psicosociales como lo es la autopresentación que, como lo dice Argyle (1983, Citado en: García y Gil, 1995), constituye una influencia en las impresiones de los demás y relaciona aspectos de la autoestima y motivos profesionales. Esta autopresentación se manifiesta de manera no verbal y puede mejorarse a través del cuidado atractivo (higiene personal, peinados, combinaciones de colores en la vestimenta, etc.).

Por otro lado, como lo mencionan García y Gil (1995) y Labrador, Cruzado y Muñoz (1998), otros factores importantes son los situacionales, los cuales se pueden identificar de la siguiente manera:

- Estructura de la meta: son los motivos, las necesidades y los objetivos que la persona tiene a cada situación. En dado caso de que existan motivos diferentes para cada una de las personas que interactúan en la situación, se pueden generar algunos conflictos o problemas de entendimiento.
- Reglas/normas: convencionalismos aprendidos y aceptados, y su incumplimiento puede dar como resultado una sanción o la misma ruptura de la relación.
- Roles: son los papeles que asumen las personas en diferentes situaciones.
- Secuencia de conductas: el orden en que se espera transcurra el encuentro social o la situación.

- Conceptos: el vocabulario al que se le da significado en alguna situación, el cual debe ser conocido y compartido por las personas que interactúan en dicha situación.
- Repertorio de elementos: son varios elementos que se deben poner en juego en cada situación, como lo son acciones, palabras o elementos.
- Cultura: valores culturales de las personas.
- Condiciones físicas: factores ambientales que pueden facilitar o entorpecer el proceso de comunicación.

La evidencia teórica que se presentó anteriormente nos permite observar características básicas de las habilidades sociales, como las definiciones y los factores facilitadores, sin embargo, también es importante mencionar la forma en que se aprenden este tipo de habilidades.

Entre las formas que existen de aprendizaje de habilidades sociales se encuentran aquellas que son aprendidas por experiencia directa, en la cual las relaciones sociales están en función de las consecuencias reforzantes o aversivas que se presentan después de cada comportamiento social (Monjas y Moreno, 2000). Por otra parte, el aprendizaje por observación nos indica que las conductas aprendidas son el resultado de la exposición ante modelos significativos (Peñafiel y Serrano, 2010).

Otra manera de aprender conductas socialmente aceptadas es a través de las instrucciones o aprendizaje verbal, estas son aprendidas mediante el lenguaje oral, con preguntas, a base de instrucciones, incitaciones, explicaciones o sugerencias (Paula, 2000); por otro lado, en el aprendizaje por retroalimentación personal, una segunda persona nos menciona la reacción que presenta frente a nuestra conducta (Monjas y Gonzales, 2000).

Dicho lo anterior, se puede decir que las habilidades sociales se van adquiriendo a lo largo de los procesos de socialización, sin embargo, las habilidades no son algo con lo que se nace, sino que se hacen, por lo tanto, el

entrenamiento de habilidades sociales es uno de los programas más utilizados al momento de presentar problemáticas en los campos escolares, laborales, clínicas, psicosociales y en la vida cotidiana (Labrador, Cruzado y Muñoz, 1998, Citado en: García y Gil, 1995; Ovejero, 1990). Uno de los problemas que más se presentan al momento de relacionarnos con los demás es el establecimiento de una relación amorosa, por lo tanto, un entrenamiento en habilidades sociales enfocado a la seducción es un programa que puede facilitar este tipo de habilidades.

2.2. Seducción

Existe una problemática al tratar de definir el concepto de seducción, ya que la literatura que se encuentra sobre el tema, más que hacer referencia al término, hace énfasis en el proceso de, un ejemplo de esto es la definición que nos da La Real Academia de la Lengua Española, la cual menciona que es la *“acción y efecto de seducir”*. Sin embargo, si observamos la explicación que nos da acerca de lo que es el seducir, nos hace hincapié a que es la acción de *“Atraer físicamente a alguien con el propósito de obtener de él una relación sexual”* o que es *“engañar con arte de maña; persuadir suavemente para algo malo”*.

Por otro lado, Yecora (2005), define la seducción como *“...un conjunto de expresiones, manifestaciones y aspectos comportamentales, que emanan de la forma de ser de la personas (nadie da lo que no tiene), con el fin de conseguir una interacción con los otros”*. En una comparación con estas dos definiciones, podemos encontrar dos diferencias puntuales, en primer lugar, es que la primera hace referencia al atractivo físico, mientras que la dada por Yecora (2005), realiza énfasis en factores que van más allá, como lo son los modos de comportarnos, nuestras expresiones y las manifestaciones que bien pueden ser de nuestros deseos o intereses; en segundo lugar, la Real Academia de la Lengua Española menciona que el objetivo de la seducción es el obtener una relación sexual, mientras que la otra nos dice que el objetivo es el conseguir una relación con la demás gente, sin que sea necesariamente dirigida a lo sexual.

Por otra parte, Baudrillard (1979, p.27; Citado en, Capasso, 2006, p. 61), menciona que la *“seducción va a ser la desviación de la verdad [...] más que nada estrategia de desplazamiento, de desviación de la verdad del sexo”*. Baudrillard hace énfasis en la desviación de la verdad, no habla sobre una mentira, sino más bien de persuadir los pensamientos a través de mensajes generando un cambio en las actitudes -muy parecido a lo que nos dice la Real Academia de la Lengua Española-. La eficacia de estos mensajes dependerá de los pensamientos, o respuestas cognoscitivas que generen las personas que anticipen, reciban o reflexionen esta comunicación persuasiva (Worchel, Cooper, Goethals y Olson, 2002).

Con lo anterior dicho, podemos formular una definición hipotética sobre lo que es la seducción:

“es el proceso de atraer a una persona, por medio de expresiones, manifestaciones verbales, aspectos comportamentales, aspectos físicos y mensajes persuasivos, con el fin de establecer una relación, ya sea de amistad, laboral, amorosa o sexual”.

Aunque, como dice Myers (1991), hay algunos factores que influyen en la seducción que no son indispensables para que se realice ésta, un ejemplo de ello es el atractivo físico ya que existen personas a las que no les interesan tanto las cualidades superficiales, a este tipo de personas, Worchel, Cooper, Goethals y Olson (2002), dicen que tienen un nivel bajo de autosupervisión, ya que tienen un mayor interés en descubrir las actitudes y las características de la posible pareja.

Este proceso es una forma de llamar la atención o hacerse notar, una habilidad que impulsa la conducta y promueve actitudes para encontrar un punto de relación con el otro, desde uno mismo a través de la comunicación verbal y no verbal (Yecora, 2005).

2.3. El rechazo y la seguridad en uno mismo

Una de las cuestiones que nos impide acercarnos a una persona, ya sea para tratar de establecer una relación o simplemente comenzar una conversación, es el miedo al rechazo. Este rechazo no causará algún daño físico, sin embargo, las repercusiones emocionales pueden ser una experiencia desagradable, es por eso que muchas personas sienten ansiedad ante el acercamiento (Von, 2007).

La ansiedad es una respuesta no adaptativa que experimentan las personas ante situaciones internas o externas que se percibe o se interpretan por el sujeto como amenazantes o peligrosas, ésta se puede manifestar en diversos niveles (Virues, 2005). Como lo dice Baeza, Balaguer, Belchi, Coronas y Guillamón (2008), estos niveles en los que se manifiestan son:

- Físicas: palpitaciones, taquicardia, falta de aire, temblores, sudoración, náuseas, vómitos, nudo en el estómago, tensión, rigidez muscular, cansancio, hormigueo.
- Cognitivos: dificultades de concentración, atención y memoria, preocupación excesiva, expectativas negativas (inferioridad o incapacidad), pensamientos irracionales, inseguridad, angustia, dificultad en la toma de decisiones, confusión.
- Conductuales: inhibición, bloqueos, torpeza o dificultad para actuar, impulsividad, tartamudeo y otras dificultades para expresarse verbalmente; modificaciones de lenguaje no verbal como son: cambios en las posturas, cambios de voz, expresiones faciales.

Sin embargo, los síntomas que presentan las personas suelen diferir en cada individuo, así como con diferente intensidad, también va a ser diferente en cada situación en la que se pueda presentar y pueden causar diversos trastornos de ansiedad (Vallejo y Gastó, 1999). Cuando se presentan en una situación social se dice que la persona sufre un trastorno de ansiedad social o fobia social. Se diagnostica a un individuo con fobia social cuando la gente se siente abrumadoramente ansiosa y excesivamente de sí misma en situaciones sociales

de la vida cotidiana, de la misma manera, es un miedo fuerte a ser juzgado por otros y a sentir vergüenza, la cual se puede manifestar con irritabilidad, hostilidad, dificultades para iniciar y mantener una conversación o verborrea, bloquear o quedarse en blanco al preguntar o responder algo, problemas de asertividad, temor excesivo al rechazo (Trastorno de Ansiedad, 2009). Como lo dice Bogiaizian y Coccia (2006), en la fobia social las relaciones afectivas se ven severamente afectadas, ya que este trastorno incluye la dificultad en las habilidades sociales, temor a ser ridiculizado, ser tímido, tener una excesiva preocupación por el desempeño sexual, temor al hablar de sí mismos o expresar emociones.

Por otro lado, Caballo (1995) menciona que es importante reducir la ansiedad dentro de las habilidades sociales ya que puede generar situaciones problemáticas; existen diversas maneras de reducir la ansiedad, estas se pueden desarrollar a partir de conocer la intensidad, la frecuencia y la dimensión del problema, al igual que la comprensión de la situación en la que se presenta el evento que causa la respuesta ansiosa.

En el caso de las relaciones amorosas, como ya se había mencionado anteriormente, la respuesta ansiosa que se presenta conlleva un miedo a ser rechazado, juzgado o a sufrir una sensación de vergüenza y es por este motivo por el cual las personas se les dificulta el iniciar una relación interpersonal. Aunque no existe una manera segura de evitar el rechazo, existen aspectos cognitivos y comportamentales que sirven para disminuir los efectos que producen, como lo son: el autoconcepto, la autoestima, la comunicación verbal y el lenguaje corporal. El conjunto de estos aspectos forma en la persona la “seguridad en uno mismo”.

2.3.1. Autoconcepto y autoestima

La teoría de la comparación social menciona que el hombre es considerado como un ser social individual, el cual, se encuentra dentro de un sistema de relaciones sociales que pueden ser tanto individuales como grupales. Estas interacciones

tienen una fuerte influencia en lo que percibimos de nosotros mismos (autoconcepto) y en nuestra valoración (autoestima) (García y Cabezas, 1998).

Por un lado, se pueden encontrar diversas definiciones de lo que es el autoconcepto, por ejemplo, para Worchel, Cooper, Goethals y Olson (2002) es *“el contenido de nuestros conocimientos y convicciones acerca de nuestros propios atributos”* (p. 66), mientras que para Ballester, March y Orte, es *“la percepción y la valoración coherente que una persona hace de sí misma”* (2006, p. 7), por otro lado, para Villasmil (2010), es *“la percepción que poseen las personas de diversos aspectos de sí mismos”* (p. 36). Este proceso de identificación de nosotros mismos se establece a partir de nuestras experiencias en el mundo, en especial con nuestras relaciones con los demás y la evaluación de estas mismas sobre la propia persona, la cual se vuelve una manera de conocernos, a lo que se le llama valoración reflejada (Villasmil, 2010; Worchel, Cooper, Goethals y Olson, 2002).

La manera en cómo sabemos quiénes somos y la percepción de lo que somos, con base a lo que los demás piensan de nosotros o nuestras creencias de lo que los otros piensan de nuestra persona, va a influir en nuestro comportamiento y en la interacción personal que tengamos. Cabe mencionar que el autoconcepto no es algo estático, debido a que este se conforma en base a nuestras interacciones con los integrantes de una sociedad y que durante el transcurso de nuestra vida continuamos conociendo gente nueva y viviendo nuevas experiencias, a consecuencia de esto, la identificación de nosotros mismos sufre cambios continuos (Saura, 2002).

Este conocimiento de nuestros propios atributos, como lo dicen varios autores (Goñi, 2009; Esnaola, Goñi y Madariaga, 2008), es un concepto jerárquico y multidimensional ya que, como menciona Salum-Fares, Marin y Reyes (2011), *“el autoconcepto no es un constructo unitario, no sólo se tiene un autoconcepto [...] no es una estructura indiferenciada, ya que las personas pueden distinguir entre los diferentes dominios de su vida a la hora de elaborar sus percepciones”* (p. 257).

El autoconcepto está constituido por tres tipos de componentes: cognitivo, conductual y afectivo. El componente cognitivo se refiere a la representación mental que una persona tiene de sí misma, a esto se le llama “autoimagen”, de la misma manera está constituido por las opiniones, creencias, ideas, percepciones y la información exterior que es procesada. Por otro lado, el componente conductual implica la decisión de actuar y de llevar a la práctica esta acción y, por último, está el componente afectivo, el cual involucra una carga de relaciones afectivas, emotivas y de evaluación de sí mismos, a este componente también se le conoce como autoestima (Sánchez, 2008; Villasmil, 2010).

Por otro lado, la autoestima es considerada como un aspecto evaluativo del autoconcepto, la cual es *“conjunto de percepciones, pensamientos, evaluaciones, sentimientos y tendencias conductuales dirigidas hacia nosotros mismos, hacia nuestra manera de ser y de comportarnos, hacia los rasgos de nuestro cuerpo y de nuestro carácter [...] es la percepción evaluativa de uno mismo”* (p. 18). Esta importancia radica en la correspondencia que tiene con nuestro ser, con la manera de ser y nuestra valía personal, por lo tanto, afecta la manera de actuar con el mundo y, por consiguiente, de relacionarnos con los demás (Bonet, 1997).

El tener una buena autoestima nos ayuda a seguir adelante con nuestros planes y proyectos ya que, hace crecer nuestra autoimagen, nos ayuda a fijar metas y aspiraciones a futuro y mantiene la motivación ante fracasos y fallos. También -por otra parte- ayuda a tener seguridad y confianza para desarrollarnos personalmente, establecer compromisos con los demás y guiar nuestras energías para poder superar rasgos que no son de nuestro agrado, aun cuando son parte de nosotros (Massó, n.d.).

Cabe mencionar que la autoestima no significa valorarse a uno mismo hasta el punto de no necesitar a nadie más o apartarse de amistades o familia. Al contrario, aquellas personas con una autoestima adecuada cultivan relaciones humanas más positivas y significativas, así mismo se sienten a gusto con los otros y cooperan con ellos (Estanqueiro, 2006). Los atributos de una persona con una

autoestima adecuada son las siguientes: autoaceptación, aprecio a sí mismo, valoración de los esfuerzos y relativización de las críticas (Bonet, 1997).

Una vez que hemos establecido estos conceptos, podemos decir que de cierta manera, esto se resume en “tener confianza”, ya que por lo que nos menciona Servet (1998), la confianza se define *“como el estado de una persona, grupo o institución, que se basa en aspectos afectivos o intuitivos o en un conjunto de informaciones acerca de un objeto, un mecanismo, un animal, un entorno físico, un grupo o una institución y que nos permite apreciar la posibilidad de que se produzca una reacción o un comportamiento en una situación determinada.”*

A pesar de que las situaciones desagradables de la vida cotidiana logran que en ocasiones evitemos su uso para nuestro beneficio y eviten que ciertos proyectos no los llevamos a cabo, no quiere decir que no podamos recurrir a otras alternativas para poder retomarla. Aquí presentamos algunas maneras de recordar la confianza y hacer uso de ella:

- **Seguridad por medio de la práctica.** A medida que nosotros realizamos ciertas acciones repetitivamente podemos mejorar nuestra manera de ejecutar dicha acción, en caso de ser la primera vez que realizamos cierta tarea, es recomendable practicar de 2 a 3 veces la misma. Esto para recordar la manera de ejecutarla y evitar nerviosismo o estrés al momento de realizarla.
- **Recordar acciones en las que tenemos una buena ejecución.** En un principio, esto se basa a partir de la práctica, ya que al desarrollar nuestras habilidades y técnicas para mejorar cierta tarea, nuestros logros personales serán más fáciles de alcanzar.
- **Ser capaz de relacionarse con cualquier persona en cualquier contexto.** Aunque esto puede sonar algo obvio, muchas veces nuestra confianza se basa en el éxito que logramos a través de relacionarnos con diferentes personas en varios ámbitos de nuestra vida. Si somos capaces

de relacionarnos en cualquier tipo de entorno, podremos sentirnos más relajados al momento de establecer cualquier tipo de conversación.

- **Sentirse cómodo o cómoda en algún lugar tanto conocido como desconocido para nosotros.** Muchas veces nuestra confianza llega a aumentar o disminuir dependiendo el lugar en que nos encontremos, esto es porque existen ciertas ocasiones, en las que no sabemos como comportarnos dentro de entornos que consideramos nuevos o que no son de nuestro agrado. De esta manera, se recomienda asistir a diferentes lugares independientemente si son de nuestro agrado o no, de preferencia lugares que sean concurridos y en donde nos resulte fácil entablar una conversación con alguien más.
- **No sentirse “mal” cuando nos rechazan.** Una vez que logramos entablar la conversación con alguien no significa que hemos logrado seducir a esa persona. Muchas veces por el mal manejo de nuestras emociones (nerviosismo, desagrado al lugar), o inclusive por no saber de que tema conversar, la otra persona pone resistencia hacia nuestra conversación y la da por terminada. Esto puede ser un factor para que nuestra confianza disminuya, pero no es motivo para no continuar tratando de relacionarse con alguien más. Ante estas situaciones lo aconsejable es no comportarse reactivo, es decir, no mostrarse afectado por el rechazo que se presentó.
- **Establecer contacto físico.** Este aspecto requiere esfuerzo para ser logrado, esto ya sea porque se puede no conocer a la persona con la que se está conversando y por consiguiente no se tiene una idea concreta sobre cómo reaccionará ante ese posible contacto. Lo recomendable es hacer contacto mínimo, es decir, cada cierto periodo de tiempo rozar los brazos de la otra persona, tocarles el hombro y caso de tener oportunidad, tocar sus manos. Cuando una persona tiene contacto físico con otra persona, demuestra que ha ingresado de cierta manera en el espacio personal del otro, esto a su vez genera confort en el oyente y por consiguiente nuestro nivel de confianza aumenta gradualmente.

Finalmente, la confianza depende de diferentes factores tales como: lugar, tema de conversación, contacto físico, etc. Si observamos cada uno de estos factores no como algo independiente uno del otro sino como un conjunto, podremos ser capaces de generar confianza en nosotros mismos de manera inmediata, logrando así concretar el proceso de seducción.

2.3.2. Comunicación

Otra manera de afrontar la fobia social (el miedo al rechazo) es a través de la comunicación, la cual es el mecanismo que ha permitido la existencia de lo que hoy en día llamamos sociedad, es el principio básico de la organización social y, por lo tanto, es un requisito indispensable para las relaciones sociales (Rizo, 2006). Existen varias definiciones acerca de lo que es la comunicación, sin embargo, nos centraremos más en la función que tiene, la cual es la de compartir o intercambiar información (Santoro, Salazar, Moreno, Muñoz, Sánchez y Villegas, 2006).

Este proceso de intercambio de información necesita cuatro elementos característicos que son: el emisor, el canal de información, el receptor y el repertorio de signos o mensaje. En primera instancia, el emisor manda un mensaje por un canal de información al receptor, en este mensaje el emisor tiene la posibilidad de elaborarlo a su conveniencia con la estructura y contenido que decida, al igual que el canal que utilizará y el soporte físico del mensaje (Santoro, et al., 2006; Fischer, 1990). Cabe mencionar que el proceso de intercambio de información debe de estar contextualizado, se debe encontrar en circunstancias temporales, espaciales y socioculturales específicas, lo cual nos ayuda a una mejor comprensión del mensaje que se desea intercambiar en aquello que se desea expresar (Albores, 2005). Sin embargo, no solamente se transmite un mensaje durante una relación interpersonal, sino también se intercambian emociones y sentimientos, mediante los cuales se pueden establecer vínculos afectivos con nuestros interlocutores, influimos en ellos y viceversa.

Este acto comunicativo nos permite relacionarnos con los demás en dos niveles, por un lado, está la comunicación no verbal y, por otro, esta la comunicación verbal. Esto debido a que hablamos y escuchamos, manifestamos estados de ánimo con nuestros gestos, movimientos o nuestros silencios (Albores, 2005).

2.3.3. Comunicación No Verbal

La comunicación no verbal (CNV) es *“la comunicación entre individuos que implica un lenguaje no hablado de expresiones faciales, contacto visual, movimientos corporales, posturas y contacto físico”* (Baron y Byrne, 2005, p. 42), la cual engloba un sinnúmero de signos y sistemas no lingüísticos. El intercambio de mensajes no verbales son procesos rápidos y adaptativos que pueden regular el contacto tanto en conversaciones con buenos amigos o con un extraño dentro de un ascensor, sin embargo, la satisfacción de los objetivos personales por los cuales se entabla una conversación, dependerá de la interpretación que le dé la persona con la que se tenga la interacción (Patterson, 2011). La CNV está conformada por tres componentes, las cuales son: kinésica, proxémica y tactésica (Reyes, 2007).

La kinésica hace referencia a los movimientos del cuerpo no orales, de percepción visual y las posiciones corporales, los cuales tienen un valor comunicativo en el proceso de CNV y los cuatro puntos que lo conforman son la postura corporal, la gesticulación, la expresión facial y la mirada (Reyes, 2007). Por un lado, a través de la expresión facial se pueden dar a entender las emociones y sentimientos que las personas sienten en un momento determinado; se pueden identificar siete emociones básicas en los individuos: rabia, miedo, alegría, tristeza, sorpresa, desprecio y disgusto, aunque se suelen presentar de manera combinada (Baron y Byrne, 2005).

La mirada es otro componente de la kinésica, por medio de la cual se pueden interpretar diversas manifestaciones del comportamiento. Las características que tiene este componente de la CNV es que el individuo puede

mostrar que le agrada el proceso de interacción que está llevando a cabo con la otra persona, se establece como la principal fuente por la cual se transmite la información, sin mencionar que es una de las principales vías de comunicación dentro de una relación. De esta misma manera, si alguien evita el contacto visual, se puede concluir que es poco amigable o que es tímido, por el contrario, una persona que tiene un contacto visual con nosotros, lo interpretamos como signos de agrado o sentimientos positivos (Baron y Byrne, 2005; Reyes, 2007)

Otro aspecto que conforma la kinésica es el lenguaje corporal, el cual abarca la postura y los gestos. En primer lugar, la postura que adopta una persona es de suma importancia en el proceso de comunicación, ya que es el elemento más fácil de observar y de interpretar de todo el comportamiento no verbal, aunque también la orientación corporal supone un factor relevante en este proceso, ¿de qué va a depender que postura tomaremos?, de la situaciones en la que se esté; de la persona con la que se interactúe y del estado de ánimo que tengamos. En el caso de la gesticulación, son movimientos corporales que se desarrollan a través de las articulaciones, los cuales suelen realizarse mediante los brazos, manos y por último la cabeza, manifestándose a través de emblemas, ilustraciones, reguladores, adaptadores y expresiones emocionales (Reyes, 2007).

Por otro lado, la proxémica es el estudio de comportamientos no verbales que hace referencia a la organización del espacio y analiza el valor expresivo que le da una persona y que le confiere a ese dominio. En esta disciplina que conforma la CNV se pueden distinguir dos tipos de espacios a los que se refiere, un primer momento es el espacio físico o territorial y en segundo el psicológico o personal (Atienza, 2004; Reyes, 2007).

El espacio físico o territorial se caracteriza porque le da importancia al espacio social o público, el cual está determinado por cada cultura, de esta manera, el individuo crea su propio espacio en función de un parámetro que nos guía en cada lugar al que asistimos. Por otro lado, el término territorialidad hace referencia a un área determinada que se posiciona como la propiedad de una persona, el cual es defendido cuando alguien intenta invadirlo (Reyes, 2007).

En el caso del espacio personal o psicológico, otorga importancia al contexto íntimo del individuo, el cual se desarrolla a partir de los órganos visuales, auditivos, olfativos y táctiles. De esta manera, se podría decir que el espacio personal, no se encuentra limitado solamente por la piel del individuo, sino que cada humano está compuesto por una capsula protectora invisible que protege su espacio vital y que si algún ente no autorizado quisiera formar parte de ella sin el consentimiento del individuo, se vería obligado a tomar medidas al respecto y protegerlo. La entrada a este espacio personal, depende de las personas con las cuales se mantenga la interacción y de la situación que se esté presentando; no tenemos un espacio personal estático con cada una de las personas que nos rodean, de esta manera, la interacción social que en un primer momento puede presentar un espacio social entre los interlocutores, se puede reducir y por lo tanto, pueden entrar mutuamente al espacio personal del otro individuo (Albaladejo, 2007; Patterson, 2011).

En general, podemos mencionar que el espacio entre las personas se divide en dos, el primero que es el espacio público o social, que va de más de 3.6 metros a 1.23 metros, mientras que la zona personal va desde el 1.22 metros a lo conocido como la zona íntima, que es el contacto físico (menor a los 45 centímetros). Sin embargo, en algunas ocasiones las características del entorno y de la organización del lugar donde se dé la interacción social, puede ayudar al acercamiento o al alejamiento de las personas, es decir, el diseño de un escenario o la colocación del mobiliario en un lugar pueden limitar o favorecer nuestras relaciones con los otros (espacio sociópeta y el sociófugo). Por ejemplo, cuando el contacto social tiene lugar en un bar, se puede interferir en el espacio personal de un individuo, sin que existan repercusiones negativas (Albaladejo, 2007; Patterson, 2011; Rulicki y Cherny, 2007).

La tactésica, es otro componente de la CNV, la cual son códigos táctiles que existen en cada cultura, en la que podemos encontrar diversos tipos de tacto como lo son la tactésica funcional-profesional, social-cortés, amistad-calidez y amor-intimidad. Existen autores que han escrito sobre seducción que denominan

al contacto físico con una persona como un “Kino” y tienen una función que ayuda a la identificación de interés de parte de la otra persona para establecer una relación (Luna, 2007; Vidal, 2009; Von, 2007). Vidal (2009), menciona que existen cuatro niveles de Kinos, el cordial, en el cual se presentan contactos físicos como los besos de presentación, o un apretón o chocar las manos; el Kino ligero es agarrar el brazo, abrazar fuertemente, mano en el hombro o un beso fuerte en la mejilla, por otro lado, el Kino importante esta basado en las zonas erógenas como el tomar con firmeza la cintura, las costillas, el cuello, los muslos, la nuca o el lóbulo de la oreja, por último, un beso en los labios, mordiscos en el cuello o besos en las orejas, ejemplifican la llegada del Kino extremo, el cual es el nivel número cuatro.

Estos identificadores de interés no solamente se presentan a través del contacto físico, sino durante toda la comunicación verbal y no verbal de la interacción personal. Vidal (2009), comenta que existen ciertos comportamientos que denotan la atracción física de un hombre a una mujer y viceversa, como pueden ser los siguientes: los pies se centran en la dirección en la que se encuentra la persona, se toca mucho el pelo y se muestra las muñecas, un individuo se retira y el otro lo sigue con la mirada, se ríe en todo momento por lo dicho durante la plática, cumple las pequeñas peticiones que se le realizan, deja que le pongan las manos en la cintura o en el hombro o simplemente la persona menciona su atracción por su pareja.

2.3.4. Comunicación verbal

La comunicación verbal, que es aquella que incluye la emisión de sonidos, que pueden ser reflejos articulados (lingüísticos) o no articulados (paralingüísticos). El lenguaje es un conjunto de procesos que son el resultado de la actividad psíquica determinada socialmente y a través de esta se hace posible la adquisición y el empleo de la lengua, la cual es el sistema gramatical, lexical y fonético (Santoro, et al., 2006).

Los elementos paralingüísticos de la comunicación verbal suministran valiosa información y acompañan a las expresiones lingüísticas; se debe tener en consideración que es aquella que estudia las cualidades de la voz como lo son la intensidad, el tono, timbre, tiempo y ritmo y sus posibles modificaciones, así como también analiza los diferenciadores emocionales, las pausas y los silencios. En pocas palabras es la forma en que expresamos lo que queremos (Reyes, 2007). En el caso de la calidad de voz, el timbre y la intensidad, pueden llegar a aportarnos datos acerca de la persona con la que nos comunicamos, como el sexo o la edad aproximada de ella; de la misma manera, el estado en el que se encuentra la persona, como lo es la intranquilidad o la relajación, aunque se debe tener claro que existe un margen de error, debido a que la calidad, intensidad y el tono de voz puede modularse para obtener determinados resultados o manifestar específicas intenciones (Cabrera y Pelayo, 2002).

Por otro lado, las vocalizaciones son un rasgo que merece destacarse de los elementos paralingüísticos como lo pueden ser los alargamientos de las palabras, suspiros, risas, silbidos y soplidos. Estos elementos no son considerados palabras propiamente, sin embargo actúan como señales que otorgan al oyente componentes para el entendimiento del mensaje en cuestión (Cabrera y Pelayo, 2002).

Utilizando estos elementos paralingüísticos y el lenguaje, puede establecerse una conversación. No existe una regla específica de como debe ser o darse el mensaje en una conversación con una persona, esto debido a que cada interacción que se presenta es cambiante y no se puede imponer un orden preestablecido, ya que, la retroalimentación que puede existir del mensaje, no siempre es la misma; sin embargo, aunque el mensaje tenga dicha característica, la estructura de una conversación consta de tres etapas: inicio, para iniciar una conversación, se puede saludar, realizar una breve explicación de nosotros mismos o permitir que la otra persona lo realice, de la misma manera, se puede hacer referencia algún aspecto físico o a una actividad que haga la otra persona, de la misma forma, el lugar en el que se encuentren, el ambiente o el estado

psicológico de los participantes; orientación al tema o el propósito, los participantes hablan un poco sobre el motivo de la reunión, entendiendo que los principales propósitos que se presentan son el informar, entretener, actuar y persuadir; por último, está el desarrollo verbal de las ideas, el cual, ayuda a mejorar la parte racional de los mensajes interpersonales, de otra manera, sirve para justificar, especificar o concretar mejor las ideas que se presentan en la conversación (Fonseca, 2005).

Por otra parte, existen barreras interpersonales que pueden interferir en una interacción social, las cuales pueden impedir totalmente la comunicación o modificar el significado de ésta. Por un lado existen las barreras de tipo personal, que son interferencias originadas por emociones valores y limitaciones de los individuos. Las barreras físicas son otro elemento que obstaculiza la comunicación, las cuales son causadas en el entorno como un ruido intenso o uno distractor, otro tipo de barreras físicas puede ser la distancia entre las personas, las paredes, o la estática que se genera en las llamadas telefónicas. Por último, las barreras semánticas son provocadas por interpretaciones inadecuadas de los símbolos y las convenciones que se utilizan en la conversación, por decirlo de otra manera, las palabras manejadas pueden poseer diversos significados y modifican la interpretación de la conversación. De esta forma, el emisor del mensaje, debe de estar consciente de la forma y las palabras de las que puede hacer uso para que no se malinterprete la interacción social (Albores, 2005; Hellriegel, 2009).

Así mismo, uno de los procesos más valorados del proceso de la comunicación lo constituye la persuasión, la cual, como la define Lakhani (2005, p.22), *“es el inducir a tomar un curso de acción o a adoptar un punto de vista a través de la argumentación, el razonamiento o la súplica”*, de esta manera, a través de la persuasión se trata de modificar las creencias, valores, actitudes o conductas de los receptores. El mensaje persuasivo se puede presentar durante una reunión o varias discusiones y es una habilidad preponderante para tener éxito en las relaciones personales o laborales. Sin embargo, la persuasión no solamente depende de el adoptar un punto de vista determinado, sino de que se debe

presentar la información de una manera que apele a las emociones humanas fundamentales (Reardon, 1991).

En las situaciones de persuasión, al igual que en cualquier situación comunicativa, se puede identificar un emisor, un mensaje y un receptor; las características de estos componentes van a influir en la eficacia del intento persuasivo (Worchel, Cooper, Goethals y Olson, 2002; Salcedo, 2008; Santoro, et al., 2006).

En primer lugar podemos encontrar características inherentes a la fuente o emisor, ya que si se presentan éstas existe mayor probabilidad de que el mensaje persuasivo tenga mayor efecto, sin embargo, estas características pueden ser reales o ficticias y son: la credibilidad, el atractivo y el poderío. De esta manera, la percepción del receptor será importante para que el impacto del mensaje sea efectivo (Worchel, Cooper, Goethals y Olson, 2002; Salcedo, 2008).

En un primer momento, el argumento presentado debe de ser creíble, incluso cuando el mensaje que se transmite afecte a los propios intereses, de esta manera, si se demuestra imparcialidad frente a una temática, otorga una credibilidad en el receptor que ayuda a la eficacia del mensaje persuasivo. Por otro lado, está el atractivo, el cual nos indica que a los receptores, les gusta o sienten algún tipo de agrado por el emisor, el mensaje persuasivo probablemente sea eficaz. La última característica que influye en el emisor es el poder, el cual ha demostrado que si una persona tiene el poder de sancionar nuestra conducta, es más probable que se realice aquello que desea el emisor en su mensaje o cambiar la opinión del receptor (Worchel, Cooper, Goethals y Olson, 2002; Salcedo, 2008).

Por otro lado, existen características que debe tener un mensaje persuasivo para que sea eficaz, en primera instancia están los mensajes racionales los cuales están basados en datos o evidencias ajenas a la fuente del mensaje, este tipo de mensajes hacen uso de las estadísticas y los ejemplos, lo cual da solidez a los argumentos del discurso; cabe mencionar que el uso de los ejemplos o las estadísticas en una conversación dependerán de las personas con las que se esté

tratando en ese momento, sin embargo, los ejemplos son más fáciles de comprender y se reacciona a ellos con mayor intensidad que con las estadísticas (Worchel, Cooper, Goethals y Olson, 2002; Salcedo, 2008).

En segunda instancia están los mensajes emocionales, los cuales pueden crear en el receptor sentimientos o emociones, que producen respuestas de agrado/desagrado o atracción/repulsión. Los mensajes emocionales más utilizados son aquellos que aluden al miedo, ya que por un lado tratan de llegar a las pasiones de ser humano, pero de la misma manera a la parte racional de éste. De esta forma, en este ejemplo podemos observar que entre más miedo sea evocado, mayor capacidad de persuasión tendrá el mensaje; por otro lado, la extensión de los argumentos es un componente más que influirá en la eficacia del mensaje persuasivo (Worchel, Cooper, Goethals y Olson, 2002; Salcedo, 2008).

Por último, otra de las características que se debe tener en cuenta en el mensaje persuasivo para que la probabilidad de eficacia aumente, son aquellas que hacen referencia al receptor, pero se debe tener en cuenta que mientras las actitudes de las personas sean más firmes y accesibles, son más resistentes a la persuasión. Por otro lado, el estado de ánimo es uno de los elementos que se debe tener en cuenta en el receptor al momento de tratar de persuadirlo, ya que de la misma manera que un mensaje puede tener un contenido que genere miedo en las personas y sean persuadidas, también se pueden generar sentimientos positivos y tener los mismos resultados que aludiendo al miedo. Por lo tanto, si el estado de ánimo en el que se encuentra el receptor es positivo, existe mayor probabilidad de que el mensaje persuasivo tenga efecto (Worchel, Cooper, Goethals y Olson, 2002).

2.3.5. Proceso de seducción

Una vez que se tiene seguridad en uno mismo y que se sabe cómo afrontar el rechazo, podemos hablar sobre el proceso de seducción. Existen diversos estilos

de seducción, uno de ellos es el MM (Mystery Method) el cual sería el siguiente (Von, 2007):

Ligue (Atraer a la otra persona) → juego intermedio (Establecer confort, confianza y conexión) → Juego final (Estructurar una oportunidad para ser seducido)

Sin embargo, hay que tener en cuenta que en el proceso pueden existir variaciones al igual que la finalidad de la seducción, ya que el transcurso no es lineal, más bien es dinámica y tiene la finalidad de persuadir a alguien y modificar su opinión o que se comporte de manera determinada, según las intenciones de la persona seductora (Ripper, 2008).

2.3.6. Atracción

La mayoría de nuestras relaciones interpersonales están condicionadas por la atracción, ya que es un estímulo para empezar, mantener o disminuir esas relaciones. Esta atracción interpersonal puede entenderse como la actitud que tiene una persona hacia otra, que puede ser positiva (amor) o puede ser negativa (odio), lo cual se puede demostrar a través de comportamientos y sentimientos (Ubillos y Barrientos, 2001; Roche, 2006). La atracción es el primer paso en el proceso de seducción, pero existen elementos que se deben tener en cuenta al momento de atraer a una persona, como dice Von (2007):

“El error más común que cometen los principiantes es concentrarse en seducir primero a una mujer en lugar de atraerla. Esto es como colocar el carro delante del caballo. A menudo, para las mujeres hermosas, la seducción primero es poco más que el equivalente a decir: “No me conoces pero, ¿te acostarías conmigo?” Hay un tiempo (y un lugar) para iniciar la etapa de la seducción, pero no es hasta que primero tengas atracción y confort -así como privacidad- Los principiantes comienzan erróneamente por el final” (p.67).

Por lo tanto, antes de intentar seducir a una persona hay que atraerla, entendiendo esto como ganar la voluntad, afecto, gusto o atención de una persona. Existen una serie de factores, que tienen vital importancia en la aparición y el mantenimiento de esta atracción (Baron y Byrne, 2005; Ubillos y Barrientos, 2001).

Por un lado nos atraen más los individuos que tienen actitudes y características similares a las nuestras, es decir, cuantas más cosas en común, más atracción. Esto debido a que el conocer gente que tenga opiniones, conductas o gustos semejantes a los nuestros, de alguna manera válida socialmente aquello que realizamos y nos identificamos con ellos. Estos aspectos análogos pueden referirse a actitudes sobre una serie de temas relevantes y la personalidad de la persona, aunque esta última se presenta en menor frecuencia que la primera. Sin embargo, existen estudios que denotan que a las personas les gusta sentirse únicos e irrepetibles y por lo tanto, las personas que tienen características similares a las nuestras, nos atraen en menor grado (Ibáñez, 2004; Ubillos y Barrientos, 2001; Worchel, Cooper, Goethals y Olson, 2002).

Por otro lado, la proximidad o cercanía de las personas puede ser otro factor determinante en la atracción entre individuos. De esta manera, los sujetos que están más cerca de nosotros pueden atraernos más, solo por el hecho de que son las más accesibles, porque se pierde el miedo a lo desconocido o porque el compartir un espacio físico nos lleva a compartir algunos otros aspectos, como pueden ser ideologías, aspiraciones o problemas (Ubillos y Barrientos, 2001). De la misma forma, la exposición repetida a una persona lleva a una familiarización con el individuo y esto hace que también aumente la atracción, así como Zajonc lo dice (1968), la exposición repetida a un nuevo estímulo por lo general resultará en una evaluación cada vez más positiva de ese estímulo (En: Ibáñez, 2004).

De la misma manera, otra forma en la que nos atraen o que podemos atraer a las personas es a través de la estima, ya que nos atraen las personas que sienten y muestran estima por nosotros, esto a través de elogios o conductas que la persona hace por las demás personas. Sin embargo, como lo mencionan

Worchel, Cooper, Goethals y Olson (2002), en ocasiones resulta más significativa para nosotros un elogio o alago de una persona que nos insulta frecuentemente, que de alguien que nos demuestra estima constantemente; la presencia de elogios durante un tiempo prolongado pierden el significado que generaban al inicio de una relación.

Uno de los factores más importantes en la atracción es el atractivo físico, ya que una persona con características físicas agradables, resulta ser más atractiva, además es uno de los determinantes en los primeros encuentros o cuando el contacto es superficial. De la misma manera, un individuo nos va a resultar más atractivo cuando está asociado a un evento que evoca en nosotros agrado o placer. Por otro lado, también se tiende a considerar que aquellas personas que tienen buenas cualidades físicas, también tienen otro tipo de cualidades como lo son: estabilidad, sociabilidad, independencia, sensualidad, entre otros. Aunque, existen estudios que demuestran que durante la elección de una pareja, ésta no tiene que ser atractiva físicamente, ya que en ocasiones, preferimos a las personas que son menos atractivas que nosotros (Ibáñez, 2004; Ubillos y Barrientos, 2001; Worchel, Cooper, Goethals y Olson, 2002).

Existen elementos físicos que son valorados positivamente por la sociedad, por ejemplo, la estatura es valorada positivamente en el atractivo físico de los hombres, mientras que en el caso de las mujeres, es evaluado negativamente, mientras que en las mujeres es evaluado positivamente la relación cintura-cadera. De la misma manera, estudios indican que la atracción decrece cuando una persona tiene una cara atractiva, pero corporalmente no lo es (Ubillos y Barrientos, 2001).

En general, se puede decir que existen diversas maneras en que se atraen las personas (biológicas, comportamentales, físicas, etc.), pero no todas son definitivas, habrá aspectos que se deben tener en cuenta, como lo es la situación, el lenguaje, las personas, las actitudes, entre otras cosas.

2.3.7. Confort

Una vez que hemos captado la atención de la persona a la que pretendemos atraer, se puede dar inicio a la seducción, pero antes de proceder a esta fase, es necesario adentrarse en una etapa anterior, la cual es la de confort o rapport, tal como dice Von (2007), *“hay momentos para seducir (o ser seducido), pero no hasta después de haber creado confort”* (p. 68).

Según, Grigaites (2009), establecer confort o rapport es la habilidad para colocarse en el lugar de otro, acompañándolo desde el lugar del otro, entendiéndolo, escuchándolo y viendo desde su lugar. Así como el mismo autor lo dice:

“Es establecer con el otro una relación de igualdad en la que habrá entendimiento y un sentimiento de unidad [...] La falta de rapport afecta la respuesta de la interacción y puede ser la diferencia entre estar cooperativo o resistente [...] En una relación cooperativa establecemos un clima de confianza entre los interlocutores, confianza que no implica una connotación afectiva, sino efectiva, independientemente que sean o no simpáticos sus interlocutores, pronto estarán en condiciones de establecer una comunicación exitosa” (p3)

Lo más importante para el rapport, es el deseo de conocer, entender y aceptar al otro y al lograr esto, la comunicación verbal y no verbal de ambas personas se irá asemejando de forma natural y espontánea. (Ribeiro, 1994).

Como menciona Rosenthal, (Goleman, 2006), los factores que generan el confort son:

- 1) *Atención mutua y participación.*
- 2) *Sentimientos positivos.*
- 3) *Coordinación o sincronía.*

Atención mutua y participación: Es cuando dos personas atienden lo que el otro dice y hace, esto genera una sensación de interés compartido. Uno de los

indicadores es la empatía mutua prestando atención, es sentir la sensación de que la otra persona está conectada con lo que sentimos.

Sentimientos positivos: Es una actitud positiva hacia los demás. Esta sensación de bienestar mutuo, se manifiesta a través del tono de voz y de la expresión del rostro. Para establecer una sensación positiva los mensajes no verbales son mucho más importante que lo que decimos con las palabras. Cuanto más natural son los movimientos de las personas que se relacionan, más positivos son sus sentimientos.

Coordinación o Sincronía: La coordinación no verbal, fluye a través de canales tan sutiles como los movimientos corporales, el ritmo y la sincronía de la conversación. Cuando las personas establecen confort se sienten bien y expresan sus emociones libremente. Las respuestas son espontáneas y bien coordinadas. Al armonizar creamos una relación de confianza y credibilidad, lo que permite igualarnos tanto en el lenguaje verbal y corporal.

Lugar y ambiente. Como su nombre lo indica, son todos los sitios para generar confort, generalmente se caracterizan por ser lugares aislados con un ambiente reservado, esto es con la finalidad de dialogar ampliamente sin que intervengan demasiados distractores. Principalmente existen tres tipos de lugares para generar confort. Von (2007):

“C1: cualquier lugar para generar confort dentro de la localidad de reunión.

C2: cualquier lugar para generar confort separado del lugar de reunión y el lugar del sexo.

C3: cualquier lugar para generar confort dentro del lugar de sexo” (p. 179).

De esta manera, se establece un primer contacto en C1. Al observar tres de los indicadores de interés, se puede pasar a C2, el cual es un lugar más privado en comparación con el primero, pero se debe tener cuidado de no incomodar a la persona con la que se intenta tener confort.

Por último, cuando se perciba comodidad por parte de ambos interlocutores se pasa a C3, el cual ya es un lugar destino al acto sexual.

3. MÉTODO

3.1. Recolección de datos

Durante la aplicación del presente trabajo para el caso del taller, se utilizaron métodos tanto cuantitativos como cualitativos. Los métodos cualitativos son aquellos que se basan en esquemas observacionales externos e intentan mantener intacta la perspectiva de los participantes, al igual que se pretende describir las formas en que la gente da significado al comportamiento, mientras que los métodos cuantitativos son aquellos en los que la medición es controlada y objetiva (Kerlinger, 1999).

Uno de los métodos utilizados fue la observación, en la que los coordinadores anotaban aquellas respuestas que los participantes daban en el transcurso de las sesiones. Por otro lado, las encuestas y las entrevistas también fueron parte de los instrumentos ocupados para la recolección de datos, cada una de estas herramientas fueron desarrolladas por los coordinadores del taller como lo son: “¿Qué es y cómo son?” (anexo 1), “Lo que me gusta de mí” (anexo 2), “Dibuja la mirada” (anexo 3), “Coloca la emoción que crees que siente” (anexo 4), “Como le hace un seductor” (anexo 5), “¿Qué te atrae de una persona?” (anexo 6), “Pros y contras de la seducción” (anexo 7) y uno de datos sociodemográficos (anexo 8).

3.2. Participantes

La población que asistió al taller en promedio, fueron 29 personas pertenecientes a la comunidad estudiantil de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán.

3.3. Duración de la intervención

Las sesiones de los talleres se llevaron a cabo todos los jueves a partir del 29 de septiembre, finalizando el 10 de noviembre en las mismas instalaciones de la Facultad, en un horario desde la 1:00 p.m. hasta las 3:30 p.m.

4. PROCEDIMIENTO

4.1. Planeación

La planeación de las sesiones se llevo a cabo con la finalidad de que los participantes del taller de seducción, en primer lugar, identificarán tanto el concepto de seducción como las características que tiene una persona seductora, después, el desarrollo de estas cualidades y por último el proceso de seducción. Durante cada una de estas sesiones, la identificación y la aplicación de las temáticas revisadas fueron parte del taller. Dicho lo anterior, las sesiones aplicadas fueron:

4.2. Breve descripción de las actividades generales y formas de recolección de datos utilizados en el taller

| Sesión | Fecha de aplicación | Tema | Actividades generales | Objetivos | Forma de recolección de datos |
|---------------|----------------------------|---------------------------|---|--|--|
| 1 | 29-09-11 | Concepto y Estereotipo | Dinámica de integración y presentación de imágenes | Los participantes y los coordinadores se presentarán con el grupo de trabajo, esto con el fin de establecer rapport. Los participantes definirán el concepto de seducción. Los participantes identificarán las atribuciones del estereotipo de la mujer y el hombre seductor. | Observación libre y registro “¿Qué es y cómo son?” (Anexo 1). |
| 2 | 06-10-11 | Autoconcepto y Autoestima | Análisis de etiquetas sociales y autoatribuciones | Los participantes identificarán y valorarán los pensamientos que tienen de sí mismos, sus cualidades y virtudes. Los participantes aplicarán sus cualidades y virtudes para empezar una conversación. | Observación libre, registro “lo que más me gusta de mí” (anexo 2). |
| 3 | 13-10-11 | Comunicación No Verbal | Interpretaciones de los movimientos corporales, propios y de los demás. | Los participantes identificarán la importancia de la comunicación no verbal en la interacción con otra persona. Los participantes aplicarán la comunicación no verbal adecuada para relacionarse en diferentes situaciones (con extraños, en el trabajo, de amistad, de amor y en la seducción). | Observación libre, registro “dibuja la imagen” (anexo 3) y “Coloca la emoción que crees que siente” (anexo 4). |

| | | | | | |
|---|----------|----------------------------------|---|---|---|
| 4 | 20-10-11 | Comunicación Verbal y Persuasión | Análisis de la transmisión de la información. ¿Qué y cómo decirlo? | Los participantes reflexionarán las formas de establecer comunicación con una persona a través de la modulación, la intensidad, el tono, timbre, tiempo y ritmo. Los participantes aplicarán la comunicación verbal y la persuasión para relacionarse en diferentes situaciones (con extraños, en el trabajo, de amistad, de amor y en la seducción). | Observación libre y registro "Como le hace un seductor" (anexo 5) |
| 5 | 27-10-11 | Atracción | Análisis de las diversas formas en que nos puede atraer alguien. | Los participantes identificarán las formas por las cuales se atraen las personas. Los participantes aplicarán la comunicación verbal, no verbal, sus actitudes, sus virtudes y la persuasión para atraer a una persona. | Observación libre y registro "¿Qué te atrae de una persona?" (anexo 6). |
| 6 | 03-11-11 | Confort | Análisis de las diversas formas en que podemos hacer sentir en confianza a alguien. | Los participantes identificarán los factores bajo los cuales se puede lograr el confort en cualquier situación. Los participantes aplicarán la comunicación verbal, no verbal, sus actitudes, sus virtudes, sus gustos y la empatía en la conversación para atraer a una persona y establecer confort. | Observación libre. |

| | | | | | |
|---|----------|---------------------------|---|--|---|
| 7 | 10-11-11 | Problemas en la Seducción | Análisis de aquellos factores que pueden desfavorecer la seducción. | Los participantes solucionarán situaciones en las que se representarán los errores que puede cometer una persona al tratar de seducir. Los integrantes del grupo aplicarán las técnicas que los psicólogos les han presentado a lo largo del taller con el fin de seducir a alguien. Los miembros del taller identificarán las consecuencias positivas y negativas que producen las técnicas seductoras. | Observación libre y registro “Pros y contras de la seducción” (anexo 7) |
|---|----------|---------------------------|---|--|---|

4.3. Descripción de los instrumentos aplicados

Durante el taller se utilizaron encuestas y cuestionarios, todos ellos desarrollados por los psicólogos, al igual que, en cada una de las sesiones, las observaciones realizadas por los mismos estuvieron presentes, en especial los eventos relacionados con los objetivos de cada sesión del taller.

En el caso de la primera sesión se utilizó un cuestionario “¿Qué es y cómo son?” (Anexo 1), el cual constaba de cinco reactivos, de los cuales, el primero hacía referencia a la definición de lo que los participantes tenían acerca de la seducción, el segundo a la definición realizada entre los coordinadores del taller y los miembros del equipo. Por otro lado, el reactivo tres y cuatro, estaban dirigidos hacia las cualidades que tiene una persona seductora, en primer lugar, los estereotipos que evocaban en los usuarios las personas seductoras y en segundo lugar, aquellas cualidades que la literatura mencionaba acerca de este tipo de personas. Por último, el quinto reactivo abordaba cuáles de estas cualidades mencionadas se atribuían los participantes.

En la segunda sesión se utilizó un esquema de la figura humana en la que los participantes tenían que anotar aquellas cualidades que ellos se atribuían. En la tercera sesión utilizamos dos instrumentos, el primero fue un esquema en el cual, a los miembros del taller se les pedía que dibujaran los siete tipos de miradas que se mencionaron durante la sesión, después se les entregó una hoja con seis imágenes de personas que tenían diferentes expresiones faciales y una línea debajo, con el fin que identificaran la emoción que correspondía a la imagen.

Por otro lado, en la sesión cuatro, en el instrumento utilizado se colocaron dos columnas, en las cuales, los participantes tenían que identificar aquellas características de la comunicación verbal y no verbal que tenía el seductor en un video que se les presentó.

En cuanto a la sesión cinco, se utilizó una encuesta que constaba de seis preguntas relacionadas con lo que les atrae de una persona a los participantes. El primer reactivo hacía referencia a los aspectos físicos que les generan atracción

de un individuo, en el cuestionamiento dos y tres, mencionaba las actitudes positivas y negativas que les atraen; en la cuarta y en la quinta pregunta se tocaban aspectos comportamentales y cualidades que les atraen y por último, aquel cuestionamiento que predomina para ellos.

Por último, en la séptima sesión utilizamos un cuestionario de cuatro preguntas relacionadas con los pros y los contras de la seducción.

5. RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados obtenidos durante las sesiones impartidas del taller:

5.1. Sesión 1

Asistentes al taller

| Carrera | Porcentaje de asistencia por carrera en el grupo | | Edad |
|--------------------|--|---|---------|
| | | | |
| MAC | 30% | 9 | 19 - 24 |
| Historia | 20% | 6 | 23 - 35 |
| Sociología | 13% | 4 | 19 - 26 |
| Actuaría | 10% | 3 | 20 - 21 |
| Comunicación | 7% | 2 | 20 - 23 |
| Derecho | 7% | 2 | 18 - 26 |
| Ciencias Políticas | 7% | 2 | 20 - 21 |
| Filosofía | 3% | 1 | 31 |
| Economía | 3% | 1 | 18 |

Categorías

Concepto de seducción. Son los comentarios que realizan los usuarios con el propósito de definir la seducción.

“es la capacidad por medio de movimientos corporales y/o palabras para causar en otra persona reacciones”

“una técnica para lograr un objetivo muy deseado”

“habilidad para persuadir o incitar a otra(s) persona(s) para realizar algo”

“es la habilidad social que se puede adquirir o bien desarrollar para obtener como fin último relacionarte con el sexo opuesto”

“habilidad neta que poseen los seres humanos para atraer y conseguir un fin propio. La seducción es un juego donde un conjunto de habilidades, emociones y sensaciones se aglutinan para llamar la atención de alguien”

“es la habilidad de relacionarse con las personas que conlleva características emocionales y físicas”

“es la forma que tiene una persona de afectar de cierta manera los sentidos de la otra para lograr cautivarla y lograr así objetivos propios”

Definición de seducción: es la conjunción de los conceptos dados por los usuarios acerca de lo qué es la seducción y la teoría encontrada sobre lo mismo.

“la seducción es el proceso de atraer a una persona por medio de la persuasión, manifestaciones y aspectos corporales, comportamentales, físicos y emocionales con el fin de establecer una relación, ya sea de trabajo, amistad, amorosa o sexual”

Cualidades de la persona seductora (estereotipos). Son las características mencionadas por los usuarios acerca de las personas que son consideradas seductoras.

“sexy, atractiva, exuberante”

“confianza, seguridad, carisma, atrevido, saber modular su voz, poder pensar como la otra persona, ser muy perceptivo, facilidad de palabra, poder de persuasión”

“seguridad, tono de voz, porte, comportamiento, mirada, facilidad para abordar a la otra persona, personalidad”

“seguridad en sí misma, personalidad, amabilidad y son muy atentas”

“agradables, sociales, sensuales”

“es una persona que tiene mucha seguridad, no le da miedo hablar con la persona que la atrae, es muy sociable, es bonito y comúnmente es el centro de atención”

“confianza, verbo”

Cualidades de la persona seductora (autoatribuciones). Son las características mencionadas por los usuarios acerca de sus propias habilidades para atraer a alguien.

“facilidad de palabra y seguridad”

“confianza en sí mismo, sonrisa y buena imagen”

“confianza, seguridad, un poco saber modular la voz y pensar como la otra persona”

“buen sentido del humor, sociabilidad y sonrisa”

“confianza, sentido del humor, sociable (mucho) y ser el centro de atención (la mayoría de las veces)”

“confianza en sí mismo, sonrisa radiante, buena imagen”

5.2. Sesión 2

Categorías

Autoatribuciones negativas. Son comentarios realizados por los usuarios acerca de las cualidades negativas que les han mencionado terceras personas o creen de sí mismos.

“desidiosa, irresponsable, floja, mentirosa”

“impulsivo, grosero, degenerado, pervertido, mugroso, huevón”

“orgullosa, borracha, pacheca, tonta, inútil”

“asqueroso, sucio, tragón, flojo, indeciso, autoritario”

“antisocial, retrograda, voluble, extraño, burlón, gordo”

Observaciones:

Después, les mencionamos que la manera en cómo nos percibimos podía afectar la manera en cómo nos relacionamos con los demás, por lo tanto, teníamos que modificar esa manera en como nos conocemos, de esta manera, le dijimos a una de las participantes (aquella que tenía la autoatribución de tonta), que si fuera una persona tonta, ni siquiera estaría cursando la universidad, cosa que no cualquier persona hace. Por consiguiente, debía de retirarse aquella etiqueta de irresponsable que tenía de su persona.

Autoatribuciones positivas. Son comentarios realizados por los usuarios acerca de las cualidades positivas que les han mencionado terceras personas o creen de sí mismos.

“inteligente, amable, cariñosa, responsable, alegre, carismática, respetuosa, trabajadora, sincera, sentido del humor, imaginativa, audaz, curiosa, linda voz”

“sociable, honesta, sincera, amable, estudiosa, bondadosa, sencilla, ordenada, cariñosa, creativa, buena figura, responsable, caliente, trabajadora”

“respetuoso, sensible, alegre, cálido, ambicioso, emprendedor, aventurero, bondadoso, curioso, ingenioso”

“divertido, soy buen novio, valiente, atrevido, hábil, ocurrente, bondadoso, sociable, amigable, cariñoso, carismático, seguro, inteligente”

“inteligente, respetuoso, con sentido del humor, paciente, amigable, honesto, dedicado, extremo, creativo, deportista, comprensivo, positivo, con mucha energía, responsable, carismático”

Observaciones:

En el pizarrón había ciertas cualidades positivas apuntadas en un papel y les dijimos que tomaran aquellas cualidades que ellos creen tener. Continuando, se les preguntó por aquellas etiquetas que no tomaron y una persona que no tomó aquella que decía “trabajador” se le preguntó que por qué no se consideraba así y nos contestó lo siguiente:

“hay ocasiones en las que prefiero quedarme echado en mi casa a pararme a trabajar en algo”

Nosotros le preguntamos *“¿acaso no trabajas en la escuela o en tu casa?”*, a lo que respondió que *“sí”* y le dijimos: *“entonces, sí eres trabajador, pero no te la pasas trabajando a cada momento”*. De esta manera, le mencionamos que no es que no posea esa cualidad, solamente que necesita desarrollarla. Por lo tanto, se le invitó a pasar por esa etiqueta que no había tomado y de la misma manera a todo el equipo del taller.

Conductas alusivas a la seguridad en uno mismo (autoconcepto y autoestima). Diálogos contruidos por los usuarios para entablar una

conversación con una persona desconocida, basándose en sus cualidades positivas.

Estando en el zoológico

H: Hombre

M: Mujer

H: Hola

M: Hola

H: hermosos panda, ¿no crees? –respetuoso-

M: sí, son muy lindos

H: ¿sabías que cada 10 minutos muere un panda por falta de bambu? –sentido del humor, creatividad, ocurrente-

M: Jajajaja no, ¿Cómo crees?

H: bueno no es cierto, pero me atrevería a decir comentarios así de absurdos si pudiera ver tu sonrisa en cada ocasión –ingenioso, cariñoso, carismático-

M: eres muy lindo, ¿Cómo te llamas?

H: mi nombre es Adrián y ¿el tuyo?

M: Zaira

H: mucho gusto Zaira, no sé si sea algo repentino, pero ¿te gustaría ir conmigo a recorrer todo el zoológico y después tomar un café? –atrevido, valiente, sociable, seguridad-

M: mmm... bueno, pero que sea descafeinado

Observaciones:

Los participantes adoptaron un papel determinado y aprovecharon las cualidades con las que contaban y al tratar de iniciar una conversación con la otra persona, se acercaban con seguridad y confianza, lo cual fue conveniente, ya que ellos fueron perdiendo la timidez frente a los integrantes del grupo, los cuales en ocasiones eran desconocidos para ellos.

5.3. Sesión 3

Categorías

Identificación de emociones con base a la expresión facial de terceras personas. Son respuestas dadas por los usuarios acerca de la asociación de expresiones faciales con emociones.

| Emociones | Aciertos % | Errores % |
|------------------|-------------------|------------------|
| Miedo | 92 | 8 |
| Tristeza | 100 | 0 |
| Enojo | 19 | 81 |
| Disgusto | 62 | 38 |
| Alegría | 100 | 0 |
| Sorpresa | 100 | 0 |

Comportamientos generados debido a las expresiones de terceros. Son comentarios realizados por los usuarios acerca de la percepción generada de las expresiones de terceras personas.

“pues me daban más ánimos de contarles, como que les emocionaba igual que a mí”

“pues cuando vi que se empezaron a molestar yo me dije, pues que ¿cada quien hace las cosas como quiere no?”

“a mí se me hacía raro que de repente estuvieran contentos y hasta animosos y de pronto se enojaban y me sacaban de onda y luego se ponían tristes y fue cuando me vi hacia atrás y vi que tú –el coordinador- les estabas cambiando las cartulinas”

Movimientos corporales. Son interpretaciones realizadas por los usuarios acerca de la comunicación no verbal de terceras personas.

“mi frase era “quiero tener relaciones sexuales contigo”, pero mi equipo me entendió mal, no fui yo, ellos no me entendieron, ¿de dónde sacaron que quería tener un paseo por el sendero?”

“pues siento que mi frase era fácil y mi equipo la entendió rápidamente después de todo, hice la misma postura que hacen en la película –Titanic-“

“a pesar de que les costó trabajo, mi equipo al final del tiempo sí pudo entender lo que trataba de decir –tú me gustas para tener una cita-“

Conductas alusivas a la comunicación no verbal. Son comportamientos realizados por los usuarios basándose en los elementos de la comunicación no verbal.

“yo siento que estuve medio mal, pero al final siempre la vi a los ojos y sonreía adecuadamente, tampoco me burlaba de ella ni parecía falsa mi risa, además creo que cuando la toque no me sobrepase ya que solo le toque el hombro y tome su mano –bar-”

“mi equipo creo que estuvo bien, en la entrevista de trabajo, el entrevistador siempre tuvo una postura muy buena y erguida y el entrevistado presto atención, también tuvo una expresión facial amigable y no enojado, también la mirada fue firme y franca – entrevista de trabajo-”

“la postura que tuve creo que estuvo bien, pero yo sentí que la mire francamente, pero ella dijo que era feroz, aunque me pare frente a ella y de vez en cuando bajaba la mirada y me trababa al hablar –en el parque-”

5.4. Sesión 4

Categorías

Intercambio de información por medio de la comunicación verbal. Son comentarios realizados por los usuarios acerca de la manera en que se puede malinterpretar la información al ser transmitida.

“creo que los adornos que se pusieron al texto fueron los mayores problemas que se suscitaron en el texto”

“creo que distorsionamos mucho la información, ninguno de los equipos completo el mensaje, ni siquiera el primero que tuvo la oportunidad de leer el artículo lo dijo bien, unos dijeron que era búfalo mojado y ese ni siquiera fue el nombre verdadero”

“nosotros no solo le cambiamos cosas como los nombres, sino también le quitamos cosas, por ejemplo, no dijimos como terminaron cada uno de las personas su misión”

Problemas de la comunicación verbal. Comentarios realizados por los usuarios acerca de elementos que les han causado dificultades para establecer una conversación con una persona que les gusta.

“pues yo digo que los piropos guarros son lo más feo que te pueden decir cuando te tratan de atraer, como por ejemplo una vez me dijeron “mamacita, aquí tengo tu leche por si quieres remojar tu concha” y hasta asco me dio”

“a mí me han dicho muchos de esos y son clásicos de los albañiles, pero uno me gusto mucho, “tus ojos parecen dos estrellas en el firmamento”, ¿creyeron que era feo?, no, se equivocaron jajajaja”

Comunicación o atractivo físico. Comentarios de los usuarios acerca de la preferencia de las mujeres hacia los hombres con atractivo físico o comunicación eficaz.

“definitivamente verbo mata carita, he visto que algunos de mis compas son más feos que yo y tienen novias más bonitas que las que yo he tenido en mi vida”

“a mí me gusta más que mi novio sea feo pero que me enamore con palabras, luego cuando tienen un novio guapo, la neta todas las viejas andan zorreando y andan tras él”

“me han dicho algunas chavas que soy verbo y la neta no les creo, pero pues de repente me entran las frases bonitas y pues ni modo de no sacar el repertorio, además no es que sea tan guapo para que digas ¡huy que rostro es ese wey!”

Atribuciones conductuales de la comunicación verbal y no verbal a terceros. Son comentarios realizados por los usuarios acerca de los elementos de la comunicación a una persona seductora.

“tiene una seguridad al hablar, al igual tiene un discurso muy bueno, la neta no sé si me atrevería a llegar con una chica así, también no utilizó piropos vulgares, sino que fueron bonitos y le dijo cosas acerca de cosas personales”

“su manera de caminar fue segura y también tenía una mirada seductora, no llegó así como acosándola, sino lentamente y sus expresiones fueron serias pero no agresivas”

“la seguridad de la persona (hombre) al hablarle a la chica, las palabras seductoras que usó. La forma de caminar de la chica, la ropa que llevaba la chica no era adecuada al contexto, pero eso hizo que llamaran la atención”

“cómo la observa, el tono en el que el chico le dice las cosas, la convence con halagos y se disculpa por molestarla. También el movimiento de la lengua sobre sus labios y la mirada del chico”

“el idioma francés es muy sexy, el tono con el que habla es bajo y débil a la voz, pero el idioma le ayudo, se escucha cachondo, las palabras fueron las correctas, la mirada fue fija y directa sin ser morbosa y vulgar”

“hablo bien, le dijo las cosas de manera respetuosa y la chava aceptó, también su manera de arreglarse creo que fue buena, no iba desarreglado ni sucio, además, creo que el francés es un lenguaje muy romántico para las mujeres”

Conductas alusivas a la persuasión. Diálogos contruidos por los usuarios para modificar la idea de una persona.

En las casa de la novia.

H: Hombre

M: Mujer

H: oye amor

M: ¿Qué pasó gordo?

H: estuve pensando mucho sobre tú y yo, y ya hemos cumplido un año de novios

M: tienes razón, felicidades gordo –lo abrazó-

H: sí amor, pero tengo algo que decirte

M: qué es lo que me quieres decir

H: hemos estado juntos mucho tiempo y quiero que estemos más cerca

M: ¿Cómo?, ¿así? –se acerca a él-

H: no, o sea, quiero pasar al siguiente nivel de la relación, me refiero a tener relaciones sexuales

M: pero sabes que soy muy religiosa y quiero tener relaciones hasta que me case

H: sí amor, yo lo sé, pero quiero que sepas que respeto tus creencias, pero quiero que sepas que no te voy a presionar, solamente que quiero que estemos más cerca uno del otro, no sólo emocionalmente, sino que también carnalmente.

M: eso es muy lindo, pero sabes que mi religión prohíbe eso, no quiero que dios se enoje conmigo por hacerlo

H: creo que dios quiere que nos amemos los unos a los otros, y si tienes relaciones con alguien que amas no se enojaría, la pregunta ahora es ¿me amas?

M: claro que te amo, pero tampoco me hagas esto, no me obligues a elegir entre mi religión y tú.

H: tienes razón, lo primero que te dije era que no te iba a presionar y no lo pienso hacer. Te amo.

M: yo también te amo, no quiero que me dejes de amar por no hacerlo, creo que hemos sido felices así y no quiero arruinarlo,

H: está bien

En la casa del novio

H: oye

M: ¿qué paso?

H: quiero tener sexo contigo... vamos a acostarnos

M: ¿qué?

H: sí ¿porqué no?

M: pues no, sabes que yo quiero casarme antes de tener sexo

H: pero ¿porqué?, ¿acaso no te gusta divertirte?

M: pues sí

H: pues esto es divertido, eso te lo aseguro

M: pero ¿y mi religión?

H: yo no me interpongo entre tú y ella, pero quiero hacerte feliz aquí en la tierra y ya cuando mueras sé feliz en el cielo

M: no como crees

H: ¿Qué tiene de malo? Eres muy puritana ¿no crees?

M: claro que no

H: pues demuéstralo

M: ¿de qué manera?

H: ten relaciones conmigo y si después de eso aún sientes remordimiento, lo volvemos a hacer y así hasta que se te quiten esos pensamientos.

M: no sé, déjame pensarlo

Elementos para la comunicación eficaz. Comentarios realizados por los usuarios acerca de lo que se necesita para tener una comunicación de manera adecuada.

“respeto, confianza e interés por parte de los interlocutores y pues también debe tener el tono de voz adecuado, una buena mirada y expresiones faciales”

5.5. Sesión 5

Categorías

Elementos que les atrae de una persona. Son aquellos aspectos que les gustan de una persona (comportamientos, actitudinales y físicos).

“alto, delgado y marcado, limpio, estilo rockero y bonito cutis. Que le guste el rock, que sea estudioso, fiestero, educado, la lectura y que no le guste el regueton, que no sea cursi y conformista o presumido, depresivo y dramático. Que le guste beber, que no sea mala copa, extrovertido, caballero y desmadroso, igual que sea responsable, atento, inteligente, respetuoso y sincero”

“delgada, ojos grandes, cabello largo y frente amplia. Que le guste el deporte, la lectura, el cine, bailar, el tenis y el sexo. Que no le gusten los tacones, las reuniones familiares y el desorden. Que sea alegre y que me reclame si tiro la flojera. Que tenga firmeza en el carácter, que tenga sus propios objetivos aunque me incluyan y que tenga codicia”

“que sea alto, delgado, moreno claro, cabello lacio, ojos grandes. Que le guste bailar, el cine y caminar mucho, que no le guste fumar”

ni el alcohol. Que me abrace, que me bese y que me acaricie. Que sea sincero, cariñoso, trabajador, ordenado, sencillo y limpio”

“que tenga bubis, ojos bonitos (de preferencia de color), pompis y delgada. Que le guste el deporte, la cultura, la música, el buceo y bailar. Que no le guste el cigarro ni la televisión en exceso, que sea sociable, cariñosa, misteriosa y que sepa comer. Que sea extrema, deportista, linda, se vista bien, inteligente, chistosa, interesante y creativa”

Uso de las actitudes para atraer a alguien. Diálogos contruidos por los usuarios para empezar una conversación con una persona, teniendo en cuenta aquellos elementos que le atraen de un individuo.

Haciendo ejercicio (corriendo)

H: Hombre

M: Mujer

M: cada día hay más gente corriendo aquí ¿no crees?

H: sí, la verdad antes no había tanta

M: ¿vienes muy seguido por aquí?

H: sí, ¿y tú?

M: es la primera vez, pero la verdad me está gustando para venir diario

H: la verdad nunca vienen mujeres tan bonitas por aquí y ¿Qué haces terminando aquí?

M: hay favor que me haces y pues después me pongo a hacer sentadillas y me voy a trabajar

H: ¿en dónde trabajas?

M: en una tienda de futbol

H: ¿en serio? A mí me gusta mucho el futbol

M: pues si quieres me puedes invitar un jugo y te hablé de todos los futbolistas que han ido a la tienda

H: sale pues, aquí a la vuelta hay unos buenos vamos

Observaciones:

Los participantes utilizaron diferentes maneras de iniciar una conversación, pero llegaron a la conclusión de que la mejor manera de hacerlo no es la de preguntar el nombre de la persona, sino llegar con un comentario al azar sobre la actividad que esté realizando (frases de entrada) el individuo.

5.6. Sesión 6

Categorías

Cómo se inicia una conversación. Aquellos elementos que los usuarios utilizan para iniciar una plática.

“pues empezar con un hola”

“un qué onda siempre es bueno”

“qué tranza, qué andas haciendo”

“creo que como habíamos mencionado la clase anterior, una frase de entrada es buena para este tipo de situaciones”

Problemáticas al no establecer confort. Aquellos comentarios realizados por los usuarios acerca de los obstáculos que se presentan al no establecer confort.

“pues no se podría establecer una conversación, yo creo que es indispensable porque, sino no habría interés en la conversación”

“si no te interesa lo que dice una persona, serías un patán al momento en que ella te esté hablando y tú ni caso le hagas”

“no me siento muy cómoda si a una persona le estoy contando cosas alegres y la otra persona esta triste o enojada”

Observaciones:

Los participantes comentaron que durante la plática que tuvieron los dos usuarios, aquella que estaba platicando imitaba las expresiones faciales de su compañero, si ella estaba contenta cuando él se ponía triste, ella poco a poco se ponía también triste.

El establecimiento del confort. Los usuarios establecieron confort con una persona basándose en la comunicación verbal.

“pues simplemente fui yo, aunque también contaba un chistecito cuando me preguntaban qué es lo que hacia o algo por el estilo”

“siempre he sido penosa, pero como tenía los ojos vendados y sabía que nadie me estaba viendo, pues por eso me sentí un poco más cómoda, además, con los que me toco platicar, no eran tan serios, entonces pues tuvimos una conversación divertida”

“pues comenzaba preguntando cosas, nombre edad y carrera y ya después me quedaba calladito y las otras personas me empezaban a hacer la platica y era de ahí donde yo empezaba a decirles cosas graciosas acerca de mi vida y al final les decía “oye no te rías, ya sé que mi vida parece un chiste, pero no lo es” y más se reían, creo que fue lo que más me ayudo”

Observaciones:

Los usuarios fueron vendados de los ojos y por medio de la conversación establecieron confort, en base a eso, las personas que más rapport comentaron, fueron aquellos elementos que les resultaron más favorables para el establecimiento de éste.

5.7. Sesión 7

Categorías

Conductas alusivas al confort. Son comportamiento realizados por los usuarios para establecer confort con otra persona.

“pues fui a una fiesta con mi hermano y ahí uno de los amigos de mi hermano se acercó y me sacó a bailar, cuando regresamos, me invitó una copa y ya después me puse a platicar con él, entonces lo primero que hice fue ponerle atención y le respondía que sí con la cabeza, pero para que no creyera que solo le daba el avión, le completaba algo de lo que me dijo o le preguntaba sobre ello y vi que ya había establecido el confort, cuando me empezó a contar de su vida sin que yo se lo pidiera”

Conductas erróneas al seducir. Comportamientos realizados por los usuarios en los que tenían que representar los errores más comunes al tratar de seducir a una persona.

En una fiesta

H: Hombre

M: Mujer

H: qué onda amiga, estás bien acá ¡eh! –haciendo un movimiento de una mujer con buena apariencia física-

M: ¿Quién eres?

H: aquel con el que sueñas todas las noches mamacita

M: aléjate –el hombre se retira con sus amigos que le dan consejos-

H: -regresa- qué pasó amiga, ¿no te interesaría pasar un rato con el mejor amante del mundo?

M: sí, de hecho sí, lo estoy esperando, es mi novio –el hombre se retira con sus amigos que le dan consejos-

H: -regresa- oye amiga, ¿quieres sentir los mejores besos que alguien te haya dado?

M: no te preocupes, ya los sentí y no pienso dejar a ese hombre por un tipejo como tú

Conductas alusivas a la seducción. Diálogos contruidos por los usuarios para iniciar, mantener y finalizar una conversación para reducir a alguien.

En una cafetería la chica leyendo un libro

H: Hombre

M: Mujer

H: muy buena elección, ese es uno de mis libros favoritos

M: ¿en serio?

H: si adoro la parte en la que Steve se suicida

M: no me lo cuentes, no vez que quiero terminar de leerlo, además eso no creo que suceda

H: bueno en realidad no, pero no me niegues que eso hubiera estado genial, ¿puedo sentarme?

M: mmmm... esta bien

H: ¿haz leído algún otro libro de ese autor?

M: no, es el primero, pero me gustó mucho, ¿cuál otro tiene bueno?

H: pues la secuela de éste

M: ¿apoco tiene otro?

H: sí, ¿quieres que te cuente más o menos de qué trata?

M: es que ya me voy, además ya me termine mi café

H: pues mira qué te parece esto, pásame tu número de teléfono y te marco el fin de semana para ver si no estas muy ocupada y ese café que te terminaste, yo te lo invito

M: pero te acabo de conocer ¿eso no sería muy raro?

H: depende, ¿te parezco raro?

M: pues no lo sé

H: acepta esa salida conmigo, si al final del día aun no estás segura de que si soy raro o no, nunca nos volvemos a ver, pero si no te parezco raro, para la próxima tú me invitas el café

M: mmmm... de acuerdo, mi número es este

H: entonces te marco el fin

M: hasta entonces

Uso de la seducción en la vida cotidiana. Son comentarios realizados por los usuarios acerca de cuáles son las cosas que pueden realizar día a día a través de las técnicas de seducción.

“mejorar mis relaciones interpersonales, hacer amigos, conseguir lo que deseo y atraer al sexo opuesto”

“conocer gente, obtener trabajo y encontrar una pareja”

“conseguir una cita, ligar a una mujer que me interesa o simplemente poder acercármele con mi confianza”

“poder llevar una relación laboral, construcción de amistades, llevar una mejor relación con la pareja y familiar”

“poder entablar una platica con alguien que me interesa, sin ponerme nerviosa y poder tener confort”

“socializar para hacer amigos, para tener buenas relaciones de trabajo, para atraer a alguien que nos guste”

“conseguir más amigos, relacionarme mejor con las personas en general”

“casi, y hago énfasis, casi todo”

“ser más sociable, menos tímida y ser segura”

“todo lo que quiera”

6. ANÁLISIS DE RESULTADOS

6.1. Sesión 1

En el transcurso de la sesión, se pudo observar que, al igual que en la literatura (La Real Academia de la Lengua; Yecora, 2005; Baudrillard, 1979), los participantes no tenían muy claro lo que es la seducción, ya que unos mencionaban que era una habilidad, mientras que otros mencionaban que era una capacidad o una técnica, al igual que los medios para lograr seducir a alguien, por ejemplo, Yecora (2005), pone especial énfasis en su definición a la comunicación verbal y la no verbal, mientras que Baudrillard (1979), se enfoca a éstos mismos y a la persuasión, aspectos físicos y emocionales.

Sin embargo, una diferencia que se encuentra con la Real Academia de la Lengua y Baudrillard (1979), es la finalidad que tiene el proceso de seducción, ya que en sus definiciones no la mencionan. Los integrantes del grupo dijeron que la finalidad de seducir a alguien es persuadirlo, incitarlo, relacionarse, convencerlo o atraerlo a realizar algo a nuestro beneficio. Cabe mencionar que los usuarios mencionaban la comunicación no verbal, la facilidad de palabra (persuasión), el manejo de emociones y sensaciones o el uso de los sentidos como maneras de hacer eficaz el proceso de seducción, de la misma manera como lo menciona Yecora (2005) y Baudrillard (1979).

Por otro lado, al igual que lo menciona Myers (1991), existen factores que facilitarán la seducción, pero no son indispensables, a lo que los participantes mencionaron que no forzosamente se debe tener buen físico para atraer a alguien, concordando con lo que mencionan Worchel, Cooper, Goethals y Olson (2002), quienes mencionan que existen personas que no se interesan tanto por las cualidades superficiales, las cuales tienen baja autosupervisión.

Por otro lado, la definición formulada por los usuarios posee los mismos componentes mencionados por los coordinadores del taller, siendo esta:

“es el proceso de atraer a una persona por medio de la persuasión, manifestaciones y aspectos corporales, comportamentales, físico y emocionales con el fin de establecer una relación, ya sea de trabajo, amistad, amorosa o sexual”.

De la misma manera Von (2007), menciona que existen diversas características que tiene una persona que es considerada seductora, como lo son: una buena sonrisa, ser sociable, tener buen sentido del humor, carismático, seguridad en sí mismo, facilidad para convertirse en el centro de atención y una buena imagen, siendo las dos últimas aquellas que no fueron mencionadas por los usuarios del taller, ya que la seguridad en sí mismo, la buena comunicación (ser sociable), la sonrisa y el carisma sí fueron citados por ellos, de igual manera agregaron otras características como el ser sensuales, amables, y atentos; la mayoría de estas características fueron autoatribuidas por los usuarios.

6.2. Sesión 2

En el transcurso de la sesión pudimos observar que los usuarios establecen su identidad a través de las experiencias con el mundo, así como lo mencionan Villasmil (2010) y Worchel, Cooper, Goethals y Olson (2002), los usuarios han conformado un conocimiento de sí mismos a partir de lo que otras personas les comentan o les han dicho sobre su persona, tanto positivamente como negativamente, por ejemplo, los usuarios consideran que son en algunos casos, groseros, orgullosos, impulsivos o asquerosos, pero esto debido a que familiares o amigos se los han dicho, sin tener la certeza de ser así.

Por otro lado, de la misma manera como lo menciona Saura (2002), podemos observar que los usuarios se comportan de acuerdo a lo que las demás personas piensan de ellos, como comportarse respetuosamente, honestamente, responsable, sociable o dedicado. De la misma manera, los usuarios pueden hacer uso de lo que piensan de ellos mismos para iniciar una conversación y mantenerla y a través de ello, generar confianza interpersonal (Servet, 1998).

Del mismo modo, los usuarios pudieron identificar los componentes del autoconcepto en sí mismos, como lo dicen Sanchez (2008) y Villasmil (2010), el componente cognitivo referente a la autoimagen. Los usuarios identificaron que se sabían vestir y que tenían una buena figura. El componente conductual, hace referencia a la forma de actuar y llevar cabo la práctica de una acción, como el ser respetuoso o bondadoso o cariñoso.

Por último, está el componente afectivo, el cual involucra una carga de relaciones emocionales y de evaluación hacia sí mismos, mejor conocidos como la autoestima. En el caso de este componente, los usuarios de alguna manera proyectaron seguridad, ya que al pasar al frente del grupo y realizar las dinámicas no les costó trabajo, incluso consideraron sus autoevaluaciones, por lo que esto puede ser indicador de una posible motivación que las personas tienen ante fracasos y fallas ante ciertas situaciones (Massó, n.d.). A su vez, como lo menciona Bonet (1997), *“la autoestima es un conjunto de percepciones, pensamientos, evaluaciones, sentimientos y tendencias conductuales, las cuales están dirigidas hacia nosotros mismos”* (p. 18), y a la manera de comportarnos, además de que es la percepción evaluativa de uno mismo, incluso esto tendrá una correspondencia con la manera de ser y nuestra valía personal, y por lo tanto, afecta la manera de actuar con el mundo y con los demás.

Así mismo, se coincide con lo propuesto en la teoría (Worchel, Cooper, Goethals y Olson ,2002; Bonet, 1997; Massó, n.d.), ya que al tener una autoestima alta, es decir, una aceptación de virtudes y defectos, se podrá establecer una adecuada relación con los demás y con uno mismo.

6.3. Sesión 3

En la sesión número 3 se tocaron conceptos sobre cómo afrontar el miedo al rechazo, y esto fue posible a través de la exposición de la comunicación no verbal (CNV), ya que es uno de los elementos que hace posible que se dé la comunicación entre los individuos (Baron y Byrne, 2005).

En esta sesión los psicólogos pudieron dar cuenta de que los participantes no sólo lograron identificar los componentes de la CNV (kinésica, proxémica y tactésica), entre ellas las expresiones faciales, gesticulaciones y posturas corporales para lograr una buena CNV.

En la actividad de expresiones, los participantes observaron que la manera en cómo se comporta la gente puede modificar nuestra forma de actuar. Como lo dice Baron y Byrne (2005), a través de la expresión facial se pueden entender las emociones y sentimientos que un individuo siente, de esta manera, el cómo se sienta el otro modificará la manera de relacionarse en ese momento. En algunos casos, los usuarios, cuando estaban relatando una historia, observaban las expresiones faciales de sus compañeros, los llevaban a compartir emociones, ya que si se emocionaban con la historia, ellos la contaban con mayor alegría y viceversa.

Por otro lado, al igual que como lo dice Reyes (2007), y Baron y Byrne, (2005), los participantes mencionaron que la mirada en una interacción, es de vital importancia para sentirse en confianza y manifestar un sentimiento positivo, aunque como también lo mencionaron, la mirada fija, puede interpretarse de manera diferente y puede convertirse en una mirada “feroz”, convirtiéndose así esta malinterpretación en una barrera interpersonal que obstaculiza una interacción (Albores, 2005; Hellriegel, 2009).

Como ya se mencionó anteriormente, los movimientos corporales fueron otro componente que los usuarios identificaron y al igual que lo dice Reyes (2007), a través de estos, se pueden expresar diferentes mensajes. Sin embargo, la interpretación puede variar dependiendo de las personas, de esta manera, podemos justificar el por qué no todos los usuarios tuvieron las respuestas deseadas cuando se expresaban mensajes a base de movimientos corporales.

De la misma manera, a través de las dinámicas, los usuarios pudieron identificar y poner en práctica los dos tipos de distancia que mencionan Atienza (2004), Reyes (2007), Albaladejo (2007), y Patterson (2011); el espacio territorial o

público estuvo presente en las dinámicas de la entrevista de trabajo y en el parque, mientras que en el bar se utilizó la distancia o espacio personal, ya que como dice Albaladejo, (2007), Patterson (2011) y Rulicki y Cherny (2007), las características del entorno y la organización del lugar ayudan al acercamiento o el alejamiento de las personas en una interacción.

Por otro lado, en estas mismas dinámicas, los usuarios aplicaron componentes de la táctica, ya que en una de las situaciones, el participante tuvo contacto físico con la persona con la que tenía la interacción, pero sin sobrepasar en apariencia cierto límite, así como lo dice Vidal (2009), el tacto que utilizó fue el considerado como social-cortés.

6.4. Sesión 4

En esta cuarta sesión los psicólogos abordaron el concepto de comunicación verbal. Frente a este nuevo concepto, los participantes mencionaron las ideas más relevantes del tema como la importancia de la comunicación, lo que sucede en caso de que logre establecer una buena comunicación y cuál es el propósito general de la comunicación. De esta manera, se retoma la idea principal de Santoro, et al., (2006), quien nos menciona que la función principal de la comunicación es la de compartir e intercambiar información, al mismo tiempo que es aquella que incluye la emisión de sonidos, que pueden ser reflejos, lingüísticos o paralingüísticos.

Sin embargo, el contenido de la información intercambiada va a depender del emisor del mensaje, y por lo tanto, éste será elaborado a conveniencia del mismo, lo cual puede llevar a diferentes modificaciones (Santoro, et al., 2006; Fischer, 1990). Los usuarios pudieron observar esto, cuando diferentes emisores comunicaron un mismo mensaje, y pudieron detectar que en algunas ocasiones se pueden aumentar elementos al mensaje o simplemente eliminar o cambiar estos componentes.

De la misma forma, como lo mencionan Albores (2005), y Hellriegel (2009), los usuarios identificaron que existen barreras interpersonales que pueden obstaculizar la conversación que se tiene con una persona, como el decirle cuestiones que ofendan a una persona o que se entiendan de manera ofensiva, como lo pueden ser, los piropos, ya que existen mujeres a las que no les agrada que les realicen este tipo de comentarios.

Por otro lado, los usuarios pudieron identificar los efectos que tienen los elementos paralingüísticos (Cabrera y Pelayo, 2002), como el tono de voz que en la presentación de un video, fue uno de los factores que hizo eficaz que la persona consiguiera seducir a otra.

Por otra parte, los usuarios a través de la comunicación verbal, aplicaron la persuasión para lograr la modificación de ideas o creencias de otra persona. Al igual que lo menciona Lakhani (2005), los usuarios trataron de incitar a una persona de cambiar un punto de vista a través de la argumentación de la idea. Santoro, et al., (2006), mencionan que este mensaje en situaciones de persuasión, al igual que en cualquier situación comunicativa, se puede identificar un emisor, un mensaje y un receptor y también mencionan que las características de estos componentes van a influir en la eficacia del intento persuasivo.

A través de las dinámicas que se realizaron, los usuarios pudieron aplicar estos factores que favorecen a la eficacia del mensaje persuasivo, sin embargo, también se pudo observar lo que mencionan Worchel, Cooper, Goethals y Olson (2002), quienes afirman que las personas con actitudes más firmes y accesibles, son más resistentes a los mensajes persuasivos. De la misma forma, los usuarios para tratar de persuadir a la persona, utilizaron mensajes emocionales (Salcedo, 2008), ya que el emisor trataba de crear en el receptor mensajes de agrado, sin embargo, lo que creo fue desagrado, debido a que estableció una barrera interpersonal, que obstaculizo la persuasión. Por otro lado, también utilizaron el atractivo para tratar de lograr que el mensaje tuviera eficacia.

Conforme lo mencionado anteriormente, los usuarios lograron conocer la importancia de una buena comunicación y dieron cuenta de que logrando expresar y hacer las peticiones que nosotros queremos lograremos una buena comunicación (Reyes, 2007).

6.5. Sesión 5

La atracción, fue aquello que se trabajó en la sesión 5. En ella se utilizó la definición propuesta por Baron y Byrne (2005), y Ubillos y Barrientos (2001), quienes mencionan que el atraer a alguien es ganar la voluntad, afecto, gusto o atención de esa persona. Esto también fue puesto en contexto al mencionarle a los usuarios que uno de los errores más comunes es el de concentrarse primero en seducir a la otra persona antes de atraerla (Von, 2007).

Los usuarios identificaron una de estas maneras de atraer a una persona a través de las dinámicas que se realizaron en la sesión; en esta actividad, los participantes decían actitudes personales que llamaban su atención, así como aspectos físicos y gustos de otra persona. Debido a esta dinámica, pudimos observar lo que menciona Worchel, Cooper, Goethals y Olson (2002) acerca de la autosupervisión, ya que los usuarios comentan que les atraen más las personas con actitudes y gustos específicos en comparación de los aspectos físicos.

Dando esto como resultado que a partir de estas similitudes, se confirme lo mencionado por Worchel, Cooper, Goethals y Olson (2002), Baron y Byrne (2005), y Ubillos y Barrientos (2001), ya que ellos mencionan que nos atraen más las personas con actitudes o gustos similares a los nuestros y utilizar estos mismos para atraer a alguien. Si una persona se acerca a nosotros y observamos que tiene actitudes similares a las nuestras, puede generar un sentimiento positivo de agrado o uno negativo de desagrado, ya que como lo dicen estos mismos autores, en algunas ocasiones, si una persona posee características similares a las nuestras, nos atrae en un menor grado.

Los usuarios, también identificaron que un individuo nos sería más atractivo si se encuentra presente en ciertos eventos que nos agradan o no, dependiendo de la situación en la que nos encontremos (Ubillos y Barrientos, 2001; Worchel, Cooper, Goethals y Olson, 2002).

Después de identificar las maneras en que se puede atraer a alguien, los usuarios aplicaron estrategias para atraer a alguien. En un primer momento, los participantes iniciaron la conversación de una de las maneras que menciona Fonseca (2005), haciendo referencia al espacio físico en el que se lleva a cabo la interacción, después, haciendo uso de las similitudes de los individuos mantuvieron la conversación y la finalizaron, invitando a salir al otro individuo.

6.6. Sesión 6

En un principio de la sesión, los usuarios comentaron cuales eran las maneras en las que se podía iniciar una conversación, dando como resultado la corroboración de lo que menciona Fonseca (2005), ya que se pueden iniciar desde un “hola” o hasta tener una frase ya establecida.

Por otro lado, al igual como lo dice Servet (1998), los usuarios mencionan que para poder establecer confort con una persona, se debe de establecer confianza con esa misma, esto a través del entendimiento, la escucha y la aceptación de los individuos (Goleman, 2006; Grigaite, 2009).

Por otra parte, los usuarios aplicaron estas maneras de establecer confort con uno de los participantes, con base en comentarios graciosos y acerca de su vida diaria, de esta manera, el integrante del taller se pudo sentir más seguro y atraído por las personas, además de que le daban su tiempo para que hablara y ellas mostraban interés en lo que decía. Cabe mencionar que durante las conversaciones, las personas que participaron mostraron atención mutua a lo que comentaban sus compañeros y generaron entre ellos confianza para continuar con la plática.

Por otro lado, dos factores importantes que comenta Rosenthal (en Goleman, 2006), son los sentimientos positivos y coordinación o sincronía, las cuales se refieren a tener una actitud positiva hacia los demás y una coordinación no verbal respecto a la conversación que se está teniendo, esto lo pudimos notar en la primera actividad que se realizó, ya que la participante al considerar que su compañero realizaba algunas expresiones que no iban de acuerdo con la conversación que ella tenía, menciona al final que se sintió incomoda con la misma, ya que no llegaba a comprender por qué él realizaba esas expresiones. De esta manera podemos observar que un mal manejo de las emociones puede causarnos serias consecuencias, ya sea que la otra persona se resista a continuar con la conversación o que definitivamente la conversación se dé por terminada.

El confort se puede generar con cualquier persona, teniendo en cuenta los factores que pueden ayudar a establecerlo. En la última actividad, donde se les pidió a los participantes que entablaran una conversación con sus demás compañeros con los ojos vendados, ellos debían mostrar interés en las conversaciones para que en otro momento expusieran con quien se sintieron más cómodos platicando. Como se pudo encontrar en la literatura, un factor que también es importante es la atención mutua y participación, donde dos personas atienden lo que el otro dice y hace (Rosenthal, en Goleman, 2006).

A pesar de que los usuarios identificaron y aplicaron las formas de establecer confort, también comentaron que existen factores que obstaculizan estos mismos, corroborando lo que Albores (2005) y Hellriegel (2009), denominan barreras interpersonales.

6.7. Sesión 7

En esta sesión, los coordinadores se pudieron percatar de que los participantes, al mencionarles de manera más específica el proceso de la seducción, mencionaron que el eje principal es tener seguridad en uno mismo, ya que de esta forma proyecta confianza, una eficaz comunicación verbal, entre otros elementos. A su

vez, éste participa como apoyo, ya que cuando se es rechazado, tienes elementos para poder encontrar más opciones y poder actuar de otra forma.

Además de que también representaron los errores más comunes al tratar de seducir a una persona. Como lo menciona Palomo (2010), los problemas de autoconcepto, el no saber qué decir, el miedo al rechazo, entre otros, son factores que impiden el proceso de seducción y eso se observó en las situaciones que plantearon los participantes.

Por otro lado, al finalizar las sesiones del taller, se les preguntó a los usuarios como podían usar las habilidades de seducción para la vida cotidiana y las respuestas obtenidas fueron variadas. Por un lado, se corroboró lo que mencionan Spitzberg y Cupach (1989, Citado en: García y Gil, 1995), Monjas (1993, Citado en: Monjas y Moreno, 2000) y Phillips (1978, p. 13, Citado en Paula, 2000, p. 27), acerca de lo que son las habilidades sociales, por ejemplo, los participantes mencionan que pueden conocer gente nueva, entablar una conversación, mejorar las relaciones interpersonales y poder llevar una adecuada relación laboral.

De la misma forma, Caballo (2007), Peñafiel y Serrano (2010), y Paula (2000), mencionan una serie de dimensiones conductuales, las cuales fueron aplicadas por los usuarios, como el realizar y aceptar cumplidos, realizar peticiones, iniciar y mantener conversaciones, expresar opiniones, hablar en público, expresar amor, agrado y afecto, rechazar peticiones, realizar peticiones de cambios de comportamiento a los demás y afrontar las críticas.

7. CONCLUSIONES

En conclusión, podemos mencionar que, el taller de seducción, impartido en las 4tas Jornadas de Atención Psicológica, tuvo un gran impacto en la comunidad universitaria, esto se debió a que todas las temáticas impartidas en el mismo, lograron que se cumplieran las expectativas de los usuarios que asistieron al taller, ya que ellos desarrollaron habilidades para poder seducir a una persona.

En un primer momento, los participantes desarrollaron estrategias para evitar ser rechazados cuando se quiere iniciar una interacción y, debido a que no se puede obligar a toda una sociedad para que no se rechace a los usuarios, las estrategias que desarrollaron estuvieron en función a lo que los usuarios podían realizar dentro de ésta para evitarlo.

De esta manera, a los integrantes del taller se les enseñaron habilidades de comunicación verbal como la persuasión; de la comunicación no verbal, posturas, gesticulaciones o movimientos corporales; las diversas maneras de atraer a alguien y, de la misma forma, las estrategias para establecer confort. Por otro lado, ya que las atribuciones que hacemos a nosotros mismos y el valor que nos damos afectan la relación que se tiene con los demás, también se modificaron aquellas percepciones que los usuarios tienen de sí mismos.

Pero los usuarios no sólo aprendieron habilidades para atraer a una persona sino a su vez, también aprendieron a identificar aquellas conductas que pueden generar barreras en las relaciones interpersonales, el identificarlas es una primera parte del proceso para evitar realizarlas, entre ellas se encontraron relacionadas a la comunicación verbal y no verbal y al momento de atraer a alguien.

Sin embargo, existe un tabú social cuando se habla acerca de la seducción, en el cual se cree que forzosamente este término está ligado a las relaciones sexuales, pero la literatura revisada y sobre todo, los resultados del taller, demuestran lo contrario, ya que las estrategias desarrolladas, se pueden utilizar

con diferentes finalidades, desde iniciar una conversación, pedir un favor o invitar a salir a una persona. De la misma manera, la seducción no solo se limita a la interacción hombre-mujer, esto debido a que las estrategias pueden ser útiles con personas del sexo opuesto o del mismo sexo.

En cuanto a las situaciones, podemos concluir que las técnicas desarrolladas por los usuarios pueden ser utilizadas en diversos momentos, ya sea en una entrevista de trabajo, cuando se pretende entablar una conversación casual con un extraño o cuando se trata de vender algún producto y no sólo estrictamente cuando se quiere atraer a alguien.

Dicho lo anterior, de manera general podemos concluir que debido a la universalidad de las habilidades desarrolladas en cuanto a situación, personas y finalidades, los usuarios no sólo aprendieron a atraer a alguien, sino en general, a mejorar sus relaciones sociales, con amigos, familia, compañeros de la escuela o del trabajo, entre otras. De esta manera, lo que podemos decir, es que a través del taller de seducción, los participantes desarrollaron habilidades sociales.

Una parte muy importante que se debe retomar es la constante presencia por parte de los participantes que integraron el taller, ya que al cumplirse los objetivos de cada sesión, por medio del contenido teórico y práctico, se notaba un cambio tanto en las perspectivas como en las expectativas de los usuarios y ello tuvo como consecuencia que no sólo se mantuvieran constantes a lo largo del taller, sino que también comentaran con personas ajenas al taller sus experiencias, provocando que de vez en cuando los usuarios invitaran a sus compañeros y amigos en la participación de algunas de las sesiones.

Este trabajo realizado, aporta a la psicología una manera más de ver en conjunto las formas en que se forjan las relaciones amorosas entre los individuos y, de la misma manera, el modo en el que una persona debe comportarse para poder resultar atractiva frente a otros. Por lo tanto, el uso de ciertos comportamientos que son vistos por una sociedad de manera adecuada, puede llevar una modificación de las percepciones de esta misma sobre nuestra persona.

Por otro lado, una limitante que se encontró a lo largo del trabajo fue la falta de teoría acerca del proceso de seducción, ya que, la información encontrada esta basada en el sentido común, a pesar de ello, encontramos correspondencia en cuanto lo que mencionan diversos autores sobre el tema, como lo que son los negos, los kinos o los estilos de seducción (atracción-confort-seducción).

Con todo esto, pudimos identificar estos conceptos con algunos fenómenos psicológicos y de esa manera, una de las aportaciones del taller realizado es la aportación al desarrollo teórico de la seducción desde un enfoque psicológico.

Finalmente, podemos decir que el grupo no sólo aprendió técnicas de seducción, sino que también auto percibieron sus habilidades y cualidades, mismas que algunos de ellos comentaban, no sabían tener o que no se daban cuenta de poseer. Por otro lado, cabe mencionar que al grupo le agradó la manera en que se estructuró el taller, la forma en que se coordinó y las diferentes dinámicas que se realizaron en cada sesión, dando como resultado una ejecución efectiva del taller por parte de los coordinadores hacia la población universitaria y viceversa.

Con lo antes mencionado, se puede decir que el objetivo general del taller se cumplió, logrando no sólo que los estudiantes aumentaran las habilidades sociales que poseen, sino que también aumentaran su confianza y autoestima, permitiendo que los futuros psicólogos que llegaran a impartir talleres en la F.E.S. Acatlán, continúen brindando su apoyo hacia toda la población universitaria como a la ajena, ya que, podemos observar que la gente al sentirse satisfecha hacia un servicio, no sólo vuelve para recibirlo de nuevo, sino que lo recomienda a otras personas con la finalidad de que otros mejoren su calidad de vida.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Albaladejo, M. (2007). La comunicación más allá de las palabras. Qué comunicamos cuando creemos que no comunicamos. España: GRAÓ.
- Albores, P. (2005). Comunicaciones interpersonales. Cómo obtener óptimos resultados profesionales gracias a una comunicación eficaz. España: Ideaspropias.
- Atienza, A. (2004). Proxémica servil: comportamientos no verbales de la servidumbre en la odisea. *Circe*, 33(9), 33-54.
- Baeza, J., Balaguer, G., Belchi, I., Coronas, M. y Guillamón, N. (2008). Higiene y prevención de la ansiedad. España: Díaz de Santos.
- Ballester, L., March, M. y Orte, C. (2006). Autoconcepto, estilos de afrontamiento y conducta del alumnado universitario. *Revista de ciencias sociales*, 27, 1-22.
- Baron, R. y Byrne, D. (2005). Psicología social. España: Prentice Hall.
- Bogiaizian, D. y Coccia, L. (2006). Dificultades en las relaciones interpersonales cercanas y estado civil en la fobia social. Recuperado de http://www.asociacionayuda.org/public_art3.php
- Bonet, J. (1997). Sé amigo de ti mismo. España: Sal Terrae
- Caballo, V. (1995). Manual de técnicas de modificación de conducta. España: Siglo XXI.
- Caballo, E. (2007). Manual de evaluación y entrenamiento de las habilidades sociales. España: Siglo XXI.
- Cabrera, A. y Pelayo, N. (2002). Lenguaje y comunicación. Venezuela: Los libros de el nacional.
- Capasso, M. (2006). Baudrillard y la seducción. *Sociólogo*. 1, 61-76.

- Esnaola, I., Goñi, A. y Madariaga, J. (2008). El autoconcepto: perspectivas de investigación. *Revista de Psicodidáctica*, 13(1), 69-96.
- Estanqueiro, A. (2006). Principios de comunicación interpersonal para saber tratar con las personas. España: Colección sociocultural.
- Fonseca, S. (2005). Comunicación oral: fundamentos y práctica estratégica. México: Pearson.
- Fischer, N. (1990). Psicología social. Conceptos fundamentales. España: Narcea.
- García, A. y Cabezas, M. (1998). Programa para la mejora de la autoestima y de las habilidades sociales. España: Cáceres.
- García y Gil. (1995). Entrenamiento en habilidades sociales. En: J. Labrador, J. Cruzado y M. Muñoz. (1998). Manual de técnicas de modificación y terapia de conducta. Madrid: Pirámide.
- Goleman, D. (2006) Inteligencia Social. México, D.F: Planeta.
- Goñi, E. (2009). *El autoconcepto personal: estructura interna, medida y variabilidad*. . Tesis de doctorado no publicada, Bilakaeraren eta Hezkuntzaren Psikologia Saila, Universidad del País Vasco.
- Grigaites, G. (2009). ¿Qué es PNL? Barcelona, España: Urano.
- Hellriegel, D. (2009). Comportamiento organizacional. México: Cengage Learning.
- Ibáñez, T. (2004). Introducción a la psicología social. España: UOC.
- Kerlinger, F. (2004). Investigación del comportamiento. México: McGraw Hill.
- Labrador, J., Cruzado, J. y Muñoz, M. (1998) Entrenamiento en habilidades sociales. Manual de Técnicas de Modificación y Terapia de Conducta. España, Pirámide. pp. 796-827.
- Lakhani, D. (2005). Persuasión: el arte de influir y obtener lo que se desea. España: Profit.

- Luna, M. (2007). Sex code. España: Grupo marte.
- Massó, F. (n.d.). Autoestima. Guía para la prevención de los trastornos del comportamiento alimenticio (anorexia y bulimia). Obtenida el 01 de octubre de 2011, de <http://www.injuve.mtas.es/contenidos.downloadatt.action?id=1108082946>.
- Monjas, M. y Gonzales, B. (2000). Las habilidades sociales en el currículo. España: Ministerio de educación, centro de investigación y documentación educativa.
- Myers, D. (1991). Atracción: simpatía y amor por los demás. Psicología Social. Michigan: Editorial Medica Panamericana.
- Ovejero, B. (1990). Las habilidades sociales y su entrenamiento: un enfoque necesariamente psicosocial. *Psicothema*, 2(2), 93-112.
- Paula, I. (2000). Habilidades sociales: educar hacia la autorregulación. Barcelona: Cuadernos de educación.
- Peñafiel, E. y Serrano, C. (2010). Habilidades sociales. Madrid: Editex.
- Patterson, M. (2011). Más que palabras. El poder de la comunicación no verbal. España: Aresta.
- Reardon, K. (1991). La persuasión en la comunicación: teoría y contexto. España: Paidós
- Rizo, M. (2006). La psicología social como fuente teórica de la comunicología. Breves reflexiones para explorar un espacio conceptual común. *Revista de investigación social*, 3(5), 163-184.
- Roche, R. (2006). Psicología de la pareja y de la familia: análisis y optimización. España: Materials.
- Rulicki, S. y Cherny, M. (2007). Comunicación no verbal. Argentina: Granica.

- Salcedo, A. (2008). Anatomía de la persuasión. España: ESIC.
- Salum-Fares, A., Marin, R. y Reyes, C. (2011). Relevancia de las dimensiones del autoconcepto en estudiantes de escuelas secundarias de ciudad Victoria, Tamaulipas, México [Versión electrónica], *Revista electrónica de psicología Iztacala*, 14(2), 255-272.
- Santoro, E., Montero, M., Salazar, J., Muñoz, C., Sanchez, E. y Villegas, J. (2006) Psicología social. México: Trillas.
- Sánchez, C. (2008). Autoconcepto y autoestima: construyo mi yo. *Innovación y experiencias educativas*, 12, 1-8.
- Saura, P. (2002). La educación del autoconcepto: cuestiones y propuestas. España: Universidad de Murcia.
- Servet, J. (1998). Revista Valenciana D' Estudis Autonòmics. No. 22 (pp. 169). España.
- Trastornos de ansiedad (2da. ed.). EE. UU.: Instituto Nacional de la Salud Mental.
- Ubillos, S. y Barrientos, J. (2001). Relaciones interpersonales, atracción y amor. En F. Morales, D. Páez, D. Asún y A. Lía, *Psicología Social* (pp. 201-279). Argentina: Prentice Hall.
- Vallejo, J. y Gastó, C. (1999). trastornos afectivos: ansiedad y depresión. España: Masson.
- Vidal, M. (2009). Ligar es fácil si sabes como. Aprende seducción.
- Villasmil, J. (2010). *El autoconcepto académico en estudiantes universitarios resilientes de alto rendimiento: un estudio de casos*. Tesis de doctorado no publicada, Facultad de humanidades y educación, Universidad de los Andes.
- Virues, R. (2005). Estudio sobre ansiedad [Versión electrónica], *Psicología científica*, 7(15).

Von, E. (2007). El secreto. España: Vía Magna.

Worchel, S., Cooper, J., Goethals, G. y Olson, J. (2002). Psicología social. México: International Thomson Editores.

Yecora, M. (2005). Seducción. Obtenida jueves 17 de septiembre del 2011 de <http://www.psicologiacientifica.com/bv/psicologia-46-1-la-seducion.html>