Principios de influencia: Compromiso-coherencia, táctica de incluso un penique es suficiente

¡Hola amigos!

hoy vamos a hablar de la táctica de influencia de «incluso un penique es suficiente». Esta táctica de influencia es una de las tres englobadas por Cialdini y sus colegas dentro del principio de influencia de compromiso-coherencia —recordamos que en los dos capítulos anteriores vimos la táctica del pie en la puerta y la táctica de la bola baja.



Glasgow, Scotland. Street fundraisers speak to people in Buchanan Street in a bid to raise funds for Unicef. They are also known as Charity Muggers or Chuggers. © Gerry McCann.

¿En qué consiste la táctica de «incluso un penique es suficiente»?

Imaginemos que vamos caminando por la calle Preciados en Madrid y vemos a un grupo de voluntarios de Cruz Roja a la altura de la Plaza de Callao, justo por donde vamos a pasar; el encuentro parece inevitable. Aunque ponemos cara de prisa, uno de ellos se cruza en nuestro camino y nos invita amablemente a que le escuchemos durante unos minutos. Como no queremos resultar maleducados, paramos para atender su petición, aunque probablemente estemos pensando desde el primer momento en la forma de terminar la interlocución lo antes posible.

El chico comienza a desplegar un arsenal de técnicas de influencia con nosotros. Probablemente apela a la pobreza de los niños, a la gran labor que hace esta organización, a que son miles las personas que están colaborando… y entre todas esas tácticas y frases perfectamente ensayadas y estudiadas, nos dice que podemos colaborar con una **pequeña cantidad**, que 5€ al mes es suficiente para que pongamos nuestro granito de arena en la encomiable labor que realiza Cruz Roja alrededor de todo el mundo; incluso si no queremos colaborar con 5€ al mes, quizá 20€ o 10€ al año, puede ser una cantidad bien recibida.

Muy probablemente, antes de hacernos la petición de colaboración, nos preguntará si nos gusta ver sufrir a la gente, a lo que contestaremos que no; nos preguntará si estando en una situación de necesidad, nos gustaría que nos ayudasen desinteresadamente unos voluntarios, a lo que contestaremos que sí. Nos pedirá nuestra opinión sobre el hecho de que millones de personas no tengan un techo donde dormir, o estén desplazados de sus hogares, a lo que contestaremos que no nos parece bien… En fin, hará que activemos en ese momento en nuestro consciente cuánto nos importan los demás y lo identificados que nos sentimos con los problemas del prójimo.

Probablemente, terminaremos dando nuestros datos para que

en unos días un compañero de Cruz Roja nos llame y le demos nuestra cuenta bancaria para hacernos socios, aunque sea contribuyendo con una muy pequeña cantidad al año.

¿Qué ha pasado aquí?
La táctica de **incluso un penique es suficiente** está muy relacionada con la táctica del pie en la puerta y la táctica de la bola baja –no en vano, las tres hacen uso de los mecanismos mentales de compromiso-coherencia para lograr de nosotros una actitud positiva hacia la petición realizada.
Habitualmente, esta táctica, como las anteriores, se da en dos fases. En la primera fase, el blanco de influencia –en el ejemplo anteriormente comentado, el blanco de influencia somos nosotros, aquellos que vamos caminando tranquilamente por Preciados–, es sugestionado con pensamientos relativos a la petición que se va a realizar en la segunda fase. Por los mecanismos mentales de recencia, el voluntario que quiere influirnos, a través de los escenarios que nos presenta, hace que seamos conscientes en ese momento de lo sensibles que somos con un determinado tema –la pobreza, la ayuda a los demás, una enfermedad, el medioambiente,…–. Esta persona nos guiará en un razonamiento que nos haga ver «lo sensible que somos con ese tema y cuánto nos importa las penurias de los demás». Lo que se consigue con esta primera fase, es preactivar en nuestro consciente una serie de pensamientos. Esta preactivación inicial provocará que en el momento de elaborar un juicio subsiguiente, estos pensamientos los tengamos más a mano.

En la segunda etapa, el sujeto influenciador realizará la petición. A la hora de crearnos una actitud y de elaborar un juicio sobre la petición que nos acaban de realizar, automáticamente nos preguntaremos si esa petición está dentro de nuestros valores y si responder sí sería acorde a nuestra forma de ser, o en otras palabras, sería coherente

con nuestro «yo». En ese momento, muy probablemente realizaremos un juicio que estará sostenido sobre el análisis de quiénes somos. En ese análisis, por la preactivación realizada en la primera fase, el «yo/autoconcepto activo» en ese momento, es decir, el cómo nos vemos nosotros en ese momento, estará totalmente manipulado/condicionado por la preactivación de la primera fase: muy probablemente nos veremos como un individuo al que le importan mucho los problemas de los demás, muy identificado con las debilidades sociales de los otros –los mecanismos que actúan en este escenario son similares a los manejados cuando tratamos el heurístico de accesibilidad/disponibilidad o el heurístico de simulación: le damos más peso a aquello que tenemos más accesible en un momento dado.

De esta forma, cuando la persona que nos influye nos pide que hagamos una pequeña colaboración, está legitimando que incluso una pequeña ayuda nos permita ser coherentes con nuestros valores –activos en ese momento–. Esta táctica aprovecha la enorme necesidad que tenemos de buscar la coherencia entre nuestros pensamientos, nuestras actitudes, nuestra conducta y lo que pensamos de nosotros mismos. Como previamente nos han manipulado para crearnos una imagen de nosotros mismos muy cercana a aquello que nos intentan vender, el hecho de colaborar, aunque sea con una cantidad muy pequeña, nos ayudará a ser coherentes con la imagen de nosotros mismos activa en ese momento. No colaborar, probablemente produciría en nosotros una desagradable disonancia cognitiva, así que preferiremos actuar para evitarla.

Esta estrategia es útil para la organización que la realiza, ya que podría ser el primer paso de la táctica del pie en la puerta: una vez que hemos conseguido un pequeño compromiso de alguien, obtener un compromiso mayor

posterior resultará mucho más sencillo.

Invito a que realices un ejercicio de memoria, y recuerdes las veces que han puesto en práctica esta táctica contigo. Recordar las ocasiones en las que has sido participe de su puesta en marcha te ayudará, o bien a evitarla, siendo más racional y consciente en la formación de tus juicios, o bien a ponerla en marcha eficientemente si eres tú quien quiere ponerla en práctica para influir sobre otros.

Si deseas obtener una visión más académica o enciclopédica sobre esta técnica, puedes visitar nuestro artículo de la wiki: [táctica «incluso un penique es suficiente»](#).

Atento a los próximos capítulos donde iremos revelando el resto de tácticas

Un abrazo,
Angel.

_____

¡Síguenos para estar al día de las novedades BULIDOMICS!
Facebook: http://www.facebook.com/bulidomics
Twitter: http://www.twitter.com/bulidomics
Youtube:
https://www.youtube.com/user/bulidomics?sub_confirmation=1
_____

[Esta versión del documento es del 2MAR2017]



Puedes escuchar este artículo en el capítulo 3 del podcast de Bulidomics:

También puedes escucharlo en vídeo aquí: