



EL FILTRO DEFENSIVO

EL CONCEPTO

El cerebro aplica un potente filtro a todos los mensajes que recibimos, haciendo que sean muy pocos los que nos llegan a impactar.

Cada día recibimos una media de 2.900 mensajes. De éstos atendemos a 50. Nos interesan como máximo 25. Y nos hacen hacer algo sólo 3.

No podemos procesar todos los mensajes que recibimos. El cerebro aplica un filtro para defendernos, que descarta todos aquellos que cree irrelevantes: es el filtro defensivo.

¿Y cómo podemos superarlo con nuestros mensajes? Haciéndolos relevantes. Y para ello necesitamos algo muy concreto: mover emociones. Porque la emoción es el criterio que utiliza el cerebro para determinar si algo es importante o no lo es, y por tanto si merece nuestra atención.

Ejemplo: Cuenta una historia que había una persona pidiendo dinero en la calle con un cartel que rezaba: “soy ciego”. La gente pasaba de largo. Alguien se lo cambió por uno que decía: “hoy es primavera, y yo no puedo verla”. La gente se paraba, no podía ignorar ese mensaje.

CÓMO UTILIZARLO

1. Cambia información descriptiva por mensajes implicativos. Es la diferencia entre anunciar una batería con 1.200 kilómetros de autonomía, a anunciar “de Barcelona a París de una tirada y sin recargar”.
2. Cuenta una historia para trasladar tu mensaje. No seas literal. Construye una narrativa en la que las personas se puedan ver reflejadas. Utiliza el poder de la narrativa para mover las emociones de las personas a las que te diriges.
3. Construye los mensajes en modo “visualizable”: que la gente pueda crear una imagen en su mente. No es lo mismo a efectos de recuerdo “una terraza orientada al sur este” que “te levantas cada mañana viendo la salida del sol”.