

GESTIÓN

Así es el 'líder bombón', que usa la comunicación para seducir

GRAN PODER Como el cacao, un buen discurso genera dopamina y consigue influir en el resto.

Isabel Vilches, Madrid
 ¿A quién no le gusta un bombón? De irresistible cobertura y, se espera, delicioso interior. Como los jefes: no basta sólo con que resulten seductores si luego ni ellos ni el proyecto que respaldan no lo son. Ya lo decía Tom Hanks en *Forrest Gump* (1994): "La vida es como una caja de bombones, nunca sabes lo que te va a tocar". Tampoco en la oficina... "En este momento de máximo postureo, de tanto *greenwashing*, *pinkwashing* o *purplewashing*, el reto es encontrar a personas de verdad que capitaneen empresas reales. El interior es lo auténtico", apunta Noemí Boza, autora de *Por qué lo llaman liderazgo cuando quieren decir comunicación* (LID Editorial).

Tras dos décadas entrevistando a directivos, Boza asemeja el chocolate con la comunicación, ese ingrediente elemental que debe tener cualquier mando. "El que tiene mayor porcentaje de cacao especialmente genera en el cerebro dopamina, el neurotransmisor responsable de la seducción, motivación y placer, y con la comunicación somos capaces de persuadir sobre un producto o servicio, de motivar a equipos y de hacer sentir satisfacción por trabajar en una determinada compañía", argumenta. Además, añade, cuando se regalan o reparten estos dulces "se demuestra una felicitación, un agradecimiento o envían ánimo y, como pasamos un tercio de nuestra vida adulta en la oficina, es necesario construir estas relaciones afectivas en el entorno laboral, con personas agradecidas, que valoren logros y celebren" los buenos resultados. Por eso, la autora denomina el nuevo modelo de gestión basado en la comunicación como 'liderazgo bombón'.

Como componentes para resultar apetecible, Boza agrega cinco (y aquí



Pericles era conocido como 'el Olímpico' por su excelente retórica. Utilizó la comunicación para influir con su mensaje.

no es una cuestión de gustos): valentía, curiosidad, flexibilidad, humildad y generosidad. Cinco actitudes básicas para ser un buen directivo –por cierto, hoy se celebra el Día internacional del jefe, que hay fechas para todo...– a las que agrega la guinda, "dos habilidades que multiplican la empleabilidad del ejecutivo [y de cualquiera]: comunicación y capacidad de vender y venderse".

Una cualidad imponente

Sin conexión, las relaciones no funcionan. Por eso Boza recalca que la comunicación debe despertar esa chispa. "No basta con hablar magníficamente en público, que es importante también, pero hay que saber transmitir para que cale el mensaje", recuerda la autora.

Con la comunicación, los líderes más reseñables de la Humanidad

No basta con hablar bien en público: hay que saber transmitir para que cale y apasione el mensaje

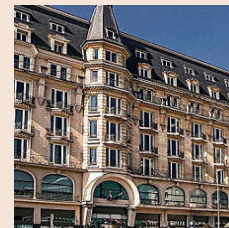
La comunicación persuade, motiva y puede generar satisfacción por trabajar en una determinada compañía

han conseguido ser influyentes, condición que debería ser intrínseca a cualquier dirigente, también empresarial. "Comienzo el libro en la Grecia Clásica, con Pericles, orador ateniense, general e importante magistrado. Era conocido como *el Olímpico* por sus excelentes dotes comunicativas. Si desde el siglo V

a.C ya se valoraba esta capacidad, ¿cómo puede ser que en el siglo XX, cuando se empieza a estudiar *management*, se considere a la comunicación como un *soft skill*, como algo deseable, cuando es una *power skill* indispensable?", se lamenta la autora.

Gracias a esta cualidad y a una voz imponente, consiguió ser uno de los grandes protagonistas de la Historia e influir en el resto y "¿acaso no es líder conseguir que otros te admiren y sigan, como a Pericles?", se pregunta Boza. Es quizás esa la cualidad que distingue al líder del antes conocido como jefe (aunque en la oficina se siga denominando así al mando superior), que ordena y obliga a sus súbditos que solo obedecen, cuando todos preferirían a un bombón... ¿acaso a alguien no le gustan?

PISTAS



Marriott abre hotel en Luxemburgo

Antes de que acabe el año abrirá Luxembourg Marriott Hotel Alfa, que ofrecerá una puerta de entrada para explorar el pequeño país. Con elementos de diseño art déco en su Greatroom lobby, el M Club y las 153 habitaciones y suites, el futuro hotel aspira a convertirse en un nuevo destino gastronómico y social de la ciudad con Brasserie Alfa, un restaurante que contará con las pinturas originales del artista local Julien Lefèvre.

Paloma Sánchez-Garnica gana el Premio Planeta

La escritora Paloma Sánchez-Garnica (Madrid, 1962) se alzó anoche con el Premio Planeta de Novela después de haber quedado finalista en la edición de 2021 con *Últimos días en Berlín*. La obra ganadora es una historia de amor que se desarrolla entre Alemania y Estados Unidos con el telón de fondo de la Guerra Fría. La autora de la novela finalista es la joven escritora y periodista Beatriz Serrano (Madrid, 1989).

El vino más especial de López Cristóbal

Bagús es un superviviente. Lo es porque es el resultado del compromiso por mantener vivo el legado de la familia al frente de Bodegas López Cristóbal. En 1999 Santiago López y su esposa Lola Cristóbal heredaron un viejo viñedo en el pago Manvirgo; la producción era mínima pero muy especial. Por eso deciden no arrancar las viñas y seguir elaborando vino con ellas. Hoy es uno de los mejores de esta bodega burgalesa que acaba de lanzar al mercado la añada 2021. ¿Su precio? 36 euros.

DIEZ HERRAMIENTAS PARA UNA COMUNICACIÓN CON CONEXIÓN

- 1 La sonrisa.** Es gratis y predispone a la escucha del mensaje. Como decía Chaplin, "una sonrisa significa mucho; enriquece a quien la recibe sin empobrecer al que la da"; recuerda Boza en su libro.
- 2 Una sorpresa.** que capta la atención al generar nuevas conexiones neuronales. Despierta una emoción, que se recuerda siempre mucho mejor.
- 3 Hacer una confesión.** genuina. Todos somos vulnerables y mostrar algo propio (no tiene por qué ser íntimo), desde la humildad, potencia la conexión.
- 4 Preguntar,** porque nos hace pensar. Muchas veces interpelar al equipo se

- ve como una pérdida de tiempo, cuando es un arma muy poderosa.
- 5 La palabra positiva.** (mejor que expresiones cargadas de negatividad) que ayuda a mitigar la peor de las texturas.
- 6 El uso de citas** inspiradoras, de pensadores, empresarios o

- sacadas de una serie Netflix, apunta la autora.
- 7 La velocidad** a la que se da el mensaje es clave y se debe adaptar a la requerida por el interlocutor.
- 8 Distancia** que une. Los líderes deben hacer como cuando los cantantes, que bajan del escenario para estar más cerca del público.

- 9 La chispa,** que divierte y enciende. Esa elocuencia para aportar cierto humor a la vida y al trabajo (y Boza no se refiere a saber contar chistes).
- 10 La duración.** Hay que saber acoplarse al tiempo del resto y huir de las charlas eternas. Un mensaje largo suele potenciar la desconexión.