

Nuevo Management

Cuidado con las primeras impresiones

Cuidado con las primeras impresiones

¿Por qué damos importancia a las primeras impresiones de forma que suelen tener más valor que la realidad misma?

Aunque todos sabemos que las apariencias pueden ser engañosas, tanto por lo que vemos como por lo que oímos, lo cierto es que la mayoría de personas concede una gran importancia a la primera impresión o sensación que tiene sobre personas, cosas y situaciones. Es conocido el dicho "No sólo hay que serlo, sino parecerlo" y en base a esto, cuando iniciamos relaciones con otras personas, sean del tipo que sean, procuramos mostrar nuestra mejor imagen y comportamiento.

Nuestro cerebro cuando distingue algo nuevo, asigna un significado o etiqueta a las cosas asociado a lo que percibimos a través de los sentidos, así como una determinada emoción. Así nos quedamos con "fotos" o imágenes, significados y sensaciones sobre todo aquello que aprende a distinguir. Cuando nos volvemos a encontrar de nuevo con aquella misma cosa nuestro cerebro lo asocia a lo conocido y de ahí, que tenga una predisposición o actitud, más o menos positiva inicialmente ante dicha cosa o situación.

Cuando tenemos más experiencias con otras personas y situaciones, nuestras impresiones se convierten en abstracciones de sus conductas o vivencias, recogidas del histórico conocido de ellas, y muchas veces, por un juicio que nos hemos generado, aún pudiendo no ser un juicio validado por hechos o por la realidad. Tenemos una cultura reduccionista que valora a las personas de una forma holista, unidimensional, en lugar de valorarla en sus distintas dimensiones, experiencias y conocimientos. Por ello, en general nuestros juicios parten de esa influencia cultural y de una educación general cargada de fundamentalismos. Las personas y las situaciones tienen diversas dimensiones; para un área concreta una persona puede no ser válida, pero sí para otras. Igualmente sucede con los acontecimientos.

Por lo tanto, desde la perspectiva sistémica, no podemos enjuiciar algo tan sólo por la primera impresión o descontextualizando, ni podemos descartar todas las dimensiones en base al juicio generado en una sola.

Confiar en una primera impresión y basarnos en ella no es conocer la realidad, sino limitarla. Por ejemplo, está comprobado que muchas personas deciden adquirir un teléfono u electrodoméstico en base a que les guste el aspecto y crean que tienen las mejores y más actuales funciones posibles; la realidad, sin embargo, demuestra que casi nadie emplea esas funciones al 100%. La diferencia de un modelo más reciente al inmediatamente inferior, a veces tan sólo consiste en cambiar el color de un botón, sin embargo, el precio que pagamos por esa modificación es muy elevado.

Nos guste o no, para conocer las cosas y las personas, hay que destinarles suficiente tiempo y profundizar para ver en qué puede aportarnos algo y en qué no, hemos de aprender a ser capaces de distinguir los diversos comportamientos, conocimientos y experiencias y a tenerlos en cuenta en todas sus dimensiones. Una persona puede no resultarnos simpática, pero puede ser un especialista valioso en su profesión, por ejemplo.

Entrar en la dinámica de causar una buena impresión de entrada, sólo favorece en que si después se produce una desviación no sea reconocida fácilmente, pues predomine la expectativa más que la realidad, con lo cual tendremos una visión sesgada o limitada, nos cerramos a posibilidades y por tanto perdemos oportunidades por no estar abiertos a ellas. Está comprobado en investigaciones concretas, que cuando una persona ha causado una buena impresión de entrada, nos cuesta más admitir sus posibles errores pues ya tenemos creada una idea inicial que no recogía esa posibilidad, teníamos un precedente creado. Por otro lado, si ese error se produce en el instante de conocerle seguramente desconfiaremos de esa persona en su totalidad. Como resultado, erróneamente concedemos la misma importancia a la primera impresión que a la realidad.

Las impresiones o sensaciones que obtenemos de los sentidos pueden sernos placenteras o no de forma inmediata, pero no nos dan una perspectiva a medio o largo plazo sobre las consecuencias de nuestras acciones. Se trata de no estar ni completamente predispuestos favorablemente ni todo lo contrario, se trata de conocer en profundidad las cosas para saber qué podemos obtener de ellas.

Cuando dejamos aparcado nuestro juicio inicial y conocemos los mecanismos que mueven o impulsan a los demás, cuando no nos basamos en la apariencia sino que profundizamos en distintos casos, cuando en lugar de suponer las cosas las contrastamos con la realidad, es cuando el aprendizaje es posible; en consecuencia, nuestras decisiones son más certeras.

www.NuevoManagement.com

Reconceptualización empresarial, actividades y servicios para el cambio y la innovación

Próximas actividades en Barcelona y Madrid

Executive Building[©]

Preparación para directivos en las competencias de Nuevo Management mediante coaching y entrenamiento.

Más información, fechas e inscripción en: www.NuevoManagement.com

PATROCINADORES

mente sistémica

www.MenteSistemica.com