

**NEUROCOMUNICACIÓN VISUAL CONSCIENTE: GESTIÓN DELIBERADA Y  
POTENCIAL DE LA MIRADA, COMO ARGUMENTO PERSUASIVO NO VERBAL  
PARA VENCER Y CONVENCER**

**CONSCIOUS VISUAL NEUROCOMMUNICATION: DELIBERATE AND POTENTIAL  
MANAGEMENT OF THE LOOK, AS A NON-VERBAL PERSUASIVE ARGUMENT  
TO OVERCOME AND CONVINCEN**

José Jesús Vargas Delgado  
Universidad Europea de Madrid, España  
[jjesus.vargas@universidadeuropea.es](mailto:jjesus.vargas@universidadeuropea.es)  
<https://orcid.org/0000-0003-4109-611X>

Ignacio Sacaluga Rodríguez  
Universidad Europea de Madrid, España  
[ignacio.sacaluga@universidadeuropea.es](mailto:ignacio.sacaluga@universidadeuropea.es)  
<http://orcid.org/0000-0002-2923-819X>

**Recibido:** 12 de noviembre de 2021  
**Revisado:** 28 de noviembre de 2021  
**Aprobado:** 19 de diciembre de 2021

**Cómo citar:** Vargas Delgado, J.J. Sacaluga Rodríguez, I. (2021) Neurocomunicación visual consciente: gestión deliberada y potencial de la mirada, como argumento persuasivo no verbal para vencer y convencer. *Anales de Investigación*; 17(3), edición especial 1-13

**RESUMEN**

**Objetivo.** Describir cómo influir, y persuadir, comunicativamente en los demás, a través de la toma de consciencia de nuestras conexiones neuronales, en la esfera verbal y no verbal, se ha convertido en un centro neurálgico de la persuasión actual. **Diseño / Metodología / Enfoque:** Los marcos metodológicos empleados para el desarrollo de esta investigación, se basan en la revisión y profundización de los principios esenciales científicos de la programación neurolingüística (PNL), y las activaciones del cerebro en los procesos de comunicación persuasiva consciente. **Resultados / Discusión:** Se evidencian las etapas y fases esenciales para ser capaz de adquirir los factores esenciales para realizar un discurso de presentación impactante de un proyecto, ante potenciales clientes de una manera convincente y persuasiva. **Conclusiones.** En el estudio se visibiliza el despliegue deliberado de la neuromirada, que permite profundizar en la nueva revolución de la comunicación con atención plena, experimentando las

bases neuroconscientes de la plena presencia, con el objeto de comunicar de una manera mucho más influyente y profunda en el receptor. La puesta en marcha de argumentos que permitan despertar la gestión de tus movimientos comunicativos armónicos corporales, y gestuales, que influyen determinantemente en las presentaciones y comunicaciones en público. Los contenidos principales de nuestro capítulo se centrarán en cómo realizar comunicación influyente en diferentes escenarios a través de nuestra mirada persuasiva. **Originalidad / Valor:** Conceptualización de la aplicación, por primera vez, de una metodología que desvele las causas del desarrollo de la mirada persuasiva neurocomunicativamente que permita despertar una comunicación integral a través de tu marca personal, e imagen pública, experimentando la creación de tu identidad: visual, narrativa y conceptual.

**PALABRAS CLAVE:** neurocomunicación; persuasión; comunicación no verbal; programación neurolingüística; mindfulness.

## ABSTRACT

**Objective:** Describing how to influence, and persuade, communicatively in others, through the awareness of our neural connections, in the verbal and non-verbal sphere has become a nerve center of current persuasion. **Design / Methodology / Approach:** The methodological frameworks used for the development of this research are based on the review and deepening of the essential scientific principles of neurolinguistic programming (NLP) and the activations of the brain in the processes of conscious persuasive communication. **Results / Discussion:** The essential stages and phases are evidenced to be able to acquire the essential factors to make an impressive presentation speech of a project, before potential clients in a convincing and persuasive way. **Conclusions:** In the study, the deliberate deployment of the neurlook is made visible, it allows us to deepen the new revolution of communication with mindfulness, experiencing the neuroconscious bases of meditation, and mindfulness, in order to communicate in a much more influential and profound way. on the receiver. The implementation of arguments that allow to awaken the management of your body harmonic communicative movements, and gestures, which decisively influence presentations and communications in public. The main contents of our chapter will focus on how to carry out influential communication in different settings. **Originality / Value:** Conceptualization of the application for the first time of a methodology that reveals the causes of the development of the persuasive neurocommunicatively persuasive gaze allows to awaken an integral communication through your personal brand, and public image, experiencing the communicative creation of your personal brand : visual, narrative and conceptual.

**KEY WORDS:** neurocommunication; persuasion; non-verbal communication; neurolinguistic programming; mindfulness.

## INTRODUCCIÓN

En una primera fase de la investigación definiremos los factores que influyen, en la neurocomunicación persuasiva en los demás, a través de la toma de consciencia de nuestras conexiones neuronales en la esfera verbal y no verbal. La profundización en este escenario se ha convertido en un centro neurálgico de la persuasión actual para la toma de consciencia de la neurocomunicación cerebral. Los marcos metodológicos empleados para el desarrollo de esta investigación se basan en la revisión y profundización de los principios esenciales científicos de la programación neurolingüística (PNL), y las activaciones del cerebro en los procesos de comunicación persuasiva consciente. A través de nuestro estudio, se evidencian las etapas y fases esenciales para ser capaz de adquirir los factores esenciales para realizar un discurso de presentación impactante de un proyecto, ante potenciales clientes de una manera convincente y persuasiva. En el foco analítico de nuestro capítulo se visibiliza el despliegue deliberado de la neuromirada, que nos permite profundizar en la nueva revolución de la comunicación con atención plena, experimentando las bases neuroconscientes de la meditación, y la plena presencia, con el objeto de comunicar de una manera mucho más influyente y profunda en el receptor.

La esencia nuclear de nuestra indagación científica se concreta en la puesta en marcha de argumentos que permitan despertar la gestión de tus movimientos comunicativos armónicos corporales, y gestuales, que influyen determinadamente en las presentaciones y comunicaciones en público. (Couto, 1999). Los contenidos principales de nuestro capítulo se centrarán en cómo realizar comunicación influyente en diferentes escenarios. Se plantearán las bases conceptuales para la aplicación, por primera vez, de una metodología que desvele las causas del desarrollo de la mirada persuasiva neurocomunicativamente, que permita despertar una visión integral a través de tu marca personal, e imagen pública, experimentando la creación comunicativa de tu esencia personal: visual, narrativa y conceptual. (Serrano, 2004).

La investigación en la neurocomunicación consciente y deliberada, a través de la mirada, impacta en las causas principales de una conexión basada en la presencia, que permite comunicar sin miedos a través de la neurointeligencia emocional. (Vargas, 2019). La toma de consciencia a través de la categorización del empleo persuasivo de la mirada, que permitirá impactar en la realización de un discurso de presentación impactante, convincente y persuasivo. En la indagación podemos obtener conclusiones evidentes sobre la comunicación consciente a través de la atención plena, experimentando patrones de programación neurolingüística para comunicar de una manera mucho más influyente y profunda.

Desde la activación de la neurocomunicación, conseguimos descubrir y experimentar el efecto comunicativo transformador de una extensa taxonomía de neuromiradas, y sus efectos cognitivos, en entornos individuales, y grupales.

## **METODOLOGÍA**

Los ojos y la neuromirada es la parte del cuerpo más utilizada en la comunicación no verbal. (Serrano, 2004). Hay una parte interna de nuestra naturaleza perceptiva que nos permite identificar una mirada dispersa, una mirada concentrada, una mirada presente, una mirada tensa, una mirada perdida, una mirada agresiva, o una mirada amable, o dulce. (Descamps, 1990). Dentro de las manifestaciones corpóreas de la conexión sutil entre la inteligencia emocional intrapersonal, y la interpersonal, localizamos la mirada, que puede reflejar expresión de intenciones, neutralidad, afectividad, estados de ánimo, e inquietud psicocorporal. (Argle, 1981). La gestión consciente de algunas partes de nuestro cuerpo comunicador, se convierten en una tarea muy sencilla en comparación con la interconexión, o la gestión óptima y consciente de la mirada. No podemos hablar de control, pero el acercamiento a este concepto queda mucho más alejado cuando penetramos en el lenguaje de la mirada que es mucho más reptiliano, y se desencadena como un mecanismo de supervivencia de difícil pseudocontrol. (Vargas, 2019). Dentro del escenario de la cara, la gestión del lenguaje de la mirada es el más refinado y sofisticado de toda la fisionomía, y el más complicado de gestionar, y controlar. (Blanco, 2007).

En un encuentro comunicativo, o en cualquier espacio intrapersonal, o interpersonal, no se puede dejar de comunicar. Siempre estamos comunicando. (Ramos, 1994). Somos un centro de emisión de continuidad que está proyectando mensajes y tramas cada microfragmento de segundo. (Hall, 1989). Este proceso es especialmente intenso, y eleva la voz comunicativa, substancialmente si no hablamos. (Pease, 1981). Algo que la mente le incomoda, dado que traduce que la no emisión de comunicación es una ausencia de información, e incluso de cobertura de frecuencia comunicativa. Nada más lejos de la realidad, dado que estamos enviando una gran cantidad de información muchas veces de forma absolutamente inconsciente. (Serrano, 2004).

Nuestro psicocuerpo de forma integral y holística interviene en una comunicación dinámica, y con movimientos, gestos, miradas y posturas. (Brennan, 2014). Se manifiestan de una manera plenamente primitiva una serie de micropicos y reacciones del cuerpo muy rápidas, difíciles de gestionar y de aposentar en nuestra consciencia. (Vargas, 2019). Primero, porque tenía una función de supervivencia en nuestras primeras etapas del desarrollo humano, y por su autenticidad reptiliana delatan nuestras actitudes de forma que puede considerarse más veraz, incluso, que las palabras.

En la esfera analítica de la neurocomunicación persuasiva consciente, investigamos la comunicación gestual que se engloba dentro de la denominada comunicación no verbal. (Davis, 2005). La cosificación de separar la comunicación verbal, y no verbal, es una ficción taxonómica, dado que es evidente que se trata de manifestaciones en forma de señales que se encuentran estrechamente vinculadas entre ambas. (Argle, 1981). Se retroalimentan, y se intercomunican, las dos, y para decodificarlas es necesario una visión sistémica, holística y global. Todo el aditivo armónico, que acompaña, apoya y matiza a la comunicación verbal, es la denominada comunicación paralingüística. Esa interpretación unitaria, y no disgregada, hace que no podamos decodificarla de una forma independiente. Es decir, que el proceso de interconexión entre la comunicación verbal y la no verbal se convierte en un sistema interdependiente entre todos los elementos que los contiene, y los circunda. (Davis, 2005).

El tratamiento conceptual de la comunicación no verbal se utilizó de una forma pionera por el doctor Jürgen Ruesch, junto con Weldon Kees, fotógrafo innovador, en un evocador libro llamado “Nonverbal Communication”. (Argle, 1981). A partir de ese momento, los investigadores de la mente, psiquiatras y psicólogos tomaron como evidencia que la manera en la que se manifiesta un sujeto aporta de una forma muy nutritiva sobre su personalidad, sus sombras, su carácter, sus emociones latentes, y expresiones reactivas en el entorno en el que se desenvuelven. (Davis, 2005).

En la actualidad el análisis poliédrico de la comunicación no verbal ha posibilitado que se indague desde diferentes esferas como la psiquiatría, la etología, la sociología, el liderazgo, la empresa, comunicación audiovisual, artes escénicas, publicidad y comunicación persuasiva, ... Según el antropólogo social Edward T. Hall, el 60% de los mensajes de nuestra comunicación, de naturaleza interpersonal, es comunicación no verbal. (Hall 1989). Se obtienen de esta investigación unos resultados muy interesantes en el que calcularon que, en una comunicación interpersonal, el impacto del mensaje verbal (palabras) es solo del 7%, el 28% de la comunicación es vocal (voz, matices, otros sonidos), y el 55% no verbal. (Davis, 2005). La investigación de Hall pudo descubrir que más del 65% de la comunicación, en una conversación, se proyecta y se transmite de forma consciente e inconsciente a través del canal del lenguaje no verbal. (Blanco, 2007).

El desarrollo de nuestra intuición está íntimamente conectado con nuestra capacidad de descifrar los mensajes, y los micromensajes que se expanden en nuestras interacciones. (Ramos, 1994). Como seres perceptivos recibimos un maremágnum de información, pero es evidente que en casos muy puntuales somos realmente capaces de tomar consciencia de esos mensajes de su lectura y desciframiento. Todos tenemos el potencial para realizarlo, pero normalmente pasan desapercibidas a muchos metros de la superficie del emisor, y del receptor. Este hecho redundante en que la interpretación de esos mensajes se efectúa de una forma más instintiva que consciente.

La naturaleza de nuestro ser es claramente gestual. (Descamps, 1990). Y por ende el lenguaje que ponemos en marcha de manera consciente e inconsciente de nuestro cuerpo, es claramente anterior al desarrollo del lenguaje y de la palabra, como la entendemos hoy en día. Tanto desde una dimensión de evolución de la especie, como del estado de la evolución biográfica. (Argle, 1981).

Desde nuestra investigación vamos a centrar el foco analítico de la comunicación no verbal en la mirada. En el objeto científico de nuestro capítulo procedemos a ahondar en el despliegue deliberado de la neuromirada que nos permite profundizar en la nueva revolución de la comunicación con atención plena, experimentando las bases neuroconscientes de la meditación, y la plena presencia, con el objeto de transmitir de una manera mucho más influyente, y profunda en el receptor. (Knapp, 1992).

El canal comunicativo no verbal de la mirada tiene un grandísimo potencial, para transmitir significados y significantes, y además se le otorga poder y legitimidad de emisión. (Descamps, 1990). A través de la mirada se produce un desencadenamiento natural, como la primera sonrisa en los recién nacidos. De hecho, los bebés ponen en marcha una inversión de energía primitiva para satisfacer su identidad con el intercambio de miradas, y se manifiesta su deseo y necesidad de vínculo emocional. (Davis, 2005).

Antropológica y psicológicamente se ha otorgado un elevado supremo al potencial de la mirada. De alguna manera todos hemos sentido en algún momento esa sensación sistémica, e intuitiva, de que nos miraban. Es la manifestación de un canal especialmente sutil en nuestro centro neurálgico, y se definen a través de un abanico de conceptos experienciales visuales como “mirada traicionera”, “fulminar con la mirada” o de “mal de ojo”, como varios ejemplos de plasmación semántica, y estereotipada de la mirada.

El investigador Sebastián Serrano (2004), establece en sus investigaciones que el contacto visual proporciona experiencias simultáneas y recíprocas de conexión mutua, y afirma que ayuda a romper posibles barreras a la comunicación y, además, está relacionado con aspectos de la intimidad como la honestidad, el amor o la empatía.

Cuando analizamos los diferentes aspectos cuantitativos, y cualitativos, en la interacción en una conversación o relación interpersonal, se ha podido calcular que nuestra mirada se dirige a los ojos más del 40% del tiempo que invertimos mirando al rostro del nuestro interlocutor. (Serrano, 2004). La gestión consciente de la mirada permite una actuación como un regulador, activador y dinamizador de sociabilidad. De una manera primitiva solemos apartar la mirada de nuestro asistente cuando en un momento de nuestra conversación no queremos afrontar ni escuchar el escenario vivenciado, y a la vez estamos poniendo en marcha una estrategia de evitación de la mirada, especialmente pragmática cuando nos sentimos intimidados. (Knapp, 1992).

Desde una perspectiva neuronal se han estudiado una amplia gama de factores que determinan los tipos de intercambio de miradas. La mirada es esencialmente atractiva en el sentido de que mirar refleja una atracción, un interés. (Descamps, 1990). En esa danza comunicativa entre interlocutores, y ese proceso de intercambio de miradas, se pone de manifiesto una clara y experimental situación de dominio. Esta traducción la podemos justificar cuando el dominado es el primero en apartar su mirada en escena.

El objetivo de nuestra investigación es profundizar en la neurocomunicación visual consciente, y estudiar la gestión deliberada y potencial de la mirada, como argumento persuasivo no verbal para vencer y convencer. Y para ello hemos penetrado en una serie de estudios esenciales, y hemos trascendido para aplicarlo en una serie de comprensiones y pautas.

En la primera fase de nuestra investigación, vamos a profundizar en una serie de estudios desde enfoques experimentales, vivenciales y persuasivos sobre el significado de las direcciones de la mirada.

Debemos ser conscientes de que la mirada nos transmite, continua e ininterrumpidamente, cada instante significados de forma compleja y sofisticada. Nuestra labor en este capítulo consiste en codificar y reinterpretar los elementos de influencia en la dirección vectorial de la mirada, con la intención de que tenga un impacto en un discurso más eficiente, para vencer y convencer. Entre estos factores podemos encontrar el tiempo que dura y se mantiene con valentía una mirada, los movimientos cualitativos y cuantitativos de los ojos, el comportamiento fisiológico, y aparentemente inconsciente de la pupila, el parpadeo como efecto de las causas emocionales en el proceso comunicativo, etc.

## **RESULTADOS**

Inspirados como punto de partida en la clasificación del investigador Descamps (1999) sobre el significado de la psicología de la mirada en función de su dirección, hemos creado una pionera taxonomía de aplicación con una serie de implicaciones neuropersuasivas, en el proceso comunicativo e influyente sobre el receptor. Penetramos metodológicamente en la expresión comunicativa predominante a través de la neuromirada. Determinando las evidencias del estado interno que habita nuestro cuerpo en el momento de la implementación de la mirada, y las insospechadas derivadas, e inferencias en formato dual. Además, a través de esta metodología indagamos en la proyección de cada neuromirada, y la expresión de concreción sobre el pasado, presente y futuro, desde el espacio vivenciado.

1. Neuromirada vectorial izquierda (MI). Descansa en la izquierda. Dirección e impacto semiológico-persuasivo en la comunicación. Desde la dimensión neurocomunicativa direccional a la izquierda, podemos obtener los siguientes escenarios de actuación semiológicos, e interpretativos:

1.1. Neuromirada izquierda genérica (MIG). Pasado lejano. Vinculación con los recuerdos. Partimos de la base interpretativa que la mirada a la izquierda de un interlocutor supone una huida, que dirige al pasado más lejano y profundo de nuestra biblioteca comunicativa. Es una manera de retornar a los recuerdos en diferentes manifestaciones (conceptuales, sensoriales o kinestésicas). El emplazamiento vectorial de nuestra mirada a la izquierda revela que el sujeto está preocupado por sí mismo. (Biedma, 1960). De alguna manera se expresa una falta de adaptación, de altruismo y de sociabilidad. Una tendencia intencional por el pasado. Una preferencia por asuntos históricos y por la tradición.

1.2. Neuromirada superior alta izquierda (MSAI). Romántico interdependiente que idealiza el pasado lejano. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio entre falta de adaptación con actividad mental, e imaginación que infiere un engrandecimiento de los recuerdos más distantes.

1.3. Neuromirada media izquierda (MMI). Soñador interdependiente con huida hacia el pasado lejano. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita

nuestro cuerpo está proyectando un binomio entre falta de sociabilidad con actividad mental y emotividad, que le hace salir del presente, y cobijarse en el pasado más remoto.

1.4. Neuromirada horizontal izquierda (MHI). Humor estable adaptado, interdependiente con pasado lejano, con potencial presencia de manifestaciones hostiles. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio entre falta de altruismo, y un sentido de la observación irónico y estratégico, que le hace activar un punto de confrontación. (Biedma, 1960).

1.5. Neuromirada inferior media izquierda (MIMI). Depresivo interdependiente con pasado lejano, y posible manifestación de angustia. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio entre vitalidad comportamental, y falta de sociabilidad, que le hace salir del presente y descansar en la angustia.

1.6. Neuromirada inferior baja izquierda (MIBI). Deprimido interdependiente, y bloqueado con el pasado lejano. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio entre falta de prudencia desmesurada, e incorrección de confianza, y sociabilidad, que le hace salir del presente y vincularse con un posible cuadro depresivo.

1.7. Neuromirada izquierda sostenida (MIS). Aferramiento al pasado para afrontar el instante comunicativo. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio entre el apego al pasado lejano, y reciente, y falta de sentido de la observación en el presente, que se traduce en una explícita inexactitud de concentración y alta distracción sobre cada instante, y cada fotograma vivenciado.

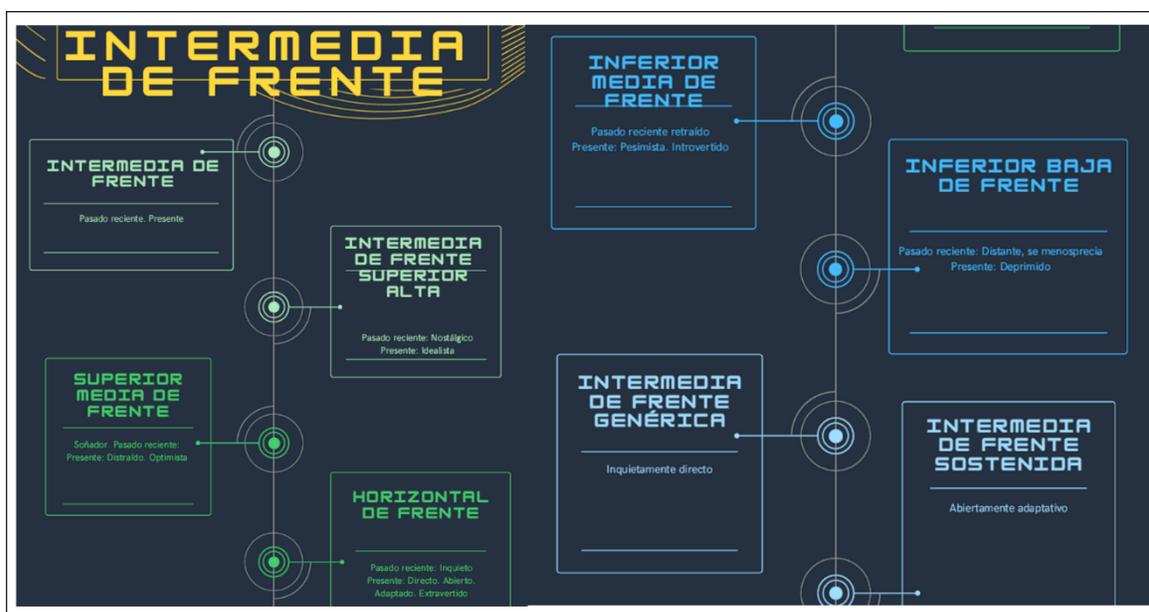
**Figura 1.** Neuromirada y direcciones: cuadro de las direcciones persuasivas



1. Neuromirada vectorial intermedia de frente (MIF). Dirección e impacto semiológico-persuasivo en la comunicación con mirada centrada. Desde la dimensión neurocomunicativa direccional al frente, podemos obtener los siguientes escenarios de actuación semiológicos:
  - 1.1. Neuromirada de frente genérica, inquietantemente directa (MFG). Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio entre objetividad y presencia, que le hace habitar el presente con prudencia y adaptabilidad. (Biedma, 1960).
  - 1.2. Neuromirada superior alta de frente (MSAF). Idealista interdependencia con pasado reciente y nostálgico. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio entre alta imaginación y vitalidad cognitiva, que le hace salir del presente y estimular procesos melancólicos expansivos, contractivos, y utópicos.
  - 1.3. Neuromirada media de frente (MMF) pasado reciente. Soñador interdependiente con tendencia a la distracción. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio entre emotividad paciente con energía vital, que le hace salir del presente en momentos puntuales con la mirada distraída en la zona media central.
  - 1.4. Neuromirada media de frente (MMF) presente. Soñador interdependiente con tendencia optimista. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio entre alta confianza en sí mismo, y un dominio de sí, que le hace mostrar un entusiasmado optimismo vital.
  - 1.5. Neuromirada horizontal de frente (MHF) pasado reciente. Humor estable adaptado interdependiente con tendencia a la inquietud. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio con alto sentido de la micro observación y expansión solidaria, que le hace expresarse en una realización marcadamente humorística, con los recuerdos mas cercanos.
  - 1.6. Neuromirada horizontal de frente (MHF) presente. Humor estable adaptado interdependiente con tendencia a ser directo, abierto, acomodado y extrovertido. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio con alto sentido de la macro observación y disfrute sensorial de cada instante, que le hace expresarse en una concreción marcadamente humorística con las experiencias muy presentes del espacio vivenciado.
  - 1.7. Neuromirada inferior media de frente (MIMF) pasado reciente. Depresivo interdependiente con pasado reciente que se traduce en muestras retraídas. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio con bajo sentido de resiliencia y baja vitalidad, que le hace expresarse en una manifestación muy reservada, y huidiza a través de la conducta visual.
  - 1.8. Neuromirada inferior media de frente (MIMF) presente. Depresivo interdependiente con tendencia al presente, pesimista e introvertido. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio bajo de autoestima sana, y bajo nivel de sociabilidad, que le hace expresarse en una revelación muy introvertida, y con una relación con el presente algo pesimista.

- 1.9. Neuromirada inferior baja de frente (MIBF) pasado reciente. Deprimido interdependiente con tendencia ser distante, y al menosprecio. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio bajo de presencia y análisis del presente, y bajo nivel de iniciativa, que le hace expresarse en una declaración muy distante, y con falta de expansión con matices de menosprecio. (Biedma, 1960).
- 1.10. Neuromirada inferior baja de frente (MINF) presente. Deprimido interdependiente con tendencia depresiva. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio bajo en capacidad para tomar decisiones, y un exceso en el análisis de la realidad, que le hace expresarse en unos comportamientos posiblemente tendentes a la depresión, y con matices de falta de energía vital.
- 1.11. Neuromirada de frente sostenida (MFS) abiertamente adaptativa. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio alto en autoconfianza, y elevada capacidad de resiliencia espacial que le hace expresarse en una manifestación muy integral, vital, social y expansiva.

**Figura 2.** Neuromirada y direcciones: cuadro de las direcciones persuasivas. Mirada de frente

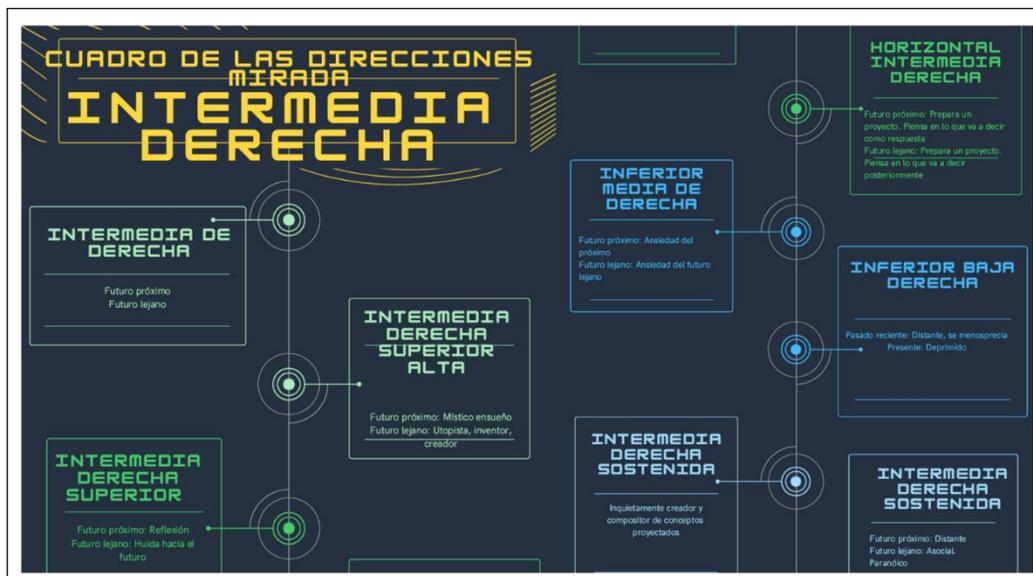


2. Neuromirada vectorial intermedia derecha (MID). Dirección e impacto semiológico-persuasivo en la comunicación con mirada vectorialmente derecha. Desde la dimensión neurocomunicativa direccional a la derecha podemos obtener los siguientes escenarios de actuación semiológicos:
  - 2.1. Neuromirada de derecha genérica (MDG) proyectada y creada sobre el futuro. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio alto en expansión vital y energía imaginativamente creativa, que le hace expresarse en una revelación muy artística, y con altos matices de ilusión sobre la cocreación del futuro.

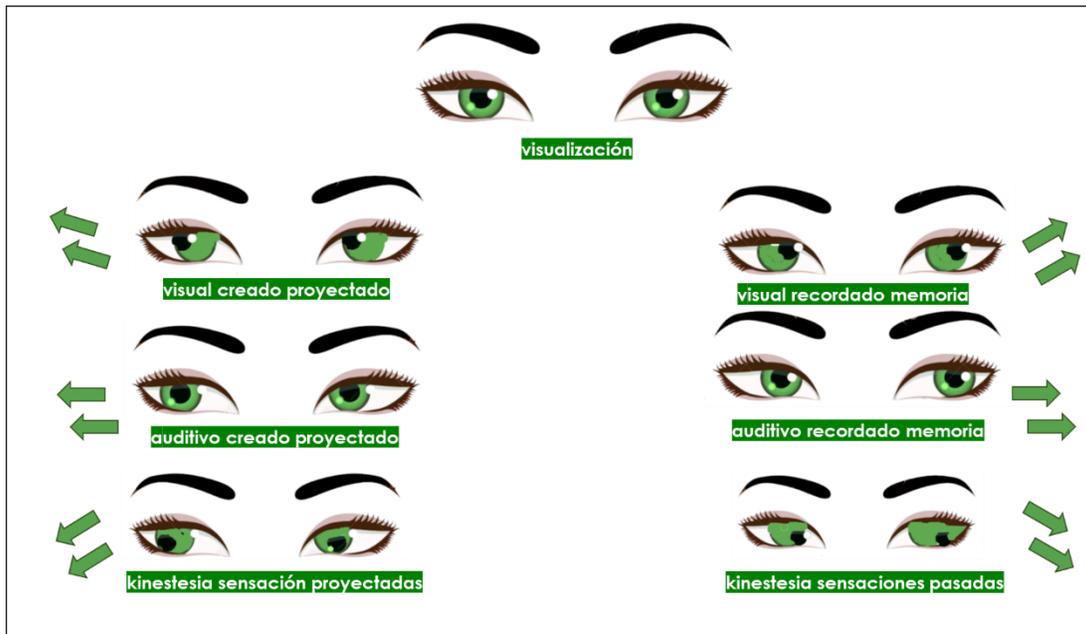
- 2.2. Neuromirada superior alta derecha (MSAD) futuro próximo. Idealista interdependiente con tendencia al misticismo y ensoñación. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio de alta aceptación al cambio, y actividad mental imaginativa creativa, que le hace expresarse en una revelación muy mística, y ensoñadoramente futurista con los acontecimientos más próximos. (Biedma, 1960).
- 2.3. Neuromirada superior alta derecha (MSAD) futuro lejano. Idealista interdependiente con tendencia a ser utopista, inventor y creador. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio muy alto en imaginación preconcebida, e intenciones muy expansivas del presente, que le hace expresarse en una revelación muy utópicas, ilusorias y esperanzadas, con altos matices de creación narrativa mental en acontecimientos muy lejanos.
- 2.4. Neuromirada media derecha (MMD) futuro próximo. Soñador interdependiente con tendencia a la reflexión. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio muy analítico, con un alto sentido de la observación interpretativa, que le hace expresarse en una exposición muy rumiadora futura, y con altos matices de creación, y evasión, sobre el futuro más cercano.
- 2.5. Neuromirada media derecha (MMD) futuro lejano. Soñador interdependiente con tendencia a la huida de cognición. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio muy idealista, con un alto sentido de la imaginación creadora, que le hace expresarse en una manifestación de soñador, muy independiente, y a veces con falta de ecuanimidad y presencia por su dispersión al futuro más lejano.
- 2.6. Neuromirada horizontal derecha (MHD) futuro próximo. Humor estable adaptado interdependiente, con tendencia a preparar un proyecto. Piensa en lo que va a decir como respuesta. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio muy reflexivamente intencional, y vitalmente expansivo, que le hace expresarse en una declaración humorística, con estabilidad en las respuestas más políticamente aceptables en el futuro más cercano.
- 2.7. Neuromirada horizontal derecha (MHD) futuro lejano. Humor estable adaptado interdependiente con tendencia preparar un proyecto. Piensa en lo que va a decir como respuesta. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio reflexivamente a largo plazo, elevadamente premeditado, que le hace expresarse en una revelación humorística, y con adaptación en las respuestas más esperables y estereotipadas estratégicamente.
- 2.8. Neuromirada inferior media derecha (MIMD) futuro próximo. Depresivo interdependiente con tendencia a la ansiedad. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio de falta de autoconfianza y conexión sensorial proyectada, que le hace expresarse en bajos niveles de optimismo en los acontecimientos más cercanos.
- 2.9. Neuromirada inferior media derecha (MIMD) futuro lejano. Depresivo interdependiente con vivencia ansiosa sobre el futuro lejano. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio muy inseguro, y desmesuradamente analítico, que le hace expresarse en una manifestación de estrés, y ansiedad, con interdependencia en sucesos más lejanos. (Biedma, 1960).

- 2.10. Neuromirada inferior baja derecha (MIBD) futuro próximo. Deprimido interdependiente con tendencia a ser distante. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio con falta de confianza en sí mismo, e ínfimo dominio de sí, que le hace expresarse en una exposición muy distante, y pesimista, con el futuro más cercano.
- 2.11. Neuromirada inferior baja derecha (MIBD) futuro lejano. Deprimido interdependiente con posible tendencia a lo asocial y paranoico. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio muy bajo en sociabilidad, e interconexión en decisiones compartidas, que le hace expresarse en una manifestación asocial con posibles tonalidades paranoicas sobre el futuro lejano.
- 2.12. Neuromirada inferior sostenida (MIS) mente discursiva, distantemente imaginativa. Su expresión comunicativa a través de la neuromirada evidencia que el estado interno que habita nuestro cuerpo está proyectando un binomio de una mente narrativamente discursiva, e imaginativamente compositiva, que le hace expresarse en una manifestación de presencia vital, y dispersión futura latente.

**Figura 3.** Neuromirada y direcciones: cuadro de las direcciones persuasivas. Mirada derecha



**Figura 4.** Neuromirada y direcciones: cuadro completo de las direcciones persuasivas



## DISCUSIÓN

A continuación, vamos a abrir un apartado para indagar en la programación neurolingüística vinculada con la activación consciente de la neuromirada. Profundizaremos en escenarios vivos de comunicación, y su impacto, con el objeto de vencer y convencer en la comunicación verbal y no verbal.

El paradigma de nuestra investigación deposita su atención, en primera instancia, en las habilidades neurolingüísticas de perfeccionamiento, para aumentar nuestra persuasión e influencia, arrojando luz a los sinuosos caminos de la programación neurolingüística. (Allen 2018). La programación neurolingüística, o PNL, ahonda en la latente y potencial influencia que tiene el lenguaje consciente y deliberado sobre la programación mental, y el resto de las funciones de nuestro sistema nervioso sistémico. (Pease, 1981).

Para comprender el funcionamiento de la naturaleza de nuestra mente en los procesos de programación neurolingüística, debemos partir de la estructura fenomenológica, y funcional, de nuestro cerebro. (Vargas, 2019). Uno de los mayores anhelos de todos los seres humanos es ser feliz. Sin embargo, el hombre ha evolucionado como un ser más, dentro de la gran corriente de la vida en este planeta, y el objetivo principal de todas las especies, tanto a nivel de individuo como de grupo, es la supervivencia. Dado que la conservación ha sido el gran objetivo de la especie humana, igual que ocurría para las otras especies, nuestro cuerpo, y especialmente, nuestro cerebro, estaba específicamente diseñado para esta tarea. (Vargas, 2019).

Por eso, en este momento histórico, evolutivo, tecnológico y comunicativo, de gran desarrollo del ser humano, en el que el planteamiento principal como especie es la felicidad y el bienestar del individuo y del receptor, nos encontramos con que nuestro cerebro no solo no nos acompaña, sino que es una de las principales fuentes de tensión y sufrimiento. La razón persuasiva que lo sustenta es que nuestro cerebro no está diseñado para ser feliz, sino para sobrevivir. El sofisticado cerebro del ser humano está compuesto

por tres cerebros que tienen un extraordinario impacto en el campo de la comunicación persuasiva, el convencimiento y la influencia, y nos va a permitir comprender los procesos cognitivos y comportamentales actuales del ser humano, en su vertiente comunicativa consciente. (Vargas, 2019).

En primer lugar, tenemos el cerebro neocórtex. Es el cerebro que nos permite integrar el pasado y el futuro. Así mismo, nos permite tomar consciencia de los procesos cognitivos, fenomenológicos, comportamientos, y proyección de nuestra marca personal como individuo emisor y receptor en el proceso comunicativo. En la esfera de la comunicación persuasiva consciente encontramos claramente una activación de esta zona cuando se producen estrategias demostrativas basadas en nuestra imagen a largo plazo. (Vargas, 2019). La activación de este cerebro permite conectar con la reevaluación continua de nuestra identidad, e imagen personal, que en otro nivel le hará diferenciarse del resto de su competencia. (Allen 2018).

El segundo cerebro es el sistema límbico, llamado paleomamífero, es el cerebro más emocional e inconsciente, en el que se activan los aspectos vinculados con los retos, desafíos, las emociones expansivas y contractivas, y los comportamientos reactivos de comunicación más impulsivos. (Vargas, 2019). El comunicador interpreta, actúa y reacciona por impulso, de una manera claramente emocional.

En tercer lugar, y en la parte más profunda de nuestro cerebro tenemos ubicado el cerebro reptiliano. Se encuentra situado en el tallo cerebral en el que se agilizan los procesos más primitivos vinculados con la defensa del territorio, y con la caza. Es nuestro cerebro más animal, y se encarga de activar, y cuidar nuestra supervivencia individual, actuando de manera más básica, e instintiva. (Vargas, 2019). Destinado a agilizar un proceso de alerta que permita evitar peligros, y de manera activa poner en marcha un proceso de caza para hacerse con su presa, sobrevivir y perpetuar la especie. Este proceso explica claramente los escenarios interpretativos de amenaza que se traduce en una sintomatología especialmente contractiva y enrocada en la propia identidad del emisor.

La programación neurolingüística trata de profundizar en la influencia que puede tener el lenguaje y los fenómenos cognitivos sobre nuestro cerebro integral, y el resto de las funciones de nuestro sistema nervioso. Esto lo traducimos empíricamente en que el funcionamiento de nuestro sistema nervioso (neuro) está virtuosamente relacionado con nuestra capacidad potencial para el lenguaje (lingüística) y las estrategias conscientes que implementamos (programas) a través de las que nos comportamos, y relacionamos. (Vargas, 2019). La programación neurolingüística aplicada al proceso de comunicación consciente se conforma como una poderosa e infinita herramienta para activar métodos neuropersuasivos, con el objeto de conectar en los procesos cognitivos, emocionales y comportamentales de otras personas. (Allen 2018).

Uno de los principales axiomas que podemos obtener es que con la gestión consciente del lenguaje podemos aceptar, crear o incluso cambiar percepciones en nosotros mismos, y/o en los demás (Allen 2018). A través de la gestión pragmática del uso diario del proceso comunicativo conectamos con otros interlocutores a través del lenguaje, a través de nuestras acciones, de la construcción de nuestro lenguaje corporal, e incluso a través de nuestras cristalizaciones, y expresiones faciales. (Allen 2018). En este proceso interactivo de intercambio comunicativo, y de danza persuasiva, se produce una evidente y vasta influencia en la generación de nuestras emociones y sentimientos, en la activación de procesos reactivos en ciertos escenarios, y el efecto que, de una manera casual, o causal, pretendemos alcanzar en otras personas.

Se define, por tanto, la programación neurolingüística como la disciplina que investiga la eficiencia neurocomunicativa, y el impacto en la gestión deliberada y potencial de todos los canales conscientes e inconscientes de comunicación. (Allen, 2018). Como primera derivada investigadora en nuestro estudio nos focalizaremos en la mirada como argumento persuasivo neurolingüístico no verbal para vencer y

convencer. (Ricci, 1980). Esta disciplina fue desplegada en el año 1970, por un grupo de investigadores, que estudiaron a sujetos exitosos con el objetivo de analizar el comportamiento y las principales derivadas de significado sobre el ser humano. Este pionero grupo de investigación estaba formado por Richard Bandler (Psicólogo), John Grinder (Lingüista), y Gregory Bateson (Antropólogo). Esta triada de científicos postulaban que los estilos de lenguaje, patrones cognitivos y la elección conscientes o inconscientes de nuestras palabras y comportamientos, son interdependientes para generar ciertos programas cognitivos, o pautas comportamentales. (Allen, 2018).

Esta disciplina ha evolucionado de manera exponencial, permitiendo un profundo descubrimiento de los procesos de la mente, construcciones del lenguaje y los insospechados efectos sobre el comportamiento del ser humano. Permitiendo establecer autopistas clarificadoras para destilar y comprender las vivencias del ser humano, e integrar procesos de entendimiento más holísticos sobre cómo las personas piensan sienten y reaccionan.

Partiendo de estas bases neurolingüísticas, una consciente gestión de la neuromirada, y los sistemas representacionales, determinarán tu grado de éxito, vencimiento y convencimiento persuasivo con los demás, en la dimensión personal, emocional y social. (Allen 2018).

En nuestro centro perceptivo disponemos de 5 sentidos principales (visión, oído, tacto, sabor y olfato), y el empleo de ellos nos permite percibir, clasificar, interpretar, simplificar, cosificar y etiquetar el mundo a nuestro alrededor. Lo más nutritivo de este concepto es que, aunque la gran mayoría de los individuos compartimos la implementación base de los 5 sentidos informativos, en el proceso interpretativo se ejecuta de manera casuísticamente muy diferente. (Allen 2018).

Por ejemplo, imagina una catedral. Te invito a invertir unos segundos, y a tomar consciencia en los matices y los detalles de tu construcción mental. Es posible que al traer a tu mente el concepto de esa imagen pienses en el olor de su interior, o en el color de su fachada, o en el interior del templo, o en el sonido que genera tu recuerdo. Podemos descubrir que la inspiración de un mismo concepto, reconocidamente icónico, puede implicar el desencadenamiento de diferentes ramificaciones sensoriales para desiguales perfiles de personas. Todo ello dependiendo claramente de los sentidos preferidos de cada individuo. (Allen 2018). Dependiendo de la habitación sensorial en la que el receptor imaginador desea que repose, y se hospede, el concepto que está habitando su mente. (Eliot, 2009).

La principal ventaja de este tipo de información es que, si te comunicas con alguien adaptando sutilmente el empleo de tus palabras conscientes para utilizar el sentido favorito de ese interlocutor, aumentarás notablemente los niveles persuasivos y de conexión, lo que redundará claramente en tus posibilidades seductoras de vencimiento y convencimiento.

Es universal en nuestra neurolingüística perceptiva, que elijamos un único sentido favorito, y neurodominante. Es nuestra habitación perceptiva preferida, y lo que hacemos es calibrar su sentido a las constantes perceptivas de nuestro sentido prioritario. Es importante señalar que los más usuales en este proceso de adaptación atmosférica, son el sentido visual, el auditivo o el tacto. El mejor método para poder detectar el sistema de transmisión sensorial reside en potenciar nuestros niveles de atención focalizada, y periférica, en el lenguaje. (Allen 2018). Una metodología eficaz para detectarlo consiste en aumentar nuestros horizontes de atención al lenguaje y a la singularidad inferencial de nuestros interlocutores.

En una primera dimensión tenemos a los participantes con preponderancia al sistema visual. Son sujetos que perciben, clasifican, interpretan, simplifican, etiquetan, cosifican, y estructuran su cosmos a través de la activación de una sensorialidad del sentido de la vista. (Allen 2018). Se ha investigado que este tipo de taxonomía corresponde a individuos especialmente tendentes al orden en su ámbito personal y laboral.

Tienen unos niveles muy elevados de consciencia perceptiva, materializados en su apariencia, y de alguna forma pueden identificarse con perfiles hiperkinestésicos, lo que se traduce en comportamientos evidentes de hiperactividad, por necesidad o huida, y siempre deben estar haciendo una tarea.

Desde una óptica de la mirada neurolingüística cuando activan su pensamiento y comienzan a hablar, su programa neurocientífico tiende a movilizar los ojos especialmente en dirección superior, y su tendencia verbal es la de elegir palabras y vocablos que inspiran, o evocan, su sentido favorito de la vista. (Allen 2018).

A continuación, algunos ejemplos de este primer escenario de mirada neurolingüística protagonizado por personas visuales: “te veo muy bien”, “ahora soy capaz de ver lo que me quieres decir”, “tengo en mente esa imagen de la situación, “ese proyecto lo veo muy bien”, “soy capaz de componer esa idea”, “vamos a echar un vistazo a tu problema”. Como submodalidades perceptivas visuales de mirada neurolingüística podemos encontrar: color, brillo, contraste, estático o en movimiento, borroso o enfocado, cerca o lejos, pequeño o grande. Esas carreteras secundarias visuales permiten matizar el lienzo perceptivo neurolingüístico. (Allen 2018).

En una taxonomía de la mirada neurolingüística encontramos a los interlocutores con preponderancia al sistema auditivo. (Hall, 1989). Se ha podido descubrir que son sujetos que a priori su manifestación comportamental está más vinculada con la calma y con más serenidad que los interlocutores con el sentido neurolingüístico visual. Desde una óptica de la mirada neurolingüística cuando activan su pensamiento o comienzan a hablar, su tendencia natural desde su programa neurocientífico tiene una tendencia a movilizar los ojos especialmente hacia los lados, y su predisposición verbal es la de elegir palabras, y vocablos, que inspiran, o evocan, su sentido favorito del oído. (Allen 2018).

A continuación, vamos a ver algunos ejemplos de este segundo escenario de mirada neurolingüística protagonizado por personas auditivas: “este proyecto suena muy bien”, “escucha lo que me gustaría decirte”, “esa idea me suena de manera extraordinaria”, “conecto con esa frecuencia perfectamente”. Como submodalidades perceptivas auditivas de mirada neurolingüística podemos encontrar: volumen, tono, duración, ubicación, estéreo o mono, palabras o sonidos, ritmo. Esas autopistas neuronales secundarias visuales permiten matizar el lienzo perceptivo neurolingüístico.

En una tercera dimensión tenemos a los interlocutores con preponderancia al sistema kinestésico. Son sujetos que perciben, clasifican, interpretan, simplifican, etiquetan, cosifican, y estructuran su cosmos a través de la activación de una sensorialidad del sentido hedonista de la realidad. Se ha investigado este tipo de taxonomía y corresponde a individuos especialmente tendentes a estar cómodos en su manera de vestir, y huyen claramente de una moda incómoda. (Allen 2018). Tienen unos niveles muy elevados de consciencia perceptiva, materializados en una sensorialidad y predilección por placeres hedónicos de la vida, la liturgia y experimentación de las comidas y los perfumes.

Desde una óptica de la mirada neurolingüística cuando activan su pensamiento y comienzan a hablar desde su programa neurocientífico, tienden a movilizar los ojos especialmente hacia abajo, y su predisposición verbal es la de elegir palabras y vocablos que inspiran, o evocan, su sentido favorito del tacto, gusto y olfato.

A continuación, vamos a ver algunos ejemplos de este tercer escenario de mirada neurolingüística protagonizado por personas táctiles y olfativas: “este proyecto se siente bien”, “esa emoción me llega muy hondo”, “te invito a desapegarte de esa situación tóxica”, “esa canción me pone los pelos de punta”. (Allen 2018). Como submodalidades perceptivas kinestésicas de mirada neurolingüística podemos

encontrar: temperatura, ubicación, intensidad, textura, peso, presión y tamaño. Estas autopistas neuronales secundarias, y kinestésicas, permiten matizar el lienzo perceptivo neurolingüístico.

No debemos olvidar que cada individuo cosifica, percibe, etiqueta e interpreta los escenarios a través de su propia versión de la realidad. El ser humano es un gran productor de avatares de una realidad que simplifica a través de su propia percepción, y de esa manera crea una realidad en baja resolución. (Allen 2018). Tendemos a resolver con radiografías perceptivas, y a través de iconos sensoriales reduccionistas, la realidad que es plenamente cambiante, compleja, dinámica. Y nos relacionamos directamente con esa fotografía referente a través del canal sensorial dominante. Las experiencias son absolutamente individuales, y genuinas, y cada persona tendrá su propia versión que deifica la realidad, con dotación inherente, dependiendo principalmente de sus sentidos dominantes (visión, audición, sabor, tacto y olor) y de cómo cosifica la información en su neuroprogramación interna.

Para elevar la capacidad persuasiva y alcanzar cotas de vencimiento, y convencimiento, neurocomunicativo, necesitamos profundizar en la comprensión compleja de cómo los interlocutores piensan, toman decisiones y se comportan. También es vital en esa codificación, saber cuál es su sistema de representación prioritario para conseguir cristalizar nuestro mensaje de forma que se calibre al estilo del funcionamiento interdependiente, reptiliano, emocional y racional de su mente. (Vargas, 2019).

Después de la investigación, la invitación reside en que cuando tengas que interactuar comunicativamente con una persona con su nivel de calibración predominantemente visual, seas mucho más persuasivo no empleando un ritmo de conversación pausado, sereno y ecuánime, usando una respiración honda y profunda, ya que con esa modalidad solo lograrás despertar su impaciencia. Por ello, te invitamos activar una afinación de nuestra mente para alcanzar una lúcida detección de las estrategias mentales inconscientes de los otros interlocutores. Una estrategia mental neurolingüística está formada por un receptáculo sistemático que ordena de una manera determinada los niveles de calibración representacional compositiva. La morfológica disposición de los canales visuales, canales auditivos, canales kinestésicos, canales olfativos y canales gustativos, que producen una fotografía perceptiva genuina sobre nuestra metodología de captación.

Aumentar nuestra presencia para comenzar a percibir en alta definición permite descubrir las estrategias mentales de cualquier sujeto. Si te mantienes hondamente atento a la manifestación expresiva desde los diferentes canales, te permitirá detectar la estrategia persuasiva inconsciente predominante en su metodología comunicativa habitual. Todo ello, si logras observar con atención plena su conducta verbal, con el uso inconsciente de su cuerpo, y especialmente desde la mirada neurolingüística a través del movimiento de sus ojos.

Cuando suministramos atención profunda al movimiento de los ojos, podemos ver una danza amplia de registros compositivos que nos aporta mucha información sobre el canal neurocomunicativo del participante. Nos podemos deleitar captando como se manifiesta a través del movimiento de sus ojos, la parte más profunda de nuestro cerebro, y aparece nuestro cerebro más animal y primitivo, que se defiende y se manifiesta en el exterior. Se agilizan a través del movimiento de los ojos, los procesos más prehistóricos vinculados con la defensa del territorio y con la caza. (Vargas 2018). El vertiginoso movimiento de los ojos está destinado a agilizar un proceso de alerta que permita evitar peligros, y a través de nuestra mirada sostenida, y huidiza, se pone en marcha un proceso de acecho para hacerse con su presa, sobrevivir y perpetuar la especie. Observa cuando hables con alguien sus movimientos oculares. Si, por ejemplo, los ojos de la persona vuelven hacia arriba y hacia su izquierda, es que acaba de acudir a la biblioteca cognitiva de su mente, y ha extraído una imagen de su memoria más reciente. (Milagros, 1999). Si, por el contrario, sus movimientos oculares se posan a la altura de la oreja izquierda, es que está recordando en forma de sonido, y escucha algo. Si la vectorización de la mirada de sus ojos, se dirigen hacia la parte inferior derecha, ese interlocutor está accediendo a la estantería del aposento kinestésico de

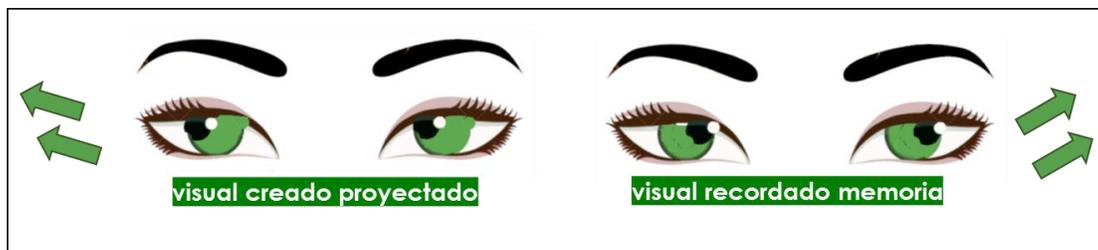
su sofisticado sistema de representación neurolingüístico. (Allen 2018). De igual manera, cuando encuentras muchas dificultades para poder recordar algún concepto, recuerdo o vivencia, probablemente la inferencia principal sea que no estás dirigiendo tu mirada al itinerario óptimo, y los ojos con una posición (estancia o biblioteca cognitiva) que te proporcione la llave o acceso con claridad a la información que en ese momento requieras.

## CONCLUSIONES

A partir de la investigación de neurocomunicación visual consciente, y la gestión deliberada y potencial de la mirada, como argumento persuasivo no verbal para vencer y convencer, podemos obtener las siguientes conclusiones desde la vectorización, e inferencia interpretativa, del movimiento de ojos del interlocutor:

- Desde una perspectiva de la neurocomunicación visual, cuando una persona dirige de una manera inconsciente su mirada hacia arriba y a su izquierda, la principal conclusión que podemos obtener es que está accediendo a su sistema visual para recordar, es decir, está viendo imágenes ya vistas con anterioridad.
- Desde una perspectiva de la neurocomunicación visual, cuando una persona dirige de una manera inconsciente su mirada hacia arriba y a su derecha, la principal conclusión que podemos obtener es que está accediendo a su sistema visual para construir, es decir, está viendo, cocreando imágenes nunca vistas antes.

**Figura 5.** Neuromirada y direcciones. Visual creado y proyectado. Visual recordado memoria



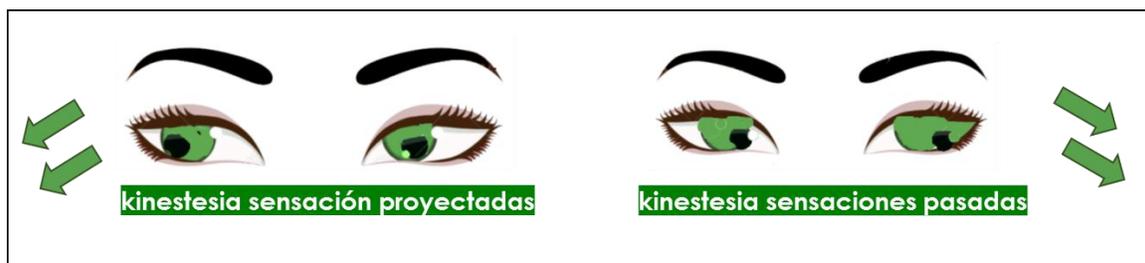
- Desde una perspectiva de la neurocomunicación visual, cuando una persona dirige de una manera inconsciente su mirada hacia al lado y a su izquierda, la principal conclusión que podemos obtener es que está accediendo a su sistema auditivo para recordad, es decir, está perpetuando sonidos ya escuchados antes.
- Desde una perspectiva de la neurocomunicación visual, cuando una persona dirige de una manera inconsciente su mirada hacia al lado y a su derecha, la principal conclusión que podemos obtener es que está accediendo a su sistema auditivo para construir, es decir, está escuchando, y cocreando, sonidos no atendidos antes.

**Figura 6.** Neuromirada y direcciones. Auditivo creado proyectado. Auditivo recordado memoria



- Desde una perspectiva de la neurocomunicación visual, cuando una persona dirige de una manera inconsciente su mirada hacia abajo y a su izquierda, la principal conclusión que podemos obtener es que está accediendo a su sistema auditivo digital, es decir, está hablando consigo mismo.
- Desde una perspectiva de la neurocomunicación visual, cuando una persona dirige de una manera inconsciente su mirada hacia abajo y a su derecha, la principal conclusión que podemos obtener es que está accediendo a su sistema kinestésico, es decir, está sintiendo emociones y sensaciones táctiles.

**Figura 7.** Neuromirada y direcciones. Kinestesia, sensaciones pasadas



Por lo tanto, para lograr detectar, y despertar, nuestra capacidad neurocomunicativa visual consciente, y potenciar la gestión deliberada de la mirada, como argumento persuasivo no verbal para vencer y convencer, debemos aprender a averiguar con sutileza las estrategias mentales y submodalidades de un comunicador, receptor e interlocutor. Desde esta profunda metodología podrás alcanzar la sala del cuadro de mando, y las teclas directas, y adecuadas, para activar de manera deliberada las habitaciones expresivas y sensoriales de esa persona. La profundización en esta metodología de nuestra investigación elevará la frecuencia de la neuropersuasión comunicativa para aumentar nuestra potencia influyente sobre el receptor.

El estudio ha permitido, además, sistematizar y proponer una taxonomía de 33 tipos interdependientes de neuromiradas, y su aplicación con una serie de implicaciones neuropersuasivas en el proceso comunicativo influyente para vencer y convencer. Profundizamos metodológicamente en la expresión comunicativa predominante de cada mirada, sus evidencias del estado interno que habita el psicocuerpo emisor, y las consecuencias duales semióticas que proyecta. Indagando en la proyección de cada una de las 33 neuromiradas, y la expresión cristalizada sobre el pasado, presente y futuro, desde el espacio de implementación vivenciado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Allen, A. (2018) PNL: Técnicas prohibidas de persuasión. Madrid: Editorial Steve Allen en CreteSpace, 29-40.
- Argyle, Michael (1981). Psicología del comportamiento interpersonal. Madrid: Alianza, 30-72.
- Biedma, J (1960). El lenguaje del dibujo. Buenos Aires: Editorial Kapelusz, 25-52.
- Blanco, L. (2007). Aproximación al paralenguaje. Hesperia. *Anuario de filología hispánica X*, 83-97.
- Brennan, R. (2014). Cambia tu postura. Mejora tu vida. Barcelona: RBA, 30-65.
- Couto, M. (1999). Cómo hablar bien en público. Bilbao: Gestión 2000, 15-33.
- Davis, F. (2005). La comunicación no verbal. Madrid: Alianza, 53-73.
- Descamps, M.A. (1990). El lenguaje del cuerpo y la comunicación corporal. Bilbao: Deusto, 33-52.
- Eliot, L. (2009). Pink Brain, Blue Brain. How Small Differences Grow into Troublesome Gapsand. *What We Can Do About It*. Oxford: Oneword Publications. 50-86.
- Hall, T. (1989). El lenguaje silencioso. Madrid: Alianza, 15-25.
- Knapp, M. L. (1992). La comunicación no verbal: el cuerpo y el entorno. Barcelona: Paidós, 32-54.
- Milagros, A. y Viciano, V. y Conde, J. (1999). Desarrollo de la expresividad corporal. Tratamiento globalizador de los contenidos de representación. Barcelona: Inde Publicaciones, 42-56.
- Ramos, G. (1994). Conducta interpersonal. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca, 46-72.
- Pease, A. (1981): El lenguaje del cuerpo. Cómo leer la mente de los demás a través de sus gestos. Barcelona: Círculo de Lectores, 20-35.
- Ricci, P.E. y Cortesi, S. (1980). Comportamiento no verbal y comunicación. Barcelona: Gustavo Gili, 15-60.
- Serrano, S. (2004). El regalo de la comunicación. Barcelona: Anagrama, 53-86.
- Vargas, J. (2019). Black Friday y el cerebro reptiliano. *Revista El publicista*. Recuperado de <https://www.elpublicista.es/articulos/black-friday-cerebro-reptiliano>