



(1ª Parte)

Psicología y Seducción

"Principios Universales de Seducción"

El arte de despertar:

Deseo

Interés

Enamoramiento

Alberto Hidalgo

"El Violinista"

PSICOLOGÍA Y SEDUCCIÓN

“Principios Universales de Seducción”

El arte de despertar:

Deseo

Interés

Enamoramiento

Alberto Hidalgo Ramírez

El Violinista. Arte de Seducción

Copyright © Alberto Hidalgo Ramírez, 2007

Reservados todos los derechos.

ISBN: 978-84-612-1118-0

RPI nº. 08/2007/670

2ª edición, mayo 2010

Foto original de la portada: Emi Yáñez

<http://artedeseducacion.wordpress.com>

Arte de Seducción. “El Violinista”

Índice

El porqué de este libro. Agradecimientos	7
Prefacio. “El Violinista”	11
Introducción	15
1. Música de Seducción	19
Naturaleza y seducción	19
¿Qué es la seducción?	23
Tú ganas, yo gano	24
Umbral de mínimos	26
Las cuerdas de tu violín	28
2. Estructura de la Seducción	36
Tipos de estructura	36
Fases de la seducción	40
Señales de Atención	43
Señales de Interés	45
Señales de Deseo	45
3. Los 10 Mandamientos de la Seducción.....	52
Formas de cambio	52
Tu brújula	54

1 ^{er} Mandamiento. "Yo soy valioso/a"	54
2 ^o Mandamiento. "Yo soy un regalo para ti"	56
3 ^{er} Mandamiento. "Yo NO estoy necesitado/a"	62
4 ^o Mandamiento. "Yo NO soy sumiso/a"	67
5 ^o Mandamiento. "Yo merezco ser querido/a"	71
6 ^o Mandamiento. "Yo soy el/la que elige"	76
7 ^o Mandamiento. "Yo soy la autoridad"	78
8 ^o Mandamiento. "Yo NO estoy en función de ti"	81
9 ^o Mandamiento. "Yo soy el/la que te mejora"	85
10 ^o Mandamiento. "Yo dirijo (sé a dónde voy)"	86
4. Melodías de Seducción	92
Lenguaje de NO seducción	92
"Melodías Desafinadas"	94
Melodías de seducción	98
5. Melodías de lo Intelectual	104
El humor	104
Lo curioso (lo interesante)	106
Lo gratuito	110
El contraste	111
Lo nuevo	114
Lo exitoso (lo sobresaliente)	116
Lo inesperado (lo sorpresivo)	118
Lo mágico	121
Lo variado	127

Introducción

[NOTA IMPORTANTE: este manual de seducción **está dirigido a hombres y mujeres**. Es válido para adolescentes, jóvenes, adultos, ancianos, solteros, casados, homosexuales, heterosexuales, latinos, nórdicos, orientales, blancos, negros, amarillos o cualquier otro grupo en el que se pretenda clasificar al Ser Humano. Y es válido para todos esos grupos porque esta obra está basada en la aplicación de los Principios Universales de Seducción que se explicarán más adelante.]

Querido/a lector/a, los contenidos que encontrarás en este libro, los puedes utilizar con dos fines muy distintos:

pr

1) Para convertirte en una **persona realmente seductora**, es decir, alguien que cuenta sus medallas por conquistas y hace alarde de sus victorias con el sexo opuesto.

2) Para convertirte en una **persona de gran valor**, deseada con enorme pasión por el sexo opuesto.

Estos enfoques podrían parecer similares pero son totalmente diferentes. En el primero, tu afán es **tener** personas, en el segundo, **obsequiar** a las personas. En el primero te centras en lo que **tú deseas**; en el segundo, en lo que **las personas desean**. En el primero buscas enriquecerte mediante la **posesión** de hombres o mujeres; en el segundo, con el **agradecimiento** de los hombres o las mujeres.

Tú decides la manera de utilizar esta obra, sin embargo mi intención es que la seducción represente para ti, sobre todo, **una oportunidad de crecimiento personal** y que eso te lleve a tu éxito en la seducción. Pretendo que te conviertas en un ser humano “regalador” para las demás, ofreciendo regalos, no tanto que deseen las personas sino que despierten su deseo. Intento que te

transformes en alguien “transportador” de valores atractivos que habrás cultivado previamente en ti. Mi propósito es que aprendas a incrementar tu valía nutriéndote de valores deseables, **desarrollando en ti elementos de atracción** que provocarán que los resultados que buscas vengan por sí mismos.

No he pretendido con este libro crear un modelo de seducción determinado sino, más bien, **un metamodelo**, es decir, un modelo de modelos de seducción, el cual te servirá para concebir el tuyo propio. No te voy a enseñar “**lo que**” debes hacer, “**el**” procedimiento o “**la**” manera, como si sólo existiera una sola forma de seducir y tuvieras que ejecutarla sin más; **hay cientos de posibilidades**. Lo que te planteo en este libro es justo lo contrario, que **con la ayuda y asesoría del mismo, construyas tu propio modelo de seducción**, no que intentes imitar a otros/as, ni tampoco a mí. Te ofrezco un **menú** de numerosas *Melodías de Seducción* para que tú elijas las que prefieras y crees tu propio estilo. Más tarde, incluso, producirás también tu propia *música*.

Este texto está escrito con el deseo de que todas las personas lo puedan entender, aprender y practicar; para ello, está narrado con toda intención en un lenguaje sencillo, pero no simple, técnico pero no complejo. He rehuido al máximo, a pesar de ser psicólogo, de la parte teórica de la seducción, evitando exponer complicadas teorías sobre los comportamientos de las personas (muchas no demostradas), y he reincidido principalmente en lo práctico, puesto que seducir es, ante todo, práctica, como se puede comprobar más adelante.

Los principios de seducción extraídos en este libro son **universales** y aunque su utilización está enfocada a las relaciones, también **se podrían usar para temas comerciales, negociación, publicidad, cine y cualquier acto en el que se pretenda “sedu-**

cir” o influir en los demás. ¿Por qué estos principios son universales? Porque todos los seres humanos, como tales, estamos sometidos a ciertas leyes que nos son comunes y que la Ciencia, especialmente la Psicología, se ha encargado de descubrir, analizar y evidenciar en el transcurso del tiempo a través de numerosos estudios experimentales. Los principios a los que me refiero proceden de extensas áreas del conocimiento humano como son:

- **Psicología Básica** (Leyes de la Percepción y de la Gestalt).
- **Psicología Humanista** (Jerarquía de necesidades de Maslow).
- Técnicas psicológicas procedentes de la **Psicología Cognitivo-Conductual**.
- Técnicas psicológicas desarrolladas en las **Ventas**.
- **Psicología Social** (estudio de las relaciones interpersonales y comportamientos de las personas en los grupos sociales).
- Estrategias de **Marketing y Publicidad**.
- **PNL** (Programación Neurolingüística, a veces también llamada Psicología de la Excelencia).
- **Comprobación empírica en el campo de la seducción.**

Al estar basada esta obra en principios universales, éstos sirven **tanto para hombres como para mujeres**. No cambian. Evidentemente hay diferencias entre hombres y mujeres; negar eso es tan absurdo como obviar la indiscutible realidad de que **cada persona es única y diferente a otra** (sea hombre o mujer), o que cada uno de nosotros tiene sus preferencias, gustos o valores muy diferentes a los de los demás.

Resulta particularmente atractivo e interesante estudiar las diferencias entre hombres y mujeres a la hora de seducir; de hecho es probable que en el próximo libro me dedique a ese cometido, aunque en éste he decidido hacer hincapié **en las si-**

4

Melodías de Seducción

Lenguaje de NO seducción

¿Por qué hasta ahora no has tenido facilidad para seducir? Por una razón simple, porque desde que eras niño/a no te han enseñado a hacerlo. Te han educado, no para seducir, sino en el mejor de los casos, para ser amable, cortés, atento/a, llevarte bien con los demás, saber relacionarte, etc.

Te han hecho creer que el lenguaje amistoso también serviría para seducir, ¡craso error! ¿Acaso un striptease está hecho para hacer amigos? ¿Por qué tendría que funcionar al revés? Creer que el lenguaje habitual, el ordinario, sirve para seducir es como si te aseguraran que, para entenderte con un inglés, lo mejor sería hablar en español... pero, eso sí, con cuidado y despacito. Absurdo, ¿verdad? Fracasarías en el intento estrepitosamente, y al comprobar tu fallida comunicación te sentirías frustrado/a, creerías que tú tienes la culpa cuando, en realidad, tu idioma es bueno, pero no sirve para hablar en “inglés”.

Así ocurre, si utilizas un lenguaje amistoso para seducir y, como es lógico, obtienes malos resultados, cada vez te sientes peor, te rechazan, te ignoran, por lo que además de estar empleando un lenguaje que no está diseñado para seducir, se le añade que, a la hora de expresarlo, lo efectúas con un **“tono” perdedor**, de **miedo** y de **ser rechazado**, y se convierte definitivamente en un **lenguaje anti-seductor**.

Prácticamente todo **lo que usas en tu vida diaria**, a la hora de hablar e interactuar con la gente, **NO sirve para seducir**. ¡Mal andamos para el fin que nos ocupa, ¿verdad?! Sí, cierto, el 99% de lo que has aprendido en tu vida a la hora de comunicarte, de comportarte, de relacionarte, está destinado para poder sobrevivir medianamente en armonía con los demás. Lo más parecido a seducir que puede que hayas aprendido es, quizás, saber influir en los demás, llevarte a la gente a tu terreno, pero eso no es lo mismo que despertar deseo sexual, conseguir atraer o enamorar.

Por otra parte, si el lenguaje que usas actualmente hubiera sido concebido para seducir, tendrías realmente grandes problemas. Imagina qué ocurriría, por ejemplo, al hablar con tu vecino en el ascensor, ¿cómo respondería? Seguramente ¡acariciándote suavemente con su mano, mientras te guiña un ojo! ¡Embarazosa situación! Pues justo te ocurre lo contrario, estás utilizando un lenguaje que no está creado para seducir.

A algunas personas, además de haberles hecho creer que el lenguaje amistoso es útil para la seducción, les han enseñado conceptos tan erróneos como que los demás son más importantes que uno mismo, que para seducir a alguien hay que obedecer al otro y no contrariarlo, etc. O al revés, que cuanto peor te portes con los demás, más te desean y se enamoran; que no debes revelar nunca tus sentimientos ante alguien, etc. Estos aprendizajes tan desacertados dan pie a una desorientación total en el campo de la seducción y, como es lógico, a unas lamentables consecuencias.

Conforme vayas avanzando en tu aprendizaje de la seducción verás que, en realidad, **no es demasiado importante lo que hagas o digas** para seducir, el contenido en sí, sino qué tipo de lenguaje usas, **cómo lo dices o cómo lo haces**. Lo fundamental

es elegir unos buenos *tonos*, usar unos *sonidos* adecuados para la seducción.

Bien, hablemos primero de lo que NO funciona, de lo que NO seduce. Sólo voy a reflejar algunos ejemplos sin extenderme demasiado, pues no pretendo hacerte un/a experto/a de lo negativo. Sólo **vas a ser consciente de por qué no seduces** o de por qué eres **visto/a sólo como un amigo o como una amiga**. Después de este apartado, desarrollaré con todo tipo de detalles, lo que SÍ funciona, que es lo que nos interesa.

Piensa por un momento en qué estrategias serían las mejores para NO seducir a alguien, para que te rechace, para darle pena, para que te ignore... para que te vea como amigo/a. Seguramente son muchas de las que te describo a continuación; éstas son las más efectivas para **NO seducir**, son las *Melodías Desafinadas*.

“Melodías Desafinadas”

Iré redactándolas en orden de más intensidad a menos, es decir, desde cosas que causan más rechazo, a otras que dejan simplemente indiferente, melodías neutrales o para crear amistad.

1. Oler mal (cuerpo, aliento, ropa).
2. Dientes sucios, mellados, picados.
3. Vestir mal, desaliñado (o la misma ropa de hace diez años).
4. Pelo no cuidado, sucio.