

## Xavier Santigosa

AUTOR DE 'EL INFLUENCER QUE...'

# “Les crisis són moments per influir més que per liderar”

FRANCESC MUÑOZ  
BARCELONA

**Q**uina és la relació entre liderar i influir? La influència és un precursor i un impulsor del lideratge. Per ser cap, et cal un organigrama que digui que tens un equip al teu càrrec. Per ser líder, has de tenir un projecte, formal o informal, que has de tirar endavant. En canvi, per influir només et cal voler-ho fer i ser conscient de quines són les teves armes d'influència.

**Però es pot influir de manera inconscient.**

Sí, tots tenim la capacitat d'influir, però com passa amb totes les habilitats interpersonals, de vegades no les coneixem i sovint no les exercitem, aleshores s'atrofien, exactament igual que un múscul. Per això el primer pas és ser-ne conscient i després entrenar-la.

**L'autoconeixement és el principi de moltes coses.**

Sí, i no és freqüent, perquè ens fa mandra i por. Mandra, perquè ja donem per suposat moltes coses, com qui diu que no sap parlar en públic, i defuig qualsevol oportunitat d'exposar-se, de tal manera que al final acaba sent veritat i es converteix en una persona dolenta per parlar davant d'un auditori. I por, perquè

espanta el fet de mirar cap a dins d'un mateix i trobar qui sap què.

**L'etiqueta d'influencer te la penges tu o te la penges els altres?**

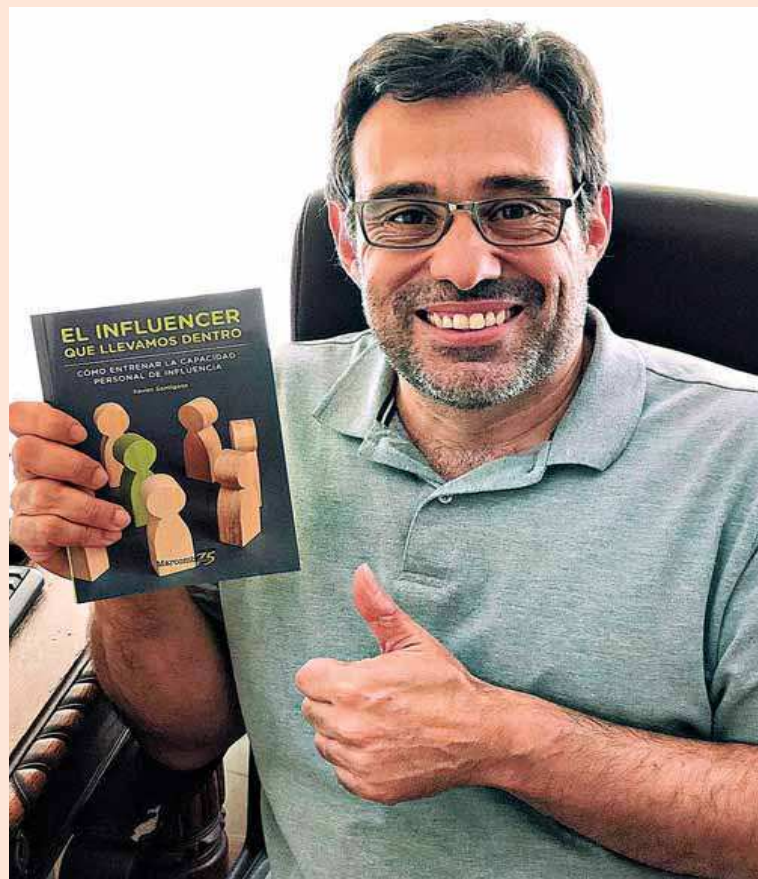
La teva capacitat d'influir te la donen sempre els altres. La meua definició d'influència és la capacitat d'intervenir en les opinions i en les conductes dels altres, modificant-les, perquè ells així ho volen. És a dir, aquí no hi ha imposició, són els altres els que miren cap a tu, cercant referència, i modifiquen la seva opinió o hàbit per algun motiu que tu has de saber. Els *influencers* de les xarxes socials, com que són un fenomen molt mercantilitzat, la conducta que miren de modificar és la de consum.

**En la seva definició, influir no està gaire lluny de manipular?**

La manipulació és el revers tenebrós de la influència. No és això; la conseqüència última de la influència, quan és positiva i sana, és la vinculació, com quan establim un vincle amb una marca. Les marques també influeixen.

**Què pensa del fenomen dels *instagramers*, *youtubers* i d'altres? És una moda?**

És un fenomen que està bastant pervertit. Una de les idees motor del llibre era entendre què hi ha al darrere del fenomen *influencer* de les



Xavier Santigosa és professor, conferenciant i consultor. ARXIU



**La conseqüència última de la influència, quan és sana, és la vinculació**

xarxes. Perquè és fàcil de menysprear, dient que és postureig. Jo penso que hi ha d'haver alguna cosa més que fa que hi hagi una legió de gent que els segueix i que busqui la seva opinió. Per això he entrevistat alguns *influencers*, per saber què tenen.

**I què ha descobert?**

Doncs que, per exemple, són persones molt conscients del valor que estan aportant. I

vull dir del valor últim, més enllà del que és obvi. Per exemple, he entrevistat una *influencer* de la cuina saludable que es diu Silvia Alcedo (@megasilvita) i que afirma que més enllà de les receptes de pastisseria saludable, el seu valor és que la gent es diverteix cuinant. Ella diu que és “proveidora de felicitat a través de la pastisseria saludable”. També he descobert que la influència autèntica és la que neix sense voler. El Rubius, el primer *influencer*, va començar a guanyar rellevància sense voler. La paradoxa és que ara hi ha estudis gairebé reglats de com ser *influencer* i guanyar-se la vida. Ara bé, sense autenticitat està condemnat a fracassar.

**Com mesurem el grau d'influència, pel nombre de seguidors?**

Per desgràcia, del grau d'influència el tendim a mesurar de manera només quantitativa en funció del nombre de persones a què arribes, però no és així. Jo valoro molt el paper dels *microinfluencers*, o *influencers* del dia a dia, aquelles persones anònimes que en temps de crisi adquireixen una rellevància brutal, com pot ser el cas de les infermeres en aquests moments, per exemple. Una altra manera de detectar les persones poderoses des del punt de vista de la seva capacitat d'influir és que quan ja no hi són i la seva influència es manté entre nosaltres; pensem en el Johan Cruyff, per exemple. Però tots tenim al cap aquell referent que en moments de dificultat ens fa preguntar-nos: què faria x si es trobés en aquestes circumstàncies? Aquesta és la

veritable influència poderosa.

**Ha tret alguna lliçó de la pandèmia en termes de capacitat d'influir?**

Sí, està en relació amb el que he acabat de dir. La gran lliçó és que els temps de crisi són moments per influir més que no per liderar. En circumstàncies en què els lideratges no mostren tot el seu poder, tothom corre a cercar aquelles persones del nostre dia a dia que ens poden facilitar informació, tranquil·litat o el



**Els 'influencers' de les xarxes socials són un fenomen que està bastant pervertit**

que sigui. Després, hi ha el fet que ara és un bon moment per influir de manera profunda i essencial. El nivell més profund de la influència, que jo anomeno essencial i que es basa en els valors i les creences, en condicions normals, és molt difícil d'exercir, perquè la gent no està tan disposada a treure a la llum les seves creences o els seus valors, és una cosa molt profunda. En canvi en un moment tan bèstia com el que estem vivint ara, aquestes coses estan a flor de pell.

**Que és el *gym of influence*?**  
És un mètode que pretén identificar quina és l'arma secreta d'influència personal de cadascú. I, quan s'ha descobert, exercitar-la. En el llibre proporciono un seguit d'exercicis i de pautes.

