

Como NO ligar

La demostración lógica de que todo lo que aprendiste en la universidad era importante.



Capitulo 1: introduciendo términos

En este primer capítulo vamos a empezar a introducir una serie de términos importantes. Como verás a lo largo de libro¹ no cesaremos de introducir términos, y desarrollarlos, pero he pensado que en el primer capítulo vamos a introducir los más importantes, y los que vayan surgiendo los iremos explicando a su debido momento.

Así mismo y durante todo el libro, utilizaremos muchos adjetivos y nombres hacia las mujeres. No hay intención de faltar respeto. Nada más alejado de la realidad. Este libro no tiene otro fin que aumentar la felicidad de la persona hacia la que sientes interés y consecuentemente la tuya propia. Que se use un lenguaje distendido y con calificaciones no quiere decir que se degrade a la mujer. Esta es lo que en adelante definiremos como "*La regla del respeto*" o "*Regla N° 1*".

Si en algún momento piensas lo contrario, lo siento, deja de leer, si no entiendes que sobre todo aplicaremos la "*Regla N° 1*", no creo que vaya a entender el resto de teorías.

Por último, aquí no inventaremos términos, ni pondremos siglas a las cosas, ni habrá teorías inventadas rebuscadas. Esto es lo que es. La aplicación de una serie de conocimientos y teorías existentes al mundo de la seducción.

Al final de cada capítulo encontrarás enlaces de referencia, fuentes de información y si lo procede algún caso verídico relacionado con el tema tratado.

Así que comenzamos.

¿Qué es ligar? Ligar no es otra cosa que conseguir algo, sin embargo vamos a ver que dentro de este término hay mucha información por saber.

El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define ligar de muchas maneras;

ligar. (Del lat. *ligāre*).

1. tr. atar.
2. tr. alear².
3. tr. Mezclar cierta porción de otro metal con el oro o con la plata cuando se bate moneda o se fabrican alhajas.
4. tr. Mezclar diversas sustancias hasta que formen una masa homogénea. U. t. c. prnl.
5. tr. Unir o enlazar.
6. tr. obligar (mover o impulsar a cumplir algo). U. t. c. prnl.
7. tr. obligar (ganar la voluntad de alguien). U. t. c. prnl.
8. tr. *Dep.* Dicho de dos o más jugadores de un equipo: Combinar una jugada.
9. tr. *Taurom.* Ejecutar los pases o suertes sin interrupción aparente.
10. tr. *Arg., Cuba, Ur. y Ven.* Especialmente en los juegos de azar, acertar, ganar.
11. tr. *Cuba, Ur. y Ven.* Especialmente en los juegos de azar, invocar la suerte. U. t. c. intr.
12. tr. coloq. *Cuba.* Contraer una enfermedad, generalmente pasajera.

¹ Libro, por decir algo.

13. tr. ant. encuadernar.
14. tr. ant. Usar algún maleficio contra alguien con el fin de hacerlo, según la creencia del vulgo, impotente para la generación.
15. intr. En ciertos juegos de naipes, juntar dos o más cartas adecuadas al lance.
16. intr. coloq. Entablar relaciones amorosas o sexuales pasajeras.
17. prnl. aliarse.
18. prnl. coloq. *Arg., Ur. y Ven.* Dicho de una comunicación telefónica: Interferir con otra.
19. prnl. coloq. *Arg. y Ur.* Recibir un castigo o una reprimenda. U. t. c. tr.

Además se ofrecen sinónimos varios de ligar como "comerse un rosco", "triunfar", "meterla en caliente", y todo lo que te puedas imaginar.

Este libro trata concretamente sobre el punto 16. "Entablar relaciones amorosas o sexuales pasajeras", aunque el concepto de pasajeras o no, es algo que habrá que estudiar con detenimiento. No es importante.

Ya sabemos lo que queremos "entablar relaciones amorosas o sexuales". Dicen que algunas veces esas dos palabras van juntas.

Ahora vamos a definir otro término, el marketing en este caso, desarrollado por Philip Kotler, el cual es considerado el padre del marketing. Lamentablemente no se sabe nada de la madre². Este es un punto a favor más de que el marketing y la seducción van de la mano. Luego el marketing es:

«el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios».

Atentos a su significado "proceso para satisfacer necesidades". ¿Interesante, no?

Último término de este capítulo. Este puede ser menos conocido. Hablamos de la pirámide de Maslow. La persona que desarrolló esta teoría venía a decir que todos los seres humanos tienen una serie de necesidades que pueden ser puestas en un orden jerárquico básico. En el fondo tiene sentido, es decir hay cosas sin las que no puedes vivir, cosas sin las que podrías vivir, pero si las tuvieras tendrías más calidad de vida, y conforme vas subiendo escalones en la pirámide encuentras más cosas que se supone que te permiten tener una vida plena.

Básicamente; por orden de importancia mayor a menor y resumiendo, necesitamos; comer - salud - sexo(o amor o los dos) - éxito y ya la cúspide. Que conste que pienso que la cúspide no existe, si tienes todo lo anterior ya tienes lo que hay en la cúspide. Es decir nos encontraríamos una pirámide truncada.

Si nos damos cuentas Maslow dijo que teníamos necesidades, entre ellas el amor y el sexo.

² Realmente tampoco nos interesaba. Sería una buena mujer seguro. Como todas.</ironía>



Recapitulando;

El marketing es un proceso que nos ayuda a satisfacer nuestras necesidades.

Os voy a hacer un croquis.

necesidad -> usamos marketing -> satisfacemos necesidad.

necesidad -> usamos el arte de ligar -> satisfacemos necesidad.

Luego;

marketing=ligar

Y hemos aplicado el razonamiento deductivo de Aristóteles y sus silogismos para llegar a la conclusión que nos interesaba.

Ya tenemos la relación, ligar es puro marketing. Y de eso vamos a hablar aquí. La primera parte del libro servirá para ver como el aplicamos el marketing a la seducción. Durante cada uno de los puntos irán surgiendo nuevos conceptos que se desarrollarán a su debido tiempo. Se explicará todo con ejemplos claros y concisos³.

Así que una vez que tenemos claro que para ligar hay que saber marketing vamos ir a desarrollando conceptos de marketing y relacionándolo con el tema que nos interesa.

³ Es coña, se explicará como a mí me salga la polla.

Marketing

Encontraremos muchas definiciones de marketing, pero nos vamos a centrar en la que dio Phillip Kotler (Chicago,1931; Aún está vivo):

«el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios».

Para que este "*proceso social y administrativo*" acabe como mínimo en ~~un polvo~~⁴ una necesidad satisfecha tenemos que establecer una serie de preceptos. Estos cinco puntos son inmutables.

1. Debe haber al menos dos partes.
2. Cada parte debe tener algo que supone valor para la otra.
3. Cada parte debe ser capaz de comunicar y entregar.
4. Cada parte debe ser libre de aceptar o rechazar la oferta.
5. Cada parte debe creer que es apropiado.

Te lo voy a explicar.

- Tú eres una parte. La otra parte es el resto de personas del sexo femenino.
- Si tú quieres algo de ellas, ellas querrán algo de ti. Tenlo muy en cuenta.
- No solo tienes que tener algo, tienes que saber mostrarlo. Ellas ya saben como enseñarlo.
- Fair play. Hay que saber retirarse a tiempo o sobretodo, ¡Cambia la estrategia!
- El intercambio debe ser satisfactorio.

Si nos encontramos con que falta uno solo de esos puntos, el intercambio no tendrá éxito. La primera parte del libro empezará girando por ese concepto. La segunda solo Dios lo sabe.

Ante todo, creo que ya deberías haber imaginado por el título que este libro no te va a enseñar a hacer nada.

⁴ Si, polvo, ¿Qué pasa?

Primeras notas para NO ligar nunca.

- Pensar que es fácil.
- Pensar que es imposible.
- Pensar que siempre es igual.

Con esos pensamientos en la cabeza vamos en la dirección correcta para no ligar.

Referencias:

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española: <http://www.rae.es>

Definición de marketing: <http://www.wikipedia.org/>

La teoría de la pirámide de Maslow fue publicada por Abraham Maslow en su obra Una teoría sobre la motivación humana (en inglés, A Theory of Human Motivation) de 1943. Luego cuando se dio cuenta que tenía sentido la amplió. El tío no era muy tonto.

Las teorías de Philip Kotler se han desarrollado a lo largo de muchos libros, el tío es de mano rápida y tiene así como 15 publicaciones. Eso si, no esperes variedad en los títulos de publicaciones, en 4 de cada 5 están las palabras "Marketing, Management, Strategic"

También me inventé muchas cosas que no sabía. Leí cosas en los baños de la Estación de Sants en Barcelona, llamé a un par de colegas. Nos fuimos de cervezas, como no tenían ni puta idea entonces seguí inventándome cosas.

El libro:

Este libro consta de una serie de capítulos sin determinar. Para saber el número de capítulos deberías consultar el autor para que te indique como conseguir los que no hayas leído.

Esta versión del capítulo es la:

(C1) 0.003

de fecha Jan'10.

Sobre el autor:

Pregúntale.

info@comonoligar.com

<http://www.comonoligar.com>

Licencia:

Este libro tiene licencia. No tiene muchos derechos reservados. Tiene una licencia de Creative Commons. Creative Commons es una organización no gubernamental sin ánimo de lucro que desarrolla planes para ayudar a reducir las barreras legales de la creatividad, por medio de nueva legislación y nuevas tecnologías. Con la licencia que le pongo a este pdf (o documento impreso) puedes:

- copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra (fotocopiar, enviar por mail, imprimir).

Sin embargo si haces todo lo anterior tienes que hacerlo en base a los preceptos.

- Reconocimiento: El autor soy yo, y ese autor es el propietario de las cuentas de correo arriba adscritas. No es posible “copiar, distribuir y comunicar...[...]” sin compartir la autoría, que son mis direcciones de correo indicando quien es el autor.
- No comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales. No estamos aquí para ganar dinero!! Solo queremos sexo!!
- Sin obras derivadas — No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.
- Ah, y tampoco pueden leerlo las mujeres.



<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/>

Foto de portada:

<http://www.flickr.com/photos/arrayexception/3650149196/>

Usuario "arrayexception" en Flickr.

Licencia de la foto:

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/deed.es>