



RED
Latinoamericana
de PNL



LA MAGIA CONTINÚA

Revista Digital de libre Distribución

PNL, aplicaciones, modelos, nuevos diseños, Updates, magia ...

E-book 38

www.redpnl.net

LA MAGIA CONTINÚA INDICE

E-book Nro. 38 - COPYRIGHT ® RED L. DE PNL

Uno de los puntos fuertes de la PNL es que es muy práctica, porque se centra en los procesos y eso permite que las cosas se puedan hacer paso a paso y que la gente pueda seguirlos fácilmente. ROBERT DILTS

LAS SUBMODALIDADES

Los átomos de la experiencia

Por STEVE ANDREAS

Pág. 1

EL PODER DE LA PRECISIÓN

De Poder sin Límites

De Anthony Robbins

Pág. 2 a 4

LA AVENTURA HUMANA DEL ALMA: CLAVES PARA EL CAMBIO

Transformando al crítico en mentor

Por Rosetta Forner

Pág. 5 a 6

DEFINIENDO LAS CREENCIAS

Comprender para cambiar

Robert Dilts - del libro Como cambiar creencias con PNL

Pág. 7 a 9

SOBRE METÁFORAS Y ANCLAS

Una mirada desde la neurobiología

Por Mark Furman

Pág. 10 a 11

DESDE EL REINO METAFORICO ...

Los 35 camellos. De El hombre que calculaba

Pág. 12 a 13

Textuales de STEPHEN GILLIGAN

Existen tres "energía arquetípicas" fundamentales y necesarias para completar con éxito procesos de cambio personales y profesionales generativos:

1. FUERZA (poder, determinación, fortaleza)
2. TERNURA (delicadeza, compasión)
3. HUMOR (capacidad de jugar, flexibilidad, creatividad)

Estas energías no las necesitamos aprender sino que nos vienen dadas. Todo niño las posee en su interior. Según como se hayan desarrollado en la infancia por la influencia de los patrones familiares recibidos estarán más o menos equilibradas.

Se necesita fortaleza para seguir comprometido y fijar límites. La fortaleza sin las fuerzas equilibran- te de la compasión y el humor, puede transformarse en violencia y agresión.

Se necesita compasión para conectarse a los demás, para lograr la totalidad emocional y para dar y recibir eficazmente el apoyo necesario para crecer. La compasión y la suavidad sin la fuerza y el humor se convierten en debilidad y dependencia.

Se necesita humor para encontrar perspectivas nuevas, para ser creativo y flexible. Pero el humor sin la fortaleza y compasión pueden volverse cinismo y engaño superficial. El desafío es mantener estas tres fuerzas en equilibrio desde el centro de nuestra personalidad al llevar a cabo algún proceso de cambio, como un nuevo empleo, ascenso, etc. Cuando desistimos o cedemos nuestro centro de personalidad a cualquiera de estas energías, se desintegran y desarrollan su lado negativo.



LAS SUBMODALIDADES

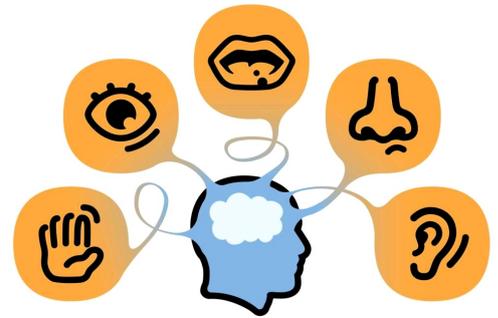
Los átomos de la experiencia

Por STEVE ANDREAS

1

Uno de los fundamentos básicos de la PNL es que toda nuestra experiencia consiste en una experiencia basada en lo sensorial en el momento o en representaciones internas de una experiencia basada en lo sensorial que se recuerdan del pasado o prevén el futuro. No podemos conocer el mundo directamente, solo mediante las representaciones del mundo que construimos en base a lo que percibimos mediante nuestros sentidos.

Estas representaciones siempre incluirán o una o más de las siguientes modalidades de los 5 sentidos: imágenes visuales, sonidos auditivos, sensaciones kinestésicas, olores olfativos y sabores gustativos. Mientras las dos últimas modalidades son muy importantes en la selección de los alimentos, cocinar y otros contextos como la higiene personal o la elaboración de perfumes, la mayoría de nuestros pensamientos y respuestas es alguna combinación de las tres modalidades sensoriales más importantes, visual, auditiva y kinestésica. Estas modalidades sensoriales son los bloques constructores o los “átomos” de toda nuestra experiencia. Incluso nuestras palabras y conceptualizaciones más abstractas se componen de alguna combinación de imágenes, sonidos o sensaciones. Estas modalidades se pueden combinar simultáneamente en un momento en el tiempo o se pueden combinar en una secuencia similar a un programa computacional lineal, en el que, por ejemplo, una imagen de un cantante es seguida por la canción que está cantando, seguida por nuestras sensaciones en respuesta a ese sonido. Podemos aprender cómo cambiar voluntariamente estos “átomos” de la experiencia para resolver problemas y lograr el resultado que deseamos.



Uno de los mayores desarrollos de la PNL es la metodología sobre las modalidades sensoriales primarias; estas se puede subdividir en parámetros o elementos menores llamados submodalidades, los que también se pueden cambiar para alterar nuestra experiencia. Si las modalidades son “átomos” de nuestra experiencia, las submodalidades son las “partículas subatómicas” de la experiencia que permiten que la experiencia de átomos tenga propiedades significativamente distintas.

Una imagen visual puede variar dependiendo de la distancia del observador, la ubicación en el espacio y el tamaño. Puede ser plana (2-D) y holográfica (3-D), enmarcada o panorámica, brillante u opaca, con movimiento o quieta, de color o blanco y negro. Puedes estar dentro de un recuerdo como si estuviese ocurriendo nuevamente o puedes verlo como un observador externo viendo a otra persona viviendo esa experiencia; ocurre lo mismo con las imágenes del futuro, puedes estar dentro de ellas o puedes verte a ti mismo en ellas. Un recuerdo visual que es una gran película panorámica, a color, cercana, en 3-D será mucho más impactante que una fotografía pequeña, distante, en 2-D, en blanco y negro y sin movimiento. Puedes confirmar esto fácilmente en tu propia experiencia al representar el mismo recuerdo de esas dos maneras.

En lo auditivo, un sonido también puede variar dependiendo de la distancia del oyente, la ubicación en el espacio físico y el volumen. Puede ser monoaural o estéreo, variar en el tempo, tono, timbre y frecuencia, y puedes escucharlo estando dentro de la experiencia panorámica nuevamente o estando fuera de ella, como si estuvieses escuchándolo desde una grabadora o un reproductor de CD. Un sonido que es fuerte, cercano, completo y panorámico será más impactante que uno débil, distante y que surge desde un punto específico. Nuevamente, puedes verificar esto fácilmente en tu experiencia al recordar una pieza musical de ambas maneras y notar la diferencia.

Una sensación kinestésica puede variar en intensidad, duración y ubicación. También en temperatura, presión, textura y extensión. Puede estar quieta o moverse, desplazándose de un lugar a otro. Puede ser una sensación táctil superficial o una sensación interna, emocional. Una sensación recordada que es intensa, con movimiento y compromete todo el cuerpo será mucho más impactante que una débil, quieta y compromete solo una pequeña parte de tu cuerpo.

Nuevamente, puedes intentarlo en tu propia experiencia para verificar que es verdadera al recordar la misma sensación de ambas maneras.

Las modalidades ofrecen 3 alternativas para representar la experiencia ofreciendo elección. Las submodalidades ofrecen cientos de alternativas que se pueden combinar de diversas maneras para crear cientos de miles de alternativas, para incluso más elecciones.

EL PODER DE LA PRECISIÓN

De Poder sin Límites

De Anthony Robbins

2

El lenguaje humano es como un caldero cuarteado que hacemos resonar para que baile el oso, al mismo tiempo que intentamos conmovir las estrellas. GUSTAVE FLAUBERT

Alguna vez habrá oído usted palabras que le sonaron como mágicas. Quizá fue un discurso, como el famoso «He tenido un sueño» de Martin Luther King; quizá fueron unas palabras de su padre, o de su madre, o de su maestro preferido.

Todos recordamos ocasiones en que alguien habló con tanta fuerza, precisión y resonancia que sus palabras se quedaron con nosotros para siempre. «Las palabras son la droga más poderosa de la humanidad», dijo una vez Rudyard Kipling.



No olvidamos esas ocasiones en que las palabras tuvieron un carácter mágico, totalmente absorbente. En su estudio sobre los triunfadores, John Grinder y Richard Bandler descubrieron muchos atributos comunes. Uno de los más importantes era la facultad de comunicarse con precisión. Un gerente ha de saber gestionar las informaciones para tener éxito. Bandler y Grinder hallaron que los mejores dirigentes poseían cierto genio para ir rápidamente al grano de un cúmulo de informaciones y participar a los demás lo que habían aprendido. Tendían a utilizar las palabras y las frases clave para comunicar sus ideas más importantes con gran exactitud.

También tenían presente que no necesitaban saberlo todo. Distinguían entre lo que necesitaban saber y lo que no, y se limitaban a lo primero. Bandler y Grinder observaron también que ciertos terapeutas sobresalientes, como Virginia Satir, Fritz Perls y el doctor Milton Erickson utilizaban ciertas frases, siempre las mismas, que en ocasiones les permitían obtener resultados inmediatos con los pacientes, es decir en una o dos sesiones y no en uno o dos años.

No deben sorprendernos estos descubrimientos de Bandler y Grinder. Recordemos que «el mapa no es el territorio». Las palabras que usamos para describir experiencias no son las experiencias mismas. Son sólo la mejor representación verbal que hemos sido capaces de dar de ellas. Es lógico, pues, que una de las medidas del éxito sea la exactitud y la concisión con que nuestras palabras transmiten lo que deseamos, es decir con qué aproximación el mapa describe el territorio. Así como recordamos las veces que las palabras actuaron sobre nosotros con un poder mágico, también recordamos otras en que nuestra comunicación se estropeó irremediablemente, en que estuvimos fuera de onda. Tal vez creíamos decir una cosa, pero nuestro oyente entendió la contraria. Y lo mismo que un lenguaje exacto tiene la propiedad de hacer que los individuos vayan en la dirección correcta, un lenguaje negligente puede también inducirlos a error.

«Si el pensamiento corrompe el lenguaje, también éste puede corromper el pensamiento», escribió George Orwell, cuya novela *1984* se basa justamente en ese principio.

Ahora conoceremos los medios que le ayudarán a comunicarse con precisión y eficacia no sospechadas hasta ahora. Aprenderá usted cómo guiar a otros hacia el mismo resultado. Son herramientas verbales sencillas que cualquiera puede usar para cortar a través de la faramalla u hojarasca verbal y la distorsión que nos envuelven casi a todos. Las palabras pueden ser muros, pero también puentes. Hay que usarlas para unir a la gente, no para dividirla.

A mis alumnos les explico que voy a enseñarles cómo conseguir cuanto quieran. Luego les hago encabezar una hoja de papel con estas palabras: «Para conseguir todo lo que quiera». Y cuando culmina la expectación, les revelo la fórmula mágica.

Para conseguir todo lo que quiera. «Pedirlo —les digo— Fin de la lección».

¿Es una broma? No. Cuando les digo: «Pedirlo», no quiero decir que lloriqueen ni que supliquen o se quejen y se humillen. No hay que esperar regalos ni cumplidos ni caridades, ni pedir que otros hagan nuestro trabajo por nosotros.

Lo que quiero decir es que hay que aprender a pedir con inteligencia y con precisión, es cuestión de hacerse con unas herramientas verbales más específicas.

Son las cinco normas para pedir con inteligencia y precisión.

EL PODER DE LA PRECISIÓN

De Poder sin Límites

De Anthony Robbins

3

1. Pida concretamente.

Debe describir lo que quiere, tanto a sí mismo como a un interlocutor. ¿Qué altura, qué distancia, qué tanto? ¿Cuándo, dónde, cómo, con quién? Si quiere usted un préstamo para su negocio, lo conseguirá... si sabe pedirlo. No lo conseguirá si va diciendo: «Necesitamos algo de dinero para promocionar una nueva línea de productos.

¿Puede prestarnos un poco?». Tiene que definir exactamente lo que necesita, por qué y cuánto. Tiene que demostrar cómo va a ser capaz de hacerlo producir. En nuestros cursillos de definición de objetivos, la gente siempre dice que quiere algo de dinero. Entonces voy y les doy unas monedas de poco valor. Puesto que piden, se les concede, pero como no pidieron inteligentemente, no obtienen lo que necesitaban.

2. Pida a quien pueda ayudarle.

Pedir concretamente no basta; hay que pedir a quien posea concretamente los recursos (los conocimientos, el capital, la sensibilidad o la experiencia en los negocios). Digamos que tiene usted desavenencias conyugales. La relación se desintegra. Usted decide hablar con el corazón en la mano. Usted procura ser tan concreto y sincero como resulte humanamente posible. Pero si busca la ayuda de alguien cuyas relaciones se encuentren en un estado tan lamentable como las de usted, ¿habrá adelantado algo? Claro que no.

Lo de hallar la persona adecuada a quien dirigir nuestra petición nos retrotrae a la importancia de aprender a distinguir cuándo estamos acercándonos a la meta u objetivo.

Cualquier cosa que uno desee (mejores relaciones, un empleo más satisfactorio, un programa mejor combinado para invertir los ahorros), otro lo tiene o lo está haciendo ya. El truco estriba en descubrir a esos otros y modelar lo que hacen bien.

Muchos nos dejamos persuadir por un oráculo de bar, entre dos copas. Encontramos un oído dispuesto a escucharnos y creemos que eso puede traducirse en resultados. No será así, salvo cuando la disposición para escuchar vaya acompañada de experiencia y conocimientos.

3. Hay que crear un valor para el destinatario de nuestra petición.

No crea que nadie va a darle algo a cambio de nada.

Averigüe primero cómo interesar a su interlocutor. Si tiene una idea comercial y necesita dinero para ponerla en marcha, una manera de obtenerlo es encontrar a alguien que pueda ayudar y al mismo tiempo beneficiarse. Demuéstrele que su idea representa dinero para usted y también para él. Aunque no siempre es obligado que dicho valor sea así de tangible.

Si alguien viniera a verme y me dijera que necesitaba diez mil dólares, probablemente le contestaría: «¡Toma! Y yo, y todo el mundo». Si ese alguien me dijera que necesitaba el dinero para mejorar la vida de otras personas, tal vez me dispondría a escucharle. Y si me demostrase concretamente cómo planeaba ayudar a otros y crear valores para ellos, yo procuraría entender cómo ayudándole a él se creaba también un valor para mí mismo.

4. Pida con fe concentrada y coherente.

La mejor garantía del fracaso es un mensaje cargado de ambivalencia. Si no está convencido de lo que pide, ¿a quién conseguirá convencer?

Por tanto, cuando pida, hágalo con absoluta convicción. Exprésela en sus palabras y en su fisiología. Sepa demostrar que está seguro de lo que quiere, seguro de que va a triunfar y seguro de que su proposición interesa no sólo a usted mismo sino también a quien le escucha.

En ocasiones, uno hace las cuatro cosas a la perfección. Uno pide cosas concretas, se las pide a quien está en condiciones de ayudar, sabe interesar a quien recibe la petición, lo pide coherentemente, y sin embargo no obtiene lo que pide. Esto ocurre porque se omite un quinto detalle. No ha pedido «hasta que». Es la quinta parte, y la más importante, en eso de pedir con inteligencia.

5. Pedir basta que se obtiene lo pedido.

Lo cual no significa pedir una y otra vez a la misma persona. Ni pedir siempre de la misma manera. Recordemos que la Fórmula del Éxito Definitivo dice que es preciso desarrollar una agudeza sensorial que nos revele si vamos bien encaminados, así como la flexibilidad necesaria para cambiar. En consecuencia, cuando usted pide, debe cambiar y adaptarse hasta obtener lo que desea. Cuando se estudian las vidas de los triunfadores aparece siempre la perseverancia en pedir, en repetir los intentos de mil maneras distintas... porque ellos sabían que tarde o temprano darían con alguien capaz de satisfacer sus necesidades.

EL PODER DE LA PRECISIÓN De Poder sin Límites De Anthony Robbins

¿Cuál es la parte más difícil de la fórmula? Para muchos, lo de pedir concretamente. No vivimos en una cultura que prime la exactitud en las comunicaciones, lo cual quizá sea uno de nuestros mayores defectos culturales. La lengua refleja las necesidades sociales.

En el idioma esquimal existen varias docenas de palabras para designar la palabra «nieve». ¿Por qué? Pues porque un esquimal eficaz necesita hacer muchas distinciones sutiles entre diferentes clases de nieve. Está la nieve que puede hacernos caer en un agujero, la nieve que sirve para construir el iglú, la nieve buena para que corran los perros, la nieve fácil de fundir para hacer agua. Yo soy de California, donde apenas la vemos nunca, de manera que para mí es «la nieve» y basta.

Muchas de las frases y palabras que utilizamos en nuestra cultura tienen poco o ningún significado concreto. A estas expresiones generales, no basadas en ninguna percepción detallada, yo les llamo «hojarasca». No son oraciones descriptivas; yo diría que se trata más bien de conjeturas. Es hojarasca decir: «María parece deprimida» o «María tiene cara de cansada», y más aún decir: «María está deprimida» y «María está cansada». Lo concreto es decir: «María es una mujer de treinta y dos años de edad de ojos azules y cabello castaño, que está sentada a mi derecha. Se ha recostado en el sillón, bebe un refresco de régimen y tiene la mirada vaga y la respiración superficial». Ésa es la diferencia entre la descripción exacta de unas circunstancias verificables y el hacer suposiciones sobre cosas que nadie puede ver. El que habla no puede saber lo que está ocurriendo en la mente de María, pero tiene un mapa y cree reconocer la experiencia por la que ella está pasando.

El hombre no dejará expediente por ensayar con tal de eludir el verdadero trabajo de pensar.
THOMAS EDISON

Hay dos maneras de dirigir las comunicaciones mediante preguntas adecuadas. Una es el «enfoque del resultado». Si le pregunta usted a otra persona acerca de lo que le preocupa o le ha salido mal, escuchará una larga disertación sobre el tema pedido. Pero si le pregunta: «¿Qué desea en realidad?» o «¿En qué sentido le gustaría cambiar las cosas?», la conversación, que versaba sobre el problema, se reorienta y pasa a tratar de la solución. En cualquier situación, por desesperada que sea, siempre hay una salida deseable y que interesaría alcanzar. Nuestro objetivo ha de consistir en poner proa a dicha salida y alejarnos del problema.

Esto se consigue mediante las preguntas adecuadas. Son numerosas y en la PNL se conocen como «preguntas-resultado»:

- «¿Qué es lo que quiero?»
- «¿Cuál es el objetivo?»
- «¿Para qué estoy aquí?»
- «¿Qué deseo para ti?»
- «¿Qué deseo para mí?»

¿Otro enfoque importante? Dar preferencia al «cómo» en lugar de preguntarse «por qué». Las preguntas de este último tipo suscitan razones y explicaciones, y justificaciones y excusas.

Pero no se saca de ellas, por lo general, ninguna información útil. No le pregunte a su chico por qué tiene dificultades con el álgebra; pregúntele qué necesita para obtener mejores resultados. No es necesario preguntarle a un empleado por qué no consiguió un contrato que a usted le interesaba; pregúntele cómo piensa cambiar para estar seguro de conseguir el próximo. A los buenos comunicadores les importan poco las racionalizaciones sobre por qué algo no salió bien.

Las preguntas oportunas le orientarán a usted en esa dirección. Quiero compartir con usted un último punto. Todas sus comunicaciones con los demás y consigo mismo deben dimanar del principio de que todas las cosas ocurren por algo, y pueden servir para favorecer a los propósitos de usted. Esto significa que su capacidad de comunicación debe reflejar la realimentación (feedback) de informaciones, y no un fracaso.

Cuando uno compone un rompecabezas y una pieza no encaja, por lo general no se toma eso como un fracaso ni deja de jugar, sino que lo toma como una información y busca otra pieza que parezca más prometedora. Le conviene aplicar esa misma regla a sus comunicaciones. Siempre hay una pregunta concreta o una frase exacta que transformarán casi cualquier problema en una comunicación.

LA AVENTURA HUMANA DEL ALMA: CLAVES PARA EL CAMBIO Transformando al crítico en mentor

5

Por Rosetta Forner

Al ser humano le queda aún mucha dicha por descubrir y atesorar en sus alas de luz. Si bien, sería más acertado decir que le falta aún mucho por reclamar. Reclamar sus recursos interiores, aquellos que olvidó junto con la niñez, cuando le dijeron que “los Reyes Magos eran los padres”, y junto con la pérdida de la inocencia mágica perdió asimismo, la delicadeza del alma, la naturalidad y la espontaneidad propias del alma. Los seres humanos se empeñan en compararse entre ellos, y por supuesto, siempre sale perdiendo el que ha iniciado la comparación.

Da la impresión de que pocos humanos aceptan su destino y se dedican a ser felices sin complicarse la vida, sin aspirar a poseer lo imposible y sobre todo, a poseerlo a costa de “prostituir su alma.”

Es como si sólo nos hubiesen enseñado a quejarnos, a lamentarnos, y a considerar la vida como una suerte de acontecimientos malos, nefastos y duros de tragar.

Es como si no se hubiese dejado espacio a la esperanza, ni a la posibilidad del milagro que produce el ser amables con nosotros mismos. Mi abuela (valenciana y dicharachera), solía decir: “no todos pueden vivir en la calle mayor”, con ello quería explicar que la gente haría mucho mejor en contentarse –lo cual no es igual a resignarse tirando la toalla-, es decir, en apañarse en ser feliz con lo que tenía, y no dedicarse nunca a medirse con el vecino –si este tenía más dinero, más coches, más algo, pues mejor para él-, pues ella solía añadir: “si tiene más dinero que yo y quiere cenar dos veces, pues que lo haga, que yo con una me conformo.”

En el equipo del modelo PNL llamado “Estrategia Walt Disney” (© Robert Dilts), existe un compañero de viaje “non grato” para muchos, a saber: el CRÍTICO. Pero es que un soñador sin un crítico se queda en soñador, es decir, nunca alcanza ninguno de sus sueños, puede porque quizá nunca los ponga en práctica o porque lo haga pero sin fundamento, sin el fundamento analítico de la parte crítica.

Existe un tercer miembro del equipo: la parte Realizadora (Realist), cuya misión consiste en poner en práctica los sueños del Soñador, pues cree que todos sus sueños son posibles.

Pero un Soñador y un Realizador sin un Crítico se convierten en una suerte de departamento I+D, en la que se realizan muchos proyectos pero ninguno prospera pues no se sabe evaluar la calidad ni la viabilidad ni las posibilidades de éxito ni los obstáculos que podrán encontrarse en el camino de la puesta en marcha de los proyectos.

A mucha gente la parte crítica se les antoja innecesaria, y la descartan, exilian, amordazan, odian, etc. Todo menos “aprender a amarla”. Nuestro Crítico interior tiene como función prever posibles problemas y evitarlos, analizar lo qué falta –lo cual podría dar al traste con la consecución de la meta de no subsanarse-, evaluar viabilidades, hacer de abogado del diablo en suma, para soñar y ponerse a verlo todo de color de rosa ya están los otros dos.

Recientemente se me ha ocurrido la idea de que quizá “odiamos” tanto a nuestro crítico interior porque tal vez no es nuestro, es decir, en nosotros vive una suerte de impostor que ha secuestrado a nuestro auténtico, genuino y natural crítico, suplantándole a la perfección, tanto que le hemos tomado por bueno. ¿Cómo pudo ocurrir semejante cosa?

Mi hipótesis se basa en la observación empírica de muchos casos, incluido el mío propio, en el que el supuesto crítico genuino, no hace si no criticar sin denuedo, es decir, se dedica a machacar la estima y a llenarnos la cabeza de anti-piropos. Por ejemplo, suele decir cosas como: “Eres estúpido por tener esa idea”, en vez de decir “esa idea no me gusta”. Se le conoce como crítico destructivo, saboteador, asesino, animus herido (en la psicología jungiana), pero yo creo que no es el nuestro, no. Se trata más bien de la interiorización que hemos hecho de la imagen que de nosotros nos dieron nuestros progenitores, maestros, o grupo social en el que crecimos: una realidad virtual de nosotros mismos que tomó la forma del crítico interior suplantando al auténtico y genuino que todos poseemos.



LA AVENTURA HUMANA DEL ALMA: CLAVES PARA EL CAMBIO Transformando al crítico en mentor

Por Rosetta Forner

6

He observado que en la medida en que he desmontado al falso, y el verdadero ha asomado, se oyen frase como: “haríamos bien en consultarle a la intuición, o hay que buscar más datos, hemos de negociar, puede que al final no sea buena idea iniciar ese proyecto, pero tenemos que recabar mucha y buena información antes de decidir”.

Es más, si un proyecto no sale adelante, lo que hace es evaluar por qué pudo ocurrir teniendo en cuenta muchas y variadas variables, es decir, no se ciñe al socorrido “eres un desastre, a ti –mi- todo te –me- sale mal” (sentencia bastante habitual de un crítico saboteador de la estima, todo un terrorista psicológico.)



EJERCICIO PRACTICO:

Desmontando al crítico falso y devoliéndole la dignidad al verdadero

Los dos principios que resultan más efectivos para habérselas con un crítico son, a saber:

Encontrar la intención positiva existente detrás de la crítica, y convertir las críticas en preguntas. A continuación se dan ejemplos de cómo puede hacerse esto:

1. *¿Cuál es tu crítica u objeción?*
2. *¿Cuál es la intención positiva que esconde la crítica?*
3. *Asumiendo que esto es la cuestión, ¿cuál es la crítica?*
4. *¿Cuál es la pregunta COMO que acompaña a esta pregunta?*

Practique primero con usted mismo.

Escoja un tema o área en el que le gustaría manifestar nuevos valores, criterios o creencias, y asuma la posición del Crítico respecto de usted mismo.

¿Cuáles son las objeciones -en lo que usted hace o respecto de sí mismo-, que se convierten en problemas? En última instancia, las críticas que formula el crítico tienen como finalidad el comprobar si la propuesta es ecológica (le conviene, le es rentable, es respetuosa, mantiene la dignidad, etc.) o no.

Un crítico eficiente realiza un análisis lógico de la propuesta con el fin de prever si algo puede salir mal, pues trata de evitarlo.

La fase crítica tiene que ver con el pasado y el futuro, ya que escarba buscando los potenciales problemas que pueden derivarse tanto de acciones (o no-acciones) del pasado como del futuro. Se centra en el “¿por qué?” de nuestras acciones.

Para realizar este ejercicio asuma la fisiología asociada al crítico, a saber: postura angular, ojos y cabeza ligeramente ladeados, y una mano frota la barbilla o el rostro.

La estrategia del crítico consiste en tratar de evitar problemas mediante la previsión, es decir, asumir diferentes perspectivas que le lleven a encontrar, a prever o detectar posibles fallos, potenciales problemas: el crítico es muy previsor, mejor dicho es un “previsor del futuro-activo en el presente” que trata de no dejar ningún cabo suelto.

Una vez haya convertido las críticas, o las pegas, en preguntas sería aconsejable que diese respuesta a las mismas desde la posición de soñador y de realizador (así obtendrá las respuestas apropiadas).

Rosseta Forner
Coach, PNLista y autora

DEFINIENDO LAS CREENCIAS Comprender para cambiar

Por Robert Dilts - del libro *Como cambiar creencias con PNL*

7

Las creencias son una fuerza muy poderosa dentro de nuestra conducta. Es bien sabido que si alguien realmente cree que puede hacer algo, lo hará, y si cree que es imposible hacerlo, ningún esfuerzo por grande que éste sea logrará convencerlo de que se puede realizar.

Creencias tales como "Ya es demasiado tarde", "De todos modos no puedo hacer ya nada", "Me ha tocado a mí", pueden con frecuencia limitar el aprovechamiento integral de los recursos naturales de la persona y de su competencia inconsciente. Nuestras creencias acerca de nosotros mismos y de lo que es posible en el mundo que nos rodea tienen un gran efecto sobre nuestra eficacia cotidiana. Todos tenemos creencias que nos sirven como recursos y también creencias que nos limitan.



La mayoría de las personas reconocen que sus creencias pueden afectar a su salud, tanto directamente como de un modo indirecto. Generalmente no es difícil identificar las creencias negativas que provocan problemas relacionados con la salud del individuo, como el abuso de ciertas sustancias, la fatiga constante, la disminución del nivel de las defensas naturales y el estrés. Sin embargo, ¿qué podemos hacer para sustituir las creencias negativas por creencias que contribuyan a mejorar nuestra salud?

Casi todos los profesionales de la salud reconocen que la actitud del paciente es un factor muy importante, que contribuye en gran medida al éxito de su recuperación. Sin embargo, existen muy pocos métodos explícitos y confiables que permitan ayudar al enfermo a superar su miedo o su apatía y lograr así una "actitud positiva" y congruente.

A lo largo de la historia de la investigación médica, los placebos han demostrado ser tan potentes como muchos medicamentos. Sin embargo, el origen concreto de su poder sigue siendo un misterio. Muchos investigadores creen que un "efecto placebo contrario" puede incluso enfermar a muchas personas. ¿Será posible explotar y canalizar directamente ese poder para lograr el éxito en la recuperación?

Las creencias que los demás tienen acerca de nosotros también pueden afectarnos. Esto fue evidenciado por un estudio revelador, en el que un grupo de niños de inteligencia normal fue dividido al azar en dos grupos iguales. Uno de los grupos fue asignado a un maestro a quien se le dijo que aquellos niños eran casi "superdotados". El otro grupo se asignó a un maestro a quien se le dijo que los niños eran un poco "torpes". Al año se les hicieron de nuevo tests de inteligencia a ambos grupos. La mayoría de los estudiantes del grupo que arbitrariamente había sido definido como "superdotado" obtuvieron una puntuación más alta que la lograda anteriormente, mientras que la mayoría del grupo que fue etiquetado como "torpe" obtuvo puntuaciones más bajas! Las creencias de los maestros sobre sus alumnos afectaron a la capacidad de aprendizaje de estos.

Nuestras creencias pueden moldear, influir e incluso determinar nuestro grado de inteligencia, nuestra salud, nuestra creatividad, la manera en que nos relacionamos e incluso nuestro grado de felicidad y de éxito personal. Pero, si en verdad las creencias son una fuerza tan poderosa en nuestras vidas, ¿sería posible controlarlas para que no nos controlen ellas a nosotros? Muchas de nuestras creencias nos fueron implantadas durante la infancia por nuestros padres, por los maestros, por el entorno social y por los medios de comunicación, mucho antes de que nos diéramos cuenta de sus efectos o de que fuéramos capaces de elegir entre ellas. ¿Será posible reestructurar, desaprender o cambiar viejas creencias que nos limitan e instalar en su lugar otras nuevas capaces de ampliar nuestro potencial mucho más allá de lo que actualmente imaginamos? Si la respuesta es sí, ¿cómo lo hacemos?

La Programación Neuro-Lingüística (PNL) nos proporciona un poderoso y atractivo modelo mental y también un conjunto de herramientas de conducta que permiten el acceso a algunos de los mecanismos ocultos de las creencias. A través del proceso de PNL, las creencias y los elementos físicos y neurolingüísticos que influyen en ellas pueden ser explorados e influenciados de manera total y práctica.

Vamos a intentar definir qué es una creencia con un poco más de precisión. En primer lugar, una creencia no es una estrategia, no es un "como hacer", no es un tipo de comportamiento. *Una creencia es una generalización sobre cierta relación existente entre experiencias.*

DEFINIENDO LAS CREENCIAS Comprender para cambiar

Por Robert Dilts - del libro *Como cambiar creencias con PNL*

Una creencia puede ser una *generalización sobre RELACIONES CAUSALES*.

Por ejemplo:

- ¿Qué crees tú que causa el cáncer?
- ¿Crees que las sustancias químicas existentes en el medio ambiente son las que causan el cáncer?
- ¿Lo causa algo que tú hagas?
- ¿Algo que tú creas?
- ¿O es el cáncer una parte de tu ser?
- ¿Un componente genético tuyo?



Del tipo de tus creencias dependerá la forma en la que intentes tratar al cáncer. Si crees que es un castigo de Dios, ello condicionará totalmente la forma en que deberás tratarlo.

Y lo mismo ocurre en una compañía.

Ciertamente en algunas empresas he visto cosas que podrían calificarse como cánceres, o como problemas graves. La cuestión es cuál creemos que es la causa de dichos problemas.

- ¿Es el empleado? ¿El ejecutivo? ¿La falta de capacitación?
- ¿Es la estructura organizativa? ¿La cultura organizativa?
- ¿Cuál es el problema? ¿El ambiente de trabajo? ¿El mercado?

Lo que creamos que es la causa determinará el lugar donde buscaremos la solución. Y con nuestra creencia, con frecuencia hallaremos lo que estamos buscando. Si creemos que existe, lo encontraremos.

Una creencia puede también ser una generalización sobre *EL SIGNIFICADO DE CIERTAS RELACIONES*.

Por ejemplo, si tengo cáncer, independientemente de cual sea la causa, ¿qué significa ello?

- ¿Significa que soy débil?
- ¿O significa que simplemente soy como mi madre, que murió de cáncer?
- ¿Significa que me odio a mí mismo y que soy una mala persona?
- ¿Significa que me he expuesto a un estrés excesivo?
- ¿Significa que ahora tengo la oportunidad de realmente aprender algo?

El significado que le demos determinará nuestra actuación. Si tengo un problema en mi compañía, ¿qué significa?

- ¿Significa que he fracasado?
- ¿Significa que no merezco el éxito?
- ¿Significa que debo abandonar, o esforzarme más?
- ¿Qué significa?

Finalmente, las creencias pueden ser *GENERALIZACIONES SOBRE LOS LIMITES*.

Por ejemplo, creo que mis creencias pueden afectar a mi salud hasta un cierto punto, pero más allá de ese punto ya no.

- ¿Dónde está el límite? ¿Hasta dónde puedo llegar?
- Mi compañía puede crecer hasta un cierto punto, pero no más allá.

Estos tres tipos de generalizaciones son los que determinan nuestra reacción ante una situación particular.

DEFINIENDO LAS CREENCIAS Comprender para cambiar

Por Robert Dilts - del libro *Como cambiar creencias con PNL*

8

Tipos de problemas en las creencias

De estas tres generalizaciones surgen las tres clases de problemas típicos. Todo problema sobre las creencias tiende a estar relacionado con:

LA DESESPERANZA:

cuando una persona está desesperanzada siente o cree que no hay ya solución posible. Que no existe ya esperanza alguna. Esta es una creencia sobre el resultado. Si dicho resultado es imposible, ¿para qué molestarse ya?

Por ejemplo, nadie ha podido hasta ahora vencer al Sida. ¿Para qué molestarse en intentarlo si es imposible ya recuperar la salud?

LA SENSACION DE IMPOTENCIA:

"Es cierto que algunas personas han logrado vencer al cáncer, pero se trata de gente muy especial". "Yo no sería capaz. Sé que es posible, pero yo no soy capaz". "Algunos tienen negocios prósperos, pero yo no soy capaz de lograrlo".

LA SENSACION DE NO VALER LO SUFICIENTE:

"Tal vez sea posible, tal vez yo fuera capaz, pero, ¿lo merezco? ¿Me lo he ganado? Tal vez no merezco la salud. No he hecho méritos suficientes para lograrla. Quien cree que no merece algo no se esfuerza por conseguirlo. Sin embargo, cuando creemos que merecemos una cosa, luchamos por ella con uñas y dientes.

Vamos a ir ahora un paso más allá en nuestro trabajo con las creencias. Hemos mencionado a la desesperanza, a la sensación de impotencia y a la sensación de no valer lo suficiente. ¿Cómo se forman estas creencias? ¿Cómo podemos influir en ellas? Si no vamos a discutir, ¿qué es lo que vamos a hacer? Te voy a decir una cosa.

Esta una de mis creencias:

Todo cuanto puedes hacer para que los demás cambien sus creencias es guiarlos. El cambio de sus creencias no depende de ti. Tu meta debe ser sólo guiarlos, a fin de que por sí mismos establezcan una creencia nueva.

Algo muy interesante de las creencias es que, debido al hecho de que se hallan en un nivel distinto al de la conducta y al de las aptitudes, no cambian de acuerdo a las mismas normas.

Un ejemplo de esto lo vemos en el relato clásico que describe las anomalías psicológicas de un hombre que está convencido de que es un cadáver. No come, ni va a trabajar. Todo lo que hace es permanecer sentado, repitiendo que es un cadáver.

El psiquiatra trata de convencerlo de que en realidad no está muerto. Después de estar un buen rato discutiendo, finalmente el psiquiatra le pregunta: "¿Los cadáveres sangran?".

Tras pensarlo un momento nuestro hombre responde: "No, en un cadáver todas las funciones corporales han quedado ya interrumpidas, por lo cual no puede sangrar".

Entonces el psiquiatra le dice, "Bien, vamos a hacer un experimento, voy a tomar una aguja y te voy a pinchar el dedo para ver si sangras".

Como el paciente es un cadáver no puede hacer gran cosa para evitarlo, de modo que el psiquiatra lo pincha con una aguja y la sangre brota al instante. El hombre la mira muy sorprendido y exclama: "¡Maldición! ¡Ahora resulta que los cadáveres sí sangran!".

Robert Dilts

SOBRE METÁFORAS Y ANCLAS

Una mirada desde la neurobiología

Por Mark Furman

10

¿Cómo construye categorías el cerebro?

Una 'categoría' se crea en un contexto, es una trayectoria de actividad interna en el tiempo. La trayectoria siempre es un producto complejo del contexto inmediato, de la actividad interna inmediatamente anterior, y de la historia del mapeado **reentrante** entre procesos heterogéneos que constituyen el sistema cerebral. La señalización reentrante es un requerimiento neuronal importante. Para que un sistema no instruido efectúe la categorización de una percepción dinámicamente, dos redes nerviosas abstractoras independientes deben trabajar simultánea y disjuntamente en respuesta a un estímulo y luego interactuar por reentrada para proveer algún enlace abstracto de 'orden más alto' en sus representaciones.



Como veremos a continuación, este es, en esencia, el proceso de dinámica neocortical que sirve al poder imponente y escurridizo de las metáforas.

¿Qué es una Metáfora?

La mayoría de nosotros al pensar en una metáfora vislumbramos un dispositivo de la imaginación poética para contar cuentos. La metáfora es vista típicamente como una característica sólo del lenguaje, materia de palabras más bien que de pensamientos o acción, aún cuando Lakoff & Johnson han mostrado recientemente (1980) que las metáforas comunican la esencia de un significado. Nos comprendemos mutuamente porque compartimos ciertas metáforas o imágenes comunes. Y son metáforas comunes a todos nosotros porque tenemos características físicas similares. Todos pertenecemos a la especie *Homo sapiens sapiens*, y tenemos atributos neurofísicos comunes que participan de un mundo físico también común. Vivimos en la superficie de un globo bastante grande, en el cual la temperatura varía dentro de un intervalo determinado, de modo tal que el agua es habitualmente líquida, rara vez gaseosa, aunque a veces es sólida.

Y como tenemos estas cosas en común, hemos creado ciertas metáforas comunes; por ejemplo, la del equilibrio. Todos sabemos qué significa estar equilibrado y qué significa perder el equilibrio y caer. Así, si yo dijera que las ideas de ustedes están fuera de equilibrio o que le asignan demasiado peso a ciertos hechos, ustedes sabrían qué quiero decir, porque conocen esta metáfora subyacente del equilibrio. También conocemos las metáforas de la fuerza y la resistencia, y entonces si yo digo que las ideas de ustedes me fuerzan a modificar mi opinión, sentimos que nos comprendemos, ya que todos hemos tenido estas experiencias.

Nuestra intención en esta parte es elucidar la metáfora como una de las herramientas más fundamentales y penetrantes del lenguaje; con funciones principales como organizador de información sensorial y el desarrollo de categorías funcionales en el cerebro humano. Mediante la metáfora hacemos uso de patrones y relaciones que obtenemos en nuestra experiencia física para organizar nuestra comprensión más abstracta.

Puesto que la comunicación es servida por los mismos componentes nerviosos que el sistema conceptual que usamos para pensar y actuar, el lenguaje es una fuente importante de evidencia sobre cómo se organiza y dirige ese sistema. Al dar una mirada más profunda a la comunicación humana, la evidencia lingüística apoya la noción de que la mayoría de nuestro sistema conceptual es de naturaleza metafórica. Es apenas posible proferir una sola frase sin el uso de metáforas.

En su forma lingüística más básica, la esencia de la metáfora es comprender y experimentar un tipo de cosa o evento en términos de otro. Un ejemplo simple de esto sería el concepto metafórico: "el cerebro es una computadora".

Este concepto metafórico tiene la capacidad para estructurar y organizar nuestras percepciones sensoriales, pensamientos y acciones relacionadas al cerebro en términos de un objeto más familiar con nuestra experiencia sensorial, específicamente una computadora. La intención de esta estructura lingüística es ayudar al lector o a quien escucha a comprender y experimentar el cerebro desde el punto de vista de una estructura que es más familiar para los sistemas sensoriales del ser humano en forma cotidiana.

SOBRE METÁFORAS Y ANCLAS

Una mirada desde la neurobiología

Por Mark Furman

11

Usted puede obtener evidencia lingüística de que una estructura metafórica básica está en operación prestando atención a las expresiones lingüísticas. Aunque una persona pueda no estar conscientemente consciente de que su sistema nervioso está organizando "el cerebro" en términos de una "computadora" su lenguaje reflejará esta organización mediante expresiones tales como "El necesita programarse en forma positiva" o "Puede usted repetir, que no lo computé la primera vez". Puesto que estos patrones lingüísticos son muy comunes, tendemos a no prestar atención a la estructura subyacente responsable de generar el patrón mismo. Muchos de nosotros hemos oído frases como:

"Necesito archivar eso en mi base de datos";
"Necesito tiempo para procesar esa información";
"Registraré eso en mi mente";
"No puedo procesar más información, estoy sobrecargado";
"Soy incapaz de acceder esa memoria".

Estas frases simples se escurren en nuestra conciencia todos los días y estructuran la experiencia de los que las oyen sin que nosotros jamás explicitemos el fundamento de que el cerebro es una computadora. ¿Cómo es esto posible? Una manera de comprender este fenómeno es explorar sus efectos al nivel del anclaje.

Anclaje

El anclaje es un concepto de PNL que hace referencia a un fenómeno de asociación que se crea entre pensamientos, ideas, sensaciones o estados y un estímulo determinado, externo o interno. Vivimos en un mundo lleno de situaciones de estímulo/respuesta y una gran parte del comportamiento humano consiste en respuestas programadas inconscientes. ¿Quién no experimentó alguna vez una sensación especial, automática, al escuchar el chirrido de unos frenos o la sirena de una ambulancia? ¿Quién no se emociona cuando escucha «esa» canción especial, o se llena de recuerdos ante un olor o un paisaje determinado? El estímulo que dispara automáticamente estas vivencias es lo que llamamos anclaje, y logra que se genere un estado específico en cualquier situación y momento, sin necesidad de pensarlo. Si esa vivencia que se recupera es positiva, la llamamos «recurso». La PNL lo utiliza como una técnica eficaz para canalizar constructivamente nuestras poderosas reacciones inconscientes, una forma práctica de tenerlas siempre a nuestra disposición. De este modo, nuestros mejores recursos están siempre a mano cuando los necesitamos. Para usar los recursos a voluntad, activamos los estados a través de una estimulación visual, auditiva o kinestésica.

¿Cómo Funcionan las Anclas?

A esta altura sería útil discutir brevemente sobre cómo son capaces de influir las anclas en el sistema nervioso humano. Mientras más comprendemos sobre cómo funcionan las anclas, mayor será nuestra flexibilidad para diseñar nuevos usos efectivos. En PNL decimos que "usted no puede no anclar". Cuando el cerebro humano muestrea su mundo externo por medio de sus cinco sentidos, una representación de estos sucesos externos es codificada por *modificación sináptica*. La modificación sináptica es un proceso por el que el sistema nervioso fortalece ciertos senderos nerviosos y debilita otros, lo que resulta en patrones de activación electroquímicos singulares. En otras palabras, un patrón de activación electroquímica codifica la actividad simultánea de todos los cinco sentidos como si fuera un solo trozo o segmento de información.

A la vez, el cerebro está muestreando también su propio mundo interno, por medio de la corteza somatosensorial y codifica la reacción fisiológica entera del cuerpo al suceso externo en el mismo patrón de activación. Cualquier cosa que reactiva este patrón electroquímico único de activación también activa la respuesta fisiológica del cuerpo que fue codificada mediante ese patrón. Al patrón resultante de activación lo podemos denominar estado 'atractor'.

Mientras más efectiva llega a ser la sinapsis mediante la modificación, más profundo y más estable llega a ser el 'atractor'. Cada codificación del sistema sensorial de este suceso simultáneo, es una *trayectoria conducente al estado 'atractor'* y es capaz de reactivar el patrón codificado.

El fenómeno resultante es parecido a un *campo morfogenético* (capaz de auto-organización propia espontánea). Repetimos que la propiedad más importante de este tipo de campo es que es capaz de *regulación*, lo que significa que cualquier parte del campo puede activar el campo entero. En cada respuesta fisiológica está codificado un patrón de activación. Mientras más singular el ancla, es más probable que la trayectoria que traza conduzca al patrón deseado de activación o estado atractor.

DESDE EL REINO METAFORICO ...

12

Los 35 camellos

De "El hombre que calculaba" de Malba Tahan

Singular aventura acerca de 35 camellos que debían ser repartidos entre tres árabes.

Beremís Samir efectúa una división que parecía imposible, conformando plenamente a los tres querellantes, on una ganancia inesperada con la transacción.

Hacia pocas horas que viajábamos sin interrupción, cuando nos ocurrió una aventura digna de ser referida, en la cual mi compañero Beremís puso en práctica, con gran talento, sus habilidades de eximio algebrista.

Encontramos, cerca de una antigua posada medio abandonad, tres hombres que discutían acaloradamente al lado de un lote de camellos.

Furiosos se gritaban improperios y deseaban plagas:

- ¡No puede ser!-
- ¡Esto es un robo!-
- ¡No acepto!-

El inteligente Beremís trató de informarse de qué se trataba.

-Somos hermanos- dijo el más viejo- y recibimos, como herencia, esos 35 camellos.

Según la expresa voluntad de nuestro padre, debo yo recibir la mitad, mi hermano Hamed Namir una tercera parte, y Harim, el más joven, una novena parte. No sabemos, sin embargo, cómo dividir de esa manera 35 camellos, y a cada división que uno propone protestan los otros dos, pues la mitad de 35 es 17 y medio.

¿Cómo hallar la tercera parte y la novena parte de 35, si tampoco son exactas las divisiones?

-Es muy simple- respondió el "Hombre que calculaba"-

Me encargaré de hacer con justicia esa división si me permitís que junto a los 35 camellos de la herencia, este hermoso animal que hasta aquí nos trajo en buena hora.

Traté en ese momento de intervenir en la conversación: -No puedo consentir semejante locura! ¿Cómo podríamos dar término a nuestro viaje si nos quedáramos sin nuestro camello?

-No te preocupes del resultado "bagdalí"- replicóme en voz baja Beremís-. Sé muy bien lo que estoy haciendo. Dame tu camello y verás, al fin, a qué conclusión quiero llegar.

Fue tal la fe y la seguridad con que me habló, que no dudé más y le entregué mi hermoso "jamal", que inmediatamente juntó con los 35 que allí estaban, para ser repartidos entre los tres herederos.

-Voy, amigos míos- dijo dirigiéndose a los tres hermanos- a hacer una división exacta de los camellos que son ahora 36.

Y volviéndose al más viejo de los hermanos, así le habló:

-Debías recibir, amigo mío, la mitad de 35, o sea 17 y medio. Recibirás en cambio la mitad de 36, o sea, 18. Nada tienes que reclamar, pues es bien claro que sales ganando con esta división.

Dirigiéndose al segundo heredero continuó:

-Tu, Hamed Namir, debías recibir un tercio de 35, o sea, 11 camellos y tanto. Vas a recibir un tercio de 36, o sea 12. No podrás protestar, porque también es evidente que ganas en el cambio.



DESDE EL REINO METAFORICO ...

12

Los 35 camellos

De "El hombre que calculaba" de Malba Tahan

Y dijo, por fin, al más joven:

- A ti, joven Harmis Namir, que según voluntad de tu padre debías recibir una novena parte de 35, o sea 3 camellos y parte de otro, te daré una novena parte de 36, es decir, 4, y tu ganancia será también evidente, por lo cual sólo te resta agradecerme el resultado.

Luego continuó diciendo:

-Por esta ventajosa división que he favorecido a todos vosotros, tocarán 18 camellos al primero, 12 al segundo y 4 al tercero, lo que da un resultado de 34 camellos.

De los 36 camellos sobran, por lo tanto dos. Uno pertenece, como saben, a mi amigo el bagdalí y el otro me toca a mí, por derecho, y por haber resuelto a satisfacción de todos el difícil problema de la herencia.

-Sois inteligente, extranjero!- exclamó el más viejo de los tres hermanos-. Aceptamos vuestro reparto en la seguridad de que fue hecho con justicia y equidad.

El astuto Beremís - el "Hombre que calculaba"- tomó luego posesión de uno de los más hermosos animales del grupo y me dijo, entregándome por la rienda el animal que me pertenecía:

-Podrás ahora, amigo continuar tu viaje en tu manso y seguro camello. Tengo ahora yo, uno solamente para mí.

Y continuamos nuestra jornada hacia Bagdad.

Este curioso resultado proviene de ser la suma:

$1/2 + 1/3 + 1/9 = 17/18$ menor que la unidad.

De modo que el reparto de los 35 camellos entre los tres herederos no se habría hecho por completo; hubiera sobrado 1/18 de 35 camellos.

Habiendo aumentado el dividendo a 36, el sobrante resultó entonces 1/18 de 36 camellos, o sea los dos camellos referidos en el reparto hecho por el "Hombre que Calculaba"



Un libro de estrategias metafóricas ...

El hombre que calculaba es una novela escrita por el escritor y profesor de matemáticas brasileño Malba Tahan, cuyo verdadero nombre era Julio César de Mello y Souza. Esta obra puede ser considerada al mismo tiempo como una novela y como un libro de problemas y curiosidades matemáticas. El propio autor reconoció que uno de sus objetivos al escribirlo fue el de contribuir a popularizar las matemáticas, presentándolas para ello no ya de forma abstracta o en contextos meramente simbólicos, sino integradas a los acontecimientos y atravesadas por muchos otros aspectos, como cuestiones morales y de historia.

Este libro une lo útil y cotidiano con la matemática por medio de leyendas e historias que lo hacen ameno, y mediante las cuales nos enseña, de una manera lógica y deductiva, cómo se resuelven los problemas que allí se exponen. Su protagonista se nos hace inmediatamente simpático porque es sencillo, comunicativo, solidario; interesado en los problemas ajenos y sensible al canto poético.