



RED
Latinoamericana
de PNL



LA MAGIA CONTINÚA

Revista Digital de libre Distribución

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

E-book 92

www.redpnl.net

LA MAGIA CONTINÚA ÍNDICE

E-book Nro. 92 - COPYRIGHT © RED L. DE PNL

La congruencia es un estado delicioso, porque no hay conflicto entre diferentes deseos u oportunidades, no hay decisiones que tomar, no hay alternativas que considerar, no hay nada que hacer.

STEVE ANDREAS

¿PARA QUE HACEMOS LO QUE HACEMOS?

Develando los secretos de la motivación

Por LAURA SZMUCH

Pág. 1 a 2

AUTOESTIMA

El poder de las presuposiciones de la PNL

Por TERRY BRAGG

Pág. 3 a 4

RELACIONES SOCIALES "CARGADAS"

Explorando la relación entre las técnicas y las emociones

Por JACQUES LACROIX

Pág. 5 a 7

IMAGEN PARA COACHES EN REDES

Comunicándonos siempre

Por LAURA GENOVESE

Pág. 8 a 9

LA MAGIA DE LAS PALABRAS

¿Usas palabras oscuras o palabras luminosas?

Por MAYTE GALIANA

Pág. 10 a 11

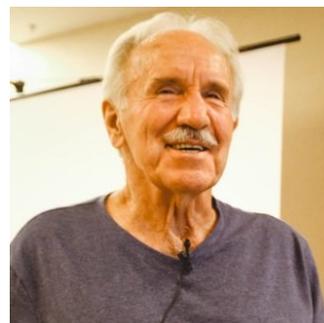
DESDE EL REINO METAFÓRICO ...

LA ESCUELA DE LOS ANIMALES - De George H. Reavis

Pág. 12

Textuales de JOHN GRINDER

La PNL surgió como expresión de nuestra curiosidad acerca de cómo los seres humanos hacen las cosas. Mi compañero en aquella época, Richard Bandler, y yo nos afanamos en descubrir las pautas que hacían que una persona tuviera comportamientos y habilidades excelentes para la comunicación y trabajamos como equipo para crear una manera que nos permitiera comprender y comportarnos como la persona a la que queríamos "modelar". Fuimos muy osados y estudiamos a grandes magos de la terapia como Fritz Perls, el padre de la terapia gestáltica o al prestigioso Milton Erickson.



Que ha sido considerado el hombre que situó a la hipnosis clínica al nivel científico que merece. Nuestra intención era descubrir qué patrones de comunicación usaban grandes terapeutas de aquella época. Queríamos encontrar la piedra filosofal que permitía a las personas lograr cambios.

En esos momentos, desarrollamos nuestra agudeza sensorial, nuestra capacidad de observar, escuchar, sentir, y también perfeccionar nuestra manera de preguntar para obtener informaciones relevantes que nos permitieran captar cuáles eran las habilidades de las personas que observábamos y cómo era su modo de ver y reaccionar frente al mundo.

Eso nos permitió reproducir lo que estas personas hacían e incluso creer lo que estas personas creían. ¡Y nos salía la mar de bien! Eso nos animó a seguir investigando. Hoy podemos decir que la PNL es una filosofía de vida.

¿PARA QUE HACEMOS LO QUE HACEMOS?

Develando los secretos de la motivación

Por LAURA SZMUCH

1

Un tema muy complejo para analizar y estudiar es el de la motivación.

¿Qué hace que tengamos ganas de hacer algo y lo hagamos? Por otro lado, ¿qué cosas contribuyen a que no nos dé ganas de hacer determinada cosa?

Este tema se ha estudiado desde la biología, la psiconeurología, la psicología cognitiva, y varias otras disciplinas. Lo más básico que podemos decir acerca de la motivación es que está la que surge desde dentro de cada uno de nosotros, y también la que puede venir incentivada desde afuera.



¿Cómo es eso?

Un gran factor de motivación es el hedonismo, es decir, hacer las cosas que nos dan placer. Las personas siempre nos acercamos a algo, y nos alejamos de otras cosas. Ir hacia el placer y evitar el dolor es uno de los factores que nos asisten a comprender las voluntades de algunas personas. El marketing y la publicidad utilizan este principio con mucha eficacia. Te nombran lo que te duele, y te ofrecen cómo alejarte de eso.

Te prometen que el viaje, el producto, la bebida, la medicación con venta sin receta, te van a traer alivio, o felicidad. Los investigadores de la emoción enfatizan la alegría y el interés como emociones que se basan en el acercamiento, y el miedo y desagrado como aquellos que nos mueven a la evitación. Las fuerzas hedonistas hacen que siempre estemos acercándonos a algo o alejándonos de eso.

Las experiencias guardadas en nuestras memorias tanto cognitivas como somáticas contribuyen mucho a esto. Hay cosas que se nos quedaron grabadas como buenas y seguras, y otras están asociadas a algo que percibimos como doloroso. Entonces va a haber muchas cosas que desearemos porque están asociadas a un recuerdo bonito, y otras nos fastidiarán y evadiremos porque el solo pensar en ellas nos pone de mal humor. Y también va a haber objetos o experiencias que desearemos adquirir porque una recompensa externa tal vez aplaque la falta de motivación interna. Por ejemplo, puedo estudiar algo porque me gusta y me da placer, o puedo hacerlo por lucimiento, por quedar bien con otros, para mi imagen pública. Puedo sacarme una foto en un paisaje bellísimo durante mis vacaciones para recordarlo más adelante y recordar y autoinducirme el placer que estaba sintiendo en ese momento, o puedo hacerlo para publicarla en Instagram y que los demás vean qué bien lo estoy pasando.

Las relaciones con otras personas en ámbitos educativos, laborales y familiares también son factores importantes para tomar en cuenta. A veces nos quedamos en un empleo solo por el clima laboral y los compañeros, aunque la paga no sea buena. O nos dedicamos a ciertas actividades que asociamos con nuestro propósito de vida.

La sensación de pertenencia, la vivencia del buen trato, y experiencias que posibiliten el crecimiento personal y el bienestar son grandes motivadores. Por el contrario, el maltrato, el sentirse solo, la falta de propósito hacen que no pongamos lo mejor de nosotros mismos en eso que estamos haciendo: una labor, una relación, una compra, una obra de altruismo.

Hay contextos familiares, escolares, laborales y sociales que favorecen, apoyan y alimentan las necesidades emocionales básicas, lo cual nutre nuestra motivación intrínseca, y hay otros ambientes que inducen a la apatía, el pesimismo, la ansiedad, la duda y el desamparo. La falta de comunicación, la demora, la falta de reconocimiento, hacen que cualquier impulso para hacer algo se duerma antes de ponerse en funcionamiento.

Estudí e investigué en profundidad este tema para mi tesis de Maestría en Psicología Cognitiva. Esto que acabo de contarte es solo la puntita del iceberg.

La motivación y la emoción son dos caras de la misma moneda. Es por eso que es tan necesario el buen trato, el agradecimiento, apreciación y reconocimiento entre las personas de un grupo o equipo de trabajo. El clima laboral, es decir, el escenario emocional y psicológico en el cual mucha gente ejerce su labor diariamente crea acercamientos o alejamientos.

¿PARA QUE HACEMOS LO QUE HACEMOS?

Develando los secretos de la motivación

Por LAURA SZMUCH

Es decir, motivación para ir y poner lo mejor de sí mismos, o, todo lo contrario.

Los grupos de crecimiento y apoyo son esenciales para que las personas se sientan sostenidas y motivadas para lograr vivir la vida que desean, y también para descubrir qué es lo que desean.

En las empresas, negocios e instituciones, es necesario invertir en eso que muchos llaman “disciplinas blandas”: cómo mejorar la comunicación, la resolución de conflictos, la motivación, la creatividad, un estado psicológico, físico y emocional saludable.

En la vida personal, es importante dedicarnos a escucharnos, a escuchar a los demás, a generar entornos de vida resonantes. Nuestros hogares y espacios laborales influyen notablemente en nuestro propósito, ganas de levantarnos a la mañana, vivir plenamente. Los grupos de pertenencia son grandes aliados también.

Todo aquello a lo que nos dedicamos, honramos y practicamos, crece y se consolida.

¿En qué estamos usando la mayor parte del tiempo y energía hoy? ¿Qué nos decimos todo el tiempo? ¿Qué cosas nos da ganas hacer y para qué, y qué cosas evitamos y todavía no sabemos por qué?

Los dejo con estas preguntas, que invitan a pensarnos y nos alientan a hacer pequeñas modificaciones para aumentar el bienestar propio y el de nuestros entornos.

Mag. Laura Szmuch
Master Trainer en PNL
Modelados neurolingüísticos

¿QUÉ ES LA MOTIVACIÓN?

Desde el punto de vista etimológico, la palabra Motivación está compuesta por el latín Motivus (movimiento) y el sufijo -ción (acción y efecto).

La motivación es lo que explica por qué las personas o los animales inician, continúan o terminan un cierto comportamiento en un momento determinado. Los estados motivacionales se entienden comúnmente como fuerzas que actúan dentro del agente y que crean una disposición para participar en un comportamiento dirigido a un objetivo. A menudo se sostiene que los diferentes estados mentales compiten entre sí y que solo el estado más fuerte determina el comportamiento. Esto significa que podemos estar motivados para hacer algo sin hacerlo realmente. El estado mental paradigmático que proporciona motivación es el deseo. Pero puede que varios otros estados, como las creencias sobre lo que se debe hacer o las intenciones, también proporcionan motivación.

Generalmente, al hablar de motivación nos referimos a las fuerzas internas o externas que actúan sobre un individuo para disparar, dirigir o sostener una conducta. En términos técnicos, muchos autores la definen como “la raíz dinámica del comportamiento”, lo cual quiere decir que toda forma de conducta nace en algún tipo de motivo.

Dicho en términos más sencillos, la motivación es la energía psíquica que nos empuja a emprender o sostener una acción o una conducta. Su desaparición acarrea necesariamente el abandono de lo que se hace. Por eso, es mucho más difícil alcanzar objetivos cuando se carece de motivación.

La motivación es la que nos permite crear hábitos, intentar cosas nuevas, sostener el esfuerzo en alguna tarea que consideremos gratificante o productiva, e incluso es necesaria para satisfacer determinadas necesidades fundamentales.

AUTOESTIMA

El poder de las presuposiciones de la PNL Por TERRY BRAGG

El médico Nathaniel Branden, autor de *How to Raise Your Self-Esteem*, llama a la autoestima "la fuerza más poderosa de nuestra existencia".

La PNL ofrece formas poderosas de mejorar la autoestima y mantener una imagen propia saludable.

¿Qué es la autoestima? El Grupo de trabajo de California sobre la promoción de la autoestima y la responsabilidad personal y social definió la autoestima como "una apreciación de mi propia importancia personal y tener el carácter de ser responsable de mí mismo y actuar de manera responsable hacia los demás".

La autoestima tiene tres elementos: aprecio, la capacidad de asumir algo y la responsabilidad.

Las presuposiciones de la PNL proporcionan la base para crear una alta autoestima.

Autoapreciación

El primer elemento es la autoapreciación, la apreciación de nuestra importancia y valía.

Aquí, se aplican dos suposiciones de PNL:
Ya tenemos todos los recursos que necesitamos.
No existe tal cosa como el fracaso, sólo hay resultados.

Con demasiada frecuencia, solo nos enfocamos en nuestros fracasos en lugar de reconocer nuestros éxitos. Un síntoma común es el Síndrome del Impostor, en el que nos sentimos inadecuados o incompetentes y tememos que alguien se entere de nuestra incompetencia. De acuerdo con las presuposiciones de la PNL, no existe el fracaso y ya tenemos los recursos internos que necesitamos para tener éxito.

Con estas suposiciones, todo se reduce a descubrir la forma correcta de lograr lo que queremos lograr.

Dos recursos internos importantes son nuestra capacidad de aprender y nuestra capacidad de adaptación. Con la capacidad de aprender y la flexibilidad, tenemos la capacidad de mantener una alta autoestima. La adaptabilidad nos ayuda a lidiar con los cambios que no podemos controlar.

La PNL es poderosa porque se enfoca en lo positivo. Se centra en lo que queremos en lugar de lo que no queremos.

Responsabilidad personal

El segundo elemento de la autoestima es la responsabilidad personal o la capacidad de asumir algo. Las personas que tienen una autoestima alta asumen la responsabilidad de sus vidas y de las situaciones a las que se enfrentan.

Las personas con baja autoestima se convierten en víctimas de las circunstancias. La capacidad de hacerse cargo es un elemento crítico en el empoderamiento personal.

El principio de PNL que se aplica aquí es que si lo que estamos haciendo no funciona, debemos hacer otra cosa. Cuando algo no funciona en nuestra sociedad, generalmente tratamos de corregir la situación haciendo más de lo mismo, más rápido o con mayor diligencia. Cuando en realidad, lo que necesitamos es hacer algo diferente.

La PNL comienza con la suposición de que el cambio es posible y puede ocurrir rápidamente. Si no nos gusta la situación en la que estamos, tenemos la responsabilidad de hacer algo para cambiar esa situación.

La forma más fácil de cambiar nuestra situación es cambiarnos a nosotros mismos.
La PNL nos da la manera de hacer esto.



AUTOESTIMA

El poder de las presuposiciones de la PNL Por TERRY BRAGG

Actuar con responsabilidad hacia los demás

El tercer elemento de la autoestima es actuar con responsabilidad hacia los demás. Este es un elemento muy importante porque es lo que distingue la autoestima del egocentrismo. Las personas con alta autoestima tratan a los demás con respeto y dignidad. Las personas con baja autoestima a menudo tratan mal a los demás. Cuando tenemos una autoestima alta, no necesitamos menospreciar a los demás para sentirnos importantes.

Un principio básico es comprender las intenciones positivas de la otra persona. La suposición es que hay una intención positiva detrás de nuestro comportamiento. Esto no quiere decir que el resultado de este comportamiento sea positivo. Significa que pretendemos que nuestras acciones alcancen algo que consideramos un beneficio positivo. Si bien es posible que no nos guste lo que hace la otra persona, podemos apreciar su intención positiva. Esta simple suposición tiene el poder de transformar las relaciones. La suposición de intenciones positivas nos permite separar a la persona de su comportamiento: podemos aprobar a la persona mientras desaprobamos su comportamiento.

Modelando el éxito

La PNL también asume que podemos aprender modelando personas exitosas. Al hacer lo que hace la gente exitosa, también lograremos el éxito. Primero, modelamos el comportamiento que queremos tener. Luego descomponemos un comportamiento complejo en partes pequeñas para aprender cómo aplicar ese comportamiento. Esto nos permite descomponer la autoestima en componentes y comportamientos específicos que se pueden aprender y realizar. El hecho de que esté dividido en partes pequeñas nos da la opción de mejorar nuestra autoestima a través de un programa paso a paso.

El poder de descomponerlo en pequeños pedazos para cambiar nuestro comportamiento y nuestras vidas es inmenso. Por ejemplo, Cathy (no es su nombre real) es una estudiante de último año de secundaria de 18 años con una discapacidad de aprendizaje. Ella está en clases de educación especial. Debido a este hecho, Cathy ha pasado la mayor parte de su vida con una autoestima muy baja. Después de recibir una copia de 31 Días para una Alta Autoestima, comenzó a practicar y aplicar las técnicas y principios. Después de una semana de aplicar las técnicas para mejorar su autoimagen, un matón en el salón de clases le dijo a Cathy que no saldría con alguien como ella porque era fea.

Este tipo de declaración generalmente devastaba a Cathy porque se lo tomaba como algo personal, lo que reforzaba su baja imagen de sí misma. En lugar de sentirse mal consigo misma, Cathy le dijo al chico que tampoco saldría con él. Esta respuesta asombró tanto a la maestra de Cathy que había escuchado la conversación como a su madre cuando la maestra le contó el incidente. Recientemente, Cathy me escribió la siguiente carta:

" En primer lugar, quiero agradecer a mi madrastra por comprar este libro y por hacerme leerlo. No estaba seguro de si sería feliz si hacía lo que me dijeron, pero ahora estoy muy contento de haber recibido este libro. con la recomendación de leerlo, porque me hizo cambiar todo mi punto de vista. Soy alguien y me gusta mucho lo que soy. También descubrí que le gusto a otras personas también. No soy alguien inútil, estúpido o feo. Bragg, gracias por ser tan instrumental en los cambios que he hecho gracias a su libro. Ahora tengo algunos amigos y una comprensión mucho mejor de quién soy.

No solo tengo amigos de mi edad, sino que mi madrastra y yo somos buenos amigos ahora y siempre atribuiré esa amistad a las cosas que aprendí al leer su libro.

Gracias desde el fondo de mi corazón ... Cathy, 18 años".

Cathy formó un grupo de estudio con varios amigos para practicar técnicas para desarrollar una alta autoestima. Este grupo de apoyo reforzará su experiencia y le permitirá ayudar a otros a mejorar su autoestima. Cathy mejoró la imagen que tenía de sí misma al dividir los comportamientos complejos en acciones simples que podía hacer, una a la vez. El poder de la PNL está en sus pre - supuestos. Las presuposiciones nos permiten mejorar nuestra autoestima al apreciarnos a nosotros mismos, asumir la responsabilidad de nuestras vidas y actuar de manera responsable hacia los demás.

RELACIONES SOCIALES “CARGADAS”

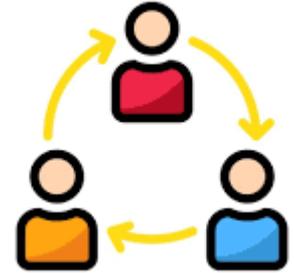
Explorando la relación entre las técnicas y las emociones Por JACQUES LACROIX

5

En el Modelo del Panorama Social desarrollado por el Dr. Lucas Derks ya hace prácticamente 3 décadas, una de las técnicas (“formatos” en la jerga PNLera) que se enseñan en sus inicios es la de la llamada “Abreacción Silenciosa”.

Pero veamos este tema de manera ordenada.

Para los que ya vienen leyendo mis artículos precedentes en esta revista, saben que uno de los conceptos clave del modelo propuesto es saber lo que es una personificación.



Se le da ese nombre adrede, precisamente porque no se trata de la persona de carne y hueso que “conozco de la realidad”, sino de la imagen que de esa persona “real” me hice en mi mente.

Las características de esa imagen que generamos en nuestra mente (en PNL “submodalidades”), definen la relación que tengo con esa persona, en particular por la posición que se le da en ese espacio. Por lo tanto, una personificación NO es la persona de carne y hueso “real”.

Un detalle no menor, si pensamos que el impacto emocional, tanto positivo como negativo de mis relaciones sociales, está dado por las imágenes que fui armando en el espacio de mi mente. Ese espacio que se conoce como espacio mental.

Ahora bien, esta distinción solo es posible si tomamos consciencia de estos hechos. Podemos decir que solo podemos manejarnos con la realidad social a través de nuestro “mapa social”, que no es la “realidad” misma. Sí, aquí también se aplica aquello de que “el mapa no es la realidad”.

Pero lo cierto es que estamos tan acostumbrados a creer que las imágenes que nos hacemos de los demás son las personas reales, que en nuestras relaciones sociales confundimos habitual e inconscientemente las personificaciones (mente -“mapa”-) con las personas (realidad).

Esto es particularmente importante para el coach o terapeuta, quien debería ser consciente en todo momento, que cuando su cliente le habla de una persona X o Y, en realidad le está hablando de las personificaciones que tiene de X o de Y en su espacio mental.

Dicho todo esto, hay veces en los que una persona “A” tuvo una experiencia muy desagradable o incluso traumática con otra persona “B”, lo cual la lleva a construir una imagen mental (un mapa social de la relación y experiencia) de esa persona “B” de características muy marcadas. De esta manera, la personificación de “B” tendrá una ubicación, una altura de ojos y una dirección de la mirada determinadas dentro del espacio mental de “A”.

Como consecuencia, cada vez que la persona “A” piensa en la persona “B”, es decir, percibe la personificación de “B” en su mente, evoca todos los sentimientos negativos, o incluso extremadamente negativos, correspondientes.

Por otro lado, gran parte del trabajo que se realiza con el Panorama Social es un trabajo de reasignación de recursos. Igual que en muchos formatos de PNL.

Y en temas sociales, el problema que existe en muchas ocasiones, es que la carga emocional del cliente o coachee con respecto a una persona “problemática” es tan grande, que el coachee no puede o no quiere asignarle recursos a dicha persona (en el ejemplo de antes sería “B”) para mejorar la relación. Pero si no podemos asignar recursos, ¡nos estancamos en el proceso!

RELACIONES SOCIALES “CARGADAS”

Explorando la relación entre las técnicas y las emociones Por JACQUES LACROIX

¿Cómo hacer para poder seguir adelante?

Desde el modelo propuesto hay dos posibilidades:

Ayudar al cliente a comprender que dichos recursos NO se le dan a la persona de carne y hueso (“B”), sino a la imagen que el cliente se hizo en su mente (la personificación de “B”). Muchas veces, si el coachee puede tomar consciencia de ello, su carga emocional disminuye inmediatamente y se puede seguir el proceso que corresponda.

Cuando el cliente no está en condiciones de lograr esa disminución emocional (p.ej. por un odio profundamente arraigado), entonces es necesario ir por otra vía para lograr esa descarga emocional. Aquí es donde se aplica la “Abreacción Silenciosa” que mencioné al inicio y que explico más detalladamente a continuación.

“Abreacción Silenciosa”

Tal como podemos leer en el capítulo 5.4.1 “Técnicas para el miedo y el odio” del libro “Paisajes Sociales, Familiares y Espirituales” del Dr. Lucas Derks sobre el modelo del Panorama Social, *cuando la gente odia a un grupo intensamente muchas veces se necesita algo más que las técnicas mencionadas antes para lograr un cambio.*

Cabe aclarar que un grupo de personas configurarían un tipo de personificación particular que se denomina “personificación grupal”. Pero ya sea se trate de la personificación de una persona odiada o temida en particular o de todo un grupo, el objetivo es el mismo: bajar la carga emocional que el cliente trae inicialmente.

Continuando la cita:

“Podemos tratar en forma confiable este problema utilizando una técnica de la hipnoterapia clásica (‘abreacción silenciosa’, Wolberg, 1948) como paso preparatorio. Con esta técnica los clientes dejan de lado su enojo antes de comenzar a cambiar las representaciones sociales.”

“Este método, al que denomino como ‘Dispara’ en este libro, casi nunca me falló en las últimas décadas (Hollander, Derks y Meijer, 1990). El proceso se realiza con mucha más suavidad cuando el terapeuta se conecta con los sentimientos hostiles del cliente en vez de pedirle que se perdonen unos a otros, tal como se hace en otras técnicas (Dilts, Hallbom y Smith, 1990).”

A esto debo agregar que mi propia experiencia va en concordancia con lo expuesto en el libro, incluso con desenlaces inesperadamente positivos.

¿Y cómo es esta técnica?
¡Aquí va paso a paso!

Técnica 30: ¡Dispara! Neutralizando el odio hacia una personificación de grupo mediante una abreacción silenciosa y la transferencia de capacidades.

Indicación: Emociones fuertemente negativas en relación a un grupo.

1. Descarga silenciosa de emociones.

Imagine que está en un cine viendo la pantalla. Están mostrando la película 'La Gran Revancha'. Véase a sí mismo y a su grupo como los héroes; háganse lo más fuerte posible y utilicen todo lo que necesiten para ajustar las cuentas con el grupo odiado.

RELACIONES SOCIALES "CARGADAS"

7

Explorando la relación entre las técnicas y las emociones Por JACQUES LACROIX

Ahora aparece la personificación del grupo odiado. Vea la película, en donde sucede todo lo que pueda demandar su sentimiento de furia.

Quédese en el rol de observador y observe cómo su grupo se venga y comunica con el grupo odiado. Siga así hasta que se haya cansado de verlo.

Encuentre la capacidad faltante.

Pregúntese '¿Qué capacidad le falta a ese grupo que lo hace tan desagradable?' (Puede haber más de una capacidad faltante).

Active esa habilidad en sí mismo.

Encuentre un ejemplo en su vida en la que tuvo la capacidad que le falta al grupo odiado. Recuérdese y reviva lo más intensamente posible ese momento. Vea, oiga y sienta. Note su respiración y su voz. Es mejor exagerar un poco esta experiencia. Escoja un color que concuerde con esa capacidad. Quédese con el sentimiento de esa capacidad e imagínese que está rodeado de una nube del color escogido correspondiente.

Transfiera la capacidad.

Piense en el grupo odiado y envíeles la capacidad faltante. Vea cómo la nube de capacidad de color le llega a la personificación de grupo. Si le resulta difícil, imagínese utilizando un rayo láser o alguna otra arma para dispararle esa capacidad. Hágalo hasta que vea que es suficiente.

Si hay más capacidades para transferir, vuelva al paso 3. Habrá transferido suficientes capacidades cuando la personificación de grupo provoca un sentimiento neutral.

Compruebe si hay alguna objeción al acercarse a ese grupo en el futuro.

El último punto vendría a ser lo que se denomina chequeo ecológico. Si hay objeciones o resistencias, hay que seguir trabajando con recursos hasta que ya no quede ninguna.

¿Qué falta?

Podría agregarse una escala subjetiva acerca del nivel de miedo u odio previo y posterior. Para ello el cliente evalúa cuál es el nivel de su sentimiento inicial (p.ej. **-10** sería ODIO absoluto, **0** sería un sentimiento neutral, y **+10** sería alegría plena) y luego del ejercicio hace otra evaluación final. De paso toma consciencia del cambio positivo realizado.

¿Algo más?

Sí: ¡Que lo pongas en práctica en los casos indicados! Pruébalo. Incluso en casos no tan extremos se ven los resultados.

Y sería fantástico que me comentas tu experiencia. Ya sabes que mis datos de contacto están a tu disposición.

Si quieres saber más, sencillamente envíame tus preguntas e inquietudes.
¡Un abrazo espacial!

Jacques Lacroix
Consultor de Identity Compass y Formador de Panorama Social
hola@mentalspace.es - <https://mentalspace.es> - <https://pansoc.com>

IMAGEN PARA COACHES EN REDES

Comunicándonos siempre

Por LAURA GENOVESE

8

¿Cómo construimos nuestra imagen en redes? ¿Quiénes somos? ¿Qué queremos comunicar? ¿Qué le contamos al otro sin contar?

Independientemente de la red social que elijas, Instagram, Twitter, Facebook, Whatsapp, LinkedIn; hay algunas reglas que nos van a ayudar a visibilizarnos.

Es muy importante la Primera Impresión, ¿que ves cuando me ves?" dice la canción de Divididos.

Cuando nos encontramos por primera vez con alguien, hacemos un escaneo que es inconsciente, en ese escaneo que dura 30 segundos resolvemos que tan confiable es esa persona, si me acerco, si me alejo, si me genera seguridad, si lo llevamos a redes esto dura 2 o 3 minutos en el living de mi casa, en la pantalla de mi celular.

Esto hace que yo tome una decisión.

Saber que debo usar mejora el nivel de comunicación, me saca del diálogo interno: estará bien o estará mal lo que me puse, debería haber usado el otro sweater y hace que pongamos nuestra energía y atención en el contacto con el otro, aumentando nuestra credibilidad profesional. Además ahorramos Tiempo y Dinero, porque al saber que tipo de prendas quiero usar, me resulta mas fácil decir que no.

Una buena imagen se compone de recursos Internos y Externos.

Los internos tan conocidos por la PNL como estar en eje, bien sentados, nuestra postura; que se relaciona directamente con la presencia, nuestra voz y como la proyectamos, que estado de animo transmite, la musicalidad corporal, mi actitud, como muevo mi cuerpo.

¿Que tengo que considerar en redes como importante ? .

Mi foto de perfil, ¿mi contenido, que quiero contar ahí ?, ¿cuál será mi paleta de colores ? ¿voy a usar algún tipo de letra en especial? ¿Cómo voy a hacer que se contacten conmigo?

La historia de mi marca: escribirla, ¿cómo surgió?, ¿qué objetivo tengo?, ¿cuales son mis valores ?, ¿cuál es mi misión al contar lo que cuento?

Esto nos ayudará a encontrar contenido que se alinee a lo que estamos queriendo contar, especialmente en esos días que no sabemos que podemos compartir. Tener una lista de palabras claves también es un buen recurso.

La foto de perfil es muy importante, si quiero encontrar a alguien, todos lo hemos buscado en Facebook.

¿Lo conozco ? ¿no lo conozco ? usar una foto con mi cara frena la búsqueda. Si no la encuentro sigo buscando y quizás encuentre fotos donde no sea tan profesional lo que está comunicando, o no quiero que sea la primera impresión.

Tiene que verse la cara, sin anteojos de sol. La mirada y la sonrisa son los primeros que abren canales de comunicación, al tapanlos estoy frenando ese canal. La foto debe tener un fondo claro y lo más limpio posible.

Evitar lugares desordenados, sucios o baños atrás. También debe ser actualizada, si cambié mi color de pelo o peinado, si es muy vieja o de cuando era más joven no van a encontrarme rápido. En todas las redes la misma para que no queden dudas de que yo soy yo.

El logotipo y la fuente también comunican, todo lo que sea más recto contará control, seguridad, exigencia. Las fuentes redondeadas, manuscritas son más dulces, cercanas, femeninas.



IMAGEN PARA COACHES EN REDES

Comunicándonos siempre Por LAURA GENOVESE

Si eventualmente voy cambiando, creciendo en mi trabajo , en lo que es logo y fuente , tanto en tipo como en color , el cambio también debe verse y acompañarlo. En quien me voy a enfocar, le hablo ¿a mujeres? ¿a jóvenes? ¿a adultos? mi trabajo apunta a ¿docentes? ¿de que edad ?

Los colores también cuentan de nuestro ánimo, culturalmente nos cuentan un montón de historias.

El amarillo transmite alegría, fiesta, energía, diversión continua.
El rojo pasión, acción, lo quiero ya, también es peligro, no pasar.
El verde es optimismo crecimiento.
El rosa feminidad, inocencia. fragilidad.
El azul es proyecto, es cuidado, es seguridad.
El negro es lujo pero también es distancia, es oscuridad.
El blanco es inicio, es lo nuevo pero también es impoluto, intocable;
El beige es cercano , es amigable y es nuestro , es decir ni bueno ni malo.

Por eso es importante saber que todos los colores tienen una parte que nos va a ayudar a comunicar y una parte que no, así que revisando nuestros valores vamos a estar encontrando el que mas se acerque a eso que queremos contar.

¿Quién quiero ser en redes ?

Estos pequeños detalles nos acercan a lo que quiero contar.

Recordá siempre que estas interactuando, aunque no te comenten ni te den likes, te miran. Si quieres que te sigan, se generoso con los likes y seguí a las personas que te dan like a vos también, se crece acompañando.

Cuida la ortografía, no hables en inglés si no sabes, hablale como le hablarías a una persona que no sabe de qué hablas.

No te quejes, no critiques , eso sigue contando quien sos vos y quizás el que criticas no lee tus redes.

Mostró el lado bueno, compartiendo frases interesantes, colegas, Información que pueda ayudar a otro. Sos tu propia marca, no te burles, no critiques. Si vas a comentar que sea con respeto. Respeta la privacidad, si alguien no quiere salir en fotos, si salió mal no la publiques.

Hay muchas maneras de compartir y editar para hacer historias.

Si vas a compartir fotos que sean claras, con linda luz, que la foto cuente , si yo no fuese yo ,¿ que veo al mirar ? es un ejercicio interesante que desde la PNL podemos hacer, ponernos en tercera posición y observar ,¿que veo si miro mis redes? ¿Quién es esta persona?

Por último, tiene que estar mi contacto.

¿como se contactan conmigo?,
¿donde vivo?
¿Cual es mi whatsapp ?

Si bien son algunos tips, especialmente para los que se están amigando con redes, me pareció importante poder compartirlos. Hay mucho para hacer y profundizar.

Quedo atenta a sus comentarios y si hay algún tema en especial que quisieran que escriba, con mucho gusto lo haré. Gracias por llegar hasta acá, con cariño, Laura Genovese.

LA MAGIA DE LAS PALABRAS ¿Usas palabras oscuras o palabras luminosas? Por MAYTE GALIANA

«Ser luz en la vida cotidiana empieza por el uso consciente de lo que decimos»

¿Las palabras tienen energía?

En un artículo anterior hemos visto las posibilidades que nos ofrece el dar un nuevo marco a las situaciones que describimos. Así, el cambio de «desastre» por «imprevisto», o «tengo que» por «compromiso», generan una energía muy diferente creando un Estado CRASH en la persona o un Estado COACH.

Las palabras al ser emitidas se transmiten por ondas y las ondas tienen una frecuencia y una longitud que cuando no llega tiene un impacto sobre nosotros.

Paolo Borzacchiello en su libro 'Il código segreto del linguaggio' etiqueta las palabras de baja energía como BOC y las de alta energía como ALF



Transformando palabras BOC en palabras ALF

Cuando una persona llega a una sesión, una de las primeras cosas que hacemos es transformar la energía de sus palabras. Anotamos en una pizarra las palabras que van surgiendo y que le sitúan en un bloqueo o estrés.

«La forma de hablar produce unas conexiones neuronales y emocionales que crean una forma de estar»

Las palabras más utilizadas son: problema, dificultad, caos etc... y además cada persona tiene sus palabras BOC.

En una conversación he llegado a detectar hasta 10 palabras BOC en la breve descripción de su situación apareciendo palabras como: agobio, soledad, me presiono, todo es un caos....

Antes de hacer la transformación, ten disponibles las palabras ALF. Ofrece la posibilidad de que la persona reencadre sus propias palabras desde su experiencia.

LA MAGIA DE LAS PALABRAS ¿Usas palabras oscuras o palabras luminosas? Por MAYTE GALIANA

Estos son algunos de los reencuadres ofrecidos o encontrados.

| BOC bajas, oscuras, contraídas | ALF altas, luminosas, fluidas |
|--|---|
| Problema | Situación, tema a resolver |
| Grave | Importante, delicado |
| Difícil | Poco entrenado |
| Discutir | Puntos de vista, explorar opiniones |
| Agobio | Hago diferentes cosas a la vez |
| Me presiono | Busco resultados útiles |

Una vez hecha la transformación se acompaña a la persona a acoger su situación, esto significa acoger a su cerebro reptiliano.

Necesitamos sentir que nos entienden. Incluso en nuestro propio diálogo interno es necesario reconocernos, ver que lo que estamos expresando es un reflejo de nuestra experiencia. Así que tanto para nosotros, con nuestros pensamientos, como a la hora de dirigirnos a otras personas a crear nuevos reencuadres, se les presenta desde esa aceptación de su experiencia.

La palabra mágica para sentir aceptación: **«es verdad », «es cierto»**

«Aceptar es validar la percepción del otro en un contexto determinado»

Y eso es lo que va apareciendo en la pizarra con la palabra mágica para que pueda entrenar el paso de la energía BOC a ALF cada vez que sea consciente de eso. Os mostramos la última pizarra



¿Cuántas palabras nos decimos al día? ¿Cuántas de éstas son luminosas? Te presento un nuevo reto: Cuidar tu lenguaje para que tus días sean fluidos. Cuidar el lenguaje de otros desde la aceptación a través de la palabra mágica **«es verdad », «es cierto»**

«Detectar las palabras de baja energía y ofrecer la posibilidad de transformar en otra cosa es abrir un Mundo de posibilidades a la creación de un Nuevo camino»

DESDE EL REINO METAFÓRICO ...

LA ESCUELA DE LOS ANIMALES

De George H. Reavis

Una vez, hace muchísimo tiempo, los animales decidieron que debían hacer algo heroico para enfrentarse con los problemas de «un mundo nuevo», de modo que organizaron una escuela.

Adoptaron un programa de actividades compuesto de atletismo, escalada, natación y vuelo. Para facilitar la administración del programa, todos los animales se apuntaron en todas las actividades.



El pato era excelente en natación, e incluso mejor que su instructor, pero en cuanto al vuelo, sus notas apenas le permitieron pasar y en atletismo era un desastre. Como era tan lento corriendo, tuvo que quedarse después de clase, E incluso dejó de nadar para practicar a conciencia.

Esta situación se mantuvo hasta que se le desgastaron muchísimo las membranas de las patas y terminó nadando con una velocidad discreta. Pero como en la escuela su nivel era aceptable a nadie le preocupó el asunto, salvo al pato.

El conejo empezó siendo el primero de la clase en atletismo, pero sufrió un colapso nervioso porque tanta natación lo había dejado agotado.

La ardilla era una escaladora excelente hasta que se frustró en la clase de vuelo libre, donde su instructor le hizo empezar remontándose desde el suelo, en vez de descender desde las copas de los árboles. Además, sufrió una contractura muscular por exceso de ejercicio que se tradujo en notas bajísimas tanto en escalada como en atletismo.

El águila, alumna problemática por excelencia, fue severamente castigada. En la clase de escalada venció a todos los demás llegando primera a la cima del árbol, pero insistió en llegar allí a su manera.

Al finalizar el año, una anguila anormal capaz de nadar asombrosamente bien y además de correr, trepar y volar un poco, obtuvo el promedio más alto y le encargaron el discurso de despedida.

Los perros salvajes no quisieron ir a la escuela y dejaron de pagar impuestos porque la administración no quiso incluir en el programa de estudios actividades como excavar y hacer madrigueras.

Pusieron a estudiar a sus cachorros con un tejón y más adelante se unieron a las marmotas y las ardillas de tierra para iniciar una selectísima escuela privada.

¿Tiene alguna moraleja esta fábula?

George H. Reavis