



RED
Latinoamericana
de PNL



LA MAGIA CONTINÚA

Revista Digital de libre Distribución

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

E-book 95

www.redpnl.net

LA MAGIA CONTINÚA ÍNDICE

E-book Nro. 95 COPYRIGHT ® RED L. DE PNL

Un objetivo, sobre todo si es a largo plazo, puede parecer intimidador.
El plan de acción fracciona el objetivo en pasos más pequeños, cada uno de ellos en sí mismo manejable. Es el mapa de tu viaje. JOSEPH O`CONNOR

COGNICIÓN Y CREATIVIDAD

Los mitos acerca de la creatividad (primera parte)

Por Laura Szmuch

Pág. 1 y 2

EL CÓDIGO NUEVO DE LA PNL

Entrenado con John Grinder y Carmen Bostic

Por María Sara Cardozo

Pág. 3 a 5

AFIRMACIONES

Lo diferente desde la PNL

Por Steve Andreas

Pág. 6 a 8

LAS 7 REGLAS DE ORO PARA EL LOGRO DE OBJETIVOS

Un clásico de la PNL bajo la mirada de un Coach

Por Joseph O`Connor

Pág. 9 a 12

EL VOCABULARIO DEL ÉXITO

El poder del vocabulario transformador y las metáforas globales

Por Anthony Robbins

Pág. 13 a 15

DESDE EL REINO METAFÓRICO ...

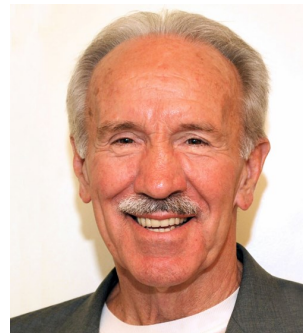
OBSTÁCULOS ... De Jorge Bucay

Pág. 16

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.

¿En qué se diferencia el Nuevo Código del antiguo? ¿Sigue siendo PNL o es otra cosa? ¡Pues claro que es PNL! ¡La PNL es un filosofía de vida! El nuevo código se diferencia en que pensamos que si los programas eran casi siempre inconscientes, debíamos proponer un trabajo con ese inconsciente. Darle mayor importancia. En colaboración con Judith De Lozier, empezamos a profundizar en ese trabajo, que luego he ido actualizando constantemente con la ayuda imprescindible de mi esposa, que me acompaña siempre, Carmen Bostic St. Clair. Trabajar con el inconsciente, es decir, esa parte de nuestra mente que no controlamos. Fíjate, no podíamos dejar que nuestra mente consciente se ocupara de cosas tan complejas como la curación, el cambio, etc. Dar un espacio a esa parte del cerebro que suele estar en dominada por el hemisferio derecho para hacerse cargo de funciones básicas de nuestro ser. El código nuevo propone una solución que está más allá de lo que la persona puede pensar. La mente inconsciente puede resolver el problema de un modo impensable para nosotros.



COGNICIÓN Y CREATIVIDAD

Los mitos acerca de la creatividad (primera parte)

Por Laura Szmuch

1

Hay una creencia generalizada y romántica acerca de la innovación creativa. Este mito presupone grandes saltos extraordinarios, fuera de lo normal, producidos por los seres creativos.

Otro mito es que las ideas son producto de la genialidad de ciertas personas, y nunca se sabe de dónde surgen. Como decían los griegos, las musas se presentan e inspiran al artista o creador, proveyéndolo de un repentino impulso creador, el conocido fenómeno “¡Ajá!” (Weisberg, 1987).

En la literatura acerca de la creatividad se encuentran relatos de creadores en los cuales ellos mismos explican su creación como si fueran procesos inconscientes del pensamiento.

Weisberg (1987) pone como ejemplos los relatos de Poincaré (matemático), Mozart (compositor) y Coleridge (poeta), en los cuales la creación parece provenir de una iluminación súbita.

Sus testimonios, si bien diferentes, tienen una característica en común: parece haber un espacio grande entre el momento en que cada uno de ellos abandonó el trabajo que venía haciendo y el producto final. No parece haber pulido y corrección, ni ayuda exterior para ese salto intelectual. Si es que hubo pasos entre una cosa y otra, parecen haber sido inconscientes.

Estos testimonios de naturaleza subjetiva plantean el inconveniente de ser producidos mucho tiempo después de acontecidos los hechos. Existe el riesgo de que sean recuerdos deformados, es decir, que falten partes importantes de los eventos, o que otros detalles hayan sido agregados después.

De acuerdo con Graham Wallas, los actos de creación constan de cuatro partes importantes: la *preparación*, que consiste en un trabajo consciente previo infructuoso, la *incubación*, que es la fase donde el trabajo inconsciente resuelve los problemas, la *iluminación*, o la visión súbita de una solución.

Un cuarto paso es la *verificación*, que es la etapa en donde se elabora lo que ha sido vislumbrado. Poincaré y Hadamard, matemático también, estaban muy interesados en los procesos de creación matemática. Según ellos, la invención y el descubrimiento surgen de la combinación de ideas.

Es el inconsciente quien dirige esa actividad mental, el cual le informa al consciente cuando lo que surge es valioso.

Arthur Koesler combina la tesis de Poincaré con un análisis del inconsciente basado en la teoría de Freud. Según su punto de vista, lo que se hace en la incubación es combinar ideas que fueron activadas durante el proceso consciente.

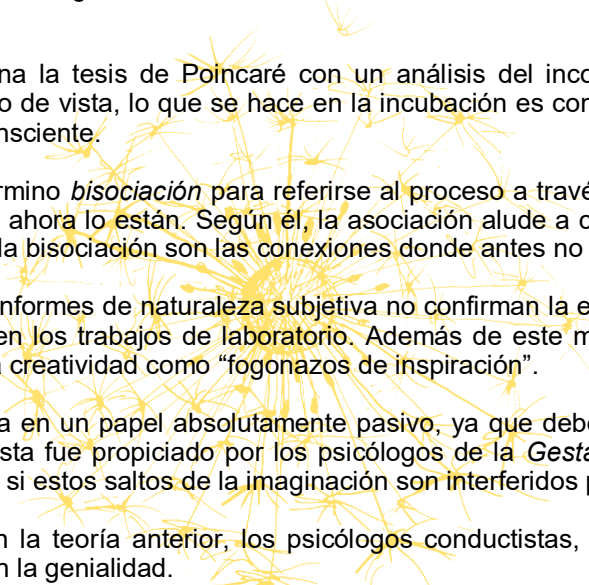
Koesler propuso el término *bisociación* para referirse al proceso a través del cual las ideas que antes no estaban relacionadas, ahora lo están. Según él, la asociación alude a conexiones previamente establecidas entre las ideas, y la bisociación son las conexiones donde antes no había ninguna (Weisberg, 1987).

Según Weisberg, los informes de naturaleza subjetiva no confirman la existencia de procesos inconscientes y tampoco lo hacen los trabajos de laboratorio. Además de este mito, él menciona el del “¡Ajá!”, es decir, el que explica la creatividad como “fogonazos de inspiración”.

Esto deja a la persona en un papel absolutamente pasivo, ya que debe esperar a que la inspiración llegue. Este punto de vista fue propiciado por los psicólogos de la *Gestalt*, a comienzos del siglo XX. La gran pregunta aquí es si estos saltos de la imaginación son interferidos por la experiencia previa o no.

En contraposición con la teoría anterior, los psicólogos conductistas, consideran que la creatividad no tiene nada que ver con la genialidad.

Según Watson, nada de lo que una persona pudiera hacer es realmente creativo. Como la situación nueva tiene siempre elementos familiares, es simplemente una situación vieja con ropa nueva.



COGNICIÓN Y CREATIVIDAD

2

Los mitos acerca de la creatividad (primera parte)

Por Laura Szmuch

Las personas se comportarían en forma aleatoria, simplemente combinando respuestas ya conocidas. Para los conductistas, la creatividad no es un tema por estudiar porque definida como proceso que interviene en la producción de algo nuevo, no existe. Es algo antiguo o algo producido en forma accidental.

Esta teoría es conocida con el nombre de asociacionismo (Weisberg, 1987). En oposición, los psicólogos de la Gestalt insistían que para resolver problemas no hacían falta conocimientos específicos ni experiencia previa.

Ellos distinguían entre *pensamiento reproductivo*, que es una invocación de experiencias pasadas, y el *pensamiento productivo*, que es la creación de algo nuevo. Weisberg dice que hay muy pocas pruebas de que las soluciones creativas provengan en súbitas iluminaciones de la inteligencia con independencia de la experiencia anterior.

¿Es posible enseñar a pensar creativamente? Edward De Bono presupone que hay dos formas de pensamiento: pensamiento convergente y pensamiento divergente (o lateral). Él enseña formas para facilitar el pensamiento creador utilizando el “torbellino de ideas”.

La hipótesis básica es que la producción de muchas ideas favorece las probabilidades de resolver creativamente un problema. Su método ayuda a la generación inicial de ideas. El pensamiento lógico no sirve para pensar creativamente, porque nos quedamos en los pensamientos previos.

El objetivo de sus métodos es facilitar la ruptura con viejos hábitos de pensamiento y contribuir a combinaciones de ideas y formas nuevas para considerar el problema (Weisberg, 1987).

Fue J.P. Guilford quien contribuyó la confección de tests para medir distintos aspectos de la creatividad. Desde su punto de vista, los individuos poseen rasgos, o propiedades psicológicas duraderas, relacionados con la creación. Lo que él mide son las ideas nuevas de una persona u originales y la flexibilidad de pensamiento.

Laura Szmuch

Máster Trainer y Coach en PNL. Magíster en Psicología cognitiva y aprendizaje.

Docente y coordinadora de Modelados Neurolingüísticos, Coaching de la Inspiración y Trainer en PNL.

LA CREATIVIDAD

La creatividad es la capacidad o habilidad del ser humano para inventar o crear cosas, que pueden ser objetos físicos, ideas, representaciones o simplemente fantasías. Se trata de la posibilidad de generar lo nuevo: nuevos conceptos, nuevas ideas o nuevas asociaciones entre ellos, lo cual conduce habitualmente a nuevas soluciones a los problemas.

El pensamiento creativo está muy valorado en nuestras sociedades, en las que la innovación y el cambio juegan un rol importante. En él intervienen la memoria, la inteligencia, la imaginación y otros procesos mentales complejos que conducen al pensamiento original.

La creatividad es típica de la cognición humana, y es lo que la diferencia de las formas de inteligencia artificial. Está presente en distinta medida en numerosas formas de personalidad (llamadas personalidad creativa) y se encuentra en estado puro y libre durante la niñez, cuyo mayor ejemplo son los juegos de la imaginación. Escritores, artistas, arquitectos, científicos e inventores son cultores del aspecto creativo de su personalidad.

La creatividad es común a todos los seres humanos (e incluso algunas especies animales) pero puede ser potenciada o no, conforme a los hábitos y las preferencias de cada individuo. Los más creativos serán los que puedan dar con una forma novedosa de resolución de un problema, o una representación novedosa del mismo.

EL CÓDIGO NUEVO DE LA PNL

Entrenado con John Grinder y Carmen Bostic Por María Sara Cardozo

3

Con mucha gratitud y admiración he podido realizar una actualización de mi formación como Coach y Practitioner en el Código Nuevo de la PNL facilitado por John Grinder, Carmen Bostic St Clair y Michael Carroll.

Aquí comparto algunas definiciones, miradas propias y una Técnica a la maravillosa comunidad de la Magia Continua:

El código nuevo representa una evolución natural y a la vez es radical de ciertas variables consagradas del código clásico de la PNL. El código nuevo lleva estas variables a sus valores extremos.

Insistencia en que los supuestos cambios tienen que ser verificados a través de la calibración por el agente de cambio para asegurarse de que se habían producido esos cambios.

La evitación deliberada de los contenidos como parte importante del proceso de cambio.

El uso de claves contextuales como los anclajes para garantizar una adecuada reactivación del estado de los recursos involucrados. (Puente a futuro) y

Una relativa falta de preocupación por entender conscientemente el contenido de los cambios realizados tanto por parte del cliente como del agente de cambio. Esto se traduce en negarse a caer en las investigaciones.

Fuente “Whispering in the Wind”, Bostic y Grinder

Lo más interesante que encontré fue la presencia de John Grinder que es la leyenda pura y original de la PNL, escuchar sus historias de los orígenes, aunque seguramente esos relatos tienen la adaptación de sus propios mapas.

También la pasión que Grinder conserva aún por investigar y transmitir la PNL con lo que según él es la más poderosa manera de aprender, inductivamente, primero la experiencia después el enunciado. Vi y sentí la fascinación de Grinder sobre el poder de la comunicación con el inconsciente, “hablar con el Jefe” según su propia metáfora.

Cuenta que hubo una Técnica que fue el punto de inflexión entre el código clásico y el código nuevo de la PNL, y esta fue Reencuadre (primero en seis pasos y posteriormente en N pasos)

Encontré esta aportación práctica y fascinante y distingo como características básicas :

- La reducción de contenido al mínimo (esto es la historias que sustentan los estados de pocas opciones o sin recursos)
- Las técnicas tienen la finalidad de llegar a un estado de Alta concentración o rendimiento y/o un estado de no pensar en nada o mente en blanco, técnicamente estado de “no nada”
- Respetan un esquema básico idéntico en la mayoría de los patrones, “Formato de Cambio del Código Nuevo”
- El Practitioner es un experto en calibración todo el proceso se basa en calibración y rapport
- Coaching y liderazgo por rapport
- Y el testeo de cambios está prácticamente hecho por calibración y rapport



EL CÓDIGO NUEVO DE LA PNL

Entrenado con John Grinder y Carmen Bostic Por María Sara Cardozo

El hilo conductor del código nuevo que encontré fue la construcción de un gran rapport con el propio inconsciente (casi un ritual), hacer de él mi mejor Aliado y luego trabajar con “mi equipo” por ejemplo en el diseño de una meta o resultado deseado.

“Mi equipo” lo constituye el trabajo conjunto entre la Mente consciente, la mente inconsciente y la voz o voces que viven dentro de cada uno (diálogo interno)

Propongo la siguiente práctica:

ALIANZA CON EL DIALOGO INTERNO

Consiste en reconocer la voz o voces que viven dentro.

Analizar qué cosas que manifiesta la voz son limitantes o de pocas opciones. (Ejemplo no vas a poder no lo intentes)

Analizar qué cambio en las manifestaciones de la voz serían de mayores posibilidades y opciones. (Ejemplo puedes lograrlo confía en ti, haz la prueba)

Usar la metáfora de dos sillas una al lado de la otra y decidir que una de ellas representará la silla en la que se sentará la voz interior, algunas voces internas pueden ser solo imágenes, la otra será la silla en la que se sentará la persona integrando lo que ve, escucha y siente frente a sus situaciones actuales.

Sentarse en la silla de la persona y mirar e imaginar a la voz sentada en la otra silla, y hacer “como si” le explican a la Voz necesidades concretas de ayuda o colaboración (te pido que me ayudes a dar esta exposición, asistir a la entrevista, conversar con mi jefe, etc.) ir tomando registro consciente de las percepciones

Hacer movimientos para separarse de la primera parte del trabajo, mover brazos y piernas, respirar, mirar al techo y disponerse a seguir con la actividad

Tomar asiento en la silla de la voz, y por un breve instante de tiempo, entrar en ese rol, repasar mentalmente el pedido de la persona sentada en la otra silla y dar una respuesta (estoy dispuesto a ayudar ahora entiendo, ten en cuenta que te estaré ayudando, etc.)

Repetir este proceso, como si fuera un juego, hasta lograr la alianza.

La propuesta es que con la práctica se masteriza el ejercicio y al convertir a la voz interna en una colaboradora hay resultados extraordinarios en el bienestar y la autoestima.

Un aporte extraordinario a mi vida hizo esta práctica y esta definición. La voz alentándome pasando por cosas tan simples como ¡descansa tranquila! a cosas como ¡puedes dar un gran entrenamiento!

La conexión con la mente inconsciente, buscando señales a una señal involuntaria como respuesta de **si** y respuesta de **no**, abre un canal de comunicación constante y poderosa con el mejor de los aliados.

Hablar en primera persona con este Aliado para lograr un filtro emocional o un reencuadre de síntomas a uno más ecológico es una manera extraordinaria de dar calidad a la vida.

Pregunta simplemente:

“¿Te comunicarás conmigo?”

Cuando sientas un cambio en tu cuerpo, toca esa parte de tu cuerpo y dile: “¡Gracias!”

Si tienes dudas puedes pedirle que la repita, hasta estar segur@

Cuando la sensación aparezca por segunda vez, ofrece un “Gracias”.

EL CÓDIGO NUEVO DE LA PNL

Entrenado con John Grinder y Carmen Bostic Por María Sara Cardozo

Luego intenta consciente y voluntariamente reproducir la sensación/es experimentadas previamente. Si eres incapaz de hacerlo, la sensación es una señal involuntaria.

Una vez que tengas la señal involuntaria verificada, sigue las mismas instrucciones para crear la señal de no.

Listo a vivir en comunicación con un poderoso aliado.

Por ejemplo:

¿Podrías mantearme a salvo emocionalmente frente a la siguiente conversación?

¿Podrías transformar este dolor por otra señal más ecológica para mí por favor?

¿Podrías activar los recursos que adquiriré frente al examen que voy a rendir?

Respondiendo siempre con Gracitud

Para los apasionados de PNL comparto un cuadro comparativo entre el código clásico y el código nuevo de PNL a modo de conclusión:

Código Clásico de la PNL

Trabaja principalmente a nivel de comportamiento.

Las opciones son seleccionadas conscientemente

Trabaja a nivel del objetivo.

Más orientado en la mente consciente.

Código Nuevo de la PNL

Trabaja principalmente a nivel del estado.

Nuevas opciones son seleccionadas inconscientemente.

Código Nuevo de la PNL trabaja a nivel de la intención.

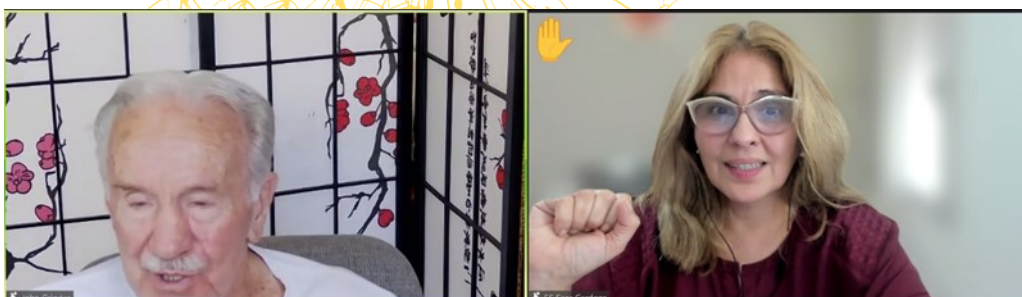
El inconsciente está involucrado en todos los pasos críticos.

En resumen he visto, escuchado y sentido la experiencia de formarme con la leyenda John Grinder y sigo recibiendo deslumbrantes aportaciones que por admiración y rapport me hacen amar vivir y transmitir PNL

MARIA SARA CARDOZO

Trainer en PNL

Directora Escuela Ser pleno de Coaching en PNL- Tucumán



AFIRMACIONES

Lo diferente desde la PNL

Por Steve Andreas

"Las estrellas de mar son una plaga para los pescadores que viven de pescar mariscos y otros moluscos en el mar, ya que las estrellas se alimentan de estos animales.

Los pescadores pensaron que para matar a las estrellas bastaría con picarlas y arrojar los trozos de vuelta al mar, pero no sabían que cada fragmento se regeneraba en un adulto perfecto y, en última instancia, esto daría lugar a una población aún mayor, hasta que se entendiera mejor el problema".

Wikipedia.

Mucha gente recomienda que decir afirmaciones positivas, una y otra vez, es una forma de cambiar tus creencias sobre ti mismo y mejorar tu vida.

Las afirmaciones se originaron a partir de la obra de Émile Coué (1857-1926) quien propugnaba decir la frase de abajo, una y otra vez, hasta convertirla en un mantra de fondo inconsciente: "cada día, en todos los sentidos, estoy cada vez mejor".

Hay un serio problema con esta declaración en particular en la repetición de la palabra "totalidad". Nunca será cierto que estoy mejorando cada día en todos los sentidos. La realidad no es así. Incluso si estoy mejorando maravillosamente en muchos sentidos, no será en todos los sentidos. La mayoría de nosotros tenemos una voz interior que escucha declaraciones universales y las desafía, ¡y aquellos que no tienen ese tipo de voz estarían mejor si la tuvieran!

Si me digo a mí mismo la afirmación de Coué, aliento a mi voz interior a encontrar excepciones a esta generalización universal. Ella podría decir sarcásticamente: "¡Sí, claro! ¿Qué tal la forma en que te dirigiste a tu esposa esta mañana? ¿Es mejor? ¿Qué tal esa rodilla adolorida que te rompiste ayer, de modo que hoy estás cojeando? ¡Eso creo!"

Entonces, incluso si vale la pena seguir con la idea de las afirmaciones, uno debe tener mucho cuidado con las palabras que nos decimos a nosotros mismos, o la afirmación puede "contraproducente" y producir resultados contrarios.

Cualquier palabra universal, como "todos", "siempre", por lo general incita a una voz antagónica y esto puede hacer que tu optimismo disminuya. Pero hay otros problemas con las reclamaciones que pueden no ser evidentes de inmediato. Un sitio de Internet dice lo siguiente sobre las reclamaciones:

"La idea detrás de estas técnicas es bastante simple. La mayoría de nosotros crecimos aprendiendo a despreciarnos a nosotros mismos por cualquier error real o imaginario. Crecimos creyendo ciertas cosas sobre nosotros mismos o comparándonos negativamente con los demás. El uso de afirmaciones positivas es una técnica para cambiar ese diálogo interno negativo en algo más positivo".

El objetivo de tener voces internas que sean positivas suena muy atractivo. Sin embargo, si examinamos un poco más de cerca esta receta, la idea de agregar afirmaciones positivas tiene algunos problemas.

Si asumimos, como lo hace la cita, que la mayoría de nosotros "hemos crecido aprendiendo a despreciarnos a nosotros mismos por cualquier error, real o imaginario", ¿qué sucederá cuando introduzcamos una nueva voz que sea positiva y solidaria? Habrá un conflicto inevitable entre estos puntos de vista opuestos. Además, la vieja voz que desprecia probablemente redoblará sus esfuerzos para estar en desacuerdo con la voz que la apoya. Esto puede resultar en ponernos aún más bajo que antes de agregar esta declaración.

Según Wikipedia, "Para que una afirmación sea efectiva, debe estar en tiempo presente, ser positiva, personal y específica". Otro sitio ofrece los siguientes ejemplos:

"Soy saludable, feliz, inteligente y libre".

"Estoy rodeado de gente que me quiere".



AFIRMACIONES

7

Lo diferente desde la PNL Por Steve Andreas

Estos ejemplos coinciden con los cuatro criterios mencionados en Wikipedia, pero no coinciden muy bien con mi realidad.

Aunque "soy saludable, feliz, inteligente y libre" no tiene el universal "todos", está implícito, y no conozco a nadie que siempre sea saludable, feliz, inteligente o libre. Si me digo esto a mí mismo cuando estoy enfermo, triste, aburrido o me siento inmovilizado, se opondrá a lo que siento y no será de mucha ayuda.

¿Con qué frecuencia es cierto que estás rodeado de personas que te quieren? Es posible que tengas muchas personas a tu alrededor en casa que te quieren mucho, pero ¿qué pasa en el trabajo o en la tienda? Probablemente haya al menos otras personas allí que sean indiferentes y que incluso puedan ser hostiles.

Si una declaración no concuerda con su realidad, la parte de usted que controla la realidad será provocada a cuestionarla, frustrando nuevamente el propósito de la declaración. Sin embargo, si creamos voces internas que sean un poco más sutiles en las palabras que usan, hay formas de sortear esta dificultad.

UN MUNDO FELIZ

La siguiente declaración interesante fue publicada en un grupo de noticias hace un año por correo electrónico de Vikas Dikshit, un formador de educadores de PNL de Pune, India:

"Hace unos 18 meses, una joven me pidió ayuda con su depresión. Vio a un psiquiatra y tomó medicamentos para su depresión durante unos meses.

Le sugerí que mirara a su alrededor y se dijera mentalmente a sí misma: "Estoy sentada en esta silla feliz. Aquí está esta mesa feliz. Y estas son ventanas felices con cortinas felices". Le sugerí que hiciera esto todos los días durante diez o quince minutos.

Después de quince días, llamó para decir que ahora se sentía muy bien. Después de unos dos meses, el psiquiatra suspendió el medicamento. Continúa llamándome de vez en cuando y dice que todavía se siente muy bien. La más reciente fue cuando estuvo en mi ciudad hace unos diez días."

Aproximadamente un año después de ese correo electrónico, Vikas escribió para decir que su cliente todavía se siente muy bien y que ha utilizado con éxito el mismo método, o variaciones del mismo, con otros clientes. Si bien este método parece demasiado simple para ser efectivo, emplea algunos aspectos muy sutiles del lenguaje.

La forma más sencilla de entender este proceso es que es el mismo que todos hacemos muchas veces, pero usado de una manera más útil. Si alguien habla de un "día oscuro", en realidad no está hablando del día, está hablando de sus sentimientos. Cuando alguien habla de una "quemadura agradable", ¿está hablando de la quemadura o de cómo se siente? Cuando alguien habla de la cortina feliz, significa que se siente feliz.

Dado que todas las oraciones tratan sobre algún aspecto del mundo feliz, no hay conflicto entre decirlo cuando la persona no se siente feliz. Una persona infeliz todavía puede hablar de cortinas felices. Esto es muy diferente de la afirmación "Soy feliz", que contradirá el estado actual de alguien si es infeliz.

Este proceso dirige tu atención a las cosas que te rodean en el momento presente, tal como lo hace cualquier meditación útil. Dado que tiene una atención limitada, esto cambiará simultáneamente su atención de lo que estaba haciendo a lo que lo estaba haciendo infeliz, incluido un diálogo interno negativo que estaba sucediendo en su mente.

La palabra "feliz" es un desencadenante de este estado, por lo que su uso tiende a provocar sentimientos felices, sin importar lo que describa, ya sea una silla o una mesa. Cuando describo las cortinas como "felices", conecta la felicidad con las cortinas y con todo lo demás en mi entorno que describo con esa palabra. Después de eso, cada vez que miro las cortinas, y las otras cosas a mi alrededor, pensaré en la palabra "feliz" y eso tiende a provocar ese sentimiento feliz. Si todo lo que me rodea está etiquetado de esa manera, pronto estaré rodeado de cosas que ahora están asociadas con la palabra "feliz" y que provocan ese estado de ánimo.

AFIRMACIONES

8

Lo diferente desde la PNL Por Steve Andreas

Suele haber una correspondencia o equivalencia entre los estados internos de alguien y lo que percibe a su alrededor. Una persona feliz vive en un mundo feliz y una persona triste vive en un mundo triste. Una persona triste tiende a notar los eventos tristes que la rodean, mientras que una persona feliz tiende a notar las cosas felices.

El método de Vikas utiliza esta equivalencia a la inversa para provocar un cambio de humor. Notar cosas felices significa sentirse feliz.

Sin embargo, debe tener mucho cuidado si incluye a otras personas en sus comentarios felices y observe qué tipo de reacción provocan en usted estos comentarios, ya que esto puede crear un contraste inadecuado.

Si veo a un niño feliz, me puede hacer sentir feliz, porque no soy un niño, así como no soy una silla o una cortina. Pero si noto que otros adultos están felices, ese contraste con mi estado actual puede agravar mi infelicidad. Si los que me rodean son felices, cuando yo soy infeliz, mi infelicidad puede empeorar aún más. Por lo tanto, es mucho más seguro no incluir a otras personas, ni siquiera a niños o animales, y usar solo objetos inanimados.

Otra forma de pensar acerca de este método es que es un ejemplo del patrón de lenguaje hipnótico llamado "restricción selectiva". Dado que una ventana no puede ser feliz, su mente inconscientemente trata de dar sentido a la palabra "feliz" aplicándola a otra cosa.

Si estás solo, eres la única posibilidad disponible, e incluso si estás con otros, sigues siendo una posibilidad. Debido a que todo este procesamiento se lleva a cabo de manera completamente inconsciente, no puede ser contrarrestado por su pensamiento consciente.

Por supuesto, a pesar de toda esta maravillosa comprensión, este proceso puede anularse por completo si alguien usa un tono de voz sarcástico, burlón o desdenoso. Pero si usa un tono que es habitual, simplemente informando su experiencia "objetivamente", o algún tono que exprese aunque sea un poco de placer, el proceso funcionará. Si hace esto consigo mismo o con otra persona, puede notar el tono y cambiarlo si no es compatible con el método.

También puede usar este método con cualquier otro adjetivo conveniente, como "tranquilo" o "pacífico" para alguien que se agita fácilmente, "amable" para alguien que se siente enojado, o "equilibrado" o "centrado" para alguien que se siente disperso o caótico. Simplemente identifique el estado de ánimo problemático, piense en su opuesto y luego seleccione un adjetivo que exprese ese estado de ánimo opuesto para reemplazar el "feliz".

Por ejemplo, si alguien tiene miedo o está ansioso con frecuencia, lo opuesto es seguro, y podría usar esa palabra para describir el mundo que lo rodea. "Veo la silla segura", "Estas son cortinas seguras", "Esa es una computadora segura", etc.

Asegúrese de elegir una experiencia opuesta, no algo en el medio de un espectro. Por ejemplo, si siempre estás criticando y muchas veces te niegas a aceptar algo, lo contrario sería dar la bienvenida o amar, no aceptar, lo cual es muy neutral.

Pruebalo ahora. Piensa en un estado desagradable en el que te encuentras a veces...

Luego piensa en su opuesto, un estado positivo que te gustaría tener en lugar de eso...

Así que usa esa palabra para describir las cosas que te rodean, ya sea internamente o en voz alta. Continúe haciendo esto durante varios minutos y observe cómo cambia su reacción...

Este método es una declaración que funciona y no alentará a otras voces en conflicto a estar en desacuerdo con él.

LAS 7 REGLAS DE ORO PARA EL LOGRO DE OBJETIVOS

9

Un clásico de la PNL bajo la mirada de un Coach Por Joseph O' Connor

Las siete reglas de oro para los objetivos

Cuando te marcas un objetivo, éste debe ser valioso. Debe expresar tus valores de lo contrario, ¿para qué hacerlo?

Existen siete reglas de oro para los objetivos que resultan inmensamente útiles tanto para establecer tus objetivos como para ayudar a otros con los suyos. Estas reglas sirven por igual a los objetivos profesionales, a los personales y a los empresariales.



1. El objetivo debe ser expresado en positivo

Todo objetivo-resultado debería ser expresado en términos positivos, describiendo lo que quieres y no lo que no quieres o deseas evitar.

Muchos clientes se dan cuenta de lo que va mal en su vida y quieren alejarse de ello. Te dicen exactamente qué es lo que no quieren.

Pero marcarse objetivos negativos como ir de compras con una lista de lo que no quieres comprar.

El poder de la definición de objetivos reside en que fija tu atención y centra tus pensamientos. Si te fijas un objetivo negativo éste centrará tu atención sobre lo que no quieres, de modo que, por ejemplo, si tu objetivo es no perder dinero, tus pensamientos estarán ocupados con la idea de «perder dinero». Si te marcas el objetivo de dejar de fumar, tu atención se centrará en «fumar». Es mucho más aconsejable pensar en lo que quieres, en este caso ganar dinero, tener mejor salud y relajarte.

Esta regla de oro sólo se aplica a los *objetivos-resultado*, es decir, a tu destino final. Un destino tiene que ser positivo, es algo hacia lo que te mueves. En cambio, el objetivo-proceso, cómo llegar adonde quieres, puede definirse en términos negativos. De hecho, alcanzar el objetivo final suele comportar desprenderse de algo. Trataremos de ello al hablar sobre cómo diseñar un plan de acción.

Preguntas clave en relación con la primera regla de oro:

- « ¿Qué es lo que quieres? »
- « ¿Qué quieres en lugar de lo que tienes? »
- « ¿Qué preferirías tener? »

2. El objetivo tiene que ser específico

Asegúrate de que tu objetivo-resultado - tu destino final - sea lo más específico posible. En algunos casos eso resulta fácil, por ejemplo si quieres un ordenador nuevo, cambiar de coche o una nueva casa, pero con los objetivos abstractos o intangibles la cosa se complica. No resulta fácil ser específico acerca de una relación mejor o de tener más confianza en uno mismo. En estos casos lo mejor es ser específico en relación con las pruebas que te permitirán saber que has alcanzado el objetivo. Por ejemplo, si el objetivo-resultado consiste en tener más confianza en ti mismo, puedes decir que eso significará que puedas hablar en público durante diez minutos después de una cena sin que te entren sudores fríos y pases la noche anterior dando vueltas en la cama.

El discurso tiene que ser reconocido como razonablemente aceptable al menos por dos personas presentes, que se comprometan a darte su opinión sincera. Para objetivos tangibles —por ejemplo, «quiero un coche nuevo»—, en los que el resultado es un objeto físico concreto, especificalo, pero dentro de unos límites apropiados. No trates de ser perfeccionista; el perfeccionista no tan sólo es demasiado específico sino que no se conforma con nada diferente.

El coach comienza con los objetivos a largo plazo de su cliente, y sobre tales objetivos no es posible ser muy específico. No hay modo de clavar el futuro cual mariposa en un corcho. Cuanto más próximos en el tiempo sean los objetivos, más específico podrás ser al respecto. Puedes decir *cuando*, *dónde* y *con quién* vas a alcanzarlos.

En el caso de objetivos abstractos —como, por ejemplo: «Quiero tener más seguridad en mí mismo», donde la seguridad en uno mismo es una cualidad abstracta no trates de especificar el resultado. Será mejor que especifiques lo que querrás ver, oír y sentir, es decir, las pruebas que te permitirán saber que has alcanzado el objetivo deseado.

LAS 7 REGLAS DE ORO PARA EL LOGRO DE OBJETIVOS

Un clásico de la PNL bajo la mirada de un Coach

Por Joseph O' Connor

Algo que *siempre* debería especificarse es la escala temporal:

- ¿Cuánto voy a tardar en alcanzar ese objetivo?
- ¿Cuándo lo quiero?
- ¿Cuánto tiempo hace falta para alcanzarlo?

Eso es de aplicación tanto para el viaje como para el destino final. La duración del viaje te proporciona el tiempo de llegada a tu destino.

Preguntas clave:

- « ¿Qué es exactamente lo que quieres? »
- « ¿Puedes describirlo con mayor precisión? »
- « ¿Qué, exactamente, verás, oírás o sentirás cuando lo alcances? »
- « ¿Cuánto tiempo necesitarás para alcanzarlo? »
- « ¿Cuándo quieres alcanzarlo? »

3. Decide cómo obtendrás la prueba y el feedback del logro de tu objetivo

Es importante definir de antemano las pruebas que te permitirán saber que has alcanzado tu objetivo-resultado: cuando veas, oigas y sientas X, Y y Z sabrás que lo has logrado.

En el caso del objetivo-proceso —el viaje—, lo que te guiará es el *feedback*, que te indicará si estás o no en el camino hacia tu objetivo-resultado. El *feedback* para un vendedor, por ejemplo, es la calidad de la sintonía que establece con un cliente, las pequeñas señales de que va a comprar que éste muestra en respuesta a las ventajas del producto. El buen vendedor se acerca al cierre de la venta siguiendo el *feedback* del cliente a partir de su lenguaje corporal, del tono de su voz y de sus palabras.

Si no prestas atención al *feedback* que recibes puedes perder fácilmente tu objetivo. Eso es particularmente cierto en los objetivos a largo plazo. Imagínate un avión que despegue de São Paulo con destino a Honolulu. El piloto traza la ruta. Honolulu es el destino final. Sin embargo, el comandante no deja que el aparato vuele por su cuenta en cuanto despegue, sino que controla constantemente las condiciones de vuelo, la altura, el tráfico aéreo, los sistemas de seguridad y, por supuesto, la dirección para asegurarse de que el avión seguirá el rumbo establecido. Sabe que iba bien encaminado al salir de São Paulo, pero el viaje requiere su atención constante. Eso es importante aun cuando no se presenten emergencias inesperadas. De hecho, el control constante es parte de la garantía de que *no* va a haber emergencias. Si ésta es la práctica habitual en la aviación, a pesar de todo su equipamiento informático a prueba de fallos, ¡cuánto más importante tiene que ser en el ámbito incierto y vago de la comunicación humana!

Así pues, cuando ayudes a un cliente a definir sus objetivos, deberás formularle varias preguntas que le muevan a reflexionar sobre el *feedback*:

- « ¿Cómo medirás tu progreso hacia el objetivo? »

Para ello hay dos formas básicas, aunque la mayoría de objetivos requerirán algunos elementos de ambos métodos:

1. *Con relación a uno mismo.* Evalúas una vez tu propio rendimiento, más adelante lo vuelves a evaluar y comparas cuánto has mejorado.
2. *Con relación a otra persona.* Por ejemplo, supongamos que quieres ser el número uno en ventas el mes que viene. Para lograrlo no hace falta que mejores tu rendimiento actual, basta con que los demás empeoren el suyo.

- « ¿Con cuánta frecuencia medirás tu progreso? »

Volviendo al ejemplo del vuelo a Honolulu, el piloto se asegura constantemente de que el aparato sigue la ruta establecida. Sería una locura dejar pasar demasiado tiempo entre cada control. A 800 kilómetros por hora, en treinta minutos un avión puede desviarse mucho de su rumbo. De hecho, nunca sigue una dirección precisa. Unas veces se desvía a la derecha, y otras, a la izquierda.

El piloto tiene que corregir esto constantemente, de lo contrario el aparato se desviaría mucho, la corrección sería más difícil y requeriría más tiempo.

LAS 7 REGLAS DE ORO PARA EL LOGRO DE OBJETIVOS

Un clásico de la PNL bajo la mirada de un Coach Por Joseph O'Connor

11

El mismo principio es de aplicación a los objetivos. Necesitamos recabar *feedback* constantemente para asegurarnos de que estamos en el buen camino hacia nuestro objetivo.

Si marcamos hitos en el camino nos será más fácil mantenernos en él. Estas marcas pueden ser nuestra guía; su ausencia puede significar nuestra ruina. Antiguamente, en los caminos, la gente clavaba palos largos cada diez metros. En verano los palos así clavados se veían extraños, pero cuando caía la nieve y camino y campo parecían lo mismo, eran la única señal que te permitía saber que estabas en la buena dirección. Sin ellos podrías estar andando por un campo o al borde de un abismo.



Preguntas clave:

- « ¿Cómo sabrás que has logrado tu objetivo? »
- « ¿Qué marcas dispondrás a lo largo del camino? »
- « ¿Cómo sabrás que estás en el buen camino hacia el objetivo? »
- « ¿Con qué frecuencia comprobarás que estás en el buen camino? »

4. Organiza tus recursos

Necesitas tus recursos *durante el viaje*, no cuando ya has llegado. Los recursos pueden ser:

Objetos: Libros que has leído, equipo y tecnología, cintas de vídeo o audio con información que necesitas.

Personas: Familia, amigos, compañeros u otros contactos que tengas, tal vez de hace mucho tiempo.

Tiempo: ¿Dispones del tiempo necesario para dedicarte al logro de tu objetivo? En caso contrario, ¿cómo vas a obtenerlo? ¿Cómo te las arreglarás si hay largos retrasos?

Modelos: ¿Sabes de alguien que ya haya tenido éxito en alcanzar ese objetivo? ¿Qué puedes aprender de esa persona u organización? ¿Ha escrito alguien acerca de lo que hizo para alcanzar ese objetivo? ¿Existe algún personaje literario, teatral o cinematográfico que puedas usar como modelo?

Cualidades personales: ¿Qué cualidades (habilidades y capacidades) tienes o necesitas desarrollar para alcanzar tu objetivo?

El objetivo puede parecer inmenso y lejano, el viaje largo y arduo, pero **un** pequeño recurso en el lugar adecuado puede marcar la diferencia. Pequeño empujón, gran efecto. Palanca en lugar de fuerza bruta. La palanca se basa en el principio de conseguir el máximo efecto con el mínimo esfuerzo, y puede significar tanto hacer algo como no hacerlo. Piensa en la palanca cuando utilices tus recursos.

Preguntas clave:

- « ¿Qué recursos vas a necesitar para alcanzar ese objetivo? »
- « ¿De qué recursos dispones ya? »
- « ¿Dónde encontrarás los recursos que necesitas? »

5. Se proactivo

De nuevo, este principio es de aplicación al *viaje*, no al destino final. Para alcanzar tú objetivo eres **tú** quien tiene que actuar, no otra persona. Tienes que sentir la causa de tu vida, no el efecto. Muchos clientes acuden al coaching convencidos de que siempre han sido manejados por los demás, de que siempre responden a lo que otros hacen en lugar de hacer algo por sí mismos.

El primer paso para ellos consiste en marcarse sus propios objetivos, y es aquí donde esta regla es particularmente importante. Hay dos formas de hablar de lo que hacemos, y las palabras reflejan cómo pensamos acerca de ello.

LAS 7 REGLAS DE ORO PARA EL LOGRO DE OBJETIVOS

Un clásico de la PNL bajo la mirada de un Coach

Por Joseph O'Connor

La primera es la que denominamos «voz activa». Eso significa que *tú* eres el sujeto del verbo, que *tú* estás haciendo algo, por ejemplo: «Hice esto», «Marco mis objetivos» o «Hice la presentación».

La segunda forma de hablar es la «voz pasiva», que pone el énfasis en *qué* fue hecho e ignora *quién* lo hizo, por ejemplo: «El objetivo fue marcado», «La presentación fue muy bien», etc.

En ningún momento dice *quién* hizo esas cosas. Algunas veces los clientes utilizan la voz pasiva porque les incomoda tomar posesión de un objetivo (¿qué ocurre si fallan?) o por falsa modestia.

Escucha atentamente y asegúrate de que tu cliente utilice la voz activa, de modo que pueda asumir sus propios objetivos.

Preguntas clave:

- « ¿Hasta qué punto controlas ese objetivo? »
- « ¿Qué vas a hacer al respecto? »
- « ¿Qué harás para alcanzar ese objetivo? »
- « ¿Qué puedes ofrecer a los demás que les mueva a ayudarte? »

6. Presta atención a las consecuencias mas amplias

No te fijes únicamente en ti mismo. Toda acción tiene consecuencias para el sistema más amplio en que vivimos. Cada objetivo que perseguimos tendrá consecuencias para nosotros, pero también para otras personas. Eso es algo hay que tener en cuenta desde el primer momento.

Esta regla es de aplicación tanto al viaje como al destino final. ¿Vale la pena ese destino? ¿Conduce a una mayor felicidad? ¿Traerá más equilibrio a tu vida? ¿Saldrán perjudicadas otras personas importantes para ti? ¿Se beneficiarán? ¿Cuál será el coste para ti y para los demás?

También hay que tener en cuenta el viaje. ¿Qué medios vas a utilizar y cuáles serán sus efectos en los demás? Hay quien siente la tentación de atacar objetivos con una obcecación y una ferocidad que resultan perjudiciales familia o los amigos.

Como reza el refrán, puedes tener todo lo que quieras a condición de que estés dispuesto a pagar el precio. ¿Cuál es el coste de tus objetivos? ¿Estás dispuesto a pagar ese precio? No estamos hablando únicamente de dinero, sino también de tiempo y oportunidad.

Preguntas clave:

- « ¿Cuáles son las consecuencias para otras personas? » Deseas mirarlo desde la perspectiva de otras personas importantes para ti e imaginar qué pensarían de esos objetivos.
- « ¿Cuál es el coste en tiempo, dinero, y oportunidad? »
- « ¿A qué podrías tener que renunciar? »
- « ¿Cómo quedará afectado el equilibrio entre los diferentes aspectos de tu vida (por ejemplo, en las relaciones, el ocio, el ámbito profesional, la salud) cuando alcances ese objetivo? »
- « ¿Qué hay de importante en tus circunstancias actuales que tal vez tengas que dejar atrás? »

7. Prepara un plan de acción

Eso es lo que convierte un sueño en un objetivo. Cuando defines los pasos hacia tu objetivo, le estás poniendo piernas a tu sueño.

Para emprender la acción necesitas estar motivado. Es por eso que los objetivos tienen que ser difíciles, pero también realistas. Necesitas esforzarte para alcanzarlos, pero también saber que son posibles.

Un objetivo, sobre todo si es a largo plazo, puede parecer intimidador. El plan de acción fracciona el objetivo en pasos más pequeños, cada uno de ellos en sí mismo manejable. Es el mapa de tu viaje.

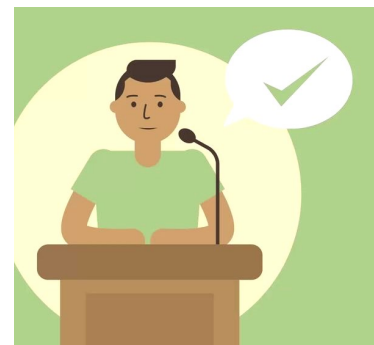
EL VOCABULARIO DEL ÉXITO

13

El poder del vocabulario transformador y las metáforas globales Por Anthony Robbins

Te has sentido alguna vez conmovido por un gran orador? ¿Recuerdas todavía las palabras de John F. Kennedy, Winston Churchill o Martin Luther King? Con el poder de sus palabras, aquellos hombres no sólo murieron en ti y en mí sino en países enteros, y siguen conmoviendo a la gente incluso después de sus muertes.

Pero ¿te has parado alguna vez a pensar en el poder que tú tienes para inspirarte o deprimirte según las palabras que sueles emplear? ¿Son normalmente optimistas o devastadoras? ¿Te dan esperanza o desesperación? Uno de los descubrimientos más importantes es aquel del poder que tienes de cambiar inmediatamente tu situación con el sencillo recurso de escoger conscientemente las palabras que empleas para describir tus sentimientos.



Las palabras tienen el poder de empezar guerras o hacer la paz, de destruir relaciones o consolidarlas. Nuestra manera de sentir las cosas depende de los significados que les atribuimos. Las palabras que eliges, consciente o inconscientemente, para describir una situación, cambian de inmediato lo que esta situación significa para ti y tu modo de sentir.

Te sentirás distinto si, en lugar de calificar un acontecimiento de devastador lo describes como «¿un poco decepcionante»? ¿Hay diferencia de carga emocional entre un «problema mayor» y un «contratiempo sin importancia»? ¿Qué pasaría si me confiaras una de tus convicciones y te dijera que estás equivocado? ¿Si te dijera que cometes un error? Peor aún, ¿si escogiera la frase: «Estás mintiendo!»? ¿Repercutiría esto en nuestra conversación?

Hace años, hice un descubrimiento que me cambió la vida. Estaba en una reunión de trabajo con dos de mis socios cuando recibimos una noticia que, sin duda, tendría consecuencias negativas. Cada uno de nosotros, sin embargo, reaccionó de manera distinta a la noticia. Es más, no pude obviar el hecho de que cada uno de nosotros tenía una forma distinta de describir lo que sentía. Yo estaba «enfadado», uno de mis socios estaba absolutamente «furioso» y el otro simplemente «molesto».

Recuerdo que pensé: ¡qué palabra tan estúpida para describir esta situación! Yo no me sentía molesto. Era interesante. Nunca me había sentido así y nunca usaba esta palabra para calificar mis emociones. Empecé a pensar: ¿Podría desarrollar unas nuevas pautas emocionales si empleara otras palabras para describir mis sentimientos?

A raíz de la reunión mencionada, tomé la decisión de adoptar, durante diez días, aquella palabrita tan ridícula y tonta - «molesto» - para describir cualquier emoción que, hasta entonces, habría calificado de «enfado» o «rabia».

Los resultados fueron asombrosos. Con sólo cambiar la palabra con la que habitualmente describía mis sentimientos negativos, su intensidad se había rebajado. Al decir: «Esto me molesta mucho», rompía el esquema. Pronto empecé a emplear otras palabras, por ejemplo: «Eres una lata». ¿Te puedes imaginar diciendo esto a una persona que te fastidia sin echarte a reír?

Elige una de las palabras que sueles emplear para describir tus sentimientos negativos y búscale una alternativa que rompa tu esquema, o al menos, reduzca su intensidad.

Cuando usas una palabra distinta para calificar una experiencia común, le atribuyes un nuevo significado. Es como apretar un botón bioquímico diferente. No cambia sólo tu actitud mental, cambia tu disposición emocional. Las palabras son como gatillos. Si no estás convencido, imagínate que alguien te llama cabr...

El cambio que esta palabra producirá en ti no será sólo mental sino también fisiológico. A esta capacidad de transformar las emociones al instante, de aumentar o reducir su intensidad, la llamo Vocabulario Transformador. Basta con modificar tu vocabulario habitual -las palabras que sueles usar para describir tus emociones y sensaciones - para que se produzca un cambio inmediato en tu forma de pensar, sentir y vivir. Es uno de los métodos más simples y eficaces para cambiar tu vida en un abrir y cerrar de ojos. En la mayoría de los casos, no somos conscientes de nuestra elección de palabras para describir una experiencia vital.

EL VOCABULARIO DEL ÉXITO

14

El poder del vocabulario transformador y las metáforas globales

Por Anthony Robbins

Normalmente, elegimos palabras para calificar nuestras emociones sin que se nos ocurra siquiera que pueden tener impacto en nosotros mismos o en otras personas.

Estas palabras pasan a formar parte de nuestro vocabulario habitual y dan verdadera forma a nuestro modo de entender la vida. Muchas personas, por ejemplo, emplean regularmente los términos «humillación» o «depresión» para describir indiscriminadamente cualquier situación desagradable.

En cuanto oyen algo que no les gusta, se sienten «humilladas» o «deprimidas». En cuanto alguien cuestiona sus puntos de vista, ya están «humilladas» o «deprimidas». Cualquier cosa las humilla y las deprime, porque este es el significado que atribuyen a casi todas sus experiencias. Es muy importante ampliar tu vocabulario emocional para que las palabras que elijas puedan producir los estados emocionales que deseas y te mereces.

¿Qué importancia tiene el lenguaje en la conformación de tus experiencias vitales? Es absolutamente fundamental. Sencillamente, las palabras que asociamos con nuestra experiencia se convierten en la propia experiencia.

Mark Twain dijo en cierta ocasión: «El término “agente poderoso” es muy apropiado. Cada vez que encontramos una de aquellas palabras clave., el efecto resultante es tanto físico como espiritual y actúa como una descarga eléctrica».

¿Cuáles son las palabras que más influyen en ti? ¿Son acaso términos cariñosos? ¿Adjetivos? ¿Exclamaciones? ¿Exageraciones?

Los vocabularios de la mayoría de la gente consisten en algunos miles de vocablos, Si pensamos que el inglés, la lengua más hablada en el mundo, contiene entre medio millón y setecientos cincuenta mil palabras, esto significa que solemos usar sólo el dos por ciento de nuestra lengua Y lo que es peor: la mayoría de la gente sólo emplea una docena de palabras, veinte a lo máximo, para describir sus emociones. Y de éstas, la mitad - o más - son negativas.

¿Cuántas palabras empleas habitualmente para describir tus sentimientos, sea a ti mismo o a otras personas? ¿Cuántas podrías anotar en este momento?

¿Te pones nervioso cuando tienes que hablar ante un grupo de gente? ¿Se te encoge el estómago? ¿Se acelera tu respiración? ¿Tu corazón se desboca? ¿Te tiemblan las manos?

Estas sensaciones impidieron durante años que Carly Simon actuara en directo. Otros artistas, sin embargo, han aprendido a usarlas a su favor. Bruce Springsteen por ejemplo, les pone la etiqueta de «excitantes» y las considera parte natural y positiva de sus preparativos para cada actuación. Estas sensaciones le recuerdan que está a punto de vivir la experiencia inolvidable de entretener a miles de personas. Para él, el pulso acelerado no es un enemigo sino un aliado.

La próxima vez que te encuentres en el centro de la atención, sería mejor que calificaras el aumento de la adrenalina como excitante y no como terrible,

Cuando ponemos una etiqueta a algo, creamos una emoción correspondiente. Esto se ve por excelencia en el campo de las enfermedades. Diversos estudios han demostrado que un diagnóstico de cáncer o cardiopatía grave puede producir en los pacientes un pánico capaz de mermar la eficacia de su sistema inmunológico. Si, por el contrario, a los pacientes se les libera o alivia de la depresión producida por determinados términos y se les da a entender qué es lo que necesita su cuerpo para recobrar la salud, su sistema inmunológico suele experimentar una mejoría inmediata.

El doctor Norman Cousins lo expresó muy bien al hablar del Vocabulario Transformador: «Las palabras son capaces de producir enfermedades; las palabras son capaces de matar. Los buenos médicos, por lo tanto, cuidan mucho su manera de hablar».

Elige con cuidado las palabras que empleas para describir tu estado de salud.

Los que tienen un vocabulario pobre viven vidas emocionales pobres. Los que disponen de un vocabulario rico tienen una paleta llena de colores para pintar las experiencias de su vida, no sólo a oídos de los demás sino también a los suyos propios.

EL VOCABULARIO DEL ÉXITO

El poder del vocabulario transformador y las metáforas globales

Por Anthony Robbins

- ¿Qué podrías hacer hoy mismo para ampliar tu «paleta emocional»?
- ¿Qué palabras positivas podrías añadir a tu vocabulario emocional?
- ¿Cuánto más agradable sería tu vida si las emplearas continuamente?
- ¿Conoces a alguien que lleve una vida extraordinariamente feliz o apasionada?
- ¿Qué palabras usa para describir sus experiencias vitales?
- ¿Podrías adoptarlas para conseguir algunos de sus esquemas emocionales positivos?
- ¿Has decidido ya que ha llegado el momento de usar el método del Vocabulario transformador para sustituir las palabras negativas con otras, más inspiradoras?

Haz lo siguiente:

1) Anota tres palabras que sueles emplear cuando te sientes fatal.

2) Adopta una actitud juguetona, hasta escandalosa. Busca palabras nuevas que rompan el esquema o, como mínimo, reduzcan su intensidad emocional. Elige palabras tan tontas, raras o claramente inadecuadas que rompan con la dinámica negativa y generen una sensación instantánea de diversión. Una de las razones por las que vuelvo a decir «fastidio» en lugar de «lata», es que esta palabra es tan ridícula que no puedo pronunciarla sin echarme a reír.

¿Cómo hablas con tus hijos? Normalmente, no nos damos cuenta del impacto que nuestras palabras tienen en ellos. En lugar de espetarles: «¡Eres un patoso!» o «¿Quieres estarte quieto, de una puñetera vez?» - comentarios que pueden herir gravemente su sentido de valía - intenta recurrir al humor para romper sus esquemas.

Podrías decir, por ejemplo: «Si sigues así, podrías sacarme de mis casillitas», Y decirlo con una sonrisa. Algo que no sólo cambiará la actitud de tu hijo sino la tuya propia, y allanará el camino para un tipo de comunicación y comportamiento mucho más adecuados. Podrías añadir una sugerencia: «Cariño, si haces esto de otra manera creo que conseguirás lo que quieres».

¿Debemos reducir siempre la intensidad de las emociones negativas? Claro que no; todas las emociones humanas tienen un lugar en la vida. Algunas personas, por ejemplo, podrían necesitar sentirse enfadadas para reunir el impulso necesario para el cambio. No nos interesa, sin embargo, despertar nuestras emociones más negativas e intensas como primer recurso ni cuando no están justificadas, ni son necesarias o apropiadas. Nuestro objetivo es sentir cada vez más placer y menos dolor en la vida.

Algunas sugerencias que te darán el impulso necesario para empezar a usar el Vocabulario Transformador regularmente:

- 1) Habla con tres amigos y cuéntales cuáles son las palabras o frases que quieres eliminar de tu vocabulario habitual. Diles también cuáles son las palabras nuevas con las que quieres sustituirlas.
- 2) Vigila tu vocabulario a lo largo de los diez días siguientes. Si se te escapa la palabra vieja, rompe enseguida el esquema pronunciando la nueva. Si descubres que empleas la palabra nueva espontáneamente, date enseguida una recompensa.
- 3) Tus amigos deben ayudarte a no perder el rumbo. Han de corregirte cada vez que te oyes pronunciar una de las palabras viejas. (Por ejemplo: «¿Estás furioso o tan sólo un pelín molesto?», «¿Estás frustrado o fascinado?».)

El vocabulario transformador no sólo nos ayuda a eliminar los esquemas dolorosos sino que puede aumentar nuestro placer. Haz este ejercicio para empezar a intensificar tus emociones positivas:

- 1) Anota tres palabras o frases que sueles emplear para describir tus emociones positivas. ¿Te resultan poco inspiradoras?
- 2) Busca tres nuevas palabras o frases que te entusiasmen.
- 3) Pide la ayuda de tres amigos para mantenerte en tu nuevo nivel. (Por ejemplo: «¿Esto te interesa o te apasiona?», «¿Te sientes feliz o eufórica y entusiasmada?».) Si te das impulso a lo largo de los próximos diez días, empezarás a usar las palabras nuevas con eficacia.

No solo las palabras tienen un gran impacto en nuestro mundo emocional sino que ciertos conjuntos de palabras - los que empleamos como metáforas - ejercen un efecto extraordinariamente positivo.

DESDE EL REINO METAFÓRICO ...

OBSTÁCULOS

De Jorge Bucay

Voy andando por un sendero.

Dejo que mis pies me lleven.

Mis ojos se posan en los árboles, en los pájaros, en las piedras. En el horizonte se recorte la silueta de una ciudad. Agudizo la mirada para distinguirla bien. Siento que la ciudad me atrae.

Sin saber cómo, me doy cuenta de que en esta ciudad puedo encontrar todo lo que deseo.

Todas mis metas, mis objetivos y mis logros. Mis ambiciones y mis sueños están en esta ciudad.

Lo que quiero conseguir, lo que necesito, lo que más me gustaría ser, aquello a lo cual aspiro, o que intento, por lo que trabajo, lo que siempre ambicioné, aquello que sería el mayor de mis éxitos.

Me imagino que todo eso está en esa ciudad.

Sin dudar, empiezo a caminar hacia ella. A poco de andar, el sendero se hace cuesta arriba. Me canso un poco, pero no me importa.

Sigo. Diviso una sombra negra, más adelante, en el camino. Al acercarme, veo que una enorme zanja me impide mi paso. Temo... dudo.

Me enoja que mi meta no pueda conseguirse fácilmente. De todas maneras decido saltar la zanja. Retrocedo, tomo impulso y salto... Consigo pasarla. Me repongo y sigo caminando.

Unos metros más adelante, aparece otra zanja. Vuelvo a tomar carrera y también la salto. Corro hacia la ciudad: el camino parece despejado. Me sorprende un abismo que detiene mi camino. Me detengo. Imposible saltarlo

Veo que a un costado hay maderas, clavos y herramientas. Me doy cuenta de que está allí para construir un puente. Nunca he sido hábil con mis manos... Pienso en renunciar. Miro la meta que deseo... y resisto.

Empiezo a construir el puente. Pasan horas, o días, o meses. El puente está hecho. Emocionado, lo cruzo.

Y al llegar al otro lado... descubro el muro. Un gigantesco muro frío y húmedo rodea la ciudad de mis sueños...

Me siento abatido... Busco la manera de esquivarlo. No hay caso. Debo escalarlo. La ciudad está tan cerca... No dejaré que el muro impida mi paso.

Me propongo trepar. Descanso unos minutos y tomo aire... De pronto veo, a un costado del camino un niño que me mira como si me conociera. Me sonrío con complicidad.

Me recuerda a mí mismo... cuando era niño.

Quizás por eso, me animo a expresar en voz alta mi queja:
-¿Por qué tantos obstáculos entre mi objetivo y yo?

El niño se encoge de hombros y me contesta: -¿Por qué me lo preguntas a mí?

Los obstáculos no estaban antes de que tú llegaras... Los obstáculos los trajiste tú.

