

# Ideas introductorias sobre PNL

La PNL (Programación Neurolingüística), es un modelo de pensamiento y acción que explica la conducta del ser humano.

Surge a partir del estudio minucioso sobre los procedimientos empleados por diferentes personas sobresalientes en sus disciplinas.

La idea subyacente en esta investigación es que si hacemos exactamente lo mismo que alguien exitoso en un área, maximizamos las posibilidades de obtener resultados idénticos.

De este modo la PNL proporciona modelos de excelencia o recetas para obtener los resultados que deseamos.

Como toda cosmovisión, posee ciertos postulados, que en este caso, no pretenden ser verdaderos sino tan sólo útiles. Entre ellos, el lugar central está ocupado por el aforismo que afirma que "el mapa no es el territorio". El significado de esta frase viene dado por la idea que no tenemos un acceso directo a la realidad en sí, sino que nos formamos representaciones de la misma y nos manejamos con ellas.

Cada experiencia es traducida y codificada por la vivencia, construyendo una representación que posee diferencias con lo efectivamente acontecido.

Es por eso que se dice que el mapa, que es una representación de la realidad, no es el territorio.

A pesar de las distorsiones, el mapa o las representaciones, son absolutamente necesarias, ya que constituyen una guía, un modelo a través del cual nos manejamos en la vida.

En este punto se puede comprender cómo una misma situación puede ser interpretada de diversos modos por las distintas personas que presencian el acontecimiento.

Lo que sucede en esos casos es que se representan el hecho de modo diferente. La consecuencia que se desprende de estos datos es, que el impacto que las experiencias tengan en cada uno de nosotros depende en gran medida de la representación que nos hagamos de las mismas. Este es un punto clave, ya que si bien no podemos controlar los sucesos, somos capaces de manejar con un alto grado de precisión el modo en que codificamos la realidad, y por lo tanto la influencia que las experiencias tienen en nosotros.

## **Convirtiendo los problemas en oportunidades.**

Cuando nos encontramos en una situación difícil solemos abrumarnos mentalmente con los aspectos negativos de la misma. He aquí ciertas claves para poder sacar provecho de los problemas.

Frecuentemente las cosas no suceden tal como lo habíamos planeado, episodios inesperados pueden obstaculizar el desarrollo de nuestros planes, o los sucesos no transcurren del modo previsto, entonces solemos preguntarnos: "¿Por qué?. ¿Por qué tuvo que pasar esto?. ¿Por qué me sucede esto a mi?. ¿Por qué las cosas marchan así?".

Preguntas que en general quedan sin respuesta y no hacen otra cosa que hundirnos aún más en el mar de nuestras preocupaciones.

La propuesta que hacemos es que cuando se descubra a usted mismo formulándose estos "por qué" los cambie por "cómo" y se interrogue cómo llegó a ese resultado. Si puede seguir la secuencia de hechos y acciones que lo llevaron a ese desencadenamiento estará en condiciones de aprender del pasado, con lo cual podrá evitar continuar por el mismo camino que no lo llevó hacia su meta.

Otra actitud que tomamos habitualmente, bajo el influjo de circunstancias que consideramos desagradables, es concentrar nuestra atención en el problema, en lugar de evaluar los resultados. En PNL suele decirse que no existen los fracasos, sólo podemos obtener resultados. Llevamos a cabo determinadas acciones y conseguimos resultados, que pueden o no ser los que deseábamos, si no lo son, deberíamos cambiar nuestro accionar.

Por otro lado, si evaluamos la situación que vivimos como mala, tenemos altas posibilidades de sentirnos al y difícilmente podamos pensar con claridad. En lugar de evaluar los hechos como buenos o malos, la propuesta es buscarles la utilidad: ¿Para qué nos puede servir lo acontecido?. ¿Qué aprendizaje podemos obtener?.

Cuando a cambio de interrogarnos por qué nos cuestionamos cómo, en vez de centrarnos en los problemas pensamos en resultados, y finalmente, si en lugar de juzgar las circunstancias como buenas o malas buscamos la utilidad, obtenemos una nueva perspectiva que nos permite tener una actitud más positiva.

Al seguir estas sugerencias podemos descubrir que aquello que alguna vez consideramos un problema puede ser una posibilidad para enriquecernos y seguir adelante con nuevos recursos.

## **Como optimizar la comunicación.**

Dado que la buena comunicación es una herramienta fundamental tanto en el ámbito empresarial como en la vida diaria, podría ser de suma utilidad poseer los medios para aumentar su eficacia.

Partiendo de la base de que cada persona tiene un modo particular de comunicarse y de que a determinada gente le resulta más sencillo y agradable entablar un diálogo con cierto grupo de personas que con otras, se han estudiado los factores que intervienen en esto.

Las investigaciones arrojan como conclusión que los seres humanos pueden dividirse en tres grandes categorías de acuerdo a su canal de comunicación preferido.

En primer lugar puede ubicarse al grupo de personas que procesa la información principalmente como imágenes, llamado visual. En su expresión verbal utilizan frecuentemente palabras tales como: ver, mostrar, aclarar, etc. Suelen mantenerse derechos, con la cabeza erguida y hablar rápidamente con un tono de voz agudo.

En segundo lugar se encuentra la categoría denominada auditivo, la misma está compuesta por quienes poseen mayor facilidad para captar y procesar sonidos y palabras. Su postura corporal habitualmente es distendida, con la cabeza ligeramente inclinada hacia un lado. Respecto a su modo de hablar es destacable su buena modulación, el tono de voz es timbrado y suelen tener expresiones tales como: me suena, soy todo oídos, sintonizar, etc.

Finalmente están quienes tienen cierta preferencia por el canal kinestésico, que hace referencia básicamente a la percepción y procesamiento de emociones y sensaciones. Los que pertenecen a este grupo acostumbran adoptar una postura muy distendida, su tono de voz es grave y el ritmo de su habla es lento, a su vez hacen uso frecuente de metáforas del mundo físico, dirán por ejemplo que las cosas les resultaron pesadas o intensas.

Si bien todos utilizamos los tres canales de comunicación hay uno que utilizamos con mayor frecuencia, ese es nuestro canal preferido.

Cuando dos personas se comunican a través de canales diferentes suelen aparecer dificultades para entenderse, puesto que es como si hablaran en idiomas distintos, incluso pueden llegar a discusiones en las que ambos sostienen la misma idea central, pero expresada de un modo tan diferente que no logran llegar a un acuerdo. Al contrario, cuando utilizan el mismo canal ambos perciben que logran una relación armónica y de mutua comprensión, independientemente de si se trata de alguien a quien se conoce o no.

Ese es el motivo por el cual un modo de mejorar la comunicación es primero averiguar cuál es el canal preferido de nuestro interlocutor y luego expresar nuestras ideas en términos de ese canal. Esto puede ser potenciado si además adoptamos una postura corporal y tono de voz similares. No se trata de imitar al otro, ya que en ese caso el efecto sería adverso, se trata de comunicarnos del modo que a la otra persona le resulte más familiar, para lo cual adaptamos nuestro lenguaje al suyo, eso traerá como efecto empatía y comodidad en el otro, creando las condiciones ideales para que nuestro mensaje sea captado íntegramente, dado que aumenta al máximo la receptividad.

Si debemos dirigirnos a un amplio auditorio, entonces lo mejor es usar alternativamente cada canal, de ese modo nos aseguramos que la información llegue fluidamente a todos los participantes, y que cada uno de ellos pueda incorporarla y procesarla a su manera.

Los resultados obtenidos al implementar esta técnica son principalmente la creación de un clima ameno, donde todos los participantes se sientan cómodos, logren encontrar una perspectiva común en el abordaje del tema que los convoca y puedan dialogar en los mismos términos, mejorando notablemente la calidad de la comunicación y aumentando la posibilidad de ser comprendido por un mayor número de personas.