

2.2 Anclas

Las anclas son estímulos que causan un estado particular. Originalmente este fenómeno se inició con el experimento del doctor ruso Ivan Pavlov. Con su conocido experimento del perro se inicia el concepto clásico de acondicionamiento del comportamiento. Por muchos años este concepto era bien conocido en la psicología sin embargo su utilización se limitaba a terapia aversiva como mucho. No es hasta que surge la PNL que se inicia todo un estudio de este fenómeno y se hace funcional en el ámbito de la comunicación. El concepto del manejo de las anclas es utilizable tanto en el campo de terapia como en las comunicaciones ya sea en ventas, presentaciones, adiestramientos, persuasión, negociación y aprendizaje.



Existen anclas que pueden causar estados anímicos positivos y hasta estados de poder, pero también existen anclas que pueden causar estados negativos y paralizantes. Por ejemplo un niño puede no aprender una materia (como por ejemplo matemáticas) porque en un momento de su experiencia desarrolló un ancla "negativa" hacia esa materia. De por si el ancla ni es negativo o positivo. El estado que es causado se puede denominar como negativo o positivo. Para propósitos de entendimiento nos vamos a referir a un ancla negativa o positiva como un ancla que causa el estado en particular.



En el campo de las promociones, es común ver un anuncio por T.V. que provoca un estado particular como por ejemplo hambre o sed, y este estado, de forma sutil, se ancla a un símbolo de alguna cadena de comida rápida o de un producto como la solución a este estado.

En el campo de la política o de las presentaciones comúnmente se ve al orador anclar estados de euforia a un símbolo de la mano o un gesto en particular. Inclusive recuerdo un anuncio donde se presentan dos imágenes, una del candidato y la otra de una señora mayor representando a una madre. La madre se presenta

a color mientras el candidato se presenta en blanco y negro. Se describen una serie de cualidades maternas que todos desean y aprecian en una madre. Luego mientras se distrae al público hablando del candidato se hace un "fade out" de los colores de la madre haciendo que ella se vea en blanco y negro mientras el candidato adquiere los colores de la imagen de la madre. Con esto, en el inconsciente del público, se hace una transferencia de cualidades maternas hacia el candidato en particular.

Es importante reconocer que la utilización de anclas por oradores se convierte en una herramienta potente para el manejo de los estados de la audiencia. Los anclas son una parte primaria que le ha otorgado gran poder a líderes de la historia incluyendo Churchill, Hitler, Kennedy y aún "religiosos" como Jim Jones. Es obvio que el poder de la comunicación se puede utilizar para potenciar o para paralizar. En terapia, la Programación Neurolingüística ofrece técnicas para colapsar o neutralizar anclas que causan estados negativos o paralizantes.



La técnica de crear un ancla es relativamente sencilla, sin embargo requiere práctica y creatividad. Es importante decidir que ancla (estímulo específico) se va a utilizar. Ya sea uno visual, auditivo o kinestésico. El ancla debe ser específico, peculiar y que se pueda repetir.

Luego se hace lo necesario para que su cliente(s) entre en el estado deseado. Justamente cuando está en el estado deseado y en su máxima expresión entonces es que se aplica el estímulo para que este se convierta en el ancla. Si se puede hacer varias veces se le puede dar mayor fuerza al ancla. La prueba está en activar el ancla y observar que su cliente pueda cambiar su estado presente al estado deseado. Los cambios fisiológicos y visibles pueden ser sumamente ligeros y es importante por lo tanto que usted desarrolle agudeza sensorial para poder calibrar estos cambios.