

INSTITUTO DE CAPACITACIÓN PARA EL TRABAJO DEL ESTADO DE HIDALGO



Unidad No. 2 La percepción y las anclas

Objetivo de la unidad

Al finalizar la unidad, la alumna o el alumno identificará los canales de percepción y el procedimiento para realizar anclas, mediante su participación en diversas prácticas.

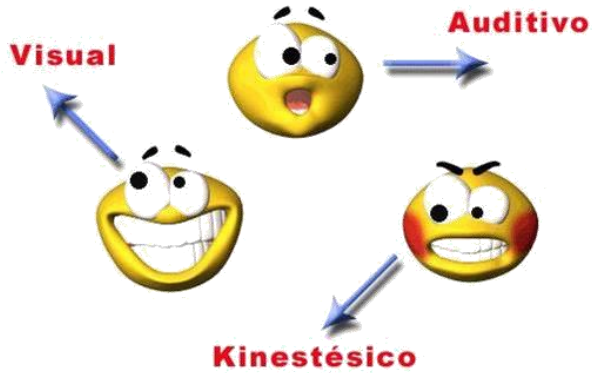
Introducción

El canal de percepción es parte del sistema neurológico utilizado para interpretar los estímulos externos recibidos por los sentidos.

La vida de las personas se mueve por diferentes espacios y situaciones, ya sea físicos o mentales, así como positivos o negativos. Muchas veces estos sucesos se repiten y marcan una respuesta recurrente en la persona tanto de acción como emotiva, o es tan fuerte un solo hecho o situación que dejan marcado con esta experiencia. Estos anclajes pueden tener diferentes significados según el contexto en que acontezcan.



2.1 Canales de percepción



La Programación Neurolingüística (PNL) constituye un modelo, formal y dinámico de cómo funciona la mente y la percepción humana, cómo procesa la información y la experiencia y las diversas implicaciones que esto tiene para el éxito personal.

Es el estudio de lo que percibimos a través de nuestros sentidos (vista, oído y tacto), cómo organizamos el mundo tal como lo percibimos y cómo revisamos y filtramos el mundo exterior mediante

nuestros sentidos. Estudia y emplea elementos que incluyen no sólo las palabras, sino el lenguaje silencioso de los gestos, posturas, tono de voz, etc. Propone una serie de técnicas destinadas a analizar, codificar, y modificar conductas, por medio del estudio del lenguaje, tanto verbal como gestual y corporal.

De acuerdo a la PNL las personas son de tres tipos: visuales, los auditivos y los kinestésicos. Todos tenemos los tres tipos de personas y en la mayoría de nosotros predomina uno de los tres.

Así, por mínima que sea la comunicación, podemos hallar pistas claras e inconfundibles de como funciona la mente de otra persona, que tipo de mensaje utiliza y a cuáles reacciona.

2.1.1 La persona visual

El canal visual lo utilizamos para obtener y describir todo lo que ocurre en el mundo interno y externo. Así, podemos hablar de colores, imágenes, podemos recordar una situación "viéndola"

Las personas visuales tienden a considerar el mundo en imágenes, se sienten mas fuertes cuando están en comunicación con la parte visual de su cerebro, es decir, plasman las imágenes en palabras.

2.1.2 La persona auditiva

Este canal es el utilizado preferentemente por personas que perciben el mundo a través de las palabras, los sonidos, la narración y descripción hablada o escrita.

Las personas auditivas suelen ser más selectivos en cuanto al vocabulario que usan, hablan con voz bien equilibrada y un ritmo más lento, más regular y más comedido

2.1.3 La persona kinestésica

Es el canal de las sensaciones, el táctil, el de la percepción a través del movimiento, tacto y emoción. Se reconoce cuando alguien nos habla de "me siento..." en vez de "veo tal imagen..." o "arrastraba la silla mientras...".

Los kinestésicos son todavía más lentos, reaccionan principalmente ante las sensaciones táctiles, epidérmicas; hablan más despacio.

2.1.4 Señales de acceso.

Estudios neurológicos con personas de múltiples culturas, han demostrado que movemos los ojos en diferentes direcciones de acuerdo a cómo estamos pensando, esos movimientos pueden ser laterales, horizontales, verticales, hacia abajo, hacia arriba, a la derecha, a la izquierda o al centro. Los neurólogos llaman a estos movimientos: LEM: (Lateral Eye Movements: Movimientos laterales de los ojos) y son las señales visuales que nos permiten identificar la manera cómo las personas buscan la información en su cerebro, en PNL a éstas se les ha llamado "Señales oculares de acceso".

Movimientos Espontáneos de los Ojos



La mayoría de las personas diestras muestran un patrón similar al mover los ojos en busca de información almacenada en el cerebro, algunos zurdos pueden tener el patrón invertido.

- **Cuando evocamos una imagen visual de un hecho pasado**, los ojos por lo general miran hacia arriba y a la izquierda.

-**Cuando construimos una imagen o proyectamos algo visual en el futuro**, miramos hacia arriba y a la derecha. Los ojos se pueden quedar fijos hacia arriba o hacia el centro (acceso a patrón visual de pensamiento).

-**Si miramos en línea horizontal a la izquierda**, estamos recordando sonidos, horizontal a la derecha, construyéndolos.

-**Para accesar sensaciones kinestésicas**, dirigimos la mirada abajo y a la derecha y **cuando establecemos un diálogo interior**, por lo general los ojos se desplazan abajo y a la izquierda.

-**Cuando desenfocamos los ojos y miramos hacia adelante sin objetivo aparente**, es posible que estemos visualizando y el patrón visual indica confusión cuando miramos hacia abajo y al centro.

Debemos recordar que hay excepciones y cuando queremos agudizar la capacidad de observación hay que ser muy cuidadoso, porque las personas están en posición invertida y al principio se hace un poco difícil hacer la conversión.

La identificación y posterior utilización de las señales de acceso, puede servir para facilitar el aprendizaje o cuando necesitamos recordar algo en especial, al emplear los movimientos naturales del ojo podremos acceder con más facilidad a la información en nuestro cerebro, una situación que de alguna manera recuerda el “mouse” de los ordenadores domésticos. Podríamos aprender a “mirar” del lado correcto cuando necesitamos “buscar” una información, o mirar en dirección inversa cuando necesitemos construir, crear, o inventar.

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.

2.3 Las 4 etapas del aprendizaje en PNL

Existen cuatro pasos esenciales para conseguir lo que se desea. En este caso el deseo corresponde a objetivos empresariales, sectoriales e individuales dentro del marco de la organización.

Estos cuatro pasos son sencillos, pero extraordinariamente profundos. Si usted está plenamente comprometido en alcanzar sus objetivos, estos pasos resultan suficientes para llevar a cabo cambios significativos.

1).- Conozca lo que desea. La Programación Neurolingüística habla sobre conocer su efecto, o sea el resultado al que pretende llegar. Si se trata directivos de una empresa serán los rendimientos sobre el capital invertido, la cuota de mercado, el crecimiento de las ventas; de tratarse del Gerente de Ventas será el volumen de ventas y las contribuciones obtenidas; para el caso del Jefe de Producción se tratará de niveles de desperdicios y volúmenes de producción, de vendedores se tratará de volúmenes y montos facturados, y para el caso de empleados de producción puede tratarse de niveles de defectos por millón de oportunidades, o de productividad.

2).- Entre en acción. Ejecute aquellas acciones que considere permitirán lograr los objetivos. Aquí cobra trascendental importancia para los empleados la posibilidad de participación y las políticas de empowerment que faciliten el accionar de los empleados en la búsqueda de la excelencia.

3).- Aprenda a reconocer los resultados de lo que hace. Esto requiere de lo que ha dado en llamarse "agudeza sensorial". Debe ser capaz de observar con precisión las cosas que acontecen como resultado de su comportamiento.

4).- Esté preparado para cambiar su comportamiento hasta que consiga el efecto que persigue. Basándose en la retroalimentación sensorial, siempre ha de estar preparado para hacer otra cosa. Si al principio no tiene éxito, debe intentarse algo distinto, para lo cual se requiere de un pensamiento creativo. Lograr esa creatividad implica tener la habilidad de adoptar nuevos enfoques y un comportamiento diferente.

Los elementos fundamentales de la PNL, indispensables para todo aquél que desee progresar en el conocimiento y la profesionalización de esta técnica; son: la elegancia, la flexibilidad, y la precisión.

- **Elegancia**, para Programación Neurolingüística, es la optimización del rendimiento utilizando el proceso más corto y más efectivo.

- **Flexibilidad** o lo que es igual: capacidad de cambio inmediato. Una vez identificados los bloqueos o impedimentos, cuando algo no funciona: se cambia.

- **Precisión**, es agudizar la atención para observar el más mínimo detalle y poder prever los resultados antes de que se produzcan.