

La programación neurolingüística un modelo de comunicación

UNIT

29 de setiembre de 2011

El proceso de comunicación

Lo que se quiere decir.

Lo que se dice.

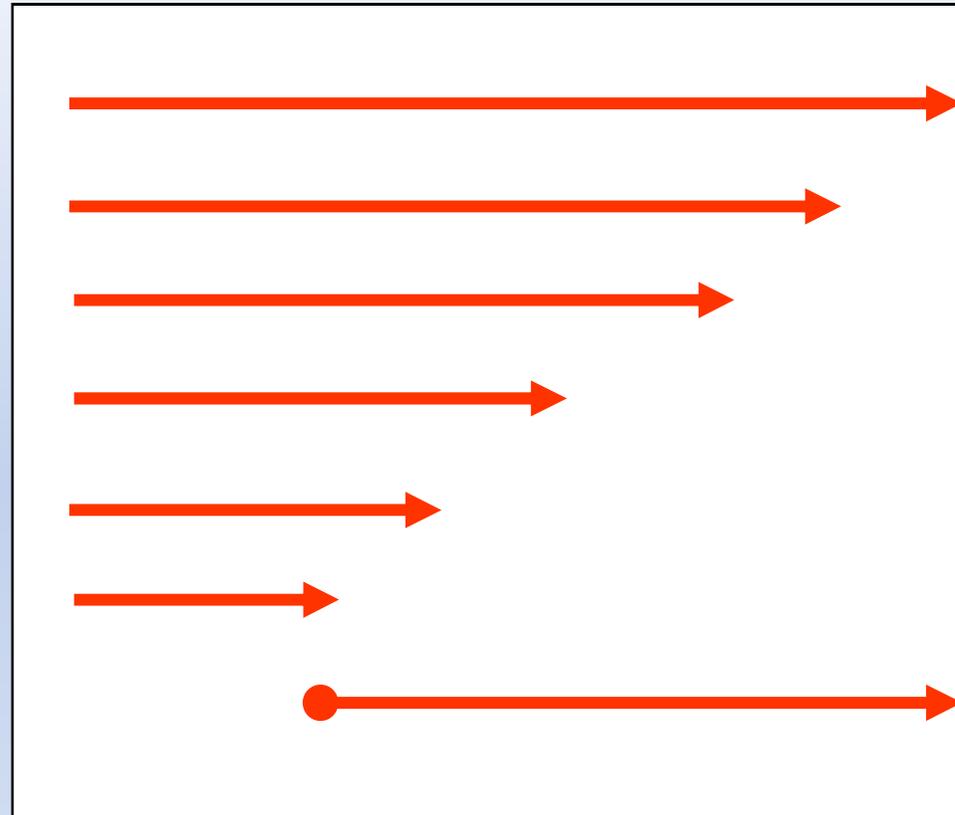
Lo que el otro oye.

Lo que comprende.

Lo que retiene.

Lo que contesta.

Lo que se pierde.



LA INFORMACIÓN SE DEGRADA DE MANERA NATURAL

El cuello de botella en toda organización es la comunicación!



A decorative gold frame with intricate scrollwork and floral patterns. Inside the frame, on a white background, is the text: "Comunicación no es lo que Ud. Dice, sino lo que el otro entiende!".

Comunicación no
es lo que Ud. Dice,
sino lo que el otro
entiende!

Cómo aprendemos?

1. **INCOMPETENTE INCONSCIENTE**
2. **INCOMPETENTE CONSCIENTE**
3. **COMPETENTE CONSCIENTE**
4. **COMPETENTE INCONSCIENTE**

Premisa: Todo...

**APRENDIZAJE
CONDUCTA
CAMBIO**

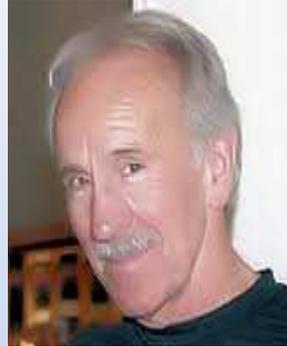
ES INCONSCIENTE

**La mente humana no
percibe la diferencia
entre una
visualización vívida y
un recuerdo real.**

Autores de la PNL



Richard Bandler, Ph.D.
Matemático,
Psicólogo,
Informático



John Grinder, Ph.D.
Lingüista

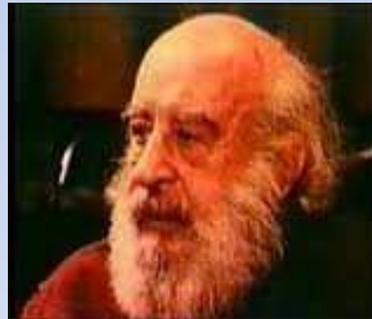


Gregory Bateson, Ph.D.
Antropólogo
Lingüista
Científico Social

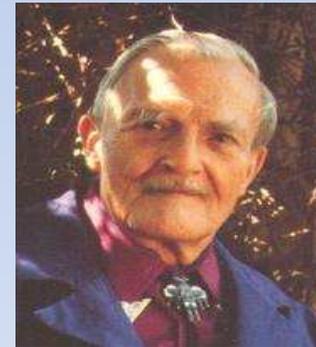
Se inspiraron en:



Dra. Virginia Satir
Psiquiatra sistémico-
familiar



Dr. Fritz Perls
Psiquiatra
Creador de la
Gestalt



Dr. Milton Erickson
Psiquiatra
Creador de la hipnosis
Ericksoniana

Antecedentes

- Gestalt
- Psicología Sistémica
- Conductismo
- Hipnosis Ericksoniana
- Psicología de Karl Jung
- Control Mental
- Escuela de Palo Alto
University of California, Dr.Gregory Bateson
- Análisis Transaccional

P Forma como percibimos y codificamos la realidad
PROGRAMAS MENTALES

N Experiencia procesada a través de los 5 sentidos
se asienta en el **SISTEMA NERVIOSO** y

L La **LINGÜÍSTICA** permite modelar (copiar y
modificar) los programas a través del lenguaje
verbal, para-verbal y no verbal.

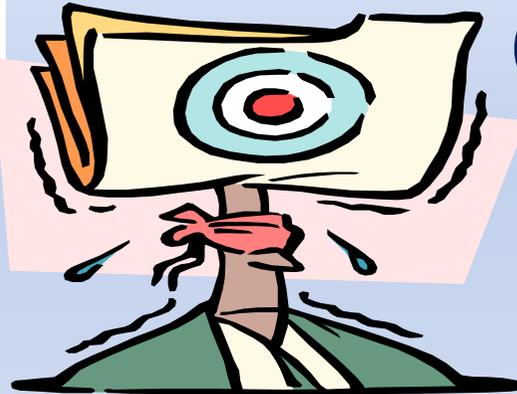
Enfoque y objetivos de la PNL

Proceso y Estructura

QUÉ?

HABLEMOS

CÓMO?



La comunicación eficiente consigo mismo y con los demás, analizando, codificando y modificando conductas.

Aplicaciones / Beneficios de la PNL

- Agudeza perceptiva
- Inteligencia emocional.
- Autoconfianza
- Crecimiento personal y profesional
- Relaciones interpersonales
- Reducir el estrés
- Aprendizaje
- Coaching
- Psicoterapia
- **Empresas**
 - **Ventas**
 - **Negociación y gestión de conflictos**
- Deportes

PNL =

Modelo de comunicación

“Psicología de la Excelencia”

“Comunicación de medida”



Poder es sólo cuestión de estrategia

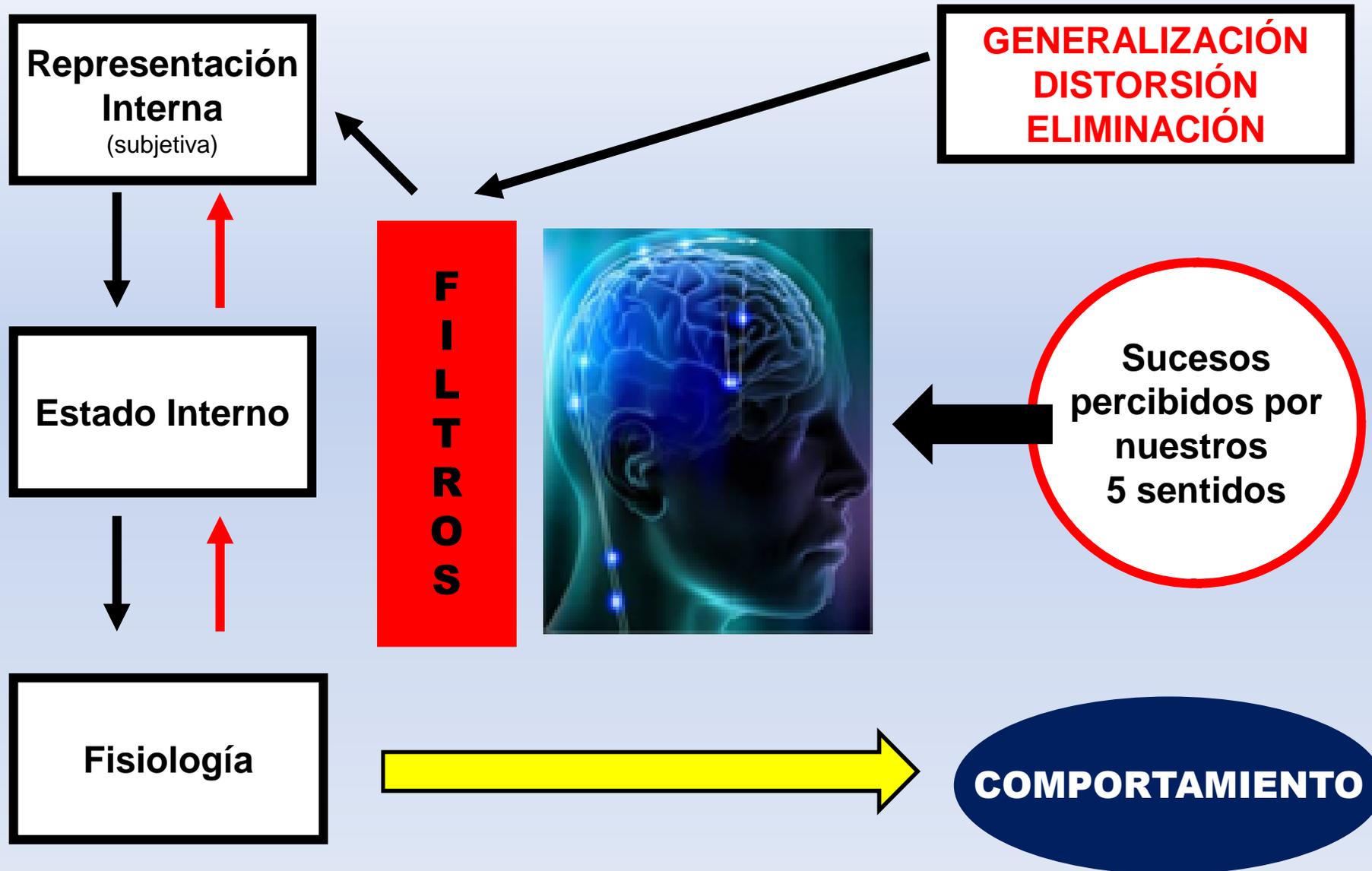
Poder es sólo cuestión de estrategia



- Todas las actividades de un ser humano siguen una estrategia.
 - Muchas veces seguimos una misma estrategia sin lograr éxito y la continuamos repitiendo a lo largo de la vida, obteniendo los mismos resultados.
 - Las estrategias se pueden cambiar y hacerlas más eficientes.
 - Cada persona estructura su experiencia de acuerdo a su conocimiento y filtros emocionales
-
- El éxito es algo que se aprende y por lo tanto también se puede enseñar.

Conclusiones de Richard Bandler y John Grinder:

Modelo de la comunicación



Modelo de la comunicación



Reencuadre
+
Anclas

Reencuadre



Es modificar el marco de referencia mediante el cual una persona percibe los hechos para cambiar su significado.

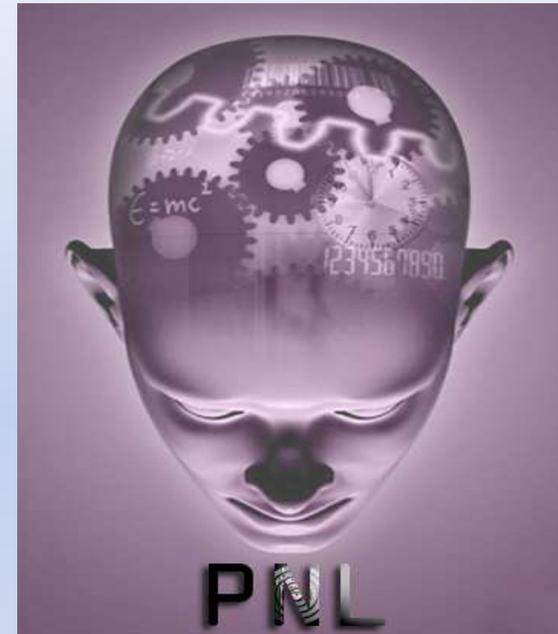
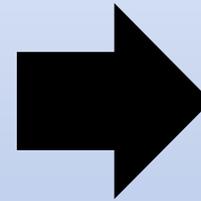
"La confusión es un estado temporal muy bueno. Sabes cuándo te confundes? Cuando creces. Cuando un concepto particular en tu mente se desmorona, se rompe . Por lo tanto, es una señal de crecimiento."

Sri Sri Ravi Shankar

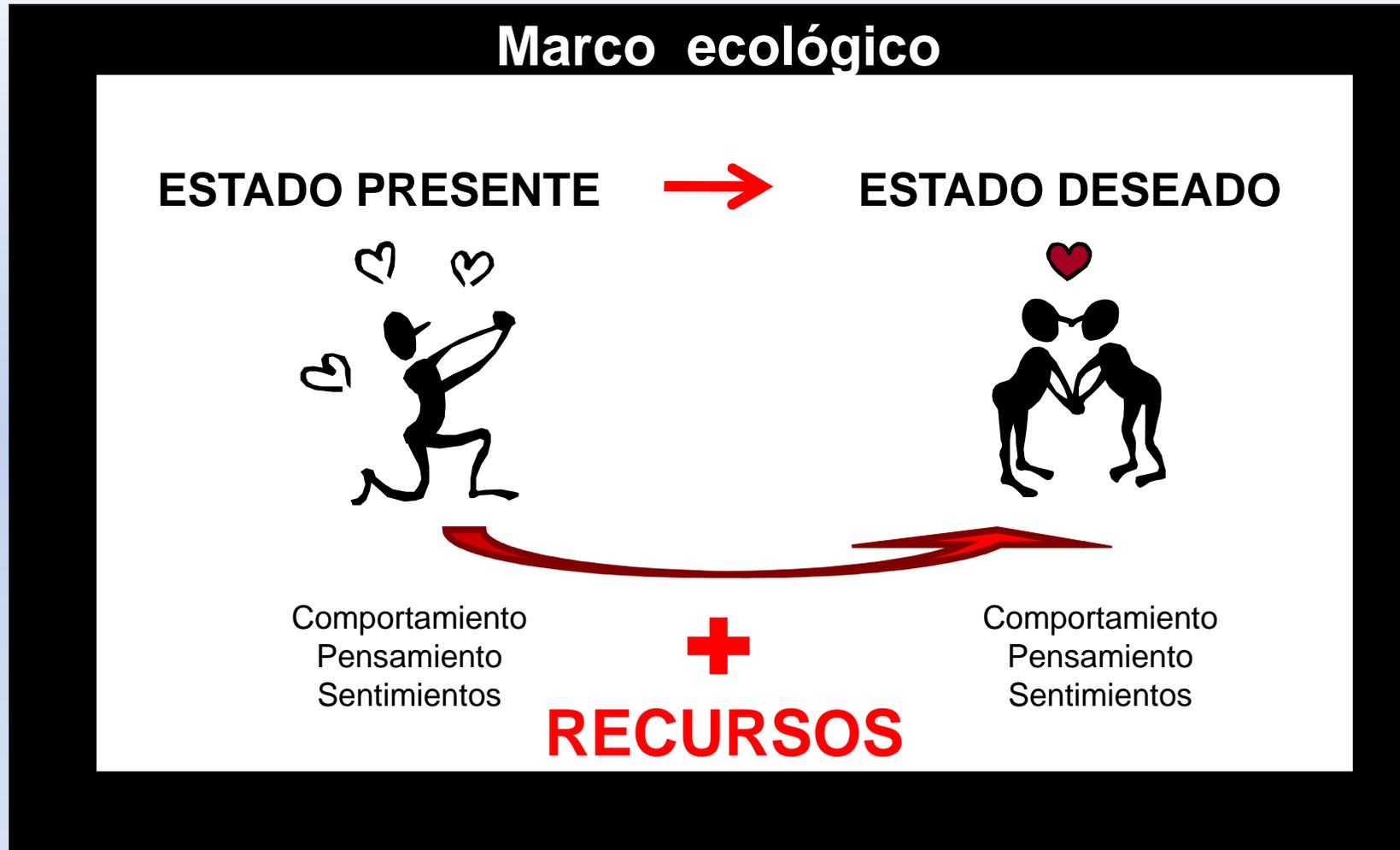
Ancla

Proceso mediante el cual un estímulo externo sensorial se asocia con una conducta.

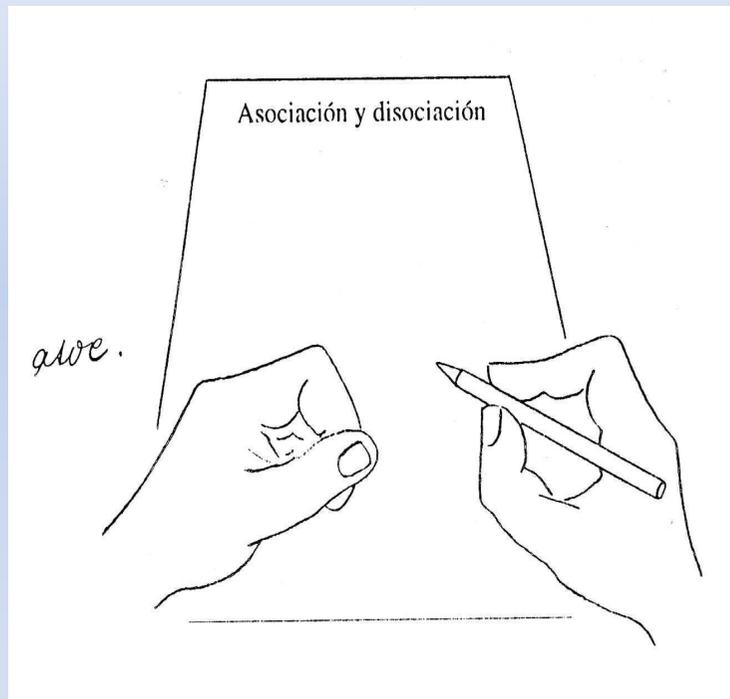
**Cambiando tú reacción
podrás cambiar las
reacciones de los demás
e **influir** sobre los
acontecimientos.**



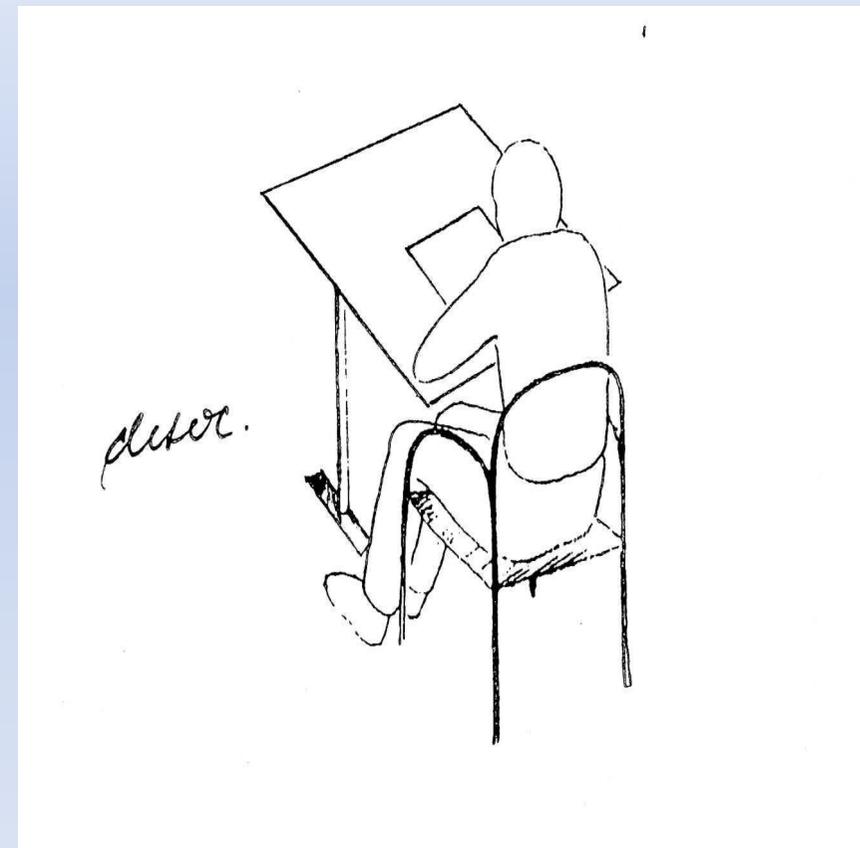
Premisa básica del modelo de la PNL



Estado interno ASOCIADO



Estado interno DISOCIADO



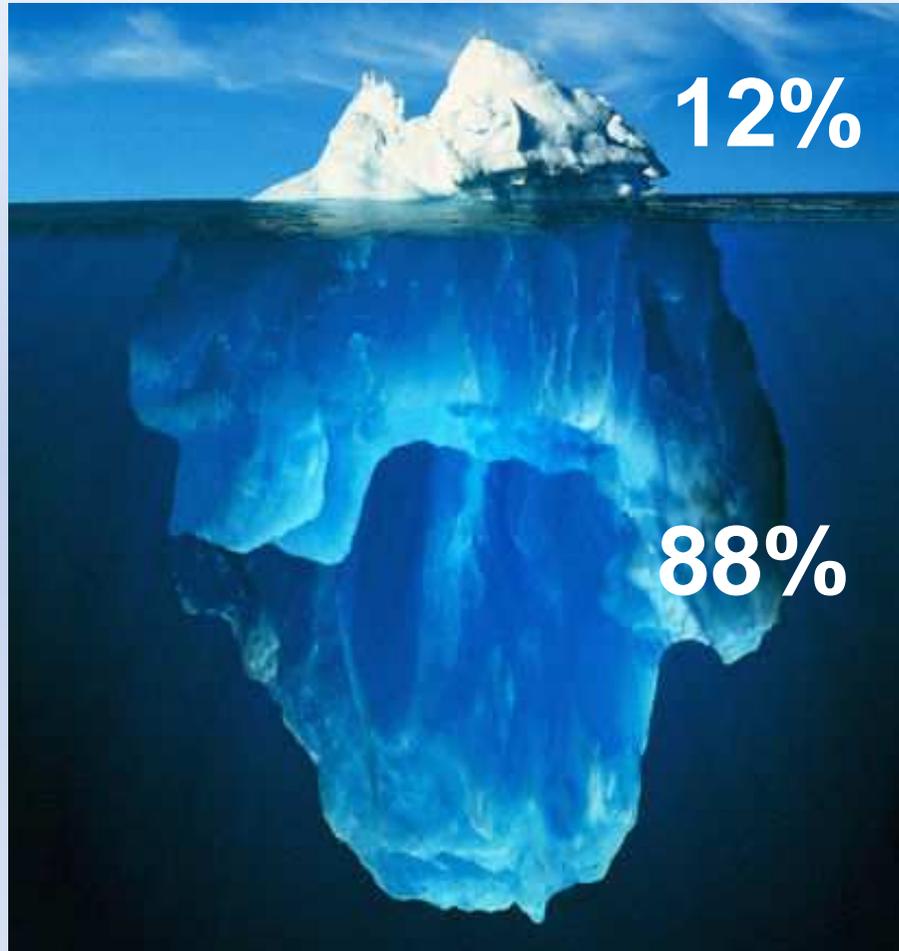
Presuposiciones para la autogestión con PNL

- No hay personas sin recursos, solo estados sin recursos
- El cuerpo y la mente se afectan mutuamente
- La palabra no es la cosa nombrada.
- El mapa no es el territorio, es la representación del mismo.
- Respeto por el modelo del mundo de las otras personas
- No hay fracasos, sólo resultados
- **No hay interlocutores resistentes sólo comunicadores inflexibles**

Presuposiciones para la autogestión con PNL

- **La información más importante acerca de una persona es su comportamiento.**
- **El comportamiento de la persona no es la persona misma**
(Acepte a la persona, cambie los comportamientos)
- **El sistema con la mayor flexibilidad de comportamiento controlará al sistema mayor.**
- **Comportamiento y cambio se evalúan según contexto y **ecología****

Mente consciente e inconsciente



Mente consciente

7 +/- 2 estímulos

Mente inconsciente

2.3 millones de estímulos

Fuente: George A. Miller- 1956 – Pionero de la **Psicología Cognitiva**: afirmaba que nuestro límite en la memoria inmediata, estaba en un número de unidades de información que oscilaba entre 5 y 9, o como siempre se ha dicho 7+ /- 2

Algunas directivas de la mente inconsciente

- **Es un siervo, que sigue órdenes**
- Trabaja por el principio del menor esfuerzo/ resistencia
- **No procesa el negativo**
- Mantiene instintos y genera hábitos
- Necesita repetición para proyectos a largo plazo
- Está programado para buscar y descubrir más y más
- Almacena y organiza la memoria
- Campo de las emociones
 - ✓ "Racionaliza" memorias reprimidas (y libera emociones)
 - ✓ Guarda las emociones reprimidas para protección

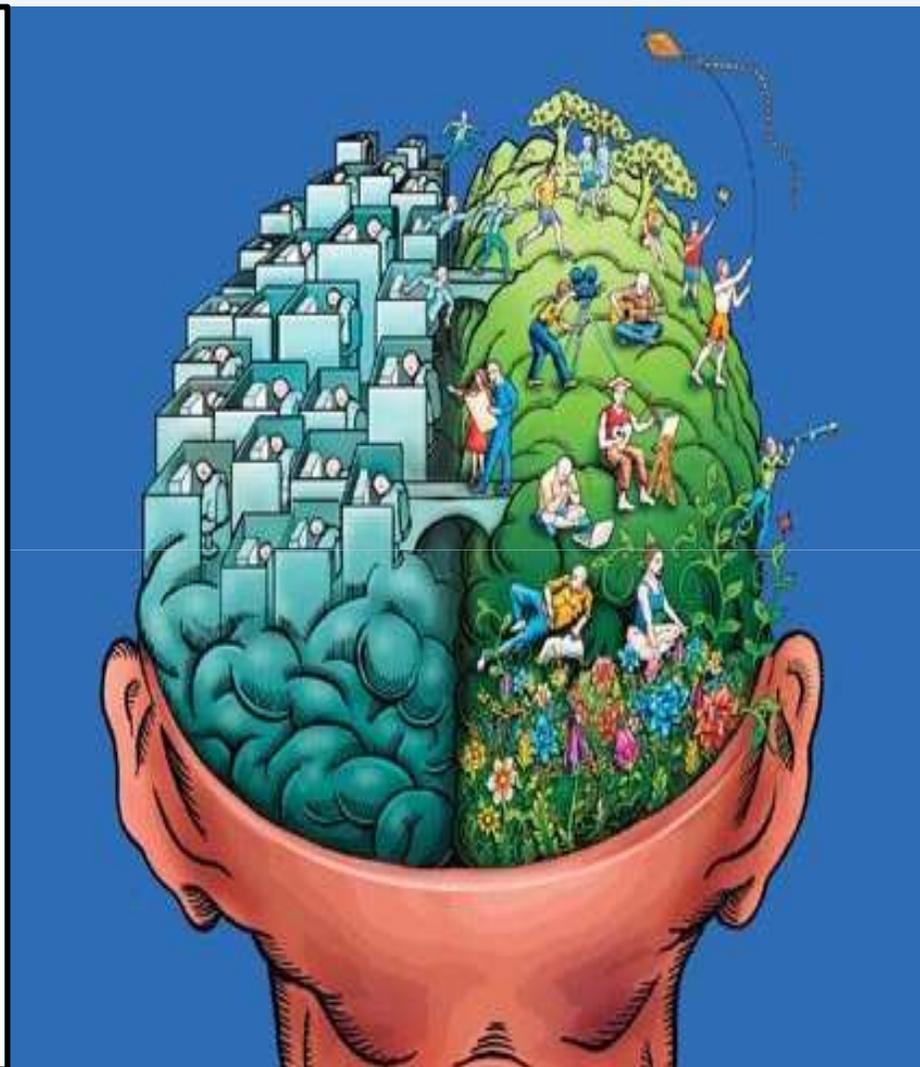
Desarrollar destrezas de la PNL implica usar ambos hemisferios

HEMISFERIO IZQUIERDO

Cognitivo
Secuencial
Consciente
Disociado
Estrategias
Digital
Específico/global

Controla lenguaje
Lógico
Capacidad de análisis
Sentido crítico

Rige al lado der.
del cuerpo



HEMISFERIO DERECHO

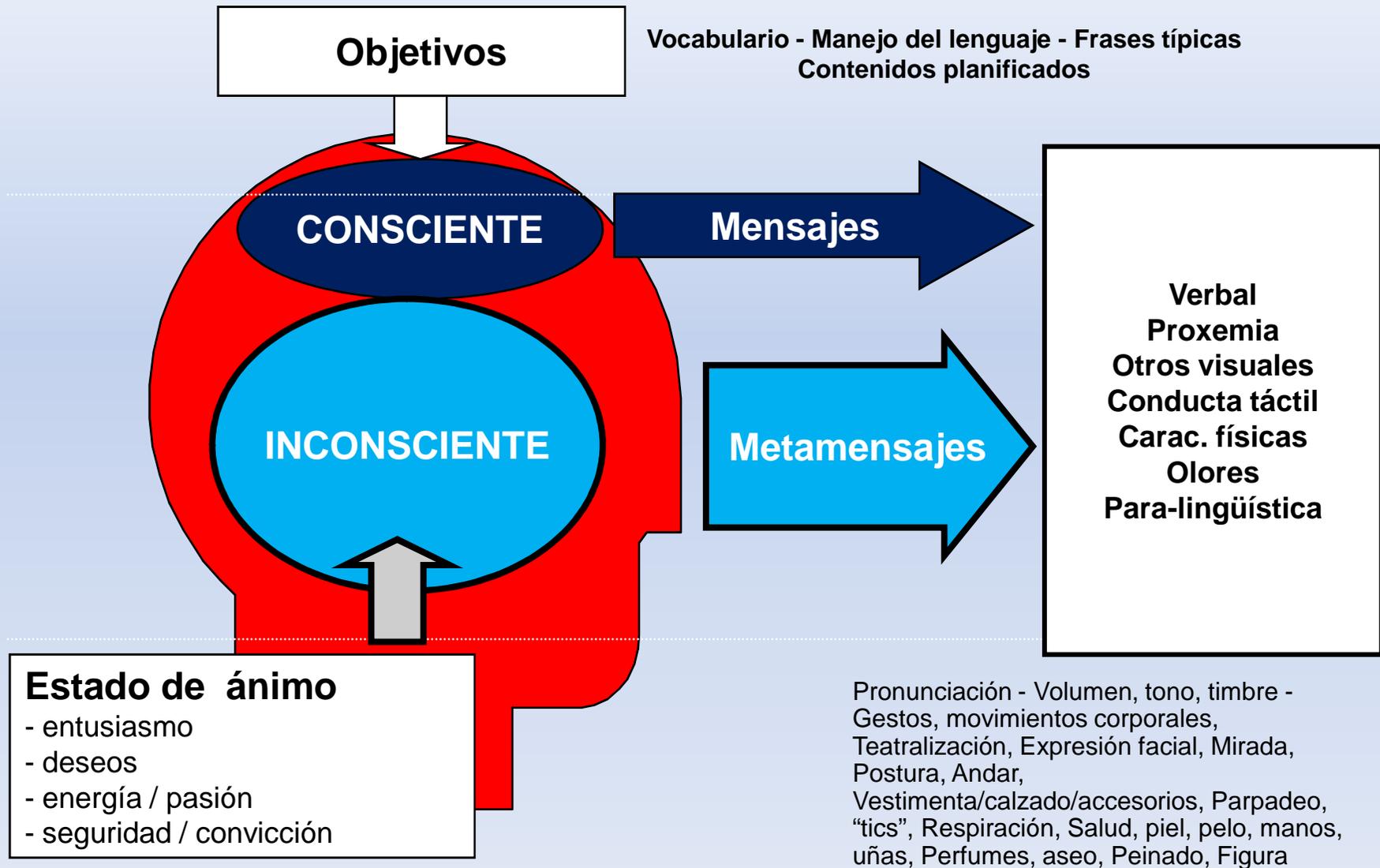
Intuitivo
Simultáneo
Inconsciente
Asociado
Estados
Analogico
Global/especifico

Creatividad
Imaginación
Fantasía
Intuición
Rel. espaciales
Cap. de síntesis

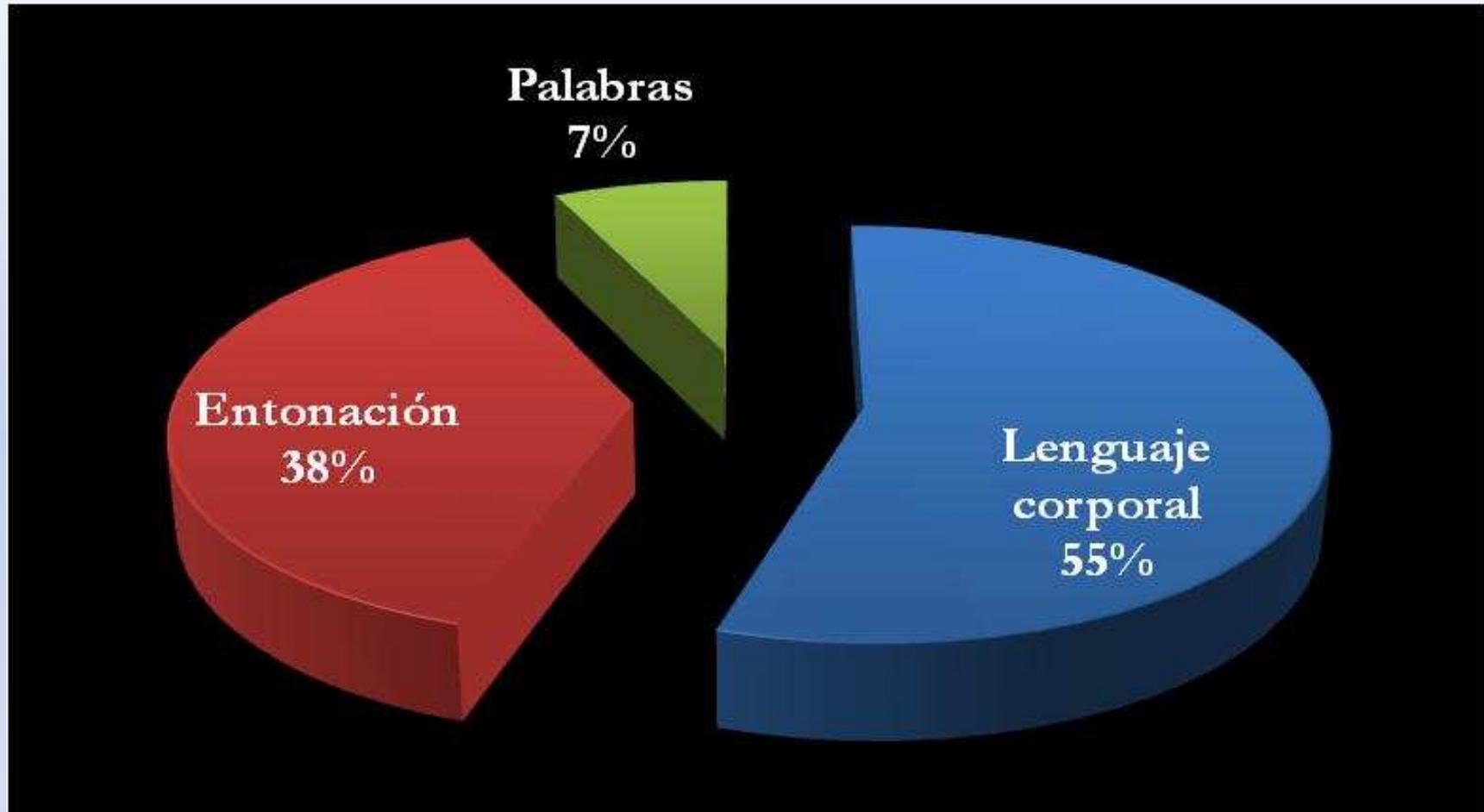
Rige al lado izq.
del cuerpo

Bases neurológicas

Mensaje y metamensaje



La comunicación efectiva



Fuente: Psic. Albert Mehrabian, Prof. emérito de la University of California (UCLA).
www.kaaj.com/psych, retrieved 29 May 2009. Note: applies to communications of feelings and attitudes

El lenguaje corporal

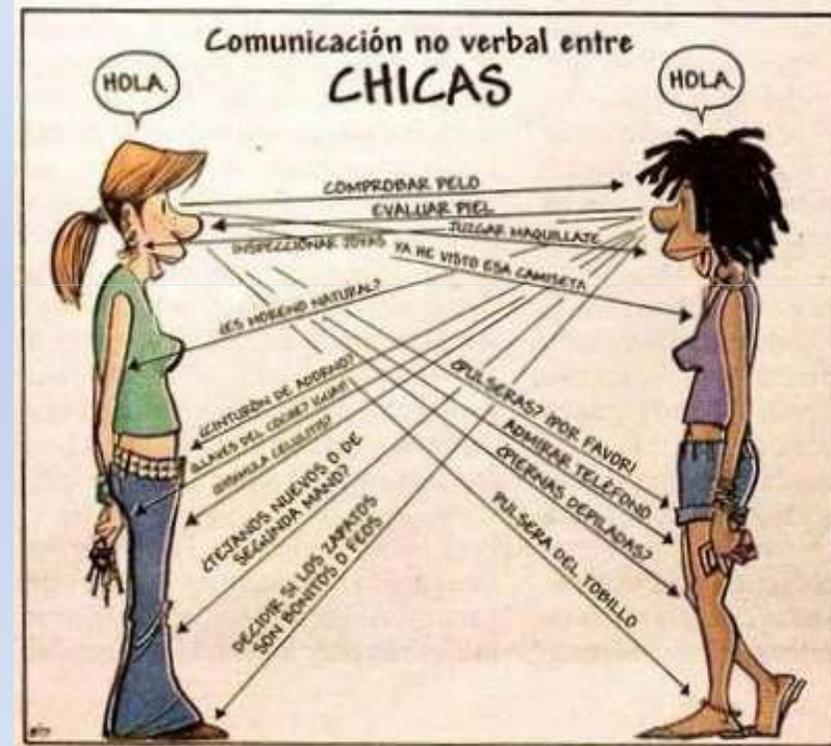
**Las palabras pueden engañar
pero el cuerpo casi nunca!**

- El cuerpo habla por sí mismo, es el “logotipo” del inconsciente
- Hay posturas corporales que sólo son posibles naturalmente si está presente determinado estado emocional
- Para favorecer una buena comunicación, hay **actuar desde un buen estado interno**

El lenguaje no verbal

■ NO VERBAL

Mov. de cabeza, orientación de la mirada, parpadeo, expresiones faciales, gestos corporales, señalar con el dedo, muecas...



El lenguaje verbal

Las palabras son ventanas abiertas al mundo de los demás

- **VERBAL:**

Lenguaje escrito u oral.

- **PARA-VERBAL**

Entonación e inflexiones de la voz, distancias, velocidad a la que hablamos, pausas, sincronía de los gestos que muchos intentan controlar :

"no paro de mover las manos"

"que querrá decir con ese gesto?")

Patrones de entonación

Puede usted hacer eso



Inflexión
ascendente
PREGUNTA

¿Puede usted hacer eso?



Énfasis neutro
AFIRMACIÓN

Puede usted hacer eso!



Inflexión
descendente
ORDEN



¡¡QUÉ
FELIZ
ME
SIENTO
HOY!!

PRESTAR ATENCIÓN A LA CONGRUENCIA!

Cuando el lenguaje verbal y el corporal entran en conflicto, **tomamos el corporal como significativo**, aunque prestemos atención a las palabras.

El “efecto” de algunas palabras y verbos...

~~pero~~



“y...”

“además...”

“sin embargo...”

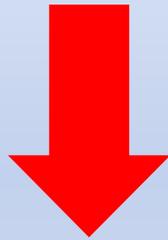
“no obstante...”

El “efecto” de algunas palabras y verbos...

~~intentar~~
~~tratar~~

Las preguntas en nuestro cerebro

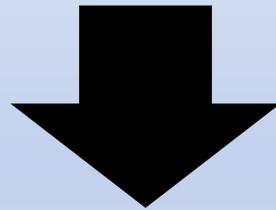
POR QUÉ PASA LO QUE PASA?
(Posiblemente den justificaciones y razones sin producir ningún cambio)



QUÉ / CÓMO
ES QUE PASA LO QUE PASA?
(Lleva a comprender la estructura de un problema)

CUIDADO CON...

LAS LECTURAS DE MENTE!



JUICIOS DE VALOR!

Sentidos de representación sensorial

Experimentamos el mundo en forma de sensaciones / canales
Visuales, Auditivos y Kinestésicos

VISUAL

GUSTO

Kinestésico

OLFATO

Kinestésico

AUDITIVO

TACTO

Kinestésico

+ Sensaciones

internas

Kinestésico



Características: visuales - auditivos - kinestésicos



Canal usado por personas que perciben su mundo externo e interno a través de imágenes, colores y recuerdan una situación "viéndola"...

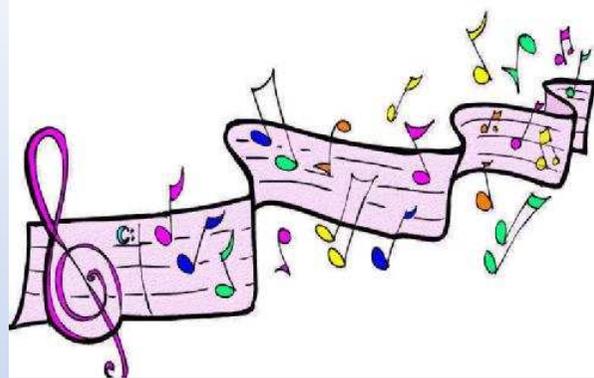


Canal usado por personas que perciben el mundo a través de las palabras, los sonidos, la narración y descripción hablada o escrita.



Es el canal de las sensaciones, el de la percepción a través del movimiento, tacto y emoción.

Submodalidades / Predicados



- “No lo veo claro”
- “No me suena bien”
- “No agarro la idea”
- “No termino de tomarle el gusto”

Ejemplo:

Los canales de comunicación indican qué sistema/s sensorial la persona precisa para evaluar y dar por satisfecho el criterio.



Ud. puede darse cuenta de que un violín es bueno porque:

- mira su apariencia, la elegancia de las líneas **(visual)**
- escucha su sonido, y cómo suena la madera **(auditivo)**
- toca su superficie, verifica peso y comodidad **(kinestésico)**

PNL = incrementar la agudeza perceptiva

**“Bajo la clave adecuada
uno puede decir cualquier cosa,
bajo la clave equivocada, nada vale.
Acertar con la clave es lo esencial.”**

George Bernard Shaw

Los accesos oculares



VC: Visual construido
AU: Auditivo construido
K: Kinestésico

VR: Visual recordado
AR: Auditivo recordado
DI: Diálogo interno / auditivo digital

Metaprogramas

Las personas nos orientamos hacia las otras personas, las cosas, la acción o la información.

Facilita la comunicación conocer las preferencias del otro para centrar nuestros argumentos en sus temas de preferencia.

- Acción hacia los logros o evitando los riesgos
- Referencia interna o externa
- Actitud activa o reactiva
- Búsqueda de información: de lo global a lo específico
- Preferencia a actividades, personas, lugares, información, objetos
- Pensamiento de corto o de largo plazo
- Orientación a sí mismo o a los demás
- Foco en igualdades o diferencias
- Acciones por deseo o por necesidad

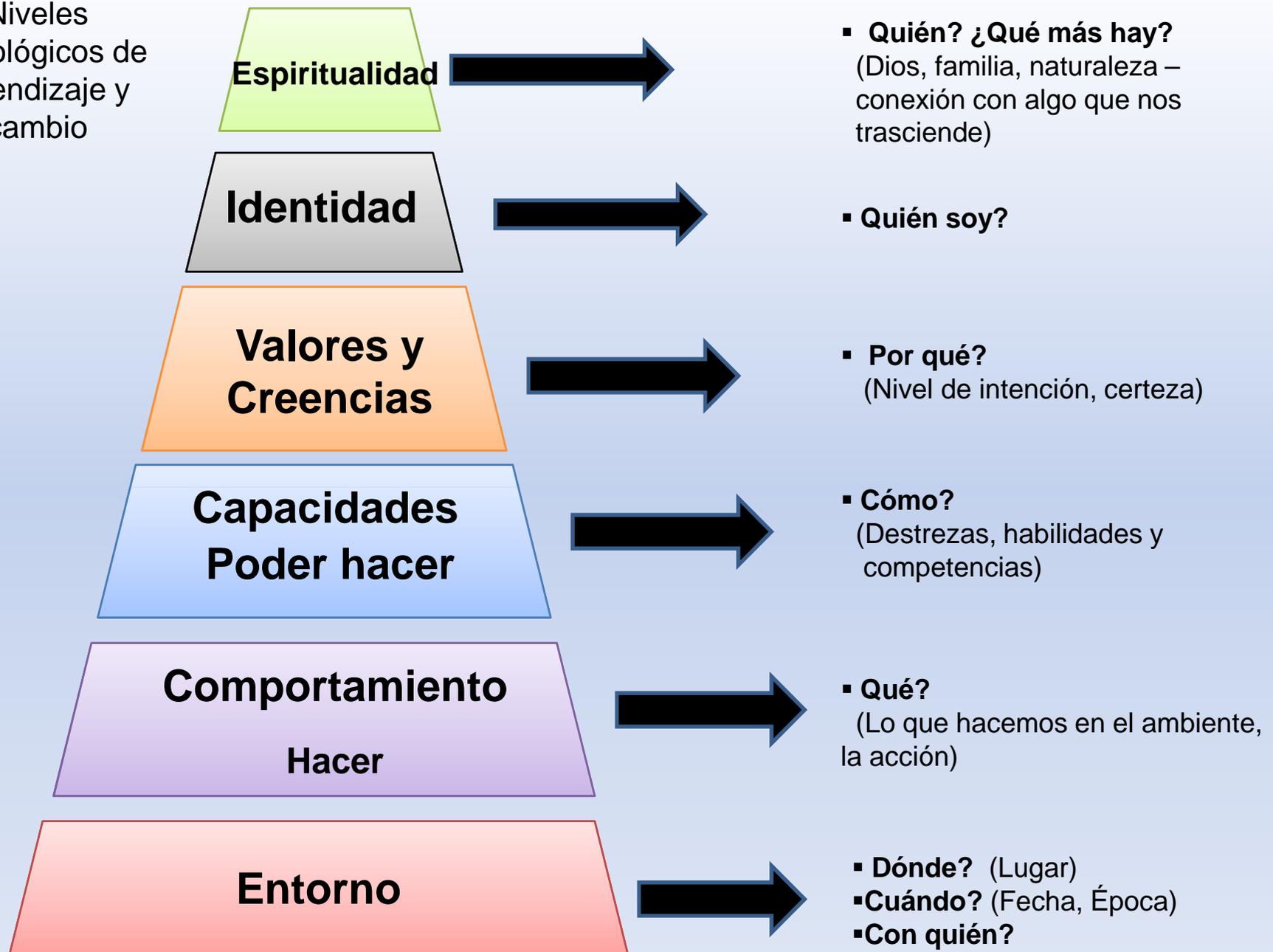
Valores y criterios

- Funcionan como poderosos filtros de percepción, gobiernan todos los comportamientos humanos
- Constituyen la base de la motivación y de la persuasión
- Crean el significado que se asigna a una situación concreta
- Influyen y dirigen los objetivos que nos trazamos
- Los planes y objetivos conectados con los valores y criterios fundamentales se vuelven mucho más motivadores.
- Tenemos escalas de valores
- Antivalores

Creencias

- Son generalizaciones, juicios y evaluaciones según nuestras experiencias de vida, de lo que estamos realizando o de lo que precisamos realizar, de los demás y del mundo. Las verbalizamos
- Son necesidades biológicas, no podríamos vivir sin ellas pues “preveen” lo que va a suceder y nos predisponen haciendo de filtro para que se cumpla nuestra creencia. Nos condicionan a la acción o a comportarnos congruentemente con esa creencia.
- Es todo aquello que se mantiene a pesar de las pruebas en contrario.
- Están conectadas y/o determinan vínculos ente valores y causas, significados y límites (niveles lógicos)
- Pueden ser potenciadoras o limitantes. Estarán determinadas por la dirección que tomen nuestros estados internos al procesar la experiencia.

Niveles
neurológicos de
aprendizaje y
cambio



“Rapport”



Genera una **vinculación profunda** entre los **niveles consciente e inconsciente**.

Construye un vínculo emocional y profesional, estableciendo una relación de confianza mutua duradera.

Permite **influir** a la persona hacia otras posiciones más convenientes.

Pasos para crear rapport: sincronizar...

- ❖ Su postura o posición
- ❖ Sus gestos y movimientos
- ❖ Su expresión facial
- ❖ Su contacto visual
- ❖ Su ritmo, volumen, tono de voz, pausas y silencios
- ❖ Su ritmo de respiración
- ❖ Su lenguaje (verbos, palabras, jerga en general)

La imitación genera pérdida de rapport, se detecta rápido

PNL para la “auto-programación”

La PNL actualiza los conocimientos y las emociones, permitiendo una transformación que eleva la autoestima y mejora la imagen de sí mismo.

Genera cambios que le harán incrementar la capacidad creativa, adquirir un eficiente control de las emociones, administrar efectivamente los recursos intelectuales, la capacidad mental, las habilidades y destrezas.

Contribuye a conservar adecuadamente las relaciones con los demás, a expresarnos de forma más precisa y satisfactoria.

Nos enseña a dialogar con la mente inconsciente para buscar respuestas a las preguntas esenciales que podemos hacernos. Aborda la relación con el mundo y el lugar que necesitamos y creemos ocupar; genera respuestas desde la perspectiva de cómo cada persona es responsable de su propia experiencia y crea así una cadena de éxitos que enriquecen el modelo del mundo desde la perspectiva de la autorrealización.

"Lo que ayuda las personas ayuda al negocio"

Leo Burnett

***"Combatirse a sí mismo es la guerra más difícil;
vencerse a sí mismo es la victoria más bella".***

Lao Tse

Muchas gracias

Bibliografía básica sugerida:

- O'Connor, J; Seymour, J.; ***Introducción a la PNL***, Ed. Urano
- Dilts, R; ***El poder de la palabra***, Ed. Urano
- Ramón-Cortes, F; ***La isla de los 5 faros – Un recorrido por las claves de la comunicación.*** Ed. Del Nuevo Extremo

Capacitador
Lic. Roberto Acosta
Master Practitioner en PNL
American Board in NLP
Email: raf@internet.com.uy