

META MODELO APLICADO

El secreto de una entrevista estratégica en la cual obtenemos información útil sobre el modelo del mundo de nuestro cliente y lo ayudamos a tomar una dirección más adecuada, es poner mucha atención a todo lo que el cliente dice y lo que **no** dice, así como decidir a donde y hasta donde queremos llevar la entrevista. Preguntante ¿Mi entrevista busca solo recolectar información o pretende iniciar una transformación? El Meta Modelo aplicado (como aprenderás a continuación) no solo recolecta información, porque evidentemente inicia una transformación y por eso hay que decidir adecuadamente **que** preguntamos, **como** lo preguntamos, **cuando** lo preguntamos y **hasta cuando** preguntamos.

Detectar / Desafiar Presuposiciones Limitantes

Para esto lo primero que hay que aprender a reconocer lo que el cliente **no** dice pero que presupone e implica con lo que **si** dice, en otras palabras lo que está detrás de lo que el cliente nos dice, o bien lo que está debajo de lo que el cliente dice, sosteniendo e incluso dando validez a su argumento. Esto lo logras determinando dos cosas, las premisas implícitas o explícitas del argumento y las presuposiciones de las frases que lo conforman, es decir lo que el cliente te presenta lingüísticamente. En PNL a excepción de unos cuantos el centro de atención son las presuposiciones, porque se suele analizar las frases y no los argumentos. Por lo tanto en el Meta Modelo Aplicado te sugerimos empezar por detectar las presuposiciones.

Es decir, responder internamente a la pregunta:

“¿Qué tendría que ser cierto y qué estaríamos aceptando para que esto que dice el cliente fuera verdad?”

Si pones atención seguramente al escuchar cuidadosamente lo que tu interlocutor dice, podrás detectar una o varias presuposiciones. Muchas de las cuales son o reflejan una o varias creencias importantes del cliente. Algunas que incluso decidas cuestionar. Con la práctica y prestando atención puedes detectar incluso las presuposiciones de segundo y hasta de tercer orden (como las llamó Eric Robbie) que básicamente son presuposiciones de las presuposiciones.

Para comprender los diferentes tipos de presuposiciones he agrupado las presuposiciones en las siguientes principales categorías:

- I. Presuposiciones de existencia
Algo, alguien o alguna cualidad existe. Basta nombrarlo para presuponer su existencia al menos a nivel conceptual.
- II. Presuposiciones de posibilidad y capacidad
Algo es posible o alguien es capaz de algo. Basta la presencia de verbos y/o adverbios para presuponer la posibilidad de que algo sea posible hacerse al menos a nivel conceptual.
- III. Presuposiciones de temporalidad
Algo se hace/existe o no se hace/existe, se hizo/existió o no se hizo/existió, se hará/existirá o no se hará/existirá. La simple presencia de conjugaciones verbales ya presupone temporalidad.
- IV. Presuposiciones de causalidad
Algo es la causa de otra cosa que es el efecto, usualmente excluyendo correlaciones, es decir la existencia de otros factores que producen o podrían producir el efecto.
- V. Presuposiciones de relación (significado o equivalencia compleja)
Algo significa algo más o bien algo significa algo estrictamente por su relación con otra cosa.

Al identificar presuposiciones y determinar que resultan limitantes para la persona (al menos en ese contexto) tenemos la opción de desafiarlas directamente o recordarlas para emplearlas más adelante en la intervención. Usar las mismas presuposiciones (estructura del cliente) para resolver alguna situación del mismo cliente resulta un trabajo profundo y muy efectivo. A veces poner una presuposición de la persona contra otra presuposición de la misma persona abre un mundo de posibilidades.

Detectar las presuposiciones es uno de los aspectos para reconocer como las personas construyen y mantienen sus generalizaciones.

Cuando decides desafiar o cuestionar las estructuras lingüísticas y creencias (particularmente limitantes) de las personas vale la pena comenzar desde:

Desafiar Performativo Perdido (actor ausente)

¿Según quién? ¿Según qué criterios?

Determinar quién realiza el juicio, evaluación o diagnóstico en cuestión pretendiendo devolver la “responsabilidad” del mismo a la persona con la que estamos trabajando. También nos ayuda a identificar algunos criterios importantes que la persona tiene para evaluar temas de su interés o a los que da importancia suficiente para que sean un asunto a trabajar en una sesión de PNL o en una interacción con otra persona.

Un muy buen primer paso para preparar una intervención de cambio conversacional usando los patrones de habilidad de palabra (sleight of mouth). Adicionalmente comienza a determinar qué tan firme es una estructura de creencias o incluso de virus mental.

Obviamente no se requiere de desafiar todos los juicios. Solo desafiamos aquellos que nos llevarán en una dirección más adecuada o los que responderán a nuestras preguntas bien dirigidas.

El Dr. Bandler suele cuestionar el juicio por medio de contradecir el juicio emitido por el cliente. Ejemplo: ¡No! Eso no es una depresión... yo he visto depresiones. Esto suele darle resultado especialmente con clientes que dan mucha importancia a la opinión de otros, particularmente de personajes reconocidos en algún medio como PNL.

Desafiar Lectura de Pensamiento/Lectura de Pensamiento Propio

¿Cómo lo sabes? ¿Cómo sabes que eso es cierto?

Determinar “como” la persona sabe que el diagnóstico es correcto o que el problema realmente es el que dice o que quien diagnosticó el problema está en lo correcto, ayuda en muchos casos a determinar el proceso de decisión y/o convencimiento del cliente. Al mismo tiempo que abre la posibilidad de que el problema realmente no lo sea.

La respuesta a estas preguntas generalmente (si la persona responde algo más que un “porque lo se”) te proporcionará una causa-efecto o equivalencia compleja la cual podemos modificar (en caso conveniente) con patrones de habilidad de palabra. Pero aun en los casos que no queremos modificar la causa-efecto nos da información de la estructura de la persona y de cómo construye sus generalizaciones.

Desafiar Operadores Modales

¿Qué lo hace así? ¿Cómo sería si no fuese así?

Con estas preguntas desafiamos los operadores modales “tengo”, “debo” y “necesito” cuando el cliente los presenta como parte del “estado deseado” o lo que busca obtener de la sesión. Si bien muchas personas hacen lo que están “obligados” a hacer, usualmente no lo hacen con una sensación positiva, ni con gusto... y aun más importante esa “obligación” está sustentada en creencias e incluso paradigmas que muchas veces la persona ni siquiera se ha cuestionado.

Desafiar Causalidades (causa-efecto) y Equivalencias Complejas

¿Cómo es que A produce B? ¿Cómo sería si no fuese así? ¿Algo más podría ser la causa de B? ¿Es A por si solo la causa de B?

¿Cómo es que A significa B? ¿Podría significar otra cosa?

Muy parecido a lo que sucede con los operadores modales, las personas suelen creer que las causalidades que expresan son así y ni se lo cuestionan. Y las equivalencias complejas por otro lado suelen estar sustentadas en creencias e incluso paradigmas que muchas veces la persona ni siquiera se ha cuestionado.

Contextualizar los Síntomas

¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Con quien?

Determinar específicamente en que contexto / situación se presentan los problemas. Muchas veces el cliente generaliza en su percepción los momentos y situaciones en los que sufre determinado problema, y contextualizar disminuye el impacto negativo que tiene sobre el individuo. Recordemos que cada vez que preguntamos estamos induciendo una respuesta y presuponiendo cosas. Al contextualizar el problema inducimos a que este disminuya.

Adicionalmente contextualizar nos da información muy valiosa, en términos de estrategias, sobre los “disparadores” de procesos internos disfuncionales. Al reconocer los estímulos presentes (internos o externos) en combinación con las presuposiciones, tenemos herramientas muy valiosas para producir un cambio.

Desafiar Nominalizaciones

Cuestionar la existencia en el mundo “real” y físico (como objeto o ente vivo) de la nominalización (problemática) para convertirla de regreso en un proceso (denominalizar) de tal forma que podamos responsabilizar al cliente del proceso interno que permite la existencia de la nominalización, dándole así poder al cliente sobre el problema.

Una de las formas más simples de desafiar estas nominalizaciones es por medio de expresarnos de ellas y tratarlas como si realmente fuesen algo “real” o físico.

Ejemplos: ¡Dame X (nominalización)!

¿Dónde conseguiste X (nominalización) que la he buscado en toda las tiendas?

Las situaciones más comunes en las que una nominalización es considerada problemática, son cuando:

1. La nominalización es empleada como la “etiqueta” misma con la que se bautiza al problema / síntoma.
2. La nominalización es tratada por el cliente como la causa del síntoma.

El Resto del Meta Modelo

El resto de los patrones del Meta Modelo siguen teniendo validez y son importantes y aplicables en determinados momentos. Muchas de las cuantificaciones universales quedan desafiadas al contextualizar y algunas otras pueden ser desafiadas como presuposiciones.

Comprender la función de cada patrón lingüístico es valioso e importante para realizar intervenciones con PNL.

Para desafiar, modificar, reemplazar o incluso fortalecer estructuras lógico-lingüísticas, una de las herramientas verbales más efectivas se les llama: patrones de habilidad de palabra (sleight of mouth).

META MODELO APLICADO

PRESUPOSICIONES

PERFORMATIVO PERDIDO LECTURA DE PENSAMIENTO

CUANTIFICACIÓN UNIVERSAL CAUSA - EFECTO

OPERADORES MODALES

NOMINALIZACIONES

EQUIVALENCIA COMPLEJA

ELIMINACION COMPARATIVA

AUSENCIA DE INDICE REFERENCIAL