

La Automotivación

Componentes de la automotivación

Autoras: Carmen García de Leaniz y Olga Cañizares

Índice

Apuntes	3
5.1. Componentes de la automotivación	3
5.2. Elementos	3
5.3. Sistemas	4
5.4. Procesos	6
5.5. Fuentes	7
5.6. Referencias bibliográficas	14

5.1. Componentes de la automotivación

Hasta ahora hemos hablado de tres tipos de automotivación que nos estimulan para conseguir logros o satisfacer necesidades.

Veamos ahora los componentes que influyen en su desarrollo:

- ▶ Elementos.
- ▶ Sistemas.
- ▶ Procesos.
- ▶ Fuentes.
- ▶ Actitudes.

5.2. Elementos

Imaginemos que tenemos muchas ganas de aprender a tocar el piano. El **interés** que mostramos se convierte en un elemento fundamental para que nuestros esfuerzos vayan dirigidos a conseguir lo que queremos. Empieza entonces el proceso de definir una serie de pasos para conseguirlo: encontrar el conservatorio de música, comprobar los cursos y los precios, agendar las fechas, identificar los recursos de tiempo y de dinero... La **intensidad** del esfuerzo que pongamos en conseguir nuestro objetivo, la calidad de nuestras acciones-desempeño en andar los pasos, será fundamental para la obtención del logro. Por tanto, describimos dos elementos como componentes:

- ▶ **Dirección del esfuerzo:** interés de la persona por una situación, su finalidad.

- ▶ **Intensidad del esfuerzo:** sostenimiento en el tiempo de la conducta necesaria para alcanzar el objetivo.

Si buscamos estos **elementos** en nuestros propios objetivos, observaremos cómo influyen en nuestra automotivación.

5.3. Sistemas

Según describen Pablo Fernández Berrocal y Natalia Ramos Díaz en su libro *Corazones Inteligentes* sobre la teoría de José Luis Zaccagnini, existen tres sistemas internos que actúan a la hora de producir automotivación:

1. Sistema motivacional.
2. Sistema instrumental.
3. Sistema ejecutivo.

Como si de un «equipo» se tratara, estos sistemas internos actúan de forma complementaria para generar en nosotros el estímulo al logro.

El **sistema motivacional** es el encargado de predisponernos a conseguir los objetivos o a cubrir las necesidades que tenemos abiertas en ese momento. Evalúa en qué medida necesitamos conseguir nuestro objetivo o alcanzar nuestra meta. **Podríamos decir que son los motivos** que luego veremos en el proceso que se produce con la automotivación. El sistema motivacional dispone una jerarquía de prioridades en función de la trascendencia o el relieve que tienen para nosotros en cada momento. Su limitación es que no nos dice cómo obtenerlas ni qué recursos utilizar, de esto se encargarán los otros sistemas.

El **sistema instrumental** evaluará los recursos y las capacidades que tenemos disponibles, tanto internos como externos, para poder ejecutar la acción para obtenerlo. Utiliza nuestro nivel cognitivo (pensamientos) y de conducta (acciones).

Su competencia fundamental es obtener la máxima cantidad de información para poner en marcha las acciones necesarias que nos faculten para abordar la necesidad o el motivo abierto en cada momento.

Su funcionamiento produce estados emocionales. Es decir, la valoración que hagamos de nuestros recursos, del entorno en el que nos desenvolveremos, nos generará emociones agradables o desagradables y por consiguiente, sentimientos favorables o no sobre el motivo.

El **sistema ejecutivo** es el encargado de poner de acuerdo al sistema motivacional y al instrumental, trata de coordinar la motivación y la emoción con la razón y la acción. El sistema ejecutivo establece el diálogo entre nuestros deseos/necesidades y nuestros pensamientos y conductas.

Para poder poner de acuerdo a los dos sistemas es necesario que disponga de dos elementos fundamentales:

- ▶ **Criterio** para elegir las prioridades.
- ▶ **Valoración** de nuestros recursos y capacidades.

En algunas ocasiones, el sistema ejecutivo no es capaz de poner de acuerdo a los otros dos sistemas, y entonces es cuando se produce **resistencia al cambio**.

Recogemos la definición que hace José Vicente Losada en uno de sus artículos:

«La resistencia al cambio [se define] como el conjunto de fuerzas y actitudes que se desencadenan ante cualquier variación que ocurre en un sistema, y cuyo propósito es mantener el *status* [sic] *quo* y garantizar la estabilidad de

ese sistema, sea este un individuo, una organización o una sociedad» (Losada, 2011).

La resistencia al cambio está muy alimentada por nuestros sistemas de creencias. El trabajo con las creencias será abordado en este curso en varios temas.

5.4. Procesos

Una vez puestos de acuerdo los sistemas y elegido el logro, es decir, la situación que queremos abordar, tiene lugar el siguiente proceso:

- ▶ **Deseo y/o necesidad:** todas las personas nos movemos por la influencia de nuestras necesidades. Ya hemos visto algunas de las teorías que explican esto (Maslow, Masden, etc.). Las necesidades (hambre, por ejemplo) va a provocar un **deseo** (comida).
- ▶ Esto pondrá en marcha nuestro sistema de **creencias** (¿puedo conseguirlo?) y **capacidades** (voy a hacerlo).
- ▶ Por lo tanto, provocará una **conducta** (comprar comida).
- ▶ Lo que llevará a conseguir el **logro** (comer). Este logro, a su vez, se convertirá de nuevo en el alimento de mi creencia de que puedo hacerlo.

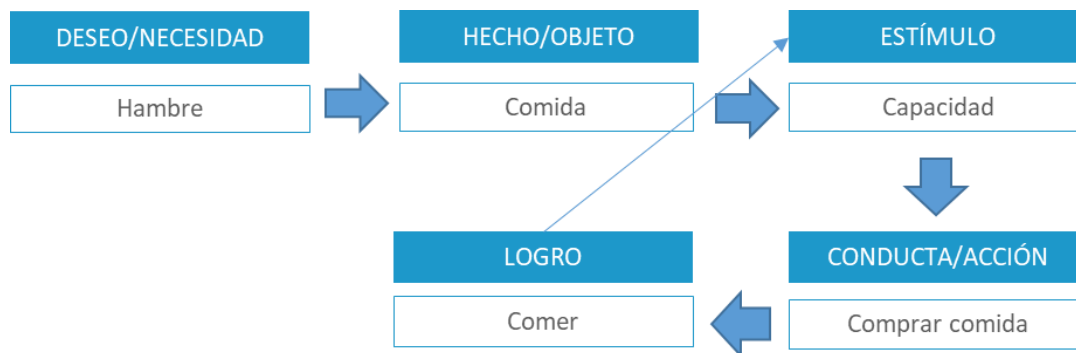


Figura 1. Proceso desde el deseo

Vemos cómo, durante el proceso, los tres sistemas funcionan para conseguir el logro.

5.5. Fuentes

Uno de los componentes más potentes para conseguir una buena automotivación son las fuentes que utilizamos.

Hemos elegido la teoría del Dr. Hendrie Weisenger¹ como base, porque resulta práctica y tangible para el día a día, aunque nosotros vamos a completarla distinguiendo entre fuentes.

Internas	Externas
Nosotros mismos.	Nuestro entorno emocional.
Nuestros valores.	El entorno físico.
La meta.	Nuestros líderes-referentes.
El para qué.	

Tabla 1. Fuentes.

A continuación, vamos a describir cada componente de las fuentes.

¹ **Dr. Hendrie Weisenger.** Psicólogo y Consultor. Considerado en varias ocasiones el mejor autor por el *New York Times*. Es autor de varios libros sobre Inteligencia Emocional y comportamiento humano.

Nosotros mismos

Nuestros pensamientos, creencias, actitudes, conductas, etc. Somos la fuente de automotivación más potenciadora y más limitante si elegimos erróneamente nuestros pensamientos. Esta fuente es esencial, porque será el origen de las siguientes decisiones que tomemos para elegir otras.

¿Cómo nos usamos a nosotros mismos para automotivarnos? Con base en los planteamientos del Dr. Weisinger y usando de marco la psicología positiva sugerimos algunas técnicas fáciles:

- ▶ **Emplear enunciados en positivo y desde el «quiero»:** «Acabaré el informe hoy», «buscaré lo que necesito para...», «conseguiré el acuerdo sobre...», «quiero acabar este curso y sacarle mucho partido».
- ▶ **Definir micro metas alcanzables y focalizadas en cortos espacios de tiempo:** «hoy voy a terminar el libro», «durante la mañana haré cuatro llamadas», «esta semana saldré a correr dos días».
- ▶ **Visualizaciones:** generar realidades mentales alcanzables y tangibles que generan las mismas respuestas que una actividad o imagen real.
- ▶ **Cambiar el marco** de las auto-críticas de marco fracaso a marco aprendizaje.

Nuestros valores

Como vimos en la pirámide neurológica de R. Dilts², **los valores soportan el peso de toda nuestra estructura**. Sobre ellos se organizan las creencias. Cualquier

² **Robert Dilts** ha desarrollado teorías y prácticas en el campo de la Programación Neuro-Lingüística (PNL). Su teoría sobre el modelo de comportamiento humano, el aprendizaje y la comunicación ha completado los estudios realizados desde su creación en 1975 por John Grinder y Richard Bandler. También coincidió con George Bateson, del que recogió estudios para incorporar a sus teorías.

movimiento en el orden de nuestros valores hará que cambie de lugar, de intensidad o incluso podría llegar a desaparecer alguna de nuestras creencias. Cuando acudimos a un valor para conseguir una meta, experimentamos una fuerza inusitada que nos empuja y nos envía información de los «cómos» y de los «qué».

Pongamos un ejemplo de cómo nuestros valores **pueden enfrentarse a la hora de tomar una decisión**. Imaginemos que tenemos un hijo, menor de edad, que ha conducido sin carnet y ha provocado un accidente. Protegerle y ser honesto serán dos valores fundamentales. Si le denunciemos, habrá consecuencias para él y toda la familia. Serían graves económicamente, ya que ninguna compañía de seguros se haría cargo de los daños. La automotivación para declarar ante la policía y las compañías de seguros sería baja.

Sin embargo, un tercer valor motivaría la acción: ¿cómo educar a los hijos en los valores fundamentales si, en un momento de crisis, la elección se basa en un aspecto económico? En este caso, la educación y el compromiso fue una fuente automotivadora para tomar la decisión de declarar adecuadamente el incidente aun sabiendo las consecuencias que traería. En este ejemplo podemos ver cómo un valor se convirtió en una fuente ineludible que llevó a la acción, apoyada por la honestidad.

La M.E.T.A.

Definir una meta va a ser siempre una fuente de automotivación muy poderosa. Sin embargo, será fundamental la forma que tengamos de enunciarla para que tenga la fuerza que esperamos y sobre todo para que se convierta en algo eficiente. Una meta debe recoger en su definición:

M edible – E específica – T angible – A lcanzable

Debemos pasar de lo genérico a lo específico. Habrá más compromiso.

«Quiero cambiar de trabajo» es, claramente, un enunciado que no cumple con lo que acabamos de decir:

- ▶ ¿Cuándo quieres cambiarte de trabajo?
- ▶ ¿Qué tipo de trabajo quieres?
- ▶ ¿En tu empresa o en una nueva?
- ▶ Y, así, debemos hacernos las preguntas que necesitemos para que pueda pasar el filtro de META.

La META como fuente de automotivación centra la atención en la tarea, moviliza nuestra energía y activa nuestra capacidad de encontrar recursos elaborando estrategias que nos permitan alcanzarlas. El compromiso aumentará si las comunicamos a nuestro entorno personal y/o profesional.

El «para qué»

El «para qué» es una de las fuentes de automotivación más potentes.

Produce la «gasolina» necesaria para pasar a la acción con entusiasmo y determinación. El «para qué» nos conecta con el sentido de las cosas. Identificarlo requiere de coraje, valentía y una dosis alta de fe y confianza. Sin esos ingredientes, a pesar de estar insatisfechos, seguiremos haciendo y haciendo sin generar una sensación de satisfacción y plenitud.

Encontrarle un sentido a nuestras acciones, a nuestras metas, es encontrar un propósito, una misión, es el fin último y más elevado de nuestros comportamientos. Recordamos autores como Viktor Frankl, psiquiatra y autor del libro *El hombre en busca de sentido*, que sobrevivió al Holocausto, encontrando en el más profundo dolor un «para qué».

Para identificar nuestros «para qué» debemos tener en cuenta que este tiene una serie de características:

- ▶ Es concreto, tiene identidad.
- ▶ Concieme a lo que es cotidiano.
- ▶ Debe trascender la acción.
- ▶ Activa los recursos internos.
- ▶ Hace converger el reto con la capacidad. Nos coloca en estado de *flow*.
- ▶ Es atemporal.
- ▶ Silencia el diálogo interno.
- ▶ Se retroalimenta.

Veamos su influencia en un ejemplo. Imaginemos que entrevistamos a los empleados de una empresa y les planteamos la siguiente pregunta: ¿para qué haces lo que haces (aquí incluimos su puesto de trabajo) en esta organización? Aquellos que comienzan su respuesta empezando con un «para...», seguido de su acción de cada día, se sienten realizados y motivados con su trabajo. Sin embargo, aquellos que responden con un «porque...», afianzaban su malestar, desagrado o incompetencia.

También podemos comprobar la importancia de esta fuente de automotivación por su reiterado uso en publicidad. Por citar un ejemplo, una de las marcas comerciales que usan el para qué en su publicidad es Balay con su eslogan «Balay te hace la vida más fácil».

Si quieres puedes utilizar la siguiente secuencia de preguntas para identificar uno de tus «para qué»:

Elige un «para qué» actual de tu vida.

¿Cómo definirías la identidad (concreción) de tu «para qué»?

¿Qué aspectos cotidianos participan con/en él?

¿Qué acciones provoca?

¿Qué recursos moviliza?

- ¿Sientes que es un reto?
- ¿Sientes que tienes talento para ello?
- ¿Puedes orientarte a ello en cualquier momento?
- ¿Cómo son tus pensamientos cuando te diriges y/o estás en él?
- ¿Puede ampliarse, crecer?

Nuestros «**para qué**» no son solo declaraciones de lo que queremos hacer o llegar a ser, sino una **afirmación que compromete nuestra voluntad**, de ahí su poder. Si sabemos dónde vamos y «para qué», se pondrá en marcha nuestra automotivación que aportará la energía vital para poner en marcha las acciones para llevarlo a cabo. Suscitará una actitud perseverante y la voluntad necesaria para conseguirlo.

Nuestro entorno emocional

Es una fuente externa. Hay veces que sentimos que no podemos hacerlo solos, nos falta confianza o simplemente necesitamos ayuda.

Buscar en nuestro entorno a las personas necesarias para completar lo que necesitamos, es utilizar adecuadamente nuestras fuentes de motivación.

Para ello es importante que:

- ▶ Definamos con qué personas queremos contar.
- ▶ Hagamos una reflexión consciente de lo que esperamos de ellos.
- ▶ Seamos conscientes de lo que estamos dispuestos a dar.

No todas las personas que conforman nuestro entorno emocional pueden ser válidas como fuentes de automotivación. Debemos sentir que:

- ▶ Sentimos confianza con y de ello/as.
- ▶ Son capaces de ayudarnos en la situación en cuestión.

- ▶ Están disponibles para hacerlo.

Nuestro entorno emocional está deseando echarnos una mano. Sentirnos motivados es sentirnos vivos, con ganas de hacer, de conseguir, de avanzar, y las personas que nos quieren pueden ser una estupenda fuente de donde nutrirnos.

El entorno físico

El entorno físico está influyendo inconscientemente en nuestra motivación: la luz, los sonidos, la temperatura, el olor...

¿Tienes un lugar en casa al que siempre quieres volver? ¿Un sofá preferido? ¿Una esquina especialmente iluminada donde te gusta leer? Ese es **tu entorno físico**, que, de forma inconsciente, **influye constantemente en nuestra motivación**: la luz, los sonidos, la temperatura, el olor, etc. Se trata de una fuente intangible aparentemente, pero absolutamente intervenible. Podemos generar entornos físicos que nos ayuden a conseguir nuestras metas. Cada meta requiere un entorno físico determinado. Si tenemos esto en cuenta será una fuente de automotivación. En educación, por ejemplo, el entorno físico se cuida mucho. Los espacios dedicados a la educación infantil suelen ser siempre de colores, con diferentes estímulos visuales, sensitivos, etc.

Nuestros líderes-referentes

Al igual que todos tenemos nuestro entorno físico que nos ayuda a alcanzar nuestras metas, también solemos tener un **líder o referente a quien seguimos en la vida**. Un referente es un **modelo que imitar**, una inspiración, son como un faro. Su luz marca un camino para seguir. Su ejemplo nos permite invocar recursos dentro de nosotros que, viéndolos en ellos, abren sus accesos con más facilidad. Recuerda las neuronas espejo: son capaces de reproducir en ti lo que estás viendo en otros. ¿Y si lo que estás

sintiendo de un referente es su capacidad de mejorar el entorno, de influir en otros?
¿Serás capaz de reproducir en ti esos recursos?

Invocar internamente a nuestros referentes nos ayudará a encontrar, de nuevo, una fuente de automotivación. Reproducir sus conductas quizás nos ayude a generar nuevos hábitos y esos nuevos hábitos, quizás nos lleven a nuevos pensamientos.

Actitudes

La suma de todas las fuentes y de **nuestra actitud** va a provocar un cóctel muy potenciador. Ya definimos anteriormente actitud como esa disposición de ánimo que nos lleva a hacer algo. Algunas características esenciales de las que debemos vestir nuestra actitud son **la proactividad, la confianza, la pasión, la constancia y la firmeza.**

Con una actitud proactiva, asumimos el control de nuestra conducta de una forma activa. Tomamos las riendas para generar acciones creativas, nuevas, que nos ayuden a conseguir lo que queremos. Solo podremos ser proactivos si sentimos confianza en nosotros y si le ponemos pasión, constancia y firmeza.

5.6. Referencias bibliográficas

Fernández, P. y Ramos, N. (2002). *Corazones inteligentes*. Barcelona: Kairós.

González García, M. (2006). *Habilidades directivas*. Málaga: INNOVA.

Losada, J. V. (26 de septiembre de 2011). La resistencia al cambio y la PNL. *Forfateg*.
<http://formagestalt.blogspot.com/2011/09/la-resistencia-al-cambio-y-la-pnl.html>

Weisinger, H. (2001). *Inteligencia Emocional en el trabajo*. Editorial Suma de Letras.