

intro PSICOLOGÍA

CÓMO NOS INFLUYEN LAS *Expectativas* DE LOS DEMÁS

Nuestras creencias afectan directamente a la realidad que construimos, pero también los pensamientos de los demás fabrican una imagen de nosotros mismos.

Por *Miriam Subirana*. Fotografía de *José Luis Ágreda*



El poder de nuestras creencias y expectativas influye en las personas que nos rodean. El concepto que tenemos de nosotros mismos se ha ido creando influido por las perspectivas y las imágenes que han tenido y tienen los demás. En nuestra niñez crecimos influidos por nuestros padres. También los maestros y los compañeros que tuvimos en la escuela, y hasta nuestros amigos, han influido a la hora de crear nuestra imagen. Somos, en gran medida, lo que los demás esperan que seamos. Esto tiene repercusiones tanto a nivel personal como en el ámbito laboral, en el escolar, social y familiar, y pueden ser pro-

ductivas o contraproducentes. Conocer cómo funciona este efecto, llamado Pígalión, nos ayudará a ser conscientes de cómo influimos unos en otros con nuestras miradas y expectativas.

En el ámbito educativo, la imagen o expectativas que tiene el educador en relación al alumnado influye en el comportamiento de este. Cuando damos responsabilidad a los estudiantes, cuando confiamos en ellos, les enseñamos a creer en ellos mismos. Las expectativas del docente constituyen uno de los factores más influyentes en el rendimiento escolar de sus estudiantes.

"Se ha demostrado, tanto en el aula como en el laboratorio", afirma el pro-

fesor David Cooperrider, "que los maestros que tienen imágenes muy positivas de sus estudiantes tienden a ofrecerles: un mayor soporte emocional (Rist, 1970; Rubovitz y Maehr, 1973); una retroalimentación más clara, más inmediata y más positiva en cuanto a efecto y desempeño (Weinstein, 1976; Cooper, 1979), y mejores oportunidades para desempeñarse y aprender materias con más alto contenido de reto (Brophy y Good, 1974; Swann y Snyder, 1980)".

En el ámbito de la empresa, el efecto Pígalión se da cuando un directivo tiene una imagen formada de sus colaboradores y los trata según ella. El colaborador la percibe aunque el jefe no se la comunique. Cuando es positiva, todo va bien; pero cuando es negativa, ocurre lo contrario. Desafortunadamente tenemos la costumbre de formarnos ideas negativas de las personas que nos rodean: nos fijamos más en sus fallos y en sus errores, y menos en sus talentos y virtudes. Con lo cual proyectamos imágenes negativas que dificultan nuestra comunicación y provocan que a la persona le sea más difícil expresarse con naturalidad y desde su talento, haciéndolo desde sus inseguridades y temores.

SI CREE EN ALGO, LO CONSIGUE
"La expectativa o la realidad anticipada del médico influye en la recuperación del paciente. Parece que el efecto placebo es más fuerte cuando la creencia en la efectividad del tratamiento es compartida en un grupo" (O'Regan, 1983)

Cuando alguien proyecta una imagen negativa, afecta a nuestra capacidad de comunicarnos abiertamente. Más bien dudamos, nos bloqueamos y la comunicación no fluye. Cuando la comunicación está encallada, debido a las imá-

PSICOLOGÍA



EL PODER DE LAS IMÁGENES

LIBRO

– ‘Indagación apreciativa. Un enfoque innovador para la transformación personal y de las organizaciones. Inspirémonos para diseñar nuestro futuro’ (editorial Kairós, Barcelona, 2013). Miriam Subirana y David Cooperrider, sus autores, explican el impacto de las imágenes positivas.

TEATRO

– ‘Pígmalión’, de George Bernard Shaw, está basada en el relato de Ovidio. En el mito de Pígmalión, de origen griego, este se enamora de una estatua que él ha creado. Su imagen y creencia de que la estatua es real tiene tal poder que logra que esta tome forma humana y consiguen así estar juntos.

PELÍCULA

– ‘El club de los poetas muertos’, dirigida por Peter Weir, narra el encuentro de un profesor de literatura con un grupo de alumnos. A través de la poesía, el maestro inspira un cambio vital en ellos.
– En ‘Invictus’, de Clint Eastwood, se ve la influencia de las imágenes positivas que proyecta Nelson Mandela.

“Si tiene miedo a equivocarse, tiene muchas probabilidades de hacerlo. Si cree que no podrá con algo, será cierto y no lo logrará”

> nes negativas formadas de unos y otros, podemos buscar preguntas que faciliten un cambio de visión. ¿Qué ha hecho bien esta persona en el último año? Recuerde un momento en que logró algo, o un momento en el que expresó una de sus cualidades. Piense en aquello mejor de ella, en lo que le da vida, en su núcleo vital positivo.

Si nos centramos en ese potencial, en lo que nos motiva, en lo mejor de cada uno, desbloqueamos situaciones encalladas. Aprender a desarrollar la capacidad afirmativa, la de reconocer y apreciar los logros de los demás, nos ayuda en este proceso. Es la habilidad de ver lo que otros son capaces de hacer y fortalecerlos para que lo hagan. Es también reconocer nuestros logros y fortalecer nuestras capacidades.

Para cambiar podemos centrarnos en lo que no va bien, en lo erróneo, y minimizarlo, o bien centrarnos en lo que va bien, lo correcto, y maximizarlo. La capacidad afirmativa se centra en esta segunda opción, que está demostrado que presenta el doble de efectividad.

VER LO MEJOR DE LAS PERSONAS

“La profecía de un suceso lleva al suceso de la profecía”

(Paul Watzlawick)

Veamos cómo podemos aplicar la capacidad afirmativa en nuestras relaciones. Si tenemos la tendencia de fijarnos en los errores y fallos del otro, nos desesperamos. La imagen del error del otro hace sentir rabia y las expectativas son negativas, esperando lo peor. Pero con esa actitud solo condiciono a que se repita el mismo patrón de conducta. En cambio, si vemos lo mejor de las personas con quienes interactuamos y nos centramos en imágenes positivas de los demás, expresaremos lo mejor de nosotros mismos y avanzaremos en mantener relaciones saludables.

Cuando la imagen que nos hemos formado de otra persona es positiva, esta imagen nos sirve como un radar que aumenta nuestra capacidad de

percibir los éxitos del otro, nos ayuda a recordar los aspectos positivos en lugar de los negativos, y cuando las situaciones son ambiguas, tomamos en cuenta las posibilidades positivas en lugar de las negativas. “Es bastante posible que la capacidad afirmativa de sintonizar a nivel cognitivo con los aspectos más positivos de otro ser humano sea, en realidad, una capacidad humana extraordinaria”, afirma Cooperrider.

Atraemos hacia nosotros aquello que deseamos o rechazamos según el poder de nuestras expectativas y creencias. Pongamos atención a los miedos que tenemos porque atraemos hacia nosotros aquello que tememos. Si tiene miedo a equivocarse, tiene muchas más probabilidades de equivocarse. Del mismo modo, prestemos atención a lo que creemos, puesto que nuestras creencias influyen directamente en la realidad que vivimos. Si cree que no podrá, será cierto y no podrá. Si cree que podrá, también será cierto y podrá. A esto se le denomina la profecía autocumplida, una expectativa que incita a las personas a actuar de formas que hacen que lo que esperan se convierta en realidad.

En definitiva, se trata de prestar atención a las imágenes que nos hemos formado de las personas con quienes convivimos o trabajamos, cómo han influido en las creencias y expectativas que tenemos de ellas y de qué manera esto afecta a nuestra conducta para con ellos y la realidad que construimos. Es decir, que si la imagen que nos hemos formado del otro es negativa, estamos precondicionados.

Naturalmente, hay que atreverse a cambiar nuestra imagen negativa, por ejemplo de alguien cercano, para comprobar que funciona y que marca una gran diferencia en nuestras vidas. Procuremos ver alguna de sus virtudes, cualidades o talentos. Fortalezcamos una imagen positiva. Si lo creemos, funcionará. Porque el poder de nuestras creencias influye directamente en la realidad que construimos. ●