

FORTALECIENDO LA AUTOESTIMA

Autora y Exponente: Cleotilde González

Caracas, Venezuela

Investigación Educación



INTRODUCCIÓN

La autoestima es un tópico obligado en la psicología individual o grupal. Siendo cada vez más destacada la importancia de la toma de conciencia acerca del impacto de las propias acciones sobre el contexto pareja, familia y trabajo, este tema nuevamente vuelve a escena, con más fuerza en el marco de la ecología en su mas amplia acepción. En esta oportunidad, dentro del tema del Congreso, vamos a darle una mirada a la autoestima como aspecto resaltante para que cada persona identifique su potencial y haga valer sus derechos respetando al otro con intención de convivir en paz.

OBJETIVO GENERAL:

Practicar las herramientas para fortalecer la autoestima desde la comprensión de las posibilidades personales y la planeación de acciones que permitan el desarrollo individual en los diferentes planos: físico, emocional, intelectual y espiritual así como en los diferentes contextos de acción para impactar positivamente en sí mismo y en los otros.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Revisar bases conceptuales sobre el tema
- Identificar una fortaleza y área de mejora
- Definir una acción para mejorar el aspecto que se deseé
- Aplicar técnicas de visualización para expandir sus posibilidades de acción

CONTENIDO PROGRAMÁTICO:

- La autoestima: necesidades y contextos
- Importancia de los patrones comunicacionales: intra e interpersonal
- Fortalezas/áreas de mejora y autoestima
- Programación
- Conclusiones y prospectiva

DESARROLLO DE LA TEMÁTICA

¿Qué es la Autoestima?

En un sentido estricto la autoestima es una construcción teórica que se refiere a lo que cada quién aprecia de sí mismo? desde lo cognitivo (Yo creo de mí..., me gustaría ser...); lo afectivo (yo me siento...) y conductual (yo hago...).

Entre los autores que han escrito sobre el tema, encontramos a la psicoterapeuta Virginia Satir, quién se refiere a la autoestima como el sentimiento de satisfacción ó insatisfacción consigo mismo.

Según C. Carlock : Es la manera en que uno se siente hacia uno mismo.

Para Manuel Barroso, psiquiatra venezolano: Es la energía interna del individuo que puede transformarse a lo largo de toda la vida.

Asiento de la autoestima: Necesidades y contextos

Nos referimos a los diferentes contextos en que se desenvuelven las personas (Barroso, 1987).

- 1) Contexto personal
- 2) Contexto de Pareja
- 3) Contexto Familiar
- 4) Contexto Social: los amigos
- 5) Contexto Académico: los estudios
- 6) Contexto Laboral

Cada contexto tiene elementos particulares: el yo, los otros, las necesidades, metas , tiempo y espacio.

Necesidades

MEMORIAS II CONGRESO INTERNACIONAL PSICOLOGIA Y EDUCACION PSYCHOLOGY INVESTIGATION

Es la carencia de algo, es la causa primaria de toda conducta, ya sea del hombre o del animal, ya que es el grado de motivación más elemental. Son mecanismos productores de energía.

A través de la necesidad el organismo hace contacto con el mundo externo, Barroso (1987) habla de “ecología de la autoestima” porque de la forma en que nos vinculemos con el exterior, tomemos conciencia de ese vínculo y la forma en que lo cultivemos, será nuestra estima y en consecuencia, la calidad de nuestra vida.

Cuando la necesidad es satisfecha, el bienestar se expresa a través del cuerpo y los comportamientos: brillo en los ojos, color de la piel, tono de voz, postura corporal y se manifiesta en orientación vital, creatividad para vencer los obstáculos, cooperación. Cuando la necesidad es insatisfecha, asimismo se observa en la corporalidad y en la conducta: impotencia, rabia, culpa, miedo y al final, desvalorización. Si se encuentra la forma de atender la necesidad, la frustración inicial desaparece, si no se convierte en un círculo vicioso

CARACTERÍSTICAS

SON LIMITADAS EN NÚMERO Y TIEMPO, VARÍAN DE ACUERDO A LAS COSTUMBRES.

- a) Contagiosas: Vienen dadas por la imitación social, como por ejemplo: la moda.
- b) Variables: cada quien tiene necesidades diferentes.
- c) Artificiales: Son las necesidades que surgen producto de la publicidad.

Clasificación

Fisiológicas

Son las básicas, las que debe cubrir todo organismo para vivir



Psicológicas

Son las de afecto, sentimiento, cariño, compañía, amor seguridad,



Necesidad de relacionarse con las demás personas, con el grupo o comunidad



Sociológicas

De acuerdo a los contextos se pueden las diferentes necesidades:

clasificar

Necesidades Individuales:

Son las que yo solamente puedo satisfacer

Necesidades de Pareja:

Son las que se pueden satisfacer con otra persona específicamente: Amor, cariño, contacto sexual.

Necesidades de Familia:

Son las que se satisfacen en el triángulo familiar: padre, madre, hijo. Procrear, educar.

Necesidades Organizacionales:

Se satisfacen en compañía de otras personas con una misión común para elaborar un producto ó brindar un servicio. Trabajar, ejercer un oficio ó profesión.

Necesidades Sociales:

Aquellas que se satisfacen en la comunidad. Varios subcontextos pueden ser incluidos acá y acorde a ellos se habla de la búsqueda del bien común.

Conductas que reflejan autoestima

Nathaniel Branden es un psicoterapeuta canadiense cuya obra está enfocada en el estudio de la autoestima, campo en el que fue pionero.

A través de la lectura de sus libros encontramos que partiendo de la disciplina científica que es la psicología llegó a conclusiones equivalentes a las de quienes han abordado la misma problemática desde un punto de vista experiencial, como Louise L. Hay (1989)

En su trabajo, el autor opina que un nivel saludable de autoestima se manifiesta de una manera directa mediante cualidades como las siguientes:

MEMORIAS II CONGRESO INTERNACIONAL PSICOLOGIA Y EDUCACION PSYCHOLOGY INVESTIGATION

- proyección de placer por el solo hecho de vivir, que se capta en la expresión verbal y gestual.
- aceptación honesta y tranquila de virtudes y defectos propios
- dar y recibir cumplidos, afecto o amor.
- apertura a las críticas y la capacidad de reconocer los errores
- coherencia entre lo que se dice y lo que se hace.
- curiosidad a nuevas ideas, experiencias o posibilidades.
- capacidad de disfrutar de los aspectos alegres de la vida, de uno mismo y de los demás.
- flexibilidad personal al responder a obstáculos y desafíos
- comportamiento firme y flexible, consigo mismo y con los demás.
- equilibrio emocional en situaciones de estrés.
- control y superación de sentimientos de ansiedad o inseguridad
- tranquilidad y espontaneidad
- paz consigo mismo

IMPORTANCIA DE LOS PATRONES COMUNICACIONALES

COMUNICACIÓN

Según Virginia Satir (1991), la comunicación es un aspecto básico que pauta y refleja nuestra autoestima. La manera como nos referimos a nosotros mismos y a los demás, se manifiesta en todas las áreas de nuestra vida. Mejorar nuestra comunicación nos ayuda a mejorar nuestra estima personal.

Podemos definir la comunicación como la actividad que permite establecer relaciones con otros individuos a través de gestos, verbalizaciones, posturas y cualquier otra forma de conducta que conlleve fines predeterminados. Cualquier persona puede desarrollar la habilidad de expresarse en cualquier situación.

Comunicación contextual

Las comunicaciones juegan un papel importante para determinar el grado de eficiencia con que la gente se relaciona consigo mismo (interpersonal) y con los demás (interpersonal).



Existe una relación directa entre comunicación y logros cuando los canales de transmisión de ideas y los códigos son claros y precisos. Siguiendo a Barroso (1992), las personas nos relacionamos en el contexto individual, de pareja, familiar, social y organizacional que incluiría el contexto académico y el laboral. Cuando interactuamos con el otro en los diferentes contextos mencionados, lo hacemos desde nuestra posición donde influyen:

necesidades, patrones de pensamiento y conducta, el concepto que tenemos de sí mismo y el que tenemos acerca de los otros, las normas sociales, el espacio físico y el tiempo

La gente siente mayor satisfacción cuando entiende tiene claras sus necesidades y los objetivos de de lo que se quiere en pareja, familia o trabajo en lo cual está involucrada.

Cuando la comunicación es inadecuada se crea un ambiente de desinformación total dentro de los contextos con el consiguiente malestar para todos.

Generalmente la mala comunicación se atribuye a:

1. Instrucciones/ mensajes pobres y ambiguos del emisor al receptor
2. Falta de información de cierta situación en general
3. Ausencia de un sistema práctico de información dentro del grupo

ELEMENTOS QUE FAVORECEN LA COMUNICACIÓN



Para comunicarnos con efectividad y lograr que nuestro objetivo no sea deformado es necesario evitar en lo posible que dichas barreras se presenten en el proceso comunicacional, estableciendo para ello normas que regulen nuestras comunicaciones:

- Mantener una disposición a escuchar, sin juicios ni prejuicios.
- Prestar atención.
- Ser empático y asertivo.
- Chequear la información.
- Preguntar.
- Parafrasear.
- Mantener el contacto visual
- Encontrar el momento oportuno para expresar lo que se desea.
- Ofrecer feedback.

Competencias y Autoestima

Las competencias incluyen conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes.

Se representa en la literatura especializada como un iceberg cuya base, más grande, queda oculta a la vista, allí residen los valores y principios, lo que no se entrena, se forma en la niñez. En lo que destacamos, somos más fuertes, nos hace sentir mejor y en lo que no

MEMORIAS II CONGRESO INTERNACIONAL PSICOLOGIA Y EDUCACION PSYCHOLOGY INVESTIGATION

destacamos o tenemos errores, nuestros defectos, pueden ser vistos como áreas de mejora. Identificar ambas posibilidades nos aporta seguridad de quien somos y de nuestro potencial.

PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA (PNL)

A partir de los estudios realizados en la neurociencia y la lingüística, encontramos este metamodelo de comunicación, creado por John Grinder y Richard Bandler, a mediados de la década de los años 70, sintetizando las estrategias que utilizaban terapeutas muy reconocidos como lo fueron Virginia Satir, Milton Erickson y Fritz Perls.

Dentro de este modelo se incluyen variedad de conceptos y herramientas que promueven la reprogramación de mapas mentales y por esta vía, generar cambios más o menos profundos en el comportamiento.

Una de ellas es la Escucha Activa: conjunto de destrezas que hacen que la persona que habla se sienta comprendido y atendido, independientemente de sus ideas, actitudes, sentimientos y valores. Estas destrezas incluyen parafrasear, describir conductas, empatía, chequeo de percepciones, e invitar a expresar más ideas.

METACOGNICIÓN

Desde un punto de vista constructivista, las personas aprenden a partir de la cultura, del intercambio social pero luego se interioriza. En la internalización, algo que la persona hace, una acción externa, se reconstruye, el individuo piensa sobre eso y empieza a suceder algo internamente. De ahí que un proceso interpersonal se convierta en intrapersonal.

Al pensar sobre como hemos actuado, es como si conversáramos con nosotros mismos y lo hacemos con palabras. En esos momentos tomamos conciencia de lo que pasó. Además, el individuo “sabe”, tiene conocimiento de la actividad de su mente; en este sentido, utilizando terminología reciente, aplica la “metacognición”.



El ser humano es capaz de pensar sobre su memoria, su atención ó cualquier otro de sus procesos cognitivos superiores.

Lo que la persona piensa y siente pueden ser objetos de reflexión personal y a partir de esas reflexiones, que implican el desarrollo individual, podrían generarse nuevos planes de abordaje de situaciones ó metas para diferentes contextos.

AGENDA

1. Presentación de participantes y del programa - 7 min
2. Ejercicio: Mi nombre y el tuyo – 10 min
3. Revisión conceptual – 10 min
4. Ejercicio: Fortalezas y áreas de mejora – 10 min
5. Ejercicio: El espejo – 5 min
6. Ejercicio: Plan de acción - 5
7. Cierre cognitivo-emocional – 8

Notas: 1) se dejan 15 min. de holgura 2) las actividades se adaptarán acorde a la audiencia

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barroso, M. (1987). Autoestima: Ecología ó Catástrofe. Caracas: Galac
- Carlock, C. J. (1999). Enhancing Self-Esteem. U.S.A: Taylor & Francis
- Covey, Stephen (2005). El 8º Hábito. Colombia: Planeta
- Fernández, E. (2000). Explicaciones sobre el Desarrollo Humano. Madrid: Pirámide
- Hay, L. (1989) . Usted puede sanar su vida. Barcelona: Urano
- Mugny, G. y Doise, W. (1988). Psicología Social del Desarrollo Cognitivo. Barcelona: Anthropos
- O'Connor, J. y J. Seymour (1995). Introducción a la PNL. Barcelona: Urano
- Resolución No 042 (2008). Caracas: MPD
- Satir, V. y otros (1991). Talleres de comunicación con el enfoque Satir. Méjico: Pax

Páginas Web:

<http://www.amarseaunomismo.com/index.php/como-es-la-autoestima/>

MEMORIAS II CONGRESO INTERNACIONAL PSICOLOGIA Y EDUCACION PSYCHOLOGY INVESTIGATION

RESEÑA EXPONENTE

CLEOTILDE GONZÁLEZ

Venezolana, reside en Caracas, Venezuela

Psicóloga Industrial - Universidad Central de Venezuela

MSc Psicología del Desarrollo Humano - Universidad Central de Venezuela

Psicoterapia Estratégica - Sociedad Venezolana de Psicoanálisis

Terapia Familiar - FUNDANA

Técnicas de Facilitación Psicocorporal - FUNDASOMA

Ha producido cursos multimedia y en línea. Practica consultoría organizacional e individual, con atención preferencial a familias y vinculación intercontextos. Su aprendizaje profesional lo ha compartido con organizaciones productivas y de servicios, públicas y privadas, docente universitaria en pregrado y postgrado en diferentes universidades. Promueve el avance individual, comunitario y organizacional a través de estudios, diseño y facilitación de talleres, asesoría y acompañamiento: Convivencia Pacífica en la Organización, Escuela de Padres, Etica y Valores Organizacionales, Autoestima, Formación de Microempresarios, Evaluación de Impacto de Programas post-desastres naturales, Calidad de Servicio, Proyecto de Vida, Gerencia de Cambio, Comunicación Organizacional, Trabajo en Equipos, Destrezas Supervisorias.

