

# Modalitats d'aprenentatge visual, auditiu i cinestèsic

Maria Mañé i Basagaña  
Núria Renom i Bernaus

PID\_00189931



# Índex

<b>Introducció.....</b>	5
<b>Objectius.....</b>	6
<b>1. Modalitats d'aprenentatge visual, auditiu i cinestèsic.....</b>	7
1.1. Aprenentatge visual .....	7
1.2. Aprenentatge auditiu .....	7
1.3. Aprenentatge cinestèsic .....	8
<b>2. Identificar quin és el sistema d'aprenentatge predominant..</b>	9
<b>3. El mapa no és el territori.....</b>	11
<b>4. Filtres.....</b>	12
4.1. Filtres d'eliminació .....	12
4.2. Filtres de distorsió .....	12
4.3. Filtres de generalització .....	12
<b>5. Metamodels en el llenguatge de la PNL.....</b>	14
5.1. Generalitzacions .....	14
5.2. Presumpcions injustificades .....	15
5.3. Equivalències complexes .....	15
5.4. Però... .....	16
5.5. Paraules de pressió .....	17
<b>6. Com s'ha de crear sintonia amb el client. El rapport.....</b>	18
<b>Resum.....</b>	19
<b>Bibliografia.....</b>	21



## **Introducció**

El tercer mòdul està enfocat a com aprenem les informacions i ens permetrà identificar quin tipus d'aprenentatge utilitzem habitualment: visual, auditiu i cinestèsic. A més a més, identificarem què significa el concepte "El mapa no és el territori" i ens endinsarem en els filtres i generalitzacions que fem habitualment en la nostra parla. I per finalitzar veurem com s'ha de donar *rapport* al client.

## **Objectius**

Els objectius d'aquest mòdul són:

- 1.** Definir i entendre els diferents tipus d'aprenentatge.
- 2.** Usar i identificar els filtres que fem en la nostra forma de parlar.
- 3.** Reconèixer com construïm la nostra visió del món a partir del llenguatge.
- 4.** Identificar les generalitzacions que fem.

# 1. Modalitats d'aprenentatge visual, auditiu i cinestèsic

"No existeix res bo ni dolent; és el pensament humà el que ho fa semblar així."

William Shakespeare

Cada un dels nostres sentits rep i percep un conjunt d'estímuls determinat que desencadenen una sèrie de processos de pensament que els identifiquen, cataloguen i generen una resposta. Tots estan interrelacionats i depenen uns dels altres per a formar la nostra percepció del món. El món que podem veure, degustar, olorar, escoltar i tocar.

Els humans utilitzem de manera desigual aquests tres sistemes per a incorporar informació, i en potenciem uns i en deixem una mica de banda d'altres.

A continuació, veurem alguns trets generals d'aquest tipus d'aprenentatge. Recordeu que tot està unit i relacionat.

## Reflexió

Per exemple, una olor pot desencadenar tot un seguit de records sobre un moment determinat de la infantesa en què es barregen les sensacions. Recordeu les colònies que ens posaven les nostres mares de petits?, les heu olorat en algun moment d'adults?, quins records us han portat?

### 1.1. Aprenentatge visual

Amb aquest tipus d'aprenentatge, es pensa en imatges i això facilita poder absorbir gran quantitat d'informació de manera visual i amb rapidesa relativa.

Visualitzar també ajuda a establir relacions entre diferents idees i conceptes, a crear vincles. Aquesta capacitat de visualitzar també ajuda a l'hora de planificar i està relacionada amb la capacitat d'abstracció.

### 1.2. Aprenentatge auditiu

Quan s'aprèn i es recorda utilitzant el sistema auditiu es fa ordenadament i seqüencialment. Les persones que memoritzen de manera auditiva no poden oblidar cap paraula de la seqüència ja que llavors no saben continuar.

Aquestes persones aprenen més bé quan la informació arriba oralment i quan la poden repetir en veu alta i tornar a escoltar amb les seves paraules.

Aquest sistema és més lent que el visual.

### **1.3. Aprenentatge cinestèsic**

Parlem d'aprenentatge cinestèsic quan la informació rebuda es processa associant-la a sensacions i moviments del cos.

Aquest sistema es fa servir de manera natural, per exemple, quan s'aprèn a fer un esport, a cordar-se les sabates, a anar en bici, a patinar. Podem oblidar una llista de paraules però de ben segur que el cos no oblidarà com es va en bicicleta si en algun moment s'ha après a fer-ho.

Aquest aprenentatge és més lent que els altres, és a dir, necessita més temps per a aprendre d'aquesta manera però un cop queda après amb la memòria muscular del cos difícilment s'oblidarà.



## 2. Identificar quin és el sistema d'aprenentatge predominant

"El cervell no és un got per a omplir, sinó un llum per a encendre."

Plutarc

Identificar quin és el vostre sistema d'aprenentatge predominant i el dels vostres clients us ajudarà a utilitzar el llenguatge que s'entengui més bé. En general, les persones en tenim un que predomina sobre els altres i en les paraules que fem s'escapen moltes pistes sobre quin és.

Us donarem alguns exemples d'expressió segons aquests aprenentatges:

### 1) Visual

"Com pots **veure** he fet tota la feina. He endreçat totes les capses i si **mires** al fons de la sala **veuràs** que he posat les més grosses a baix i les petites a dalt. Ha quedat un **espai** molt més **diàfan** i amb més claror."

Una persona amb predomini de l'aprenentatge visual sobre els altres sol emprar paraules relacionades amb la visió.

És visual explicant el que ha fet i sol donar força detalls del que ha vist.

#### Exemple

Com per exemple: *veure, mirar, imatge, nítid, clar, llum, fosc, aspecte, grandària, color, panorama, idea, superfície, dibuix, somiar, etc.*

### 2) Auditiu

"Has **escoltat** el que t'he dit? Ja he fet tota la feina. Tal com m'has **dit**, he posat les capses grans al fons i les petites a sobre. Ha quedat molt millor, et sembla bé així?"

Una persona amb predomini de l'aprenentatge auditiu sol emprar més paraules relacionades amb aquest sentit.

#### Exemple

Com per exemple: *escoltar, dir, parlar, soroll, so, veus, agut, estrident, greu, ressonar, anunciar, murmurar, comunicar, discutir, fort, etc.*

### 3) Cinestèsic

"He **mogut** totes les capses grosses al fons, **pesaven** una mica però les he pogut portar totes. Les petites, en canvi, eren molt més **lleugeres** del que em pensava, una de les capses estava **enganxosa**, vols anar a veure com han quedat?"

Una persona amb predomini de l'aprenentatge cinestèsic sobre els altres sol emprar paraules més relacionades amb el moviment, el tacte i les sensacions.

#### Exemple

Com per exemple: *fred, pesar, moure, suau, tocar, sentir, córrer, anar, humida, venir, expandir, dolorit, ferm, emocional, actiu, flux, etc.*

#### Altres sentits

No hem d'oblidar altres sentits com el gust i l'olfacte que també tenen el seu paper en el llenguatge i la construcció de la representació del món que ens envolta. Paraules com *aroma, essència, perfum, pudor, gustós, cremat, fresc, dolç, agre...*, formen un altre registre d'adjectius, accions, etc., per a descriure el que percebem amb aquests sentits.

## Reflexió

Us proposem pensar en quin tipus d'aprenentatge predominant teniu vosaltres. I els vostres clients? Identificar això és parlar de **calibrar**. *Calibrar* és esbrinar quins indicadors externs de comportament presenten les persones i, per a fer-ho amb exactitud, s'han de descartar les interpretacions errònies que es puguin fer, completar informació amb experiències pròpies en lloc de contrastar-ho amb el client. Per a calibrar, s'ha de ser curiós amb el que signifiquen les paraules per al client, quin valor tenen, què volen dir per a ell.

Si a un client auditiu li parreu en termes visuals probablement no entendreà tot el que li dieu o li costarà un esforç fer-ho però, en canvi, si modifiqueu el vostre llenguatge per a ajustar-lo a la seva manera de processar la informació i d'entendre-la li facilitareu la feina. Amb això, fareu que estigui més còmode a la sessió i que se senti escoltat i entès en parlar el seu mateix llenguatge. El mateix s'ha d'aplicar a una persona cinestèsica que potser estarà a gust si en algun moment hi ha moviment, o es fa la sessió passejant o potser amb un copet al braç o similar. Escolteu els vostres clients i fixeu-vos en les paraules que utilitzen. No sols és important emprar termes que s'ajusten a la seva manera principal d'adquirir informació, sinó també és important utilitzar les paraules que fan servir i no canviar-les per les pròpies. Són les paraules que entenen i, com sempre us repetim, la sessió és per al client.

Us volem fer una altra proposta, aquesta per al dia a dia. Durant una setmana, observeu les persones que us envolten habitualment (família, amics, companys de feina, estudis, etc.) i fixeu-vos com parlen, quin és el seu llenguatge. Un cop identificat, ajusteu el vostre quan parreu amb ells i observeu si tot és com sempre o teniu una altra sensació. Proveu-ho especialment amb aquelles persones amb què us costa més parlar o relacionar-vos. És molt diferent el seu llenguatge del vostre?

Alguns exemples més perquè aprengueu a identificar els sistemes de percepció de la informació:

**Digueu la paraula *llangardaix* al revés.**

Com ho heu fet?

Si heu hagut "d'escriure" la paraula a la vostra ment i "llegir-la" al revés, estem parlant de sistema visual. L'heu de "veure" per a poder-ho fer.

Si no us ha calgut visualitzar-la, segurament deveu ser auditius.

Però recordeu que heu de pensar en altres exemples i analitzar el vostre llenguatge, ja que podria predominar el cinestèsic i amb aquest exemple no ho sabríeu.

**Expliqueu i recordeu les vostres últimes vacances**

Si aconseguíu recordar-ho per imatges, i ho descrivíu més aviat amb termes visuals, segurament que deu predominar aquest sistema.

Si recordeu exactament els noms de les ciutats que heu visitat, en quin ordre, dia a dia, segurament el vostre sistema predominant deu ser més auditiu.

Si recordeu més aviat com us trobàveu, si estàveu contents, cansats, feliços, si us vau trobar amb gent agradable, vau fer bones amistats..., segurament que deu predominar el cinestèsic.

Recordeu que només parlem d'exemples. Els tres sistemes els tenim presents, i com hem dit normalment en comencem recordant un i després ve la resta, però entendrem que és el sistema predominant el primer que utilitzem, si funcionem amb imatges, si recordem més els sons i la informació exacta, o si més aviat recordem com ens sentíem.

### 3. El mapa no és el territori

"Cap home és una illa sencera en si mateix; tot home és un fragment del continent, una part d'un conjunt."

John Donne

"**El mapa no és el territori**". Aquesta frase va ser encunyada per Alfred Korzybski (teoria de la semàntica general) entorn del 1933 per a explicar de manera metafòrica, com el llenguatge forma el mapa que fem servir les persones per a representar-nos la realitat de tot el que percebem.

Rebem centenars d'estímul externs alhora però només podem parar atenció a alguns i aquests estímuls són els que van alimentant la nostra representació del que ens envolta. Podríem dir que "filtrem" el que ens arriba segons les nostres creences i amb això construïm el mapa del que els estímuls externs són per a nosaltres i aquest mapa alimenta a la seva vegada els filtres que fem servir en una roda que es va retroalimentant.

Aquests filtres que apliquem als estímuls fan funcions sistemàtiques d'eliminació, distorsió, generalització..., que són processos de modelització de les dades que rebem. Sense aquests filtres, estaríem tan saturats d'informació que no la podríem processar. Continuament, creem models que podem entendre, simplifiquem.

Cadascú de nosaltres té un mapa per a orientar-se en el món que ens envolta i podem dir que hi ha tants mapes com persones. Aquesta descripció del mapa és totalment subjectiva i no descriu la realitat d'una manera igual i exacta per a tothom, així que parlem de maneres de veure, sentir i enfocar la vida diferents per a cadascú de nosaltres.

Amb això, volem dir que tot són interpretacions de la realitat, hipòtesis del que percebem, construccions mentals. L'estructura de les experiències, la manera en què construïm els records es basa en la selecció que fem de les informacions rebudes i del grau d'utilitat que donem a cadascuna. Molts cops, quan ens comuniquem no ens adonem que aquestes construccions són exclusivament nostres i no una representació d'una realitat global i universal, cosa que dóna peu a malentesos i males interpretacions del que els altres ens diuen.

## 4. Filtres

En el punt anterior, hem parlat, en general, de filtres d'eliminació, de distorsió i generalització. A continuació, veurem amb més detall com són aquests filtres que apliquem als estímuls rebuts.

### 4.1. Filtres d'eliminació

De manera selectiva, s'esborra informació d'entrada als nostres sentits. Per exemple, podem negar informació que ens fa mal o no ens agrada i intensificar altres informacions que sí que ens complauen.

#### Reflexió

Imagineu que voleu comprar un cotxe nou d'una marca i color concrets, no us ha passat que llavors sols veieu cotxes d'aquest tipus pel carrer? La resta de vehicles s'han eliminat i el model triat és el que més destaca.

Què passa quan algú que no us agrada us parla? Ho escolteu tot o, per contra, elimineu informació o ni tan sols escolteu el que diu?

### 4.2. Filtres de distorsió

Es produeixen quan canviem informació rebuda de la nostra experiència sensorial, alterem i modifiquem la representació que fem de la realitat.

Distorsionar ens pot servir, per exemple, per a automotivar-nos.

### 4.3. Filtres de generalització

Creem conclusions globals a partir d'una o diverses experiències. És una de les maneres en què aprenem en agafar la informació i elaborar-la per a poder tenir regles amb les quals moure'ns pel món.

Els nostres valors, creences, experiències, actituds són els que donen forma als filtres que apliquen.

#### Exemple

És un exemple extrem però pot il·lustrar la distorsió pensar en una persona que tot i que la maltractin troba excusa per al comportament d'algú altre i justifica les seves reaccions.

#### Exemple

En cremar-se amb el foc de cuinar es generalitza que tot el foc fa mal, tant si és un foc elèctric, de llenya, de gas, etc.

Filtrar la informació en cert sentit ens protegeix de tornar-nos bojos amb la quantitat tan elevada de dades que ens arriba a cada moment (estímuls de temperatura, de soroll, textures, moviment, etc.).

**Reflexió**

Si els filtres que apliquem formen el nostre mapa del món, què passa si modifiquem o canviem algun dels filtres?, canvia la nostra visió del món?, què en penseu? En el punt següent reprendrem aquesta idea.

## 5. Metamodels en el llenguatge de la PNL

"Res no hi ha a la ment que no hagi estat abans als sentits."

Aristòtil

Partint de la idea dels mapes sobre el nostre entorn, aprofundirem més en aquest concepte.

En la creació dels nostres mapes sobre el món, posem etiquetes lingüístiques a tot el que ens envolta, a tot el que perceben i al que pensem i creiem. Molts cops, en fer això, generalitzem i etiquetem una situació d'una manera determinada i apliquem l'etiqueta cada cop que es repeteix la mateixa situació o una de similar.

### Reflexió

Imaginem que pensem que una àrea d'aprenentatge determinada és molt difícil, com per exemple les matemàtiques. Si pensem que són difícils, cada cop que esteu davant d'un problema matemàtic pensareu que és difícil i potser el deixareu de banda. Frases com: "tothom ho sap...", "això ha estat sempre així", etc., són generalitzacions en el llenguatge de la PNL que es prenen com a veritats. Per a Chomsky, es tracta de quantificadors universals en la seva gramàtica transformacional.

### 5.1. Generalitzacions

"La primera tasca de l'educació és agitar la vida, però deixar-la lliure perquè es desenvolupi."

Maria Montessori

Hem dit que aprenem generalitzant. Tenim una o més experiències del mateix tipus i concloum que les podem posar en la mateixa categoria i els assignem valors, maneres d'actuar, etc., que donem per vàlides per a totes les situacions similars.

- Penseu, per exemple, en un nen petit que es crema en tocar el foc i generalitza que tot el foc fa mal i no s'ha de tocar. Una experiència li dona informació per a definir la seva possible relació futura amb el foc.
- El fet de generalitzar com conduir un cotxe també ens ajuda a convertir-ho en un hàbit i que no hàgim de pensar com posar una marxa o com moure el volant, ja ho fem automàticament i sense parar atenció a com s'ha de fer, en lloc d'això, l'atenció es pot dedicar a la carretera.

Per contra, a vegades generalitzem massa "ràpid" i amb poca informació d'entrada i sense revisar l'encert o no de la generalització. S'ha de parar especial atenció a paraules com: sempre, mai, tots, ningú, etc., que impliquen que no hi ha excepció al que es diu, marquen sentència i queden gravades com a grans veritats en la ment del client. Aquestes paraules són limitadores en no

deixar cap alternativa o opció de fer una altra cosa. Amb aquestes paraules, el client diu que té creences limitadores en algun aspecte que queda ocult darrere aquestes frases.

És important detectar les generalitzacions que puguin fer els clients, sobretot quan són utilitzades com a "comodins" per a ajudar-los a desbaratar-les.

Algunes preguntes potents per això podrien ser:

- Sempre ha estat així?
- Alguna vegada no ha estat així?
- Coneixes algú que ho hagi fet?
- Alguna vegada no ho has fet així?

Una sola excepció a aquestes generalitzacions ja les desbarata.

## 5.2. Presumpcions injustificades

"Però si el pensament corromp el llenguatge, el llenguatge també pot corrompre el pensament."

George Orwell

No només generalitzem, també pressuposem i fem d'això part del nostre llenguatge.

Expressions com:

"Cada cop ho empitjores més."

(El client pressuposa que ara està malament però encara estarà pitjor.)

"Quin mal que em vol fer."

(El client pressuposa que li volen fer mal.)

"Fins quan hauré d'aguantar que no se'n adoni?"

(El client pressuposa que l'altra persona no s'ha adonat del que sigui que s'ha d'adonar.)

## 5.3. Equivalències complexes

Grinder i Badler ens parlen d'equivalències complexes per a descriure com una persona dona a dues ocurrències diferents un significat comú.

Per exemple, i continuant amb les matemàtiques, un mal resultat en un examen pot donar peu al fet que la persona tregui la conclusió que no se'n surt d'aquesta matèria quan pot ser que simplement hagi tingut un mal dia o no hagi contestat a tot correctament. Un fet *A* desencadena un fet *B*, és a dir, s'igual a *A* a *B* encara que no tinguin relació.

Grinder i Bandler van trobar un concepte al qual van anomenar *reassignació* com a eina per a canviar aquestes equivalències complexes mitjançant una descripció lingüística amb més potència per a crear opcions més útils per a solucionar el problema.

Continuant amb les matemàtiques i amb aquesta persona fictícia que dóna per fet que no se'n surt amb aquesta matèria, una proposta de canvi lingüístic possible per a ella podria ser:

"No és que no sàpigues fer-ho, senzillament no tens prou pràctica", o "que no t'hagi sortit no vol dir que no sàpigues fer-ho, només vol dir que encara no has trobat la manera de saber-ho fer".

Fixeu-vos que amb la reassignació es dóna una descripció nova del que ha passat amb unes pautes de pensament noves més útils que les derrotistes de la persona de l'exemple que ja s'havia catalogat de "no bo per a les matemàtiques".

Si la persona accepta aquest canvi en la descripció i l'adopta com a propi també estarà canviant els pensaments i emocions que tenia associats amb el fet i, per tant, les accions seran més reeixides.

#### 5.4. Però...

"L'home neix lliure, responsable i sense excuses."

Jean-Paul Sartre

Quina sensació us fa escoltar en una conversa un "... però"?

**Però** és una paraula que invalida, nega o desqualifica el que s'ha dit o fet fins al moment.

Penseu en frases com per exemple:

"Ho faria però..."

Us fa la sensació que el client farà el que pugui haver dit o, per contra, ja us fa la sensació que no ho farà?



Si l'ús d'aquesta paraula és molt recurrent per part del client i res del que se li pugui suggerir prospera, el podeu desafiar a deixar d'utilitzar aquesta paraula durant una setmana, també podeu demanar-li permís com a *coach* per a fer-li notar cada cop que la faci servir. Què passaria si en lloc del *però* fes servir una altra expressió com per exemple un *i* o un *... em preocupa*.

### 5.5. Paraules de pressió

Els *hauria*, *he de fer*, *podria*, *no ho hauria de fer*, etc. són paraules que generen pressió sobre un mateix i sobre els altres.

A vegades, els clients parlen amb aquest tipus de registre i vocabulari sobre ells mateixos expressant tot allò que tenen el "deure" de fer o "l'obligació".

Algunes preguntes potents per a desbaratar això són:

- Què passaria si no ho fessis?
- Què pot anar malament si no ho fas?
- Qui diu que ho has de fer?
- Com seria no fer-ho?
- Imagina que no ho fas, què passaria?
- Què t'impedeix no fer-ho?

Què passaria si en lloc de paraules de pressió es passa a paraules cap a un objectiu? Canviaria el focus d'atenció del client?

Imagineu que els *hauria de fer...* passen a ser *vull fer...* D'aquesta manera, és el client el que pren el control de les seves accions i decisions i deixen de ser una obligació per a convertir-se en un acte voluntari per part seva.

## 6. Com s'ha de crear sintonia amb el client. El *rapport*

"Existeix un llenguatge que va més enllà de les paraules."

Paulo Coelho

Podríem definir el *rapport* com un establiment d'enteniment entre el client i el seu *coach*. La creació de la confiança mútua per a poder desenvolupar una sessió de *coaching* profitosa per al client.

Podem parlar també de "dansar" amb el client, viure el moment, estar en sintonia amb ell, tant de manera verbal com no verbal. Estar present en tot moment i focalitzat amb el client. Entendre sense jutjar l'altre. Ficar-se a les sabates del client però sense mirar de canviar-li el tipus de calçat.

Alguns suggeriments sobre de quina manera es pot ajudar a crear la sintonia:

- Igualant el **to de veu** propi amb el del client (volum, cadència, velocitat, etc.).
- Igualant la **postura corporal** i els **moviments**.
- Utilitzant un **vocabulari similar al del client**, podeu usar les mateixes paraules (estareu utilitzant un llenguatge que el client fa servir i entén). Penseu en el que hem comentat sobre saber quin sistema predomina en el client: visual, auditiu o cinestèsic. Si ajusteu la manera de parlar i utilitzeu el mateix tipus de paraules (ens referim al mateix tipus de llenguatge), us adonareu que automàticament el client se sent més còmode i comprès.
- **Ajustant la respiració** a la del client per a igualar el seu patró de respiració.
- **Ajustant les expressions facials** i els **gestos** de l'altra persona, sempre de manera respectuosa.

No es tracta de ser un mirall o d'imitar totes les postures, el que volem dir és que ajusteu la manera de moure mans, cos, parlar, etc., per a fer-la similar a la del client. Així, el fareu sentir còmode i comprès. Penseu, per un moment, què passa quan una persona que gesticula molt i parla ràpid s'ajunta amb una persona que parla molt a poc a poc i que no mou gaire les mans. Imagineu un client molt lent amb un *coaching* molt ràpid.

## Resum

Cada un dels nostres sentits rep i percep un conjunt determinat d'estímuls que desencadenen una sèrie de processos de pensament que els identifiquen, cataloguen i generen una resposta.

Tipus d'aprenentatges:

- aprenentatge visual,
- aprenentatge auditiu i
- aprenentatge cinestèsic.

"El mapa no és el territori". El llenguatge forma el mapa que fem servir les persones per a representar-nos la realitat de tot el que percebem, però és la nostra realitat, no un mapa global i vertader per a tothom.

Contínuament, apliquem filtres als estímuls que ens arriben per a poder processar la informació que ens arriba. Alguns dels filtres que apliquem són: d'eliminació, de distorsió, generalització...



## **Bibliografia**

[http://es.wikipedia.org/wiki/Alfred\\_Korzybski](http://es.wikipedia.org/wiki/Alfred_Korzybski)

[http://es.wikipedia.org/wiki/Programaci3n\\_neurolingü%C3%ADstica](http://es.wikipedia.org/wiki/Programaci3n_neurolingü%C3%ADstica)

