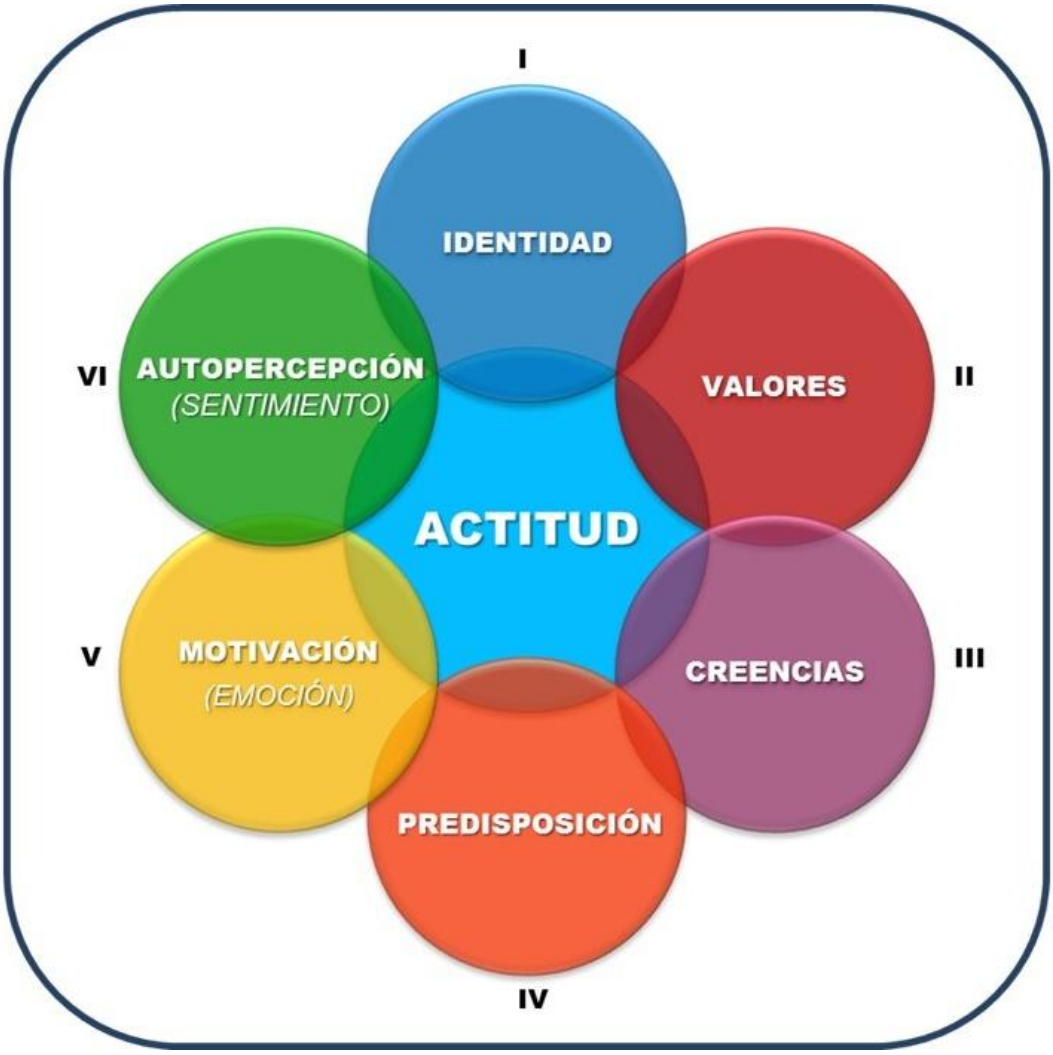
EL METAMODELO ACTITUDINAL

Durante más de media década, con el fin de conocer y comprender los componentes que dan forma a la actitud, para ello, me di a la tarea de observar, investigar y entrevistar a personas que presentaban marcadas actitudes tanto productivas como restrictivas, para después, depurar, contrastar y clasificar la información. Esto dio como resultado lo que llamo el ***Metamodelo Actitudinal***, a partir del cual se generó la metodología de la *Reingeniería Actitudinal,* que permite detectar el origen a las actitudes y cómo influir positivamente en ellas.



Los 6 componentes actitudinales

Si bien el *Metamodelo Actitudinal* presenta los componentes actitudinales en orden lógico (cada uno de los cuales sienta las bases para el siguiente: identidad- valores- creencias- predisposición- motivación- autopercepción), por su naturaleza sistémica se entiende que su interrelación y reforzamiento no se limita únicamente al componente actitudinal anterior y posterior, sino que la suma de éstos forma un todo (de ahí la superposición de los círculos). Una analogía similar sería la comprensión de la luz blanca: a simple vista sólo vemos la luz blanca, sin embargo, si analizamos sus componentes encontraremos los colores del arcoíris, los cuales, a pesar de que tienen un orden lógico por naturaleza, al mezclarse, independientemente del orden en que se haga, siempre nos darán el mismo resultado. En este ejemplo la actitud es la luz blanca y los colores del arcoíris, los componentes actitudinales.

El orden lógico nos permite identificar también el posible nivel de arraigo de la distorsión que genera la actitud reductiva/reactiva en la persona (entre más básico sea el elemento actitudinal en el que se encuentra la distorsión, posiblemente requerirá de mayores esfuerzos para procurar un cambio positivo en la actitud). No será la misma estrategia cuando una actitud reactiva o reductiva se genera en la autopercepción (una persona que siente que su trabajo no es apreciado) que cuando tiene que ver directamente con su identidad (los primeros casos en los que una mujer realizaba actividades consideradas "de hombres").

LOS SEIS COMPONENTES ACTITUDINALES

Identidad

El primer componente actitudinal, la identidad se puede definir como "los rasgos que nos distinguen como individuos únicos ante nosotros mismos y ante los demás"

La identidad puede cambiar con situaciones significativas: cambio de estado civil, salida de una empresa con cultura fuerte, adquisición de un nuevo nivel de conocimientos, etc.

La identidad es la base de toda actitud.

Valores

Como ya hemos comentado, a partir de nuestra identidad elegimos ciertos valores (o antivalores), y les asignamos un orden jerárquico. Entendemos por valores los "ideales que nos sirven de guía y sustento al decidir y fijar nuestras preferencias".

Los valores nos ayudan a decidir qué consideramos bueno o malo y en base a ello ir fijando nuestra actitud hacia un suceso, tema, situación, o persona que los represente.

Los valores sustentan nuestras actitudes.

Creencias

Las creencias nos ayudan a interpretar el mundo, son el cristal a través del que miramos. Las creencias juegan un papel importante en nuestras vidas, si creemos que algo es imposible actuaremos como si lo fuera; "los triunfos y las derrotas inician con una creencia".

Podemos definir las creencias como "una idea o pensamiento que nos hemos (o nos han) dicho tanto que lo asumimos como real". Las creencias no son buenas ni malas, son incluso necesarias para poder procesar la gran cantidad de información a la que accedemos día a día, sin embargo, existen creencias que nos impulsan y otras que nos restringen.

Es importante saber diferenciar entre una creencia y un hecho: ambos están presentes en nuestras vidas, sin embargo, un hecho tiene forma de demostrarse de manera irrefutable, mientras que una creencia se basa en supuestos; aunque, claro está, la mayoría de las personas argumentarán que tienen evidencias de que sus creencias en realidad son hechos.

Habrá casos en que algo que inicia como creencia termina siendo una realidad gracias al fenómeno de la profecía autocumplida:

Las creencias fortalecen nuestras actitudes.

Predisposición

La predisposición empodera nuestra emotividad, es la que nos hace ganar o perder las batallas antes de iniciarlas.

Para efectos del estudio y comprensión de la actitud, consideremos la predisposición como una "disposición positiva o negativa anticipada hacia una persona, suceso o situación".

Dado que la predisposición inclina nuestra emotividad (positiva o negativamente), es fácil que esto nos lleve a tomar decisiones precipitadas, o infundadas. Por ello es recomendable, revisar si nuestras predisposiciones están basadas en realidades, o en supuestos.

Las predisposiciones inclinan nuestras actitudes.

Motivación

Sólo sabrás de qué eres capaz, hasta que tengas un motivo para lograrlo. La motivación es una emoción, por lo cual se puede influir para modificar su intensidad o dirección. Existen infinidad de buenas definiciones de motivación, siendo tal la diversidad considero importante partir de un mismo punto, es por ello que, para efectos del estudio de la actitud, la motivación se considera como la "reacción temporal a un estímulo que impulsa con determinada intensidad a realizar algo en espera de obtener un beneficio".

Cuando se carece de tiempo (o voluntad) para influir en la actitud, motivar es una buena alternativa, sin embargo cabe recordar la fugacidad de sus efectos. En la mayoría de los casos, la duración e intensidad de la motivación dependerá directamente del motivador.

Habrá casos en los que motivar a la persona le permitirá experimentar algo nuevo, o bajo otro enfoque, y esto le ayude a cambiar su actitud. Sin embargo, es conveniente tener en cuenta que la relación entre la motivación y la actitud es parecida a la que hay entre un cerillo y una fogata: la motivación es el cerillo, la actitud es la fogata. El cerillo se enciende con un mínimo esfuerzo aunque su duración es breve, en cambio prender una fogata requiere mayor esfuerzo pero dura mucho más tiempo ardiendo y produce bastante más calor; sin embargo, todos sabemos lo que ocurre si la leña está húmeda, verde o hay poca ventilación, de nada servirá acercar uno, o varios cerillos: la fogata no prenderá; lo mismo ocurre si en base a motivadores, queremos mejorar una actitud que presenta distorsión(es) en alguno(s) de sus elementos actitudinales.

La motivación es la chispa que ayuda a encender la actitud.

Autopercepción

La autopercepción es un sentimiento el cual podemos definir como el "cómo nos sentimos al estar con una persona, ante determinado tema, situación o suceso"

Las personas solemos dar mayor importancia al sentimiento que a las acciones que nos llevan a experimentarlo, es decir, una persona con tal de sentirse satisfecha con su trabajo estará dispuesta a dar un extra, sea en esfuerzo, en calidad, etc. Así, una madre de familia procura dar todo lo necesario a sus hijos para percibirse a sí misma como una buena madre y de esa forma sentirse bien. ¿Quién en su sano juicio hace intencionalmente algo que lo hará sentirse mal consigo mismo? Al final de cuentas, las personas somos más emotivas y sentimentales que racionales.

La autopercepción, como todo sentimiento, se relaciona con la toma de conciencia de las emociones. El estar conscientes de nuestro nivel de motivación (que es la principal emoción que influye en la actitud,) modifica "cómo nos sentimos".

La autopercepción refuerza a la actitud.

INFLUENCIADORES DE LOS COMPONENTES ACTITUDINALES

El *Metamodelo Actitudinal*, además de identificar y ordenar los elementos que dan origen a la actitud, busca también incluir los factores que ayudan a formar cada elemento actitudinal, a estos factores los he llamado "influenciadores", a los cuales se los defino como:

Estímulos que proporcionan información que, una vez codificada, contribuirá en la formación de un componente actitudinal.

Dicho de otra manera, es la *información (real o ficticia) que influye en los elementos de la actitud y es generada por nuestro propio pensamiento, o por interacciones con el exterior*.

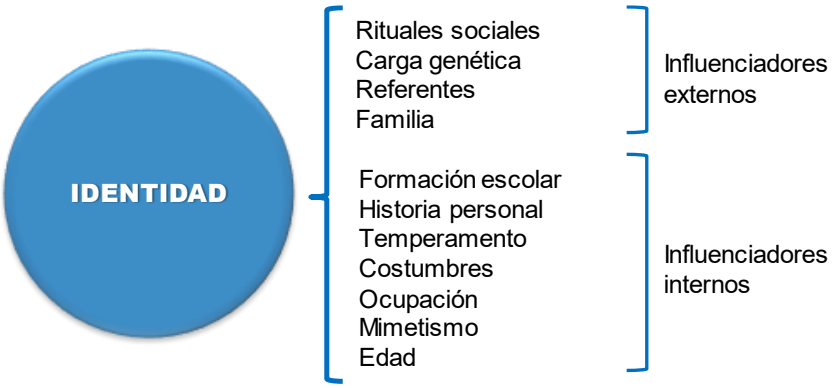
En el *Metamodelo Actitudinal*, incluyo los influenciadores que encuentro más representativos, en ningún momento debe considerarse una representación exhaustiva dado que sería una labor prácticamente imposible incluir y clasificar todos los influenciadores de cada persona. Así mismo, es pertinente aclarar que no todos influyen de manera simultánea ni en la misma intensidad, es común incluso que algunos ni siquiera estén presentes en la formación de algunos de los elementos actitudinales de ciertas personas, o que su influencia sea prácticamente imperceptible. Cabe hacer notar que algunos influenciadores aportan de manera individual,

mientras que otros se refuerzan entre sí. Por último, quiero hacer hincapié en que el orden en que se presentan no es jerárquico sino meramente discrecional.

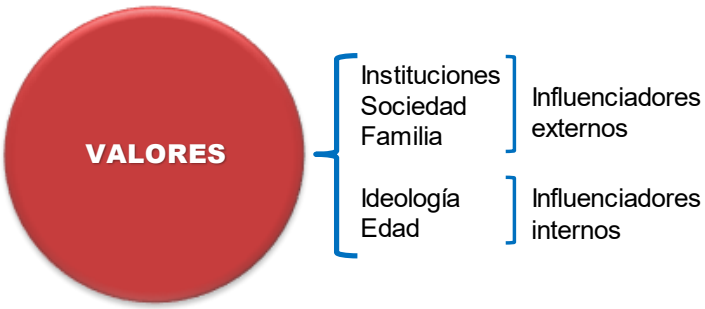
Al estudiar los influenciadores muy pronto noté que algunos son inherentes a la persona mientras que otros no lo son, de ahí la clasificación en internos y externos. Lo anterior refuerza lo que hemos dicho respecto a que la *Reingeniería Actitudinal* no se debe centrar únicamente en la persona, ya que hay situaciones externas que al modificarse podrán influir positivamente en la actitud.

Cabe aclarar que algunos influenciadores los detecté principalmente en actitudes relacionadas con ambientes con estructuras sociales formales, tales como el trabajo o la escuela.

Influenciadores de la identidad



Influenciadores de los valores



Influenciadores de las creencias

CREENCIAS

- Influencia de terceros
- Referentes
- Cultura

Influenciadores externos

- Experiencias previas
- Autoconcepto
- Imaginación
- Conciencia

Influenciadores internos

Influenciadores de la predisposición

PREDISPOSICIÓN

- Gustos y preferencias
- Canales de representación
- Expectativas información
- Estado socioeconómico
- Estilos de aprendizaje
- Situación personal
- Apropiamiento
- Prioridades
- Significado
- Capacidad
- Intención
- Novedad
- Hobbies
- Hábitos
- Salud

Influenciadores internos

Influenciadores de la motivación

MOTIVACIÓN
(EMOCIÓN)

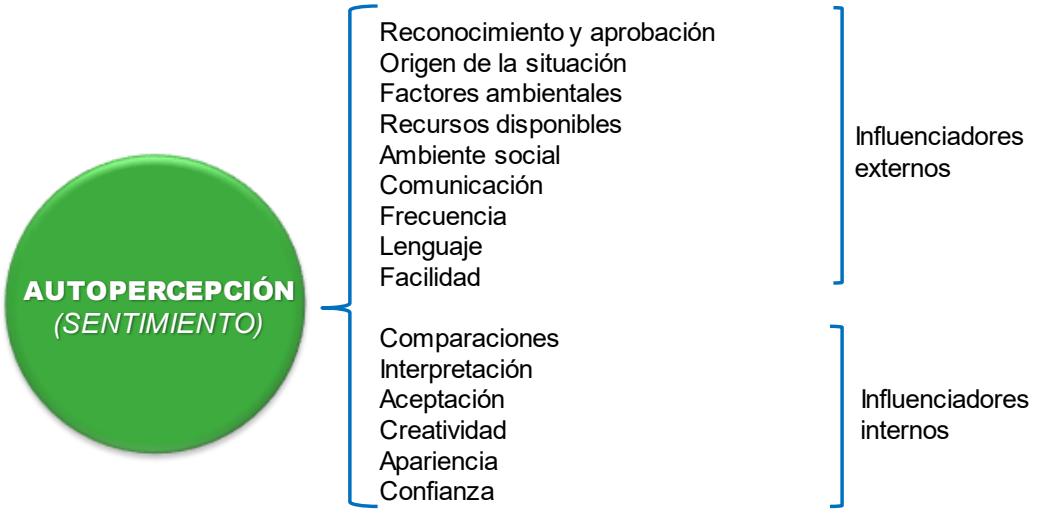
- Características de la actividad
- Lugar de la actividad
- Acciones de terceros
- Voluntariedad
- Compañeros
- Liderazgo

Influenciadores externos

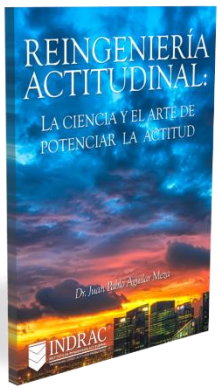
- Necesidades insatisfechas
- Trascendencia atribuida
- Utilidad percibida
- Criterios de éxito
- Intereses

Influenciadores internos

Influenciadores de la autopercepción



Ahora que se presentaron las partes que integran el *Metamodelo Actitudinal*, muestro en la siguiente página su representación gráfica completa *(integrando los componentes actitudinales y sus influenciadores)* lo que permite visualizarlo de manera integral.

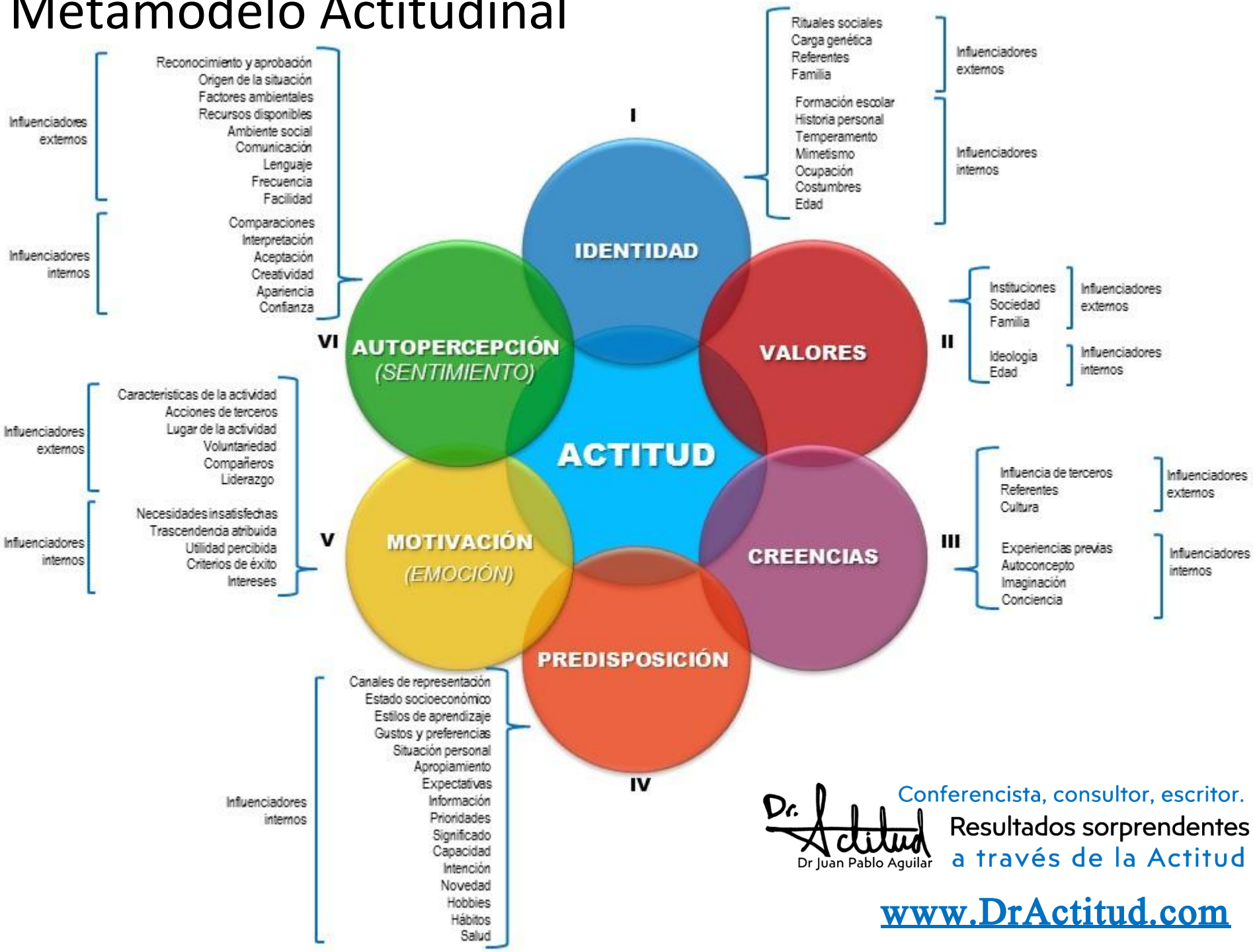


Esta información es un extracto y adaptación de mi libro

"Reingeniería Actitudinal: La ciencia y el arte de potenciar la actitud"

Dr. Juan Pablo Aguilar "Dr Actitud" **www.DrActitud.com**

Metamodelo Actitudinal



Conferencista, consultor, escritor.

Dr. Actitud

Dr Juan Pablo Aguilar

Resultados sorprendentes a través de la Actitud

www.DrActitud.com