



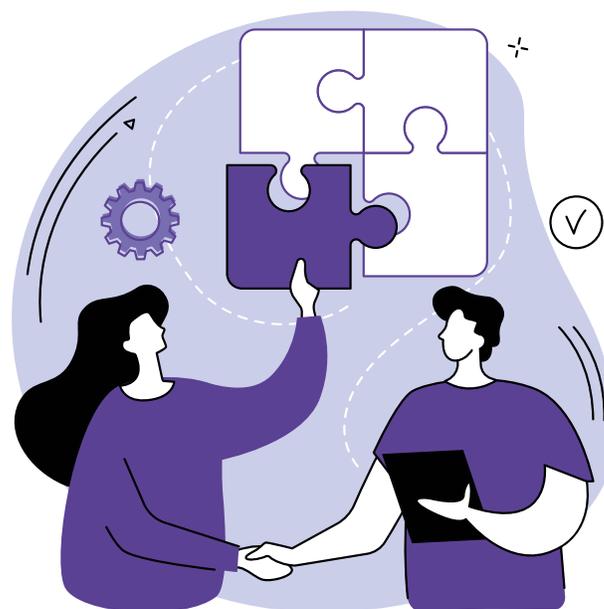
Principios del bienestar aplicados al coaching

Tema 2. Positividad



María, líder del área de personal en una importante compañía de telecomunicaciones, compartía en su sesión de coaching una experiencia que ella calificó de “decepcionante”. Había salido hacía dos horas de su evaluación de desempeño y, al indagar sobre la descripción de esa experiencia, mencionó que su jefe le había comentado que debía mejorar la forma en que acompaña a algunos miembros (2 de 12) del equipo, quienes por su actual edad y el proyecto que realizan, necesitan un acompañamiento especial. Al preguntarle por el feedback adicional de su jefe, comentó que le reconoció su alto compromiso, su capacidad para innovar

en su rol, su visión estratégica y su fuerza para integrar al equipo. ¿Por qué, si María había recibido una retroalimentación tan efectiva de su jefe, se centró exclusivamente en el comentario sobre lo que podía mejorar y desde ese comentario valoró la experiencia como decepcionante? Hay muchas respuestas a esta pregunta. Una de las explicaciones puede plantearse desde la psicología y hace referencia a los sesgos cognitivos, específicamente al sesgo de la negatividad; es decir, los seres humanos tendemos con más frecuencia a centrar la atención en las cosas que están mal, que pueden salir mal y que salieron mal, según Baumeister et al. (2001). La atención se centra en lo que no funciona, y más adelante ampliaremos respecto a este importante concepto.



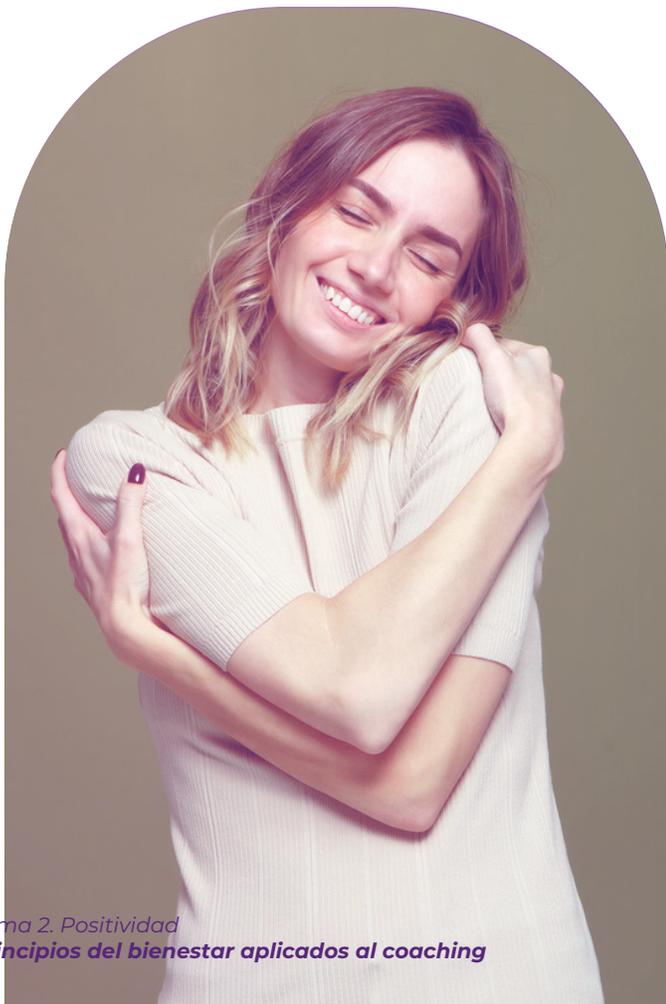
La positividad, en oposición, es la elección que podemos hacer de enfocarnos en ver al mundo desde una perspectiva con una mayor presencia de emociones positivas. Fredrickson (2009) utiliza el término positividad para englobar un amplio rango de emociones positivas.

Como se mencionó anteriormente, el propósito de la psicología positiva ha sido contribuir al estudio de las condiciones y procesos relacionados con el desarrollo óptimo de las personas, grupos e instituciones sin distinción, según Gable, S. L. y Haidt, J. (2005).

La positividad está relacionada con el concepto de florecimiento, que se refiere a un estado de salud mental óptima. Las personas que experimentan la positividad y el florecimiento prosperan; no solo se sienten bien, sino que también hacen el bien. Como se mencionó anteriormente, experimentan emociones positivas con regularidad, se destacan en su vida y buscan contribuir al mundo que las rodea de manera constructiva (Keyes, 2007).

Barbara Fredrickson propuso que, para florecer, una persona debe experimentar al menos tres emociones positivas por cada emoción negativa.

Hay muchos estudios que relacionan el afecto positivo en el trabajo, concluyendo que la posibilidad de tener emociones deseadas o positivas mejora la conexión entre el líder y el equipo.



¿Qué son entonces las emociones positivas?

Se parte de la premisa de que no hay emociones buenas ni malas, y eso es clave entenderlo en todos los contextos, especialmente en el de coaching, que es de interés común. Los autores se han referido a emociones negativas o positivas, no con el ánimo de descartar algunas u otras, sino con el fin de comprender el abordaje de ellas.

La positividad cuenta con un extenso repertorio de emociones que constituyen la base para construir significados positivos, actitudes optimistas, mentes abiertas y disposiciones proactivas. Las emociones positivas tienen un alto impacto en nuestras relaciones, comunidades y entornos. Estas emociones generan recursos que nos ayudan a enfrentar las situaciones adversas de una mejor manera (Fredrickson, 2009).

La misma autora, una distinguida profesora originaria de Estados Unidos, menciona algunas de las emociones positivas más frecuentes o que las personas experimentan e identifican con mayor frecuencia. Estas son, entre otras:

- Diversión
- Inspiración
- Asombro
- Amor
- Alegría
- Gratitud
- Serenidad
- Interés
- Esperanza
- Orgullo



Es importante complementar que, en un importante estudio de tipo metaanálisis realizado por los investigadores Lyubomirsky, King y Diener (2005), encontraron una relación significativa entre las emociones positivas y el éxito, específicamente en dimensiones como el trabajo, la creatividad, la salud, entre otras.

¿Cuáles son algunas ideas simples para iniciar su abordaje con mayor frecuencia hacia la positividad y poder traer más emociones positivas a su vida?

- **Expresar gratitud:** Escriba tres cosas por las que se siente agradecido cada día.
- **Lleve un diario:** Documente una experiencia positiva que tuvo durante el día.
- **Haga ejercicio:** Esto aumenta los químicos cerebrales beneficiosos y lo hace sentir más feliz.
- **Medite:** Ayuda a sentirse relajado, pensar más claramente y mejora la salud cerebral.
- **Realice actos de bondad:** Haga algo especial por un amigo o un extraño.



Otro aspecto clave de la positividad son las relaciones positivas. “Los demás importan” (Peterson, 2006). En sus estudios, este importante autor del campo de la psicología positiva destaca el valor que las relaciones y los vínculos añaden al bienestar del ser humano. Adiciona que los seres humanos tenemos una predisposición biológica para establecer relaciones con otras personas y que relacionarnos con los demás es una de las necesidades básicas del ser humano. Por lo tanto, muchos estudios concluyen que las relaciones positivas son muy importantes para la salud y la felicidad.

Las relaciones positivas se caracterizan porque ambos participantes experimentan afecto, amistad y cariño, se sienten apoyados y seguros en su relación, es decir, en ambas direcciones se permite dar y recibir, contribuyendo así al florecimiento mutuo.

Es famoso uno de los estudios más extensos e importantes en este tema, realizado en la Universidad de Harvard por el investigador Dr. Vaillant (2009), que concluye que las relaciones positivas tienen un gran impacto en el bienestar, ya que mantienen a las personas más felices y sanas; es decir, que los vínculos, no en cantidad, sino la calidad de estos, son esenciales para el bienestar.

Las relaciones funcionan como un soporte o amortiguador en las situaciones difíciles de la vida, mientras que, en contraposición, el aislamiento social resulta ser tóxico para quien lo experimenta.



Los autores Rath y Harter (2010), en sus estudios, concluyeron que las personas que tienen mayor distancia social tienen más posibilidades no solo de enfermarse, sino también de morir por ataques al corazón. El trabajo no es un ambiente que contradiga estas premisas; por el contrario, los mismos autores confirman en sus investigaciones que las relaciones positivas en el trabajo mejoran la conexión, el sentido de pertenencia y el compromiso.

Respecto a otras dimensiones asociadas al contexto social, encuestas de la organización Gallup, propuestas por los mismos autores (Rath & Harter, 2010), han encontrado que las personas que tienen

un amigo cercano o un “mejor amigo” en el trabajo están más involucradas en lo que hacen, producen resultados de mejor calidad y tienen menos accidentes laborales.

También, la biología que tenemos como seres humanos está a favor de las relaciones positivas. Como lo menciona Peterson, cuando se tiene contacto social y especialmente contacto físico, se secreta una sustancia llamada oxitocina.

De igual manera, otro neurotransmisor clave, la dopamina, está relacionado con el placer, las experiencias positivas y los mecanismos de reforzamiento del cerebro.



Es importante adicionar que existe una teoría clave de personalidad y motivación, propuesta por Ryan y Deci (2000), llamada la teoría de la autodeterminación, que presenta tres necesidades psicológicas esenciales:

- **Necesidad de relacionarse:** Implica un sentido de pertenencia y conexión con otros.
- **Necesidad de autonomía:** Se refiere a la sensación de control y voluntad sobre el propio comportamiento.
- **Necesidad de competencia:** Concierno al sentido de autoeficacia respecto a las propias capacidades y a las facilidades que proporciona el ambiente para ponerlas en práctica.



Con todo lo anterior, es clave pensar entonces que uno de los roles en el coaching es acompañar a los clientes potenciales a fortalecer las relaciones importantes y significativas de manera que, por esta vía, logren mayor bienestar.

Otra dimensión clave de la positividad está asociada a las fortalezas de carácter, y en el apartado asociado a resiliencia y fortalezas de carácter se realizará una amplia profundización de esta dimensión.

Referencias

Baumeister, R., Bratslavsky, E., Finkenauer, C., & Vohs, K. (2001). Bad is stronger than good. *Review of General Psychology*, 5.

Fredrickson, B. (2009). *Positivity: Groundbreaking research reveals how to embrace the hidden strength of positive emotions, overcome negativity, and thrive*. Reino Unido: Crown Publishers/Random House.

Gable, S. L. y Haidt, J. (2005). What (and why) is positive psychology?. *Review of General Psychology*, 9 (2), 102-110.

Lyubomirsky, S., King, L., & Diener, E. (2005). The benefits of frequent positive affect: Does happiness lead to success?. *Psychological bulletin*.

Peterson, C. (2006). *A Primer in Positive Psychology*. EE.UU: Oxford University Press.

Rath, T., & Harter, J. (2010). Your friends and your social wellbeing. *Business Journal*.

Ryan, R., & Deci, E. L. (2000). La Teoría de la Autodeterminación y la Facilitación de la Motivación Intrínseca, el Desarrollo Social, y el Bienestar. *American Psychologist*

Vaillant, G. (2009, 16 de julio). *Positive Psychology News Daily*. (S. M. Britton, Ed.)

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.