

SUGESTIÓN Y AUTOSUGESTIÓN

1. La sugestión

A través de la sugestión lo que se pretende es influenciar el subconsciente utilizando palabras, imágenes, símbolos y otro tipo de impresiones sensoriales. La sugestión es utilizada por los publicitarios, los gobernantes, la propaganda, la acción comercial y hasta la información con el fin de manipularnos sin que nos demos cuenta.

A este respecto, señala el psicólogo Mucchielli: “ *Los hombres de nuestro tiempo, sobre los que se ejerce estas acciones, totalmente ignorantes de las técnicas psicológicas utilizadas por una y otra parte, se imaginan ser impermeables a la publicidad y a la propaganda, siguen creyendo en la omnipotencia de su libertad interior, en la solidez de sus opiniones y de su reflexión, permanecen íntimamente convencidos de que la publicidad y la propaganda son cuentos fáciles de detectar, que el verdadero avasallamiento es físico y que las ideas carecen de poder*”.

Las personas obramos por dos clases de razones: razones lógicas o racionales y razones afectivas, emocionales o irracionales. La sugestión utiliza lo afectivo y lo emocional para llegar a influenciar el subconsciente. Lo que se pretende con las sugerencias es llegar directamente al corazón sin pasar por el filtro del cerebro.

Para que un nuevo comportamiento se abra camino en nuestros circuitos cerebrales, lo ideal sería poner a un sujeto en un estado de hipnosis, en el que la neocorteza cerebral no puede bloquear la sugestión. Esto es lo que se intenta en los supermercados o en los grandes almacenes. La música, la profusión de artículos, la inducción colectiva nos hace perder la noción del tiempo y desembolsar más de lo que teníamos previsto. La fascinación que ejerce la televisión, el esfuerzo de concentración al que nos empuja, nos ponen en un estado bastante parecido a la hipnosis.

La publicidad y la propaganda tratan de provocar un estado casi hipnótico en el que la imagen sugerida escapa a la crítica de la conciencia.

2. Factores que refuerzan la sugestión

- **La segurización**

La antigüedad de una marca, la opinión de personajes importantes, el reconocimiento oficial, entre otras cosas, tienen como finalidad infundir confianza.

- **La relajación**

Para que la mente este sosegada y receptiva, también el cuerpo debe de estarlo. La publicidad evoca con frecuencia, en los anuncios de televisión, imágenes tranquilizantes, antes de pasar al mensaje

propriadamente dicho. Los mercaderes de tapices de Marruecos y el Líbano lo utilizaban hace siglos. Instalaban confortablemente a sus clientes, y les ofrecían una taza de té con menta, antes de mostrarles su mercancía.

- **La concentración**

Si la atención es captada por un elemento, los demás pueden durante ese tiempo impregnarnos, ya que seguimos registrando informaciones inconscientemente. En el año 1956, se descubrió la publicidad “subliminal”, por debajo del umbral de la conciencia. Se introducían determinadas imágenes en una película que pasaban luego a una velocidad que no permitía su percepción consciente. Las pruebas efectuadas probaron que el comportamiento del consumidor resultaba afectado por estas sugerencias.

- **La repetición**

Napoleón decía: “La repetición es la mejor de las retóricas”. En estado de vigilia no basta afortunadamente con una sugerencia para modificar nuestras estructuras mentales, y por tanto nuestro comportamiento. La repetición refuerza la sugerencia. Ciertas marcas, de tanto repetir las, han pasado al lenguaje vulgar, suplantando la palabra correspondiente: bic, danone, etc.

- **El estado emocional**

Un gran miedo, una gran emoción, un gran dolor, asociados con una sugerencia pueden crear rápidamente un nuevo modelo de comportamiento. Es el acontecimiento determinante. El solo hecho de imaginarlo otra vez posteriormente basta para reforzar la sugerencia.

- **El ejemplo**

La sugerencia es más fuerte cuando existe identificación con el que sugiere o induce. Este valor del ejemplo se remonta a nuestra infancia, cuando nuestros padres constituían el modelo a copiar.

- **La fe**

La confianza absoluta que se pone en algo o en alguien vuelve a la persona particularmente sugestionable. La fe mueve montañas, puede poner a la persona en un estado de trance o de entusiasmo que libera funciones cerebrales normalmente inhibidas.

3. Leyes de la sugestión

Es el farmacéutico Emile Coué, quien sistematiza un método de curación por sugestión en estado de vigilia, el que formuló las principales leyes de la sugestión:

- **Ley del esfuerzo inverso**

Emile Coué señala: “*Si uno piensa: “quiero que tal o cual cosa se produzca” y la imaginación dice: “Lo quieres pero no ocurrirá”, no sólo no se obtiene lo que se quiere, sino que se obtiene lo contrario*”.

Si alguien que sufra de insomnio va a acostarse pensando que no va a poder dormirse, cuantos más esfuerzos de voluntad haga para dormirse, más nervioso se pondrá. Solamente se dormirá cuando haya renunciado a quererlo.

La sugestión se hace realidad a través de la imaginación. La sugestión obedece más a la imaginación que a la voluntad. Esto se traduce, según este autor, en estas cuatro premisas:

1. Cuando la voluntad y la imaginación están en lucha, es siempre la imaginación la que sale vencedora sin excepción.
2. En el conflicto entre voluntad e imaginación, la fuerza de la imaginación está en razón directa al cuadrado de la voluntad.
3. Cuando la voluntad y la imaginación están de acuerdo, no se suma la una con la otra, sino que se multiplican.
4. La imaginación puede ser conducida.

- **Ley de la atención concentrada**

Siempre que se concentre reiteradamente la atención en una idea, esta tiende a realizarse espontáneamente. Es el efecto ideo-motor de la sugestión, lo que Berheim llamo ideodinamismo: "Toda sugestión tiende a convertirse en acto".

- **Ley del efecto dominante**

La sugestión que llega al subconsciente tiende automáticamente a realizarse por si mismo, pero es la sugestión más fuerte la que predomina sobre la más débil.

4. El efecto placebo

El placebo es un producto de apariencia farmacéutica (comprimido, jarabe, ampolla, supositorio, etc.) pero químicamente inerte (agua destilada, sacarina, harina, etc.) que se presenta al enfermo como un verdadero medicamento. Placebo viene del latín "placere" que significa complacer y eso es lo que se pretende cuando se prescribe un medicamento inofensivo de este tipo.

Fue a partir de los años cincuenta cuando el placebo fue empleado por los médicos con fines terapéuticos. La utilización del placebo ha puesto en evidencia dos fenómenos:

- **El efecto sugestivo del medicamento placebo:** cuando el paciente cree firmemente que el medicamento placebo le va a curar la enfermedad, este suele ser eficaz en un porcentaje muy significativo y, a veces, tanto o mayor como otros medicamentos prescritos por los profesionales para tal fin.

- **La sugestión operada por la actitud del profesional:** si el médico le transmite al paciente la idea de que el medicamento placebo es excelente y que va dar resultados positivos, la eficacia del mismo es mucho mayor que cuando le sugiere al enfermo que sus efectos son dudosos o no se han constatado todavía.

El efecto placebo suele dar resultado hasta en cirugía: ciertas operaciones “placebo” (simple incisión sin verdadera operación) han provocado verdaderas curaciones. La actitud optimista o pesimista del cirujano influye también en los resultados.

5. La autosugestión

Se puede decir que la autosugestión es la implantación de una idea en sí mismo y por uno mismo. Para Emile Coué toda sugestión se convierte en autosugestión, ya que por mucho que se le sugiera algo a alguien, si el subconsciente de la persona no acepta la sugestión, si no la ha digerido, señala este autor, a fin de trasformarla en autosugestión, no produce efecto alguno.

En su libro “Mi método de autosugestión”, Emile Coué escribe:

El poder de la autosugestión se conocía en la Edad Media. El poder del pensamiento, de la idea, es inconmensurable, inmedible. El mundo está dominado por el pensamiento. El ser humano individual también está por completo gobernado por sus propios pensamientos, buenos o malos. La poderosa acción de la mente sobre el cuerpo, que muestra los efectos de la autosugestión, era bien conocida de los grandes pensadores de la Edad Media, cuyas vigorosas inteligencias abarcaron la suma del conocimiento humano.

Santo Tomás de Aquino afirmó que cualquier idea concebida por la mente es una orden que el organismo obedece y, además, que esta puede provocar una enfermedad o curarla.

Aún más definida es la doctrina de Aristóteles, que escribía: “Una imaginación vívida impulsa al cuerpo a obedecerla, ya que este es un principio natural del movimiento. Por supuesto que la imaginación gobierna todas las fuerzas de la sensibilidad, mientras que esta última, a su vez, controla los latidos del corazón, y a partir de él mueve todas las funciones vitales; así, todo el organismo puede verse rápidamente modificado. Sin embargo, por vívida que sea la imaginación, no puede cambiar la forma de la mano o de un pie o de cualquier otro miembro.

Desgraciadamente, todas estas grandes verdades, que nos llegan de la antigüedad, se han transmitido en una nebulosa de ideas abstractas, o envueltas en el misterio del secreto esotérico, y así han parecido inaccesibles al común de los mortales. Si yo he tenido el privilegio de percibir el pensamiento oculto de los viejos filósofos, o de extraer la esencia de un principio vital, y comprensible para la humanidad moderna, también he tenido la alegría de verlos practicados con éxito por centenares de pacientes durante más de veinte años.

Esclavos de la sugestión y dueños de sí mismos. Pero, nótese, yo no soy un curandero. Sólo puedo enseñar a otros a curarse a sí mismos y a mantenerse en perfecta salud.

El subconsciente es una placa fotográfica permanente y supersensible a la que no escapa nada. Lo registra todo, todos los pensamientos, desde el más insignificante hasta el más sublime. Pero es más que eso. Es la fuente de la creación y de la inspiración; es la fuerza misteriosa que hace germinar ideas y las materializa en una forma de acción consciente. Si estamos de acuerdo en que el punto de partida de nuestras alegrías, de nuestras tristezas, de nuestras enfermedades, de nuestro bienestar, de nuestras aspiraciones de todas nuestras emociones, está en nuestra identidad inconsciente, podemos entonces deducir lógicamente que cualquier idea generada en nuestra mente tiene una tendencia natural a la realización.

Es imposible separar lo físico de lo mental, el cuerpo de la mente; que dependen uno del otro; que en realidad son una sola cosa. El elemento mental es, en todo caso, siempre dominante. Nuestro organismo físico está gobernado por él. Así que en la actualidad determinamos o echamos a perder nuestra salud y nuestros destinos según las ideas que actúan en nuestro subconsciente. Creo que somos absolutamente libres para implantar cualesquiera ideas que deseemos en nuestra identidad inconsciente, que es un archivo inagotable, y que tales ideas determinan la tendencia global de nuestro ser material, mental y moral. Es tan fácil susurrarle a nuestra identidad subconsciente la idea de salud como lo es quejarse por nuestros problemas; quienes lo hagan pueden estar seguros del resultado, porque eso es algo que se basa en las leyes de la naturaleza.

El merito de Emile Coué es haber creado un método de autosugestión fácil y sencillo en su aplicación. Al principio empleaba la sugestión de forma específica, sugería que tal o cual síntoma iba a desaparecer, pero más tarde se dio cuenta que una sugestión general daba tan buenos resultados, ya que la aplicación específica la asumía el subconsciente. En este sentido, prescribió la fórmula general: "Cada día voy cada vez mejor en todos los aspectos" para cualquier tipo de dolencia.

Propuso que se empleara todos los días para autosugestionarse, siendo sus efectos tanto preventivos como curativos. Coué aconsejaba por consiguiente una "programación" general positiva de nuestro subconsciente. Aun cuando negaba la existencia del hipnotismo, preconizaba que la fórmula se utilizara con los ojos cerrados, repitiéndola varias veces y en alguna de estas situaciones:

- En el momento de acostarse para dormir.
- En el momento de despertarse.
- Al oír el tic tac de un reloj.

Estas condiciones ponen al cerebro en un estado particularmente receptivo, cercano al estado sofrónico.

6. El uso de las autosugestiones

En la hipnosis o la autohipnosis se produce un aumento natural de la capacidad de sugestión. Por ello, es un estado ideal para producir cambios positivos y reprogramarnos.

Podemos corregir nuestros pensamientos, actitudes y comportamientos negativos cuando nos encontramos en estado de vigilia, pero con la autohipnosis podemos hacerlo de una manera más rápida y eficaz.

Estas son las condiciones que deben de cumplir las autosugestiones para que sean más eficaces:

- El propósito de las autosugestiones se debe de circunscribir a un único objetivo.
- Las autosugestiones deben ser breves.
- Las autosugestiones deben ser afirmativas.
- Las sugerencias deben expresarse en presente.
- Las autosugestiones deben ir acompañadas de imágenes.
- Las autosugestiones deben movilizar emociones.