

CEREBRO SUPERIOR VS. CEREBRO INFERIOR

Imagina que tu cerebro es una casa de dos pisos, con una planta baja y una planta alta.

Las áreas del cerebro inferior (o planta baja) son responsables de las funciones básicas, como la respiración, las reacciones de lucha o escape y las emociones intensas como el enojo y el miedo.

A diferencia del cerebro inferior, el cerebro superior (o planta alta) está más desarrollado y puede ofrecerte una perspectiva más completa de tu mundo. Imagínatelo con ventanas que dejan entrar la luz y ofrecen una visión más clara.

Ahora apliquemos este concepto a nuestros mensajes. Cuando nuestro cerebro inferior está tranquilo, nuestro cerebro superior puede ser racional y ver oportunidades que tienen potencial. Pero cuando el cerebro inferior se activa, el cerebro superior tiene dificultad para escuchar o considerar diferentes puntos de vista.

Como mensajeros defensores, podemos calmar las preocupaciones, el malestar y otras reacciones del cerebro inferior del público en general, permitiéndoles ver la lógica y los beneficios de nuestro punto de vista.

Con familiaridad, confianza y un énfasis en los valores compartidos y la esperanza, podemos ayudar al público a manejar las emociones negativas y a explorar diferentes puntos de vista a través de un proceso de dos pasos.

1 | Utiliza la familiaridad para calmar el cerebro inferior.

La familiaridad puede provenir de valores compartidos y mensajeros de confianza con experiencias similares. También puede incluir el reconocer la dificultad dentro de un tema y mostrar cómo otras personas han navegado por sus propios conflictos internos.

2 | Estimula el cerebro superior. Un mensaje poderoso mueve a las personas hacia la esperanza, el optimismo y la compasión. Cuando el público siente compasión, se identifica con los retos y las aspiraciones de las personas que se beneficiarían de las políticas, y sienten la motivación para ayudarlas. Estas personas también se sienten esperanzadas de que el cambio es posible.

Fuente: "The Whole-Brain Child" by Daniel J. Siegel, M.D., and Tina Payne Bryson, Ph.D.



La Guía *El Buen Vecino* ayuda a generar respaldo público a las políticas de vivienda inclusiva.

Esta hoja informativa forma parte de una serie de guías que pueden utilizarse de manera individual o conjunta para generar apoyo a las políticas de vivienda inclusiva en Colorado. Está basada en estudios realizados con personas en Colorado y en el marco de comunicación con base científica *Heartwired*.

Para acceder a la guía completa *El Buen Vecino*, visita bit.ly/goodneighbortoolkit.

Cerebro Superior vs. Cerebro Inferior | Generar Confianza
Reconocer Complejidades | Calmar Dudas
Activar la Esperanza | Alinear mensajes | Cambio de Perspectivas



The Colorado
Health Foundation™