

INDICE

Prefacio	5
1. El valor sugerente de la palabra	9
Palabras iniciales con una carga sugerente negativa	
Palabras con valor sugerente negativo, durante el discurso	14
El uso impulsivo del no	15
Palabras con valor sugerente negativo de duda	17
Los verbos de la incongruencia	
Transformación del valor sugerente negativo en positivo	18
Utilizar el nosotros	19
El uso de palabras con valor sugerente positivo	
Utilizar el presente y le futuro	20
Utilizar palabras calves	
Algunos ejemplos concretos	21
El sonido de las palabras	24
2. Persuasión	27
El aspecto ético	29
Ethos, lógico y pathos	30
La evocación de los estados mentales	33
El lenguaje evocador	35
El uso de la metáfora, las imágenes y las anécdotas	37
Los planteamiento indirecto	40
El concepto de ganancia secundaria	42
Conclusión	
La comunicación estructurada	45
Motivar la escucha	47
Los prevenidos	48
Los ajenos	50
Los insatisfechos	51
Los masoquistas	52
Conclusiones sobre la persuasión	53
3. Comportamiento y relación	
Comportamiento sumiso	55
Comportamiento autoritario	58
Comportamiento autoritario enmascarado o manipulador	60
Comportamiento relacional positivo	61
4. Esquema de las necesidades y de las motivaciones	65
5. Los mecanismos que determinan el comportamiento	73
Acercamiento y huida	75
Referencias ego-centradas o hétero-centradas	78
Necesidad y posibilidad	79
Algunas consideraciones	83
6. Comunicar con el grupo	85
Las cuatro fases para atraer la atención y le interés	87
Ejemplo de comunicación según las cuatro fases	90
Relación y dinámica de grupos	93
Dinámicas afectivas en el grupo	
Deseo e identificación	95

Triangulaciones	98
La formulación del chivo expiatorio	104
Las etapas evolutivas del grupo	
Primera etapa: el grupo en formación	110
Segunda etapa: el grupo en proceso de maduración	112
Tercera etapa: el grupo maduro	114
La búsqueda del nivel óptimo	1116
7. Ironía y sarcasmo en la comunicación	121
Bibliografía	127