

INDICE

Introducción	13
I. Construir el Mapa de los Real	
Capítulo 1.- La Representaciones: Generalidades y Aportes de la PNL	19
1.1. Influencia del Proceso Cognitivo: del Tratamiento de las Informaciones a la Organización del Pensamiento	19
a. Generalidades y Ejemplos	22
a.1. El caso de PEI: Programa de enriquecimiento instrumental	23
a.2. La representación de sí: esquema corporal e imagen de sí	26
a.3. Experiencia individual y mapa de la realidad	28
1.2. Aspectos Sensoriales y Lingüísticos de las Representaciones	30
a. Aportes de la PNL: diferentes tipos de representaciones y sus relaciones	30
a.1. Las representaciones lingüísticas creadoras de representaciones lingüísticas	34
a.2. Las representaciones lingüísticas creadoras de representaciones sensoriales	37
a.3. Las representaciones sensoriales traducidas en el lenguaje	39
a.4. Las representaciones sensoriales de los objetivos y los rendimientos	42
1.3. Los Aportes de la Neurobiología: Los Sistemas de Tratamiento de la información	47
a. El sistema asociativo	51
b. El sistema analógico	53
Capítulo 2.- Aspectos Culturales de las Representaciones	57
2.1. El Simbolismo y los Marcos de Referencia	57
a. Datos culturales y representaciones	59
a.1. El individualismo	60
a.2. El rechazo de la realidad	64
b. Valores asociados a las palabras	67
c. Pobreza y riqueza de los contextos	71
2.2. Inconsciente Colectivo y Construcción de los Mitos	75
a. El lenguaje del inconsciente: el ejemplo de los símbolos oníricos de la cábala al psicoanálisis	80
b. El ejemplo de la terapia y de la relación de ayuda	85
2.3. El Caso de los Rumores: El Análisis de J.- N. Kapferer. Construcción de un Símbolo, de una Imagen, de un Sentido	90
a. La parte de la realidad	90
b. La parte de la creatividad	93
c. La parte de los deseos	96
II. Utilizar el Mapa de lo Real	
Capítulo 1.- El Interlocutor Creativo	101
1.1. Del Hablar Vago al Hablar Verdadero: Las Técnicas de la Influencia	101
a. Definir objetivos en función de la complejidad de las representaciones	104
a.1. Técnica de la imagen construida	108
a.2. Hablar vago: Utilización, técnicas, ejemplos	112
b. ¿Pueden cambiarse las representaciones? Los cuatros principios de	126

cambio: Acuerdo, pertenencia, congruencia, experiencia	
b.1. Pasar el hablar vago al hablar verdadero, la técnica del “blanco sonoro”	138
b.2. La dimensión inconsciente: hablar al corazón o a la razón	143
Capítulo 2.- Conocimiento y expresión de las Representaciones: El Modelo “Estructura/Función/Entorno” y su Utilización	151
2.1. Generalidades y Ejemplos	152
a. La definición: forma y criterios	152
b. Una aproximación global	154
2.2. El Modelo Estructura/Función/Entorno	156
a. Estructura	157
b. Función	160
c. Entorno	163
2.3. Utilizar las Categorías Estructura, Función, Entorno	166
a. Relaciones con otras aproximaciones	166
b. Relaciones con los metaprogramas	167
c. Evaluación del conocimiento de un producto	170
c. Utilización en la formación	173
III. La Representación Individual de la Cultura de Empresa	
Capítulo 1.- Cultura de empresa: los Ejes de Interrogación	
1.1. Encuentro con un especialista: Maurice Thévenet	179
1.2. Los Puntos importantes: Complejidad e Interacción	202
a. Complejidad	202
b. Interacción	204
1.3. La Cultura de Empresa Viva desde el interior: entrevista con uno de los actores	206
a. La representación del actor	218
1.4. El Punto de Vista del “Cazador de Cabezas”	219
a. La multiplicidad de las culturas	231
b. La importancia de la comunicación	231
Capítulo 2.- El Modelo Entorno/Ser Humano/ Materialidad	233
2.1. Relación con el Entorno y Valores Asociados	234
2.2. El lugar de la Dimensión Humana	236
2.3. El Territorio de la Materialidad	238
Conclusión	241