

Indice

| | |
|--|----|
| Introducción | 13 |
| I. CONSTRUIR EL MAPA DE LO REAL | |
| Capítulo 1 - Las 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 |
| <i>a. Generalidades y ejemplos</i> | 22 |
| a.1. El caso del 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 |
| <i>a. Aportes de la PNL: diferentes tipos de representaciones y sus relaciones</i> | 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. <i>El sistema asociativo</i> | 51 |
| b. <i>El sistema analógico</i> | 53 |
| Capítulo 2 - Aspectos culturales de las representaciones..... | 57 |
| 2.1. El simbolismo y los marcos de referencia | 57 |
| a. <i>Datos culturales y representaciones</i> | 59 |
| a.1. <i>El individualismo</i> | 60 |
| a.2. <i>El rechazo de la realidad</i> | 64 |
| b. <i>Valores asociados a las palabras</i> | 67 |
| c. <i>Pobreza y riqueza de los contextos</i> | 71 |
| 2.2. Inconsciente colectivo y construcción de los mitos | 75 |
| a. <i>El lenguaje del inconsciente: el ejemplo de los símbolos oníricos de la cábala al psicoanálisis</i> | 80 |
| b. <i>El ejemplo de la terapia y de la relación de ayuda</i> | 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. <i>La parte de la realidad</i> | 90 |
| b. <i>La parte de la creatividad</i> | 93 |
| c. <i>La parte de los deseos</i> | 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 |
| <i>a. Definir objetivos en función de la</i> | |
| <i>complejidad de las representaciones.....</i> | <i>104</i> |
| a.1. Técnica de la imagen construida..... | 108 |
| a.2. Hablar vago: utilización, técnicas, | |
| ejemplos..... | 112 |
| <i>b. ¿Pueden cambiarse las representaciones?</i> | |
| <i>Los cuatro principios de cambio: acuerdo,</i> | |
| <i>pertenencia, congruencia, experiencia.....</i> | <i>126</i> |
| b.1. Pasar del 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 |
| <i>a. La definición: forma y criterios.....</i> | <i>152</i> |
| <i>b. Una aproximación global.....</i> | <i>154</i> |
| 2.2. El modelo estructura/función/ | |
| entorno..... | 156 |
| <i>a. Estructura.....</i> | <i>157</i> |
| <i>b. Función.....</i> | <i>160</i> |
| <i>c. Entorno.....</i> | <i>163</i> |

| | |
|---|------------|
| 2.3. Utilizar las categorías estructura, función, entorno..... | 166 |
| <i>a. Relaciones con otras aproximaciones.....</i> | <i>166</i> |
| <i>b. Relaciones con los metaprogramas.....</i> | <i>167</i> |
| <i>c. Evaluación del conocimiento de un producto.....</i> | <i>170</i> |
| <i>c. Utilización en la formación.....</i> | <i>173</i> |

III. LA REPRESENTACION INDIVIDUAL DE LA CULTURA DE EMPRESA

| | |
|--|------------|
| Capítulo 1 - Cultura de empresa: los ejes de interrogación..... | 177 |
| 1.1. Encuentro con un especialista: Maurice Thévenet..... | 179 |
| 1.2. Los puntos importantes: complejidad e interacción..... | 202 |
| <i>a. Complejidad.....</i> | <i>202</i> |
| <i>b. Interacción.....</i> | <i>204</i> |
| 1.3. La cultura de empresa vivida desde el interior: entrevista con uno de los actores..... | 206 |
| <i>a. La representación del actor.....</i> | <i>218</i> |
| 1.4. El punto de vista del "cazador de cabezas"..... | 219 |
| <i>a. La multiplicidad de las culturas.....</i> | <i>231</i> |
| <i>b. La importancia de la comunicación.....</i> | <i>231</i> |
| 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 |