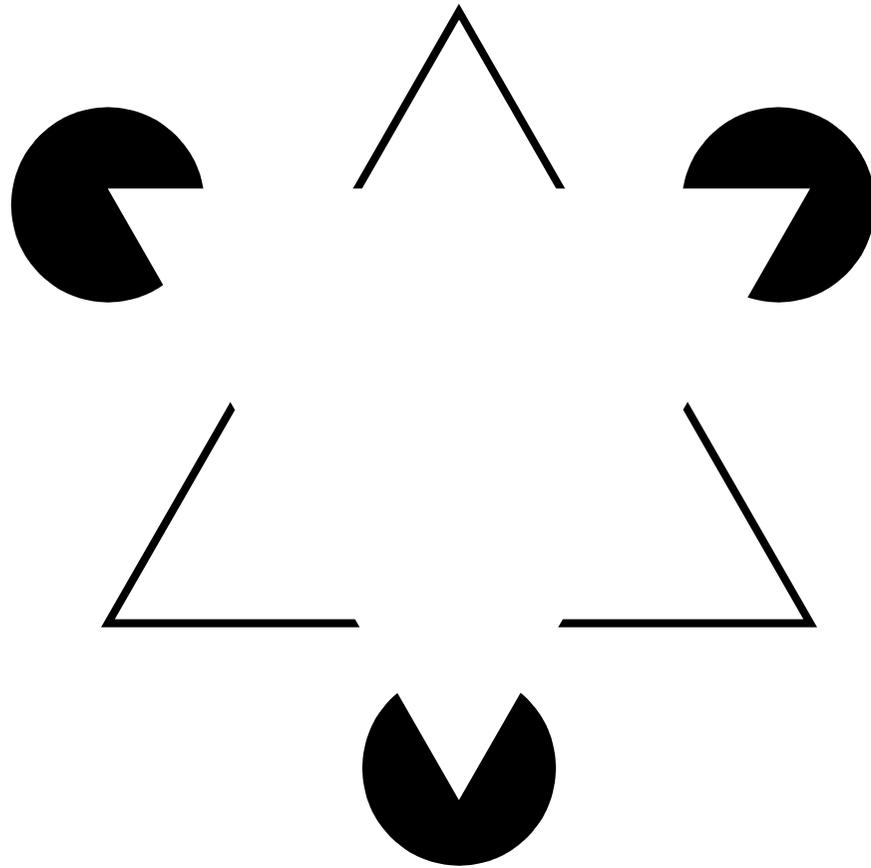
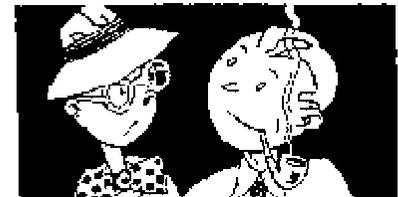
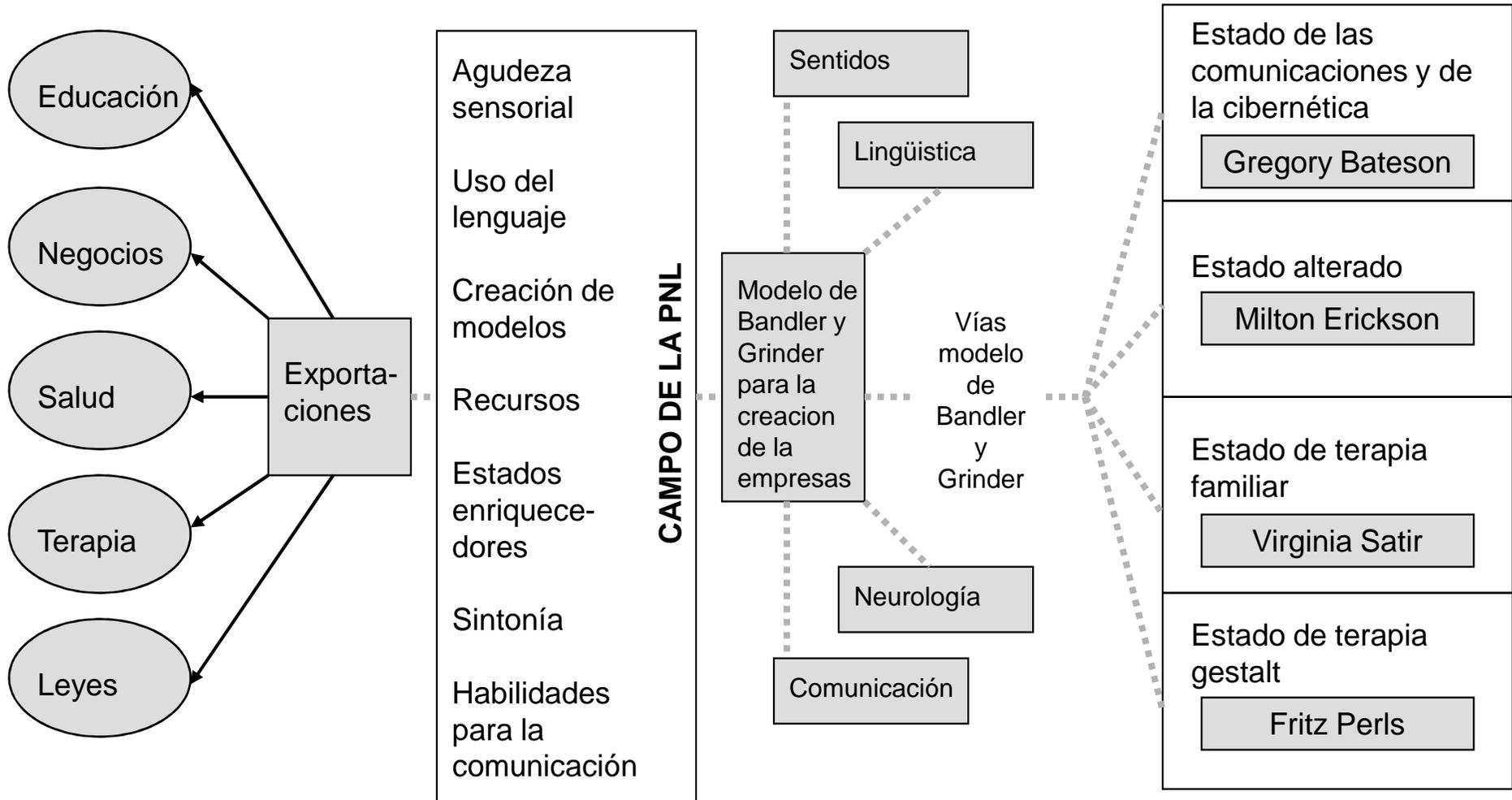


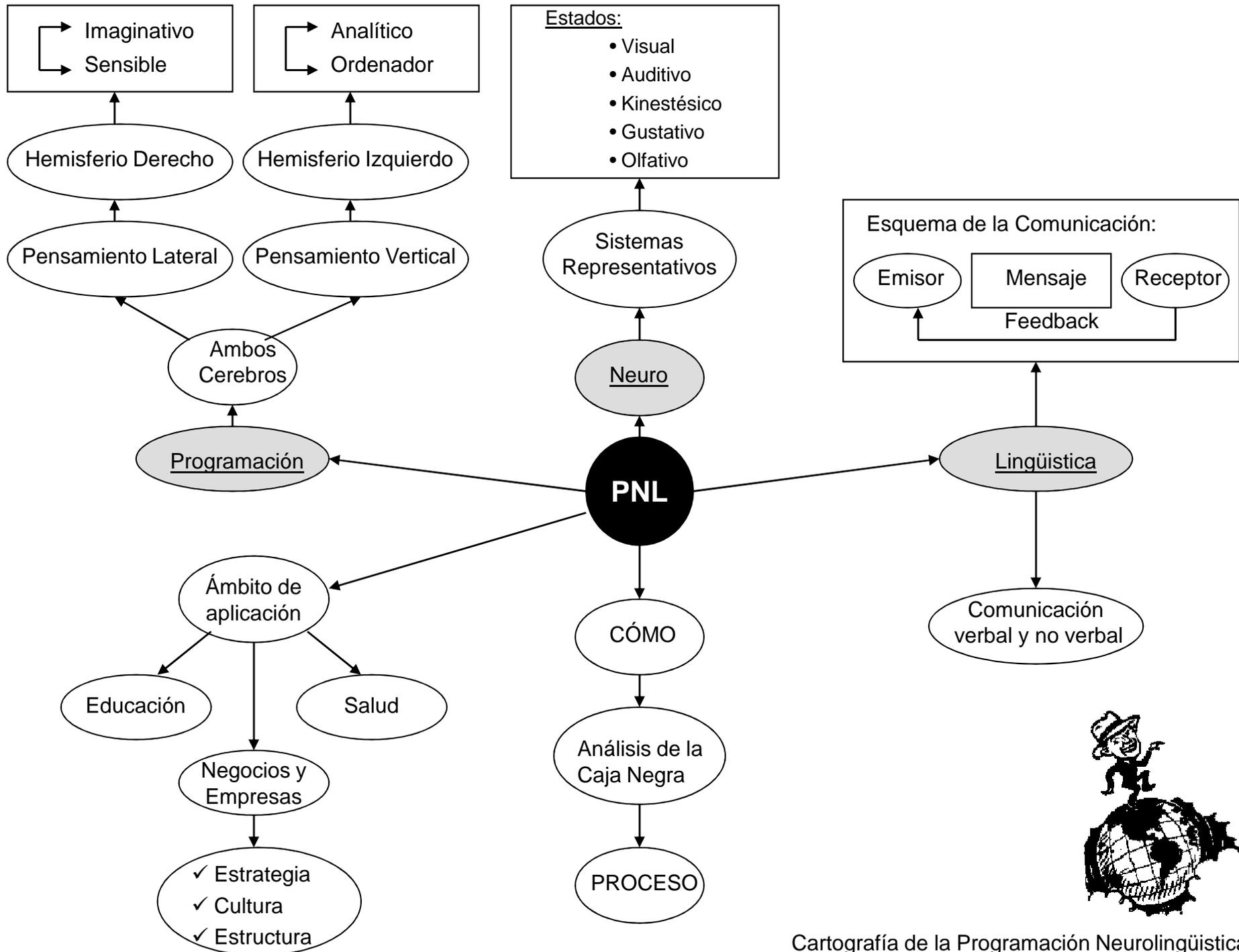


COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

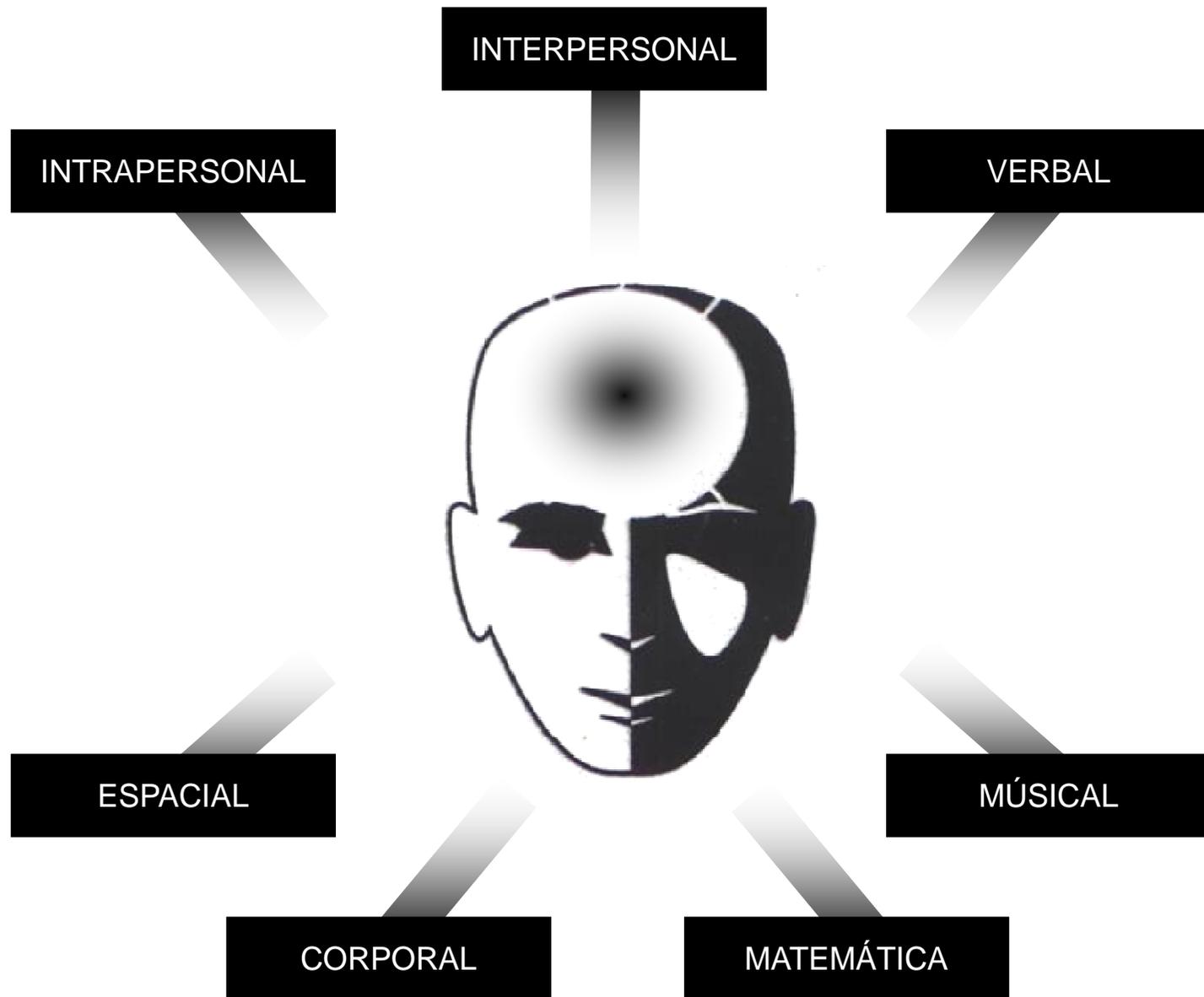


LA CONMEMORACIÓN DEL QUINTO CENTENARIO
DEL NACIMIENTO DE CRISTÓBAL COLÓN CULMINÓ
CON UN CONGRESO CELEBRADO EN GÉNOVA EN
MIL NOVECIENTOS CINCUENTA Y UNO.



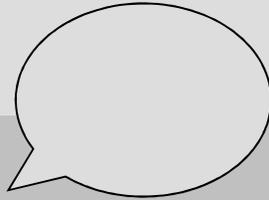


Cartografía de la Programación Neurolingüística



LOS TRES COMPONENTES DE NUESTRA CAPACIDAD PARA INFLUIR EN LOS DEMÁS SON:

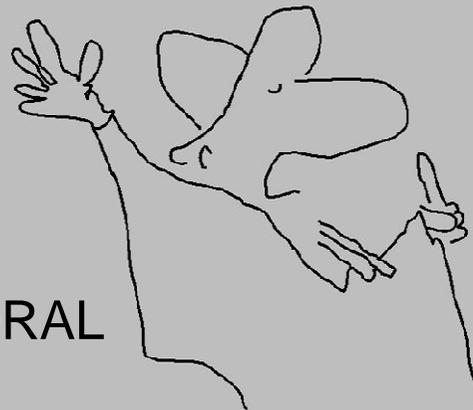
1. LA PALABRA



2. EL TONO DE VOZ



3. EL LENGUAJE CORPORAL



PRINCIPIOS DE LA PNL:

1. La comunicación es el resultado que obtengo.
2. La resistencia en el receptor nos habla de la inflexibilidad del comunicador.
3. Los individuos procesan la información a través de los cinco sentidos.
4. Para reconocer las respuestas es indispensable tener canales sensoriales limpios y abiertos.
5. Todo comportamiento tiene una intención positiva.
6. El mapa no es el territorio.
7. En la comunicación no existen fracasos, sólo resultados.
8. Los individuos tienen dos niveles de comunicación: consciente e inconsciente.
9. Rapport es el encuentro de los individuos en el mismo modelo del mundo.
10. Los individuos tienen los recursos necesarios para hacer los cambios que deseen.

Ejemplo: «Un padre pega a su hijo»

Nivel de análisis	Cuestiones (ejemplos)
Psicológico:	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué influencia tiene la paliza sobre la autoestima del niño?• ¿Descarga el padre la tensión de una frustración?• ¿Ejerce el padre de este modo una función de modelo?
Jurídico:	<ul style="list-style-type: none">• ¿Tiene el padre el derecho de castigar a su hijo?• ¿En qué caso se considera maltrato?
Sociológico:	<ul style="list-style-type: none">• ¿La conducta del padre es característica de prácticas educativas de ciertos niveles sociales?
Biológico-médico:	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué trastornos y daños corporales pueden resultar?
Físico:	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué fuerza de impacto desarrolla en el golpe?
Filosófico-ético:	<ul style="list-style-type: none">• ¿Son compatibles los valores que guían la educación con este tipo de castigo?



de "Use su Cabeza para Variar" (Richard Bandler)

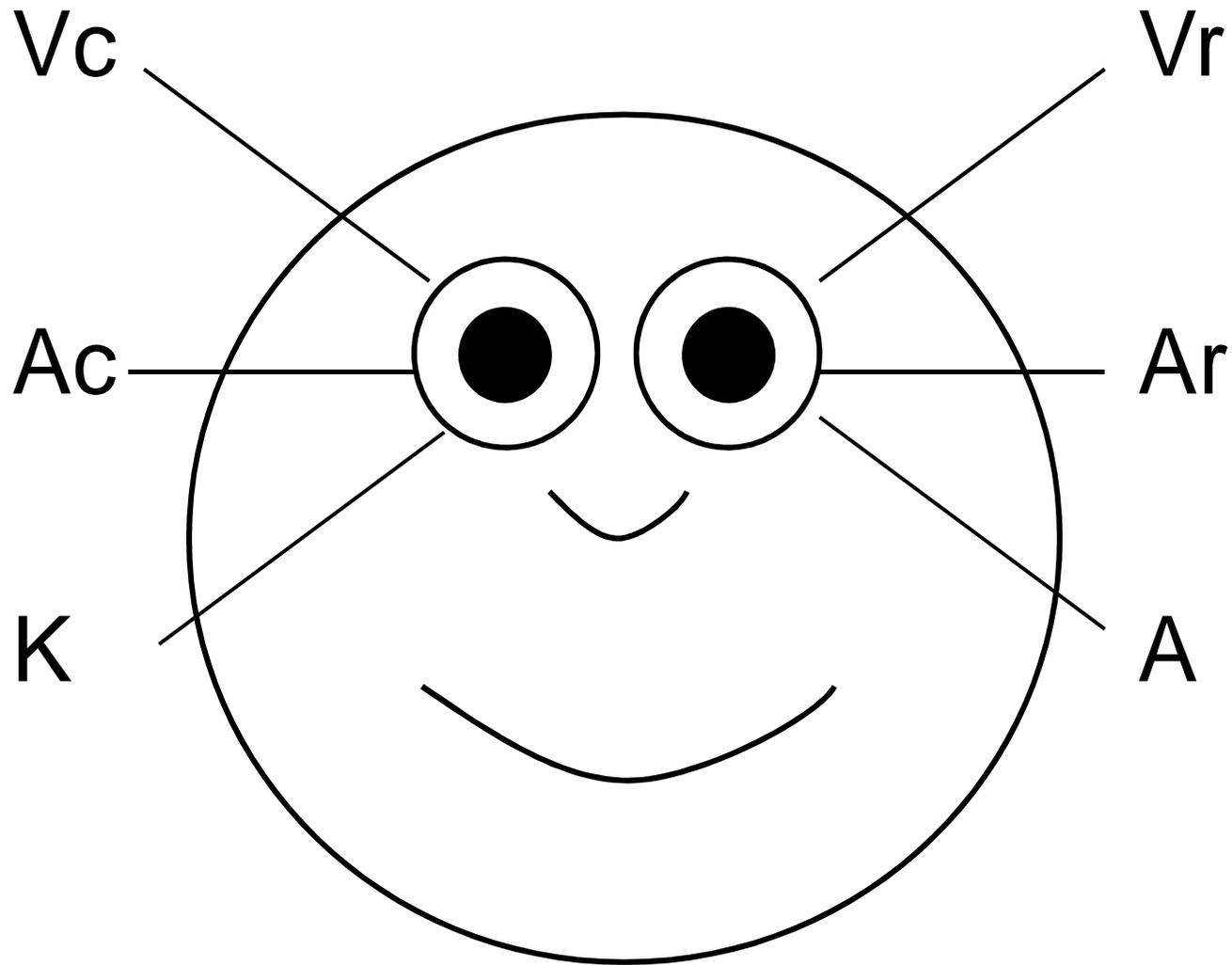
Utilizamos tres procesos para filtrar la información que recibimos del mundo:

Generalización: Es el proceso por el cual una parte del modelo que una persona tiene en su mente es separado de la experiencia original para *representar una categoría de la cual la experiencia es un ejemplo*.

Distorsión: Es el proceso que nos permite hacer cambios en nuestra experiencia de los datos sensoriales que recibimos *haciendo falsas interpretaciones de la realidad*.

Supresión: Es el proceso por el cual *prestamos atención selectiva* a ciertos aspectos de nuestra representación personal del mundo, excluyendo a otros.

Al respecto, Bandler y Grinder señalan: "Los procesos que nos habilitan para manipular símbolos, para crear modelos, y que nos permiten sobrevivir, crecer, cambiar y disfrutar son los mismos que nos permiten mantener un modelo empobrecido del mundo, que bloquean nuestro crecimiento si cometemos el error de confundir el modelo con la realidad."



Vc: Imágenes construídas

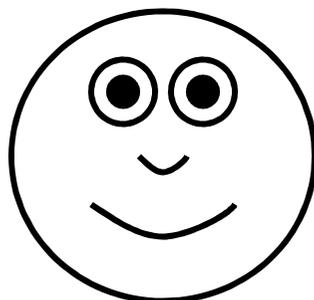
Vr: Imágenes visuales recordadas

Ac: Sonidos o palabras construídos auditivamente

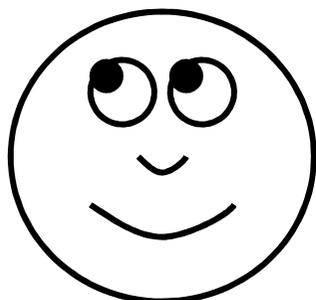
Ar: Sonidos o palabras recordadas auditivamente

K: Sensaciones kinestésicas (táctiles, viscerales, emotivas, además de sabores y olores)

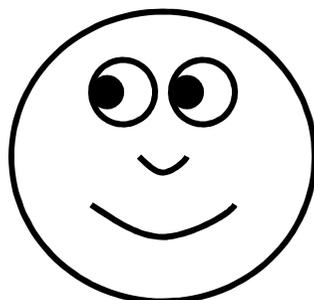
A: Palabras o sonidos auditivos (diálogo internos – “rollo”)



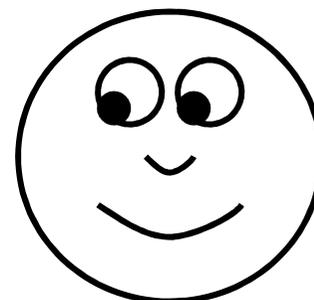
Visualización



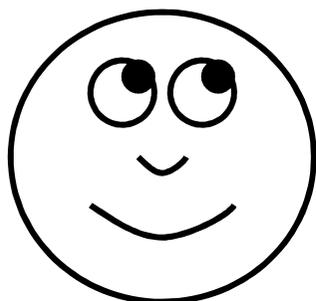
Imágenes construidas
visualmente



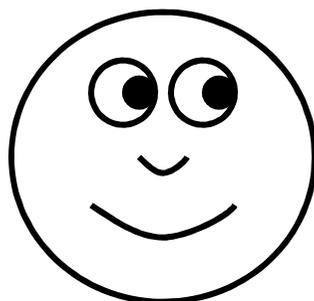
Sonidos construidos



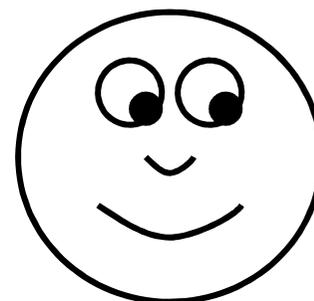
Cinestesia (sentimientos
y sensaciones del cuerpo)



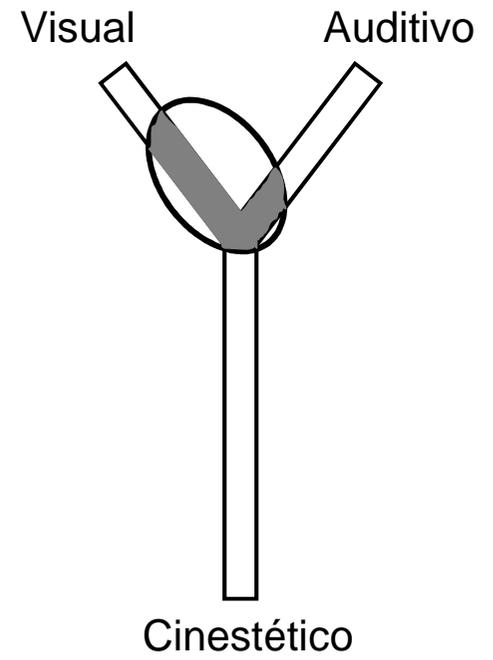
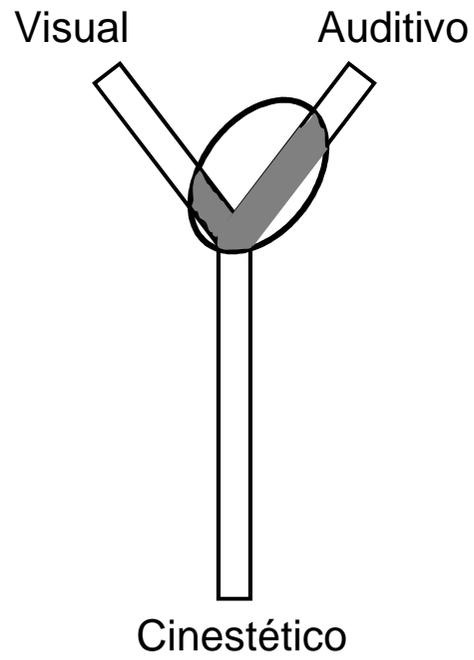
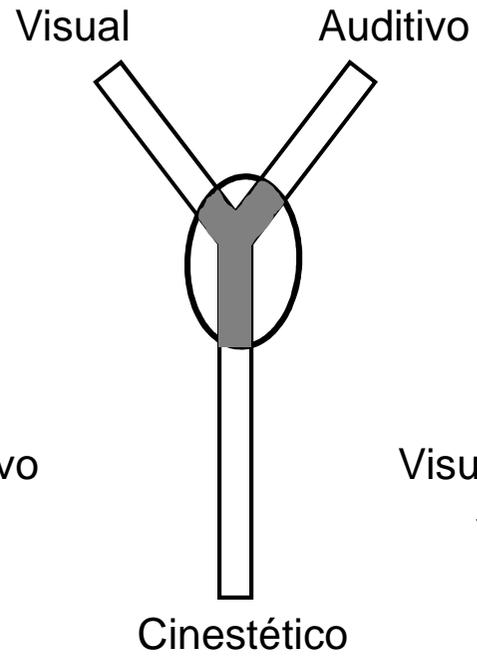
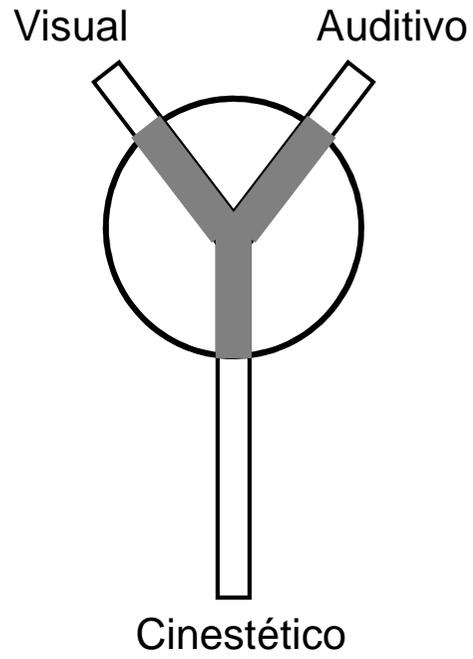
Imágenes recordadas
visualmente



Sonidos recordados

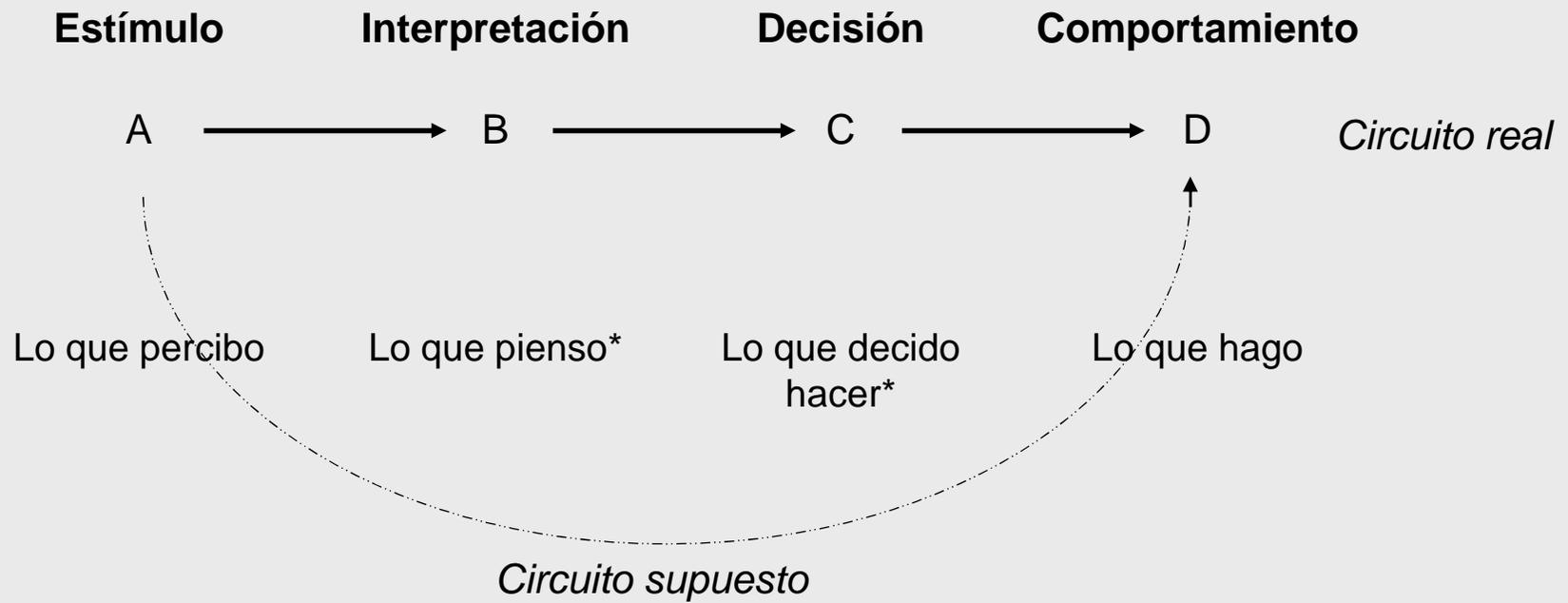


Digital auditivo
(Diálogo interno)



LISTA DE PREDICADOS:

VISUAL (ver)	AUDITIVO (oír)	KINESTÉSICO (sentir)	NEUTRAL
<ul style="list-style-type: none"> • ver • imagen • aparecer • mirar por encima • imaginar • enfocar • perspectiva • punto de vista • panorama • apariencia • esclarecer • horizonte • pantallazo • mostrar • escena • observar 	<ul style="list-style-type: none"> • sonidos • oír • mencionar • preguntar • gritar • a tono • “me suena” • oral • a todo oído • escuchar • resonante • alto / fuerte • discutir • hablar • decir • “me hizo click” • contar • “tocar el timbre” • vocal • “remarcar” 	<ul style="list-style-type: none"> • sentir • agarrar • firme • presionar • apretar • manejar • corriente • stress • insensible • me mueve / conmueve • cálido / frío • adormecido • aburrido / apagado • rudo / áspero • emotivo / emoción • sólido / pesado • suave / mullido • comfortable • “me huele bien” • mantener / tomar 	<ul style="list-style-type: none"> • pensar • decidir • motivar • entender • planear • conocer • considerar • drear • dirigir • repetir • anticipar • indicar • investigar • preparar



(* consciente o inconscientemente)



ESTILOS

ESTILOS DE ELECCIÓN



estilos de elección primarios

GENTE	<p>Presta atención a la gente, los sentimientos y las relaciones. Elige estar CON gente. Diferencia con Others: Elige actuar POR o PARA LA GENTE.</p>
LUGAR	<p>Presta atención a su entorno físico. El lugar es importante, tiene en cuenta: paisaje, clima, edificación, decoración, ambientación, etc.</p>
COSAS	<p>Presta atención a los objetos , productos, herramientas, sistemas. Trata las ideas y personas como objetos. Colecciona, une el afecto a los objetos.</p>
INFORMACIÓN	<p>Necesita saber, aprender, informarse, estudiar, recolectar datos, para pasar a la acción.</p>
ACTIVIDAD	<p>Necesita acción, movimiento, producción. Conoce a través del trabajo y la acción.</p>

estilos de elección general - específico

ESTILO GENERAL

Características:

- Segmenta la realidad en partes grandes.
- Tiene una visión general.
- Da importancia a los grandes lineamientos.

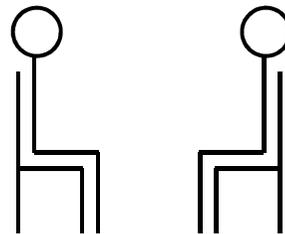
Metáforas Lingüísticas:

El cuadro general, en general, la idea principal, lo más importante, los conceptos, los grandes temas, las líneas generales, etc.

Generaliza:

Todo, siempre, nunca

Postura corporal de dos personas de Estilo General:



ESTILO ESPECÍFICO

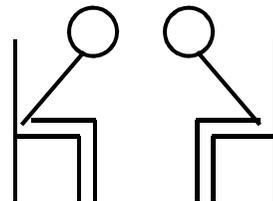
Características:

- Segmenta la realidad en partes chicas.
- Tiene una visión parcial.
- Da importancia a los detalles.

Metáforas Lingüísticas:

Precisamente, en detalle, en orden, exactamente, paso a paso, al punto, etc.

Postura corporal de dos personas de Estilo Específico:



1

ORIENTADO AL PASADO:

clásicos
tradicionales
conservadores

Metáforas lingüísticas:

“Todo tiempo pasado fue mejor”
“Eran otros tiempos” o “Buenos tiempos”
“Siempre se hizo así”

“En mí época”
“Que tiempos aquellos”
“Antes esto no pasaba”

2

ORIENTADO AL FUTURO:

de avanzada
futurólogos
progresistas

Metáforas lingüísticas:

“Ya va a cambiar”
“Ya pasará la crisis”
“Otra vez será”
“Tenemos que mejorar”
“Las puertas del siglo”

“Van a encontrar la cura para todo”
“La próxima vez”
“Dale tiempo”
“El mañana no espera”
“Hombres del futuro”

3

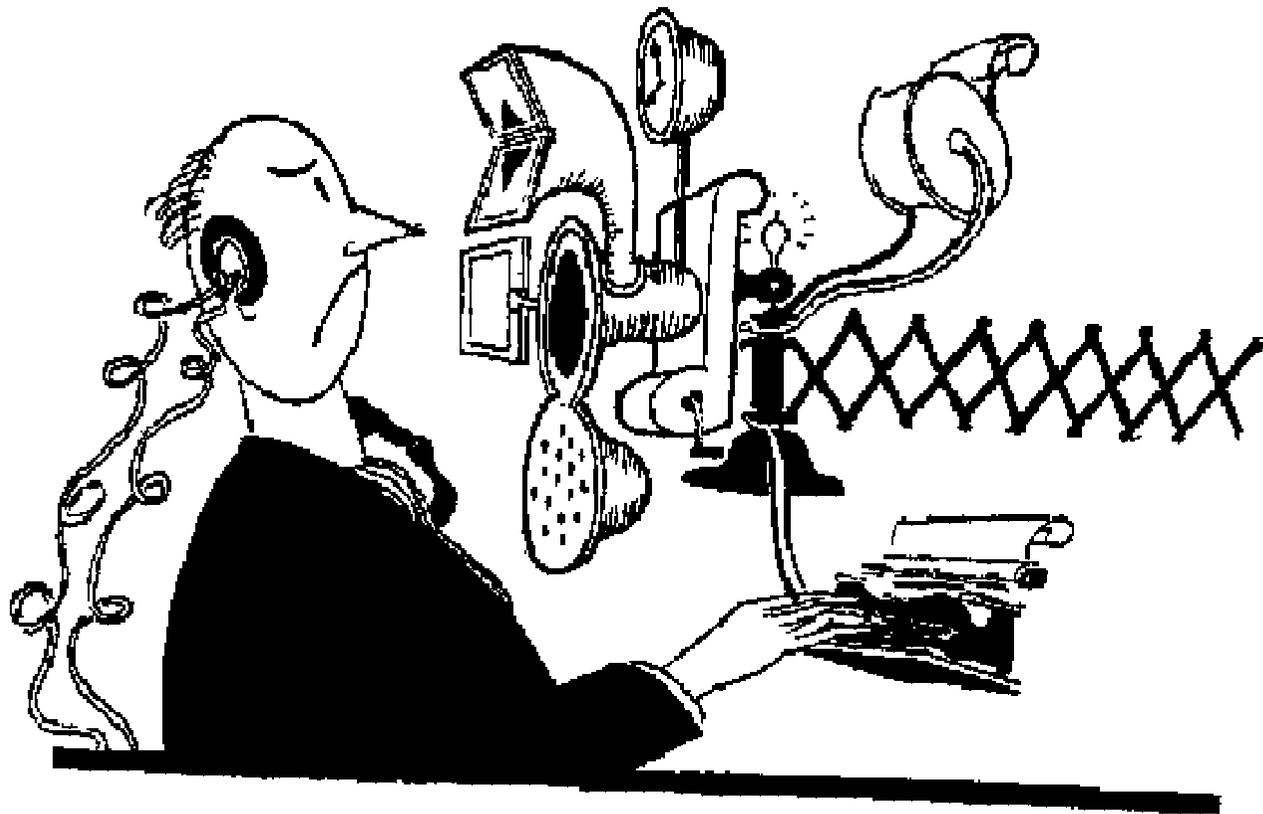
ORIENTADO AL PRESENTE:

actualizado / actual
moderno

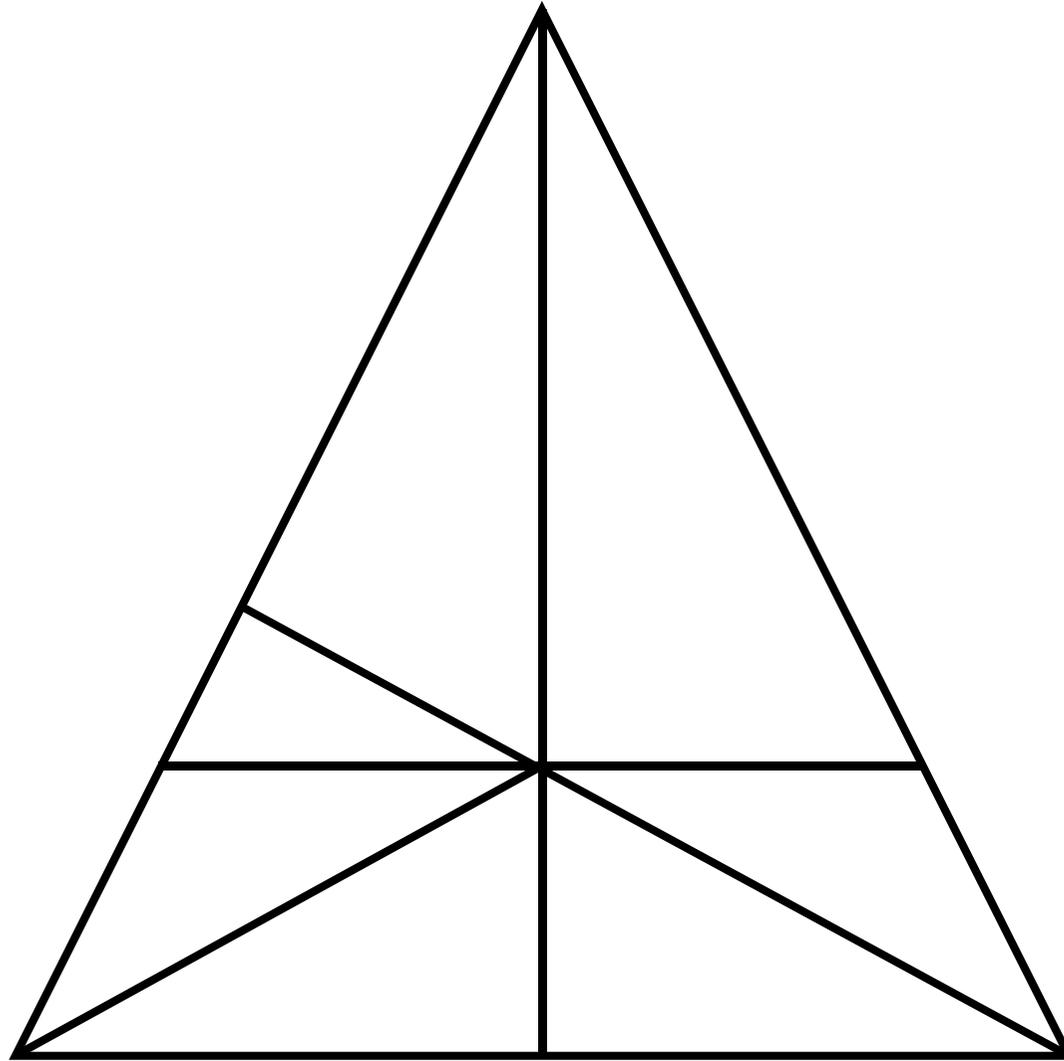
Metáforas lingüísticas:

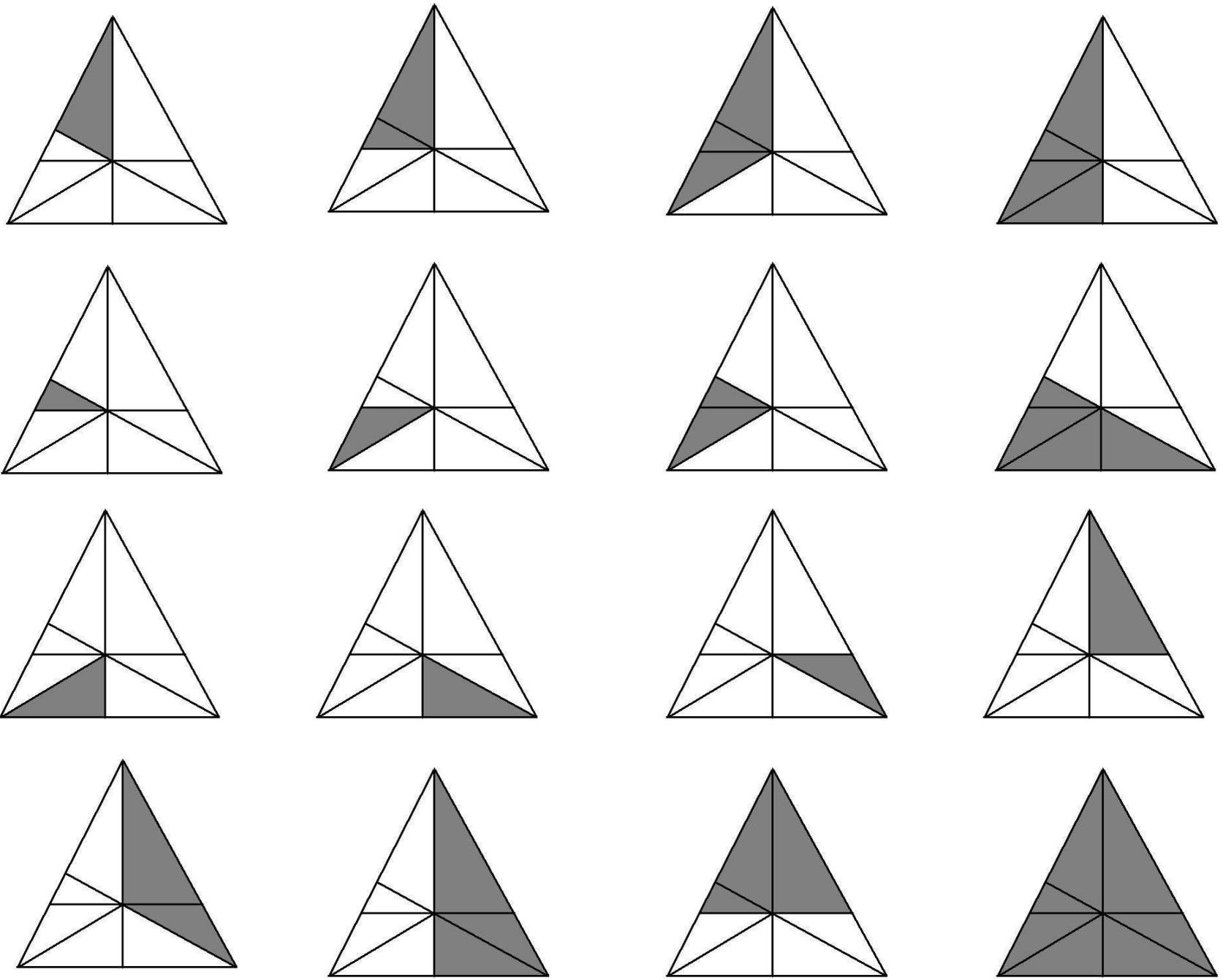
“Aquí y ahora”
“Si no es ahora cuándo”
“Hoy por hoy”
“Ahora o nunca”

“El tiempo es oro”
“Vivamos el hoy”
“No dejes para mañana lo que puedas hacer hoy”
“Hoy es el primer día del resto de mi vida”



CEREBRO





Reptiliano:

- Orientación
- Marca de territorio
- Repetición / rutina
- Disimulo
- Imitación

Límbico:

- Alimentación
- Apareamiento
- Autodefensa
- Agresividad
- Afectos
- Memoria a largo plazo
- Proyección al pasado

Motivación

Centro de placer

Haz de recompensa

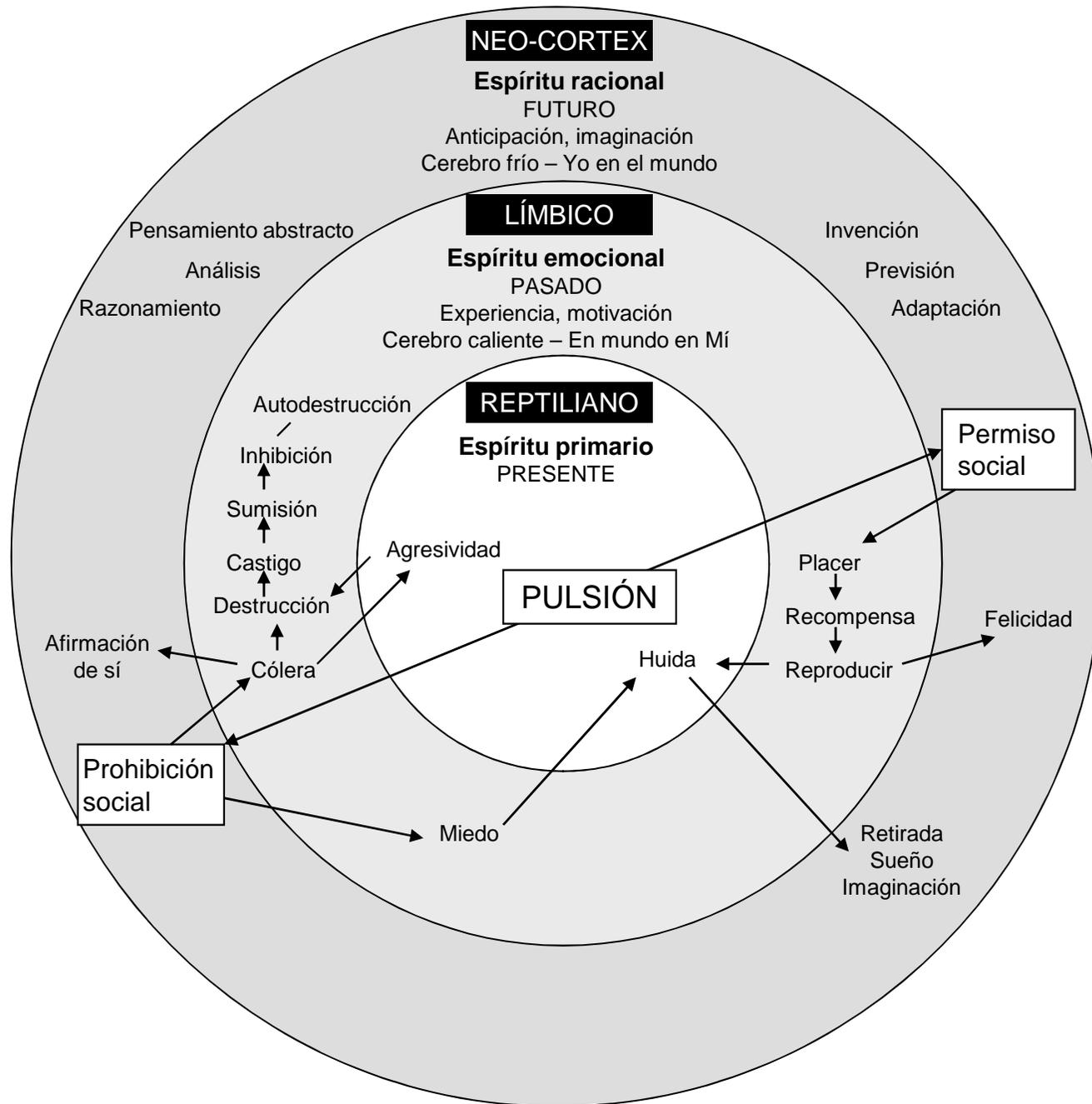
Cortical:

- Adaptación
- Proyección a futuro
- Compara
- Inhibición
- Sobre-estimula
- Filtra automatismos
- Imaginativo
- Organiza

Inestable

Imprevisible



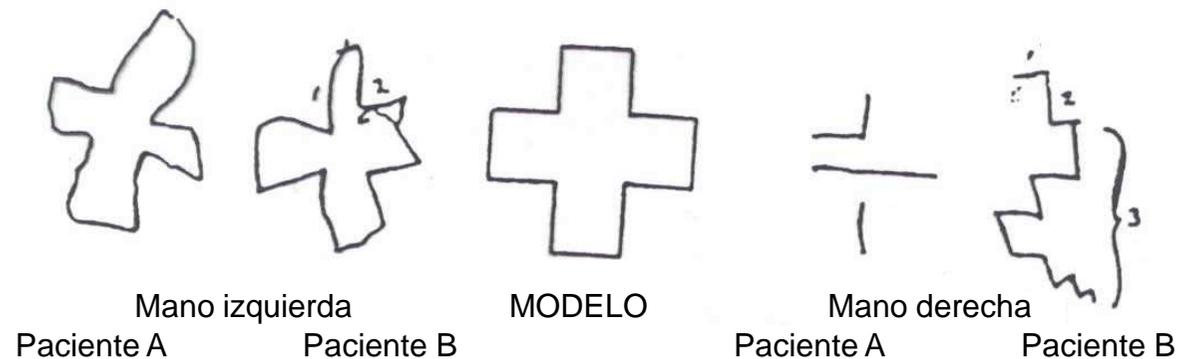
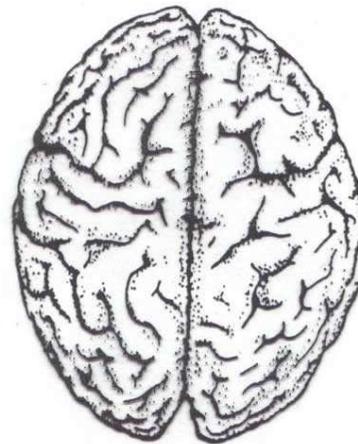


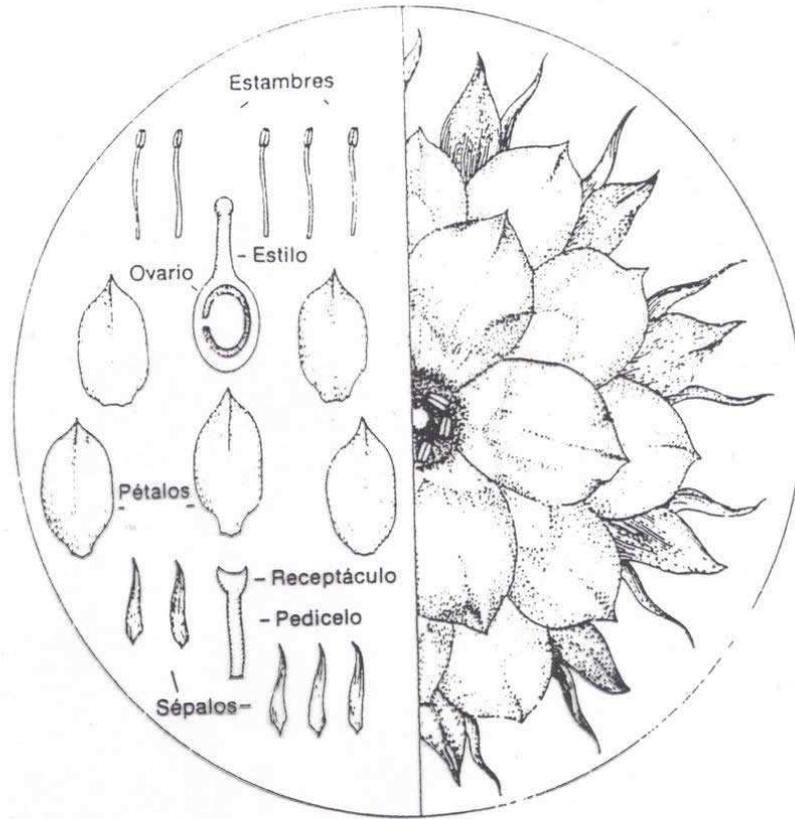
Proceso del hemisferio izquierdo

- Interesado en partes componentes; detecta características.
- Analítico
- Proceso secuencial, proceso serial
- Temporal
- Verbal: codificación y decodificación del habla, matemáticas, notación musical

Proceso del hemisferio derecho

- Interesado en conjuntos y gestalts; integra partes componentes y las organiza en un todo.
- Relaciones, constructivo, busca pautas.
- Proceso simultáneo proceso en paralelo
- Espacial
- Viso-espacial, musical





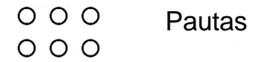
Hemisferio izquierdo

Hemisferio derecho

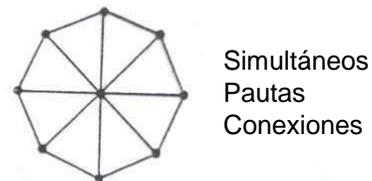
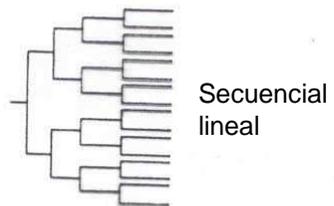
GATO Palabras



6 Números



┌ ┌ └ └ Partes



- Los que quieran pasar a ser mas CI encontrarán varias ideas para avanzar algunos pasos en esta dirección.
- Los que se consideran fuertemente CI elegirán, entre las opciones presentadas, la proposición que les convenga para modificar su comportamiento y para abrirse a otros cuadrantes.

Ventajas e inconvenientes de una pedagogía con tendencia **CI**

VENTAJAS	INCONVENIENTES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Riguroso ▪ Fiable ▪ Preciso ▪ Claro ▪ Estable ▪ Pertinente ▪ Competente ▪ Profesional ▪ Creíble ▪ Se apoya en los hechos (rechaza lo arbitrario) ▪ Da pruebas ▪ Analiza los procesos utilizados ▪ Avanza de forma lineal. ▪ Se expresa por escrito concisamente. ▪ Permite reducir fácilmente ejercicios ▪ Objetivo: se basa en hechos. ▪ Tiene espíritu crítico. ▪ Exigente. ▪ Encuentra el placer intelectual y lo comunica. ▪ Utiliza bien el material. ▪ Sabe guardar distancia frente a las manifestaciones afectivas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seco ▪ Falto de contacto ▪ Falto de fantasía. ▪ Despreciativo. ▪ Suficiente. ▪ Intolerante con las preguntas “estúpidas”(y también cuando no comprende cómo funcionan las cosas. ▪ Demasiado exigente. ▪ Tiene un lenguaje hermético. ▪ Abstracto. ▪ Demasiado directivo. ▪ Ironiza, critica, lanza indirectas. ▪ Se desestabiliza por las preguntas que no conoce. ▪ Bloquea la expresión espontánea. ▪ Destroza lo imaginario y la creatividad. ▪ Se interesa por los primeros de la clase. ▪ Provoca la pasividad en los otros. ▪ Le cuesta trabajo entender que alguien no comprenda. ▪ No repite: cree que es evidente. ▪ No encuentra palabras para explicar algo de otra forma ▪ No cambia casi nada.

EL CD: UNA PEDAGOGÍA BASADA EN LA IMAGINACIÓN, LA APERTURA, LA INNOVACIÓN

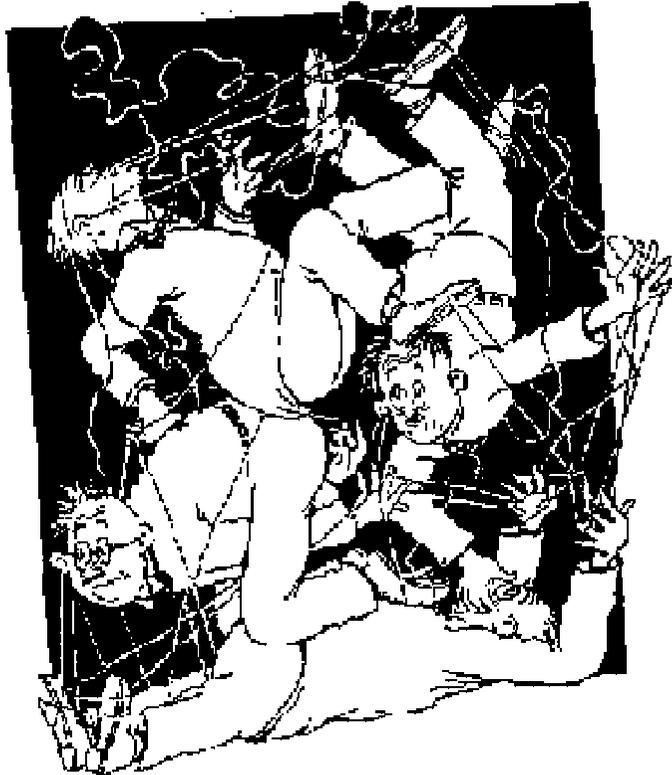
El CD pone en marcha una pedagogía innovadora e imaginativa, original y abierta al mundo y al porvenir. Estimula a sus alumnos porque se sale de la rutina, su lenguaje gráfico ayuda a transmitir nociones abstractas, por las mismas razones que su sentido de lo concreto. Sin embargo, a causa de su vivacidad, es desestabilizador para aquellos a quienes les gusta la rutina y las clases estructuradas; su costumbre de globalizar excesivamente perturba a los alumnos más lentos.

- Los que quieran desarrollar algunos de los aspectos del CD encontrarán en la lista un punto preciso que les resulte accesible para mejorar su pedagogía e introducir en ella un poco más de CD.

- Los que consideran al CD indispensable en su disciplina y practican con prioridad una pedagogía CD, podrán tomar conciencia de algún inconveniente que quieran suprimir en el futuro.

Ventajas e inconvenientes de una pedagogía con tendencia CD

VENTAJAS	INCONVENIENTES
<ul style="list-style-type: none">• Imaginativo.• Creativo.• Innovador.• Lleno de ideas y proyectos.• Propone novedades pedagógicas.• Original.• Caprichoso (poco realista).• Con un humor ácido• Estimulante• Con sentido artístico y estético, organiza sesiones de diapositivas, talleres.• Globaliza.• Sintetiza.• Abierto al mundo.• Favorece la apertura.• Trabaja sobre un tema en conexión a los profesores de disciplinas diferentes.• Tiene pensamientos rápidos (chispa).• Renueva sus clases.• Transmite las cosas con imágenes.• Propone ejemplos concretos que se recuerdan.• Favorece la experimentación en detrimento de la teoría.• Crea una estructura flexible, un espacio de tolerancia.• Puede cautivar a los alumnos.	<ul style="list-style-type: none">• Perturbador.• Desconcertante.• Desorienta.• Falta de rigor y de análisis.• Falta de plan, de estructura.• Se dispersa.• Embarullado, desordenado.• Falta de precisión.• Salta de un tema a otro.• Se sale del tema.• Hace digresiones.• Da informaciones vagas e insuficientes.• Demasiado general.• Pierde el sentido de lo concreto.• Impone sus imágenes sin litigarlas con la noción que quiere ilustrar.• Ambiguo: expone una cosa y lo contrario a ésta sin dar una elección final.• Produce inseguridad.• No cuantifica la evaluación.• Deja a los alumnos la responsabilidad de sí mismos.• Deja que los alumnos estructuren el curso, se dirige a los más favorecidos (los que tienen ya una buena estructuración).• Se le quiere o se le rechaza.



CREENCIAS

PARADIGMAS

Son modelos que establecen reglas que marcan límites y permiten resolver problemas dentro de esos límites.

CREENCIAS

“Toda conceptualización que el individuo acepte como descriptiva del mundo”

VALORES

Son una parte inherente de la identidad, los principios fundamentales de nuestra vida.

PARADIGMAS

Son modelos que establecen reglas que marcan límites y permiten resolver problemas dentro de esos límites.

Están constituidos por las creencias y valores sociales y culturales imperantes en determinados momentos y contextos.

Son los grandes filtros que organizan la percepción étnica, cultural, social, institucional e individual.



¿Qué es una Creencia?

- Es una generalización
- Es un filtro que produce atención selectiva
- Es un sentimiento de certidumbre acerca de una idea.

¿Cómo una idea se transforma en Creencia?

- Las referencias reales o imaginarias se organizan a partir de una idea y producen la sensación de certidumbre

¿Cómo se instala una Creencia?

- Por intensidad emocional con que se vive la experiencia
- Por repetición de las experiencias de referencia.

Tipos de Creencia

- **Facilitadoras:** Se constituyen en permisos que operan sobre las capacidades y el comportamiento.
- **Limitantes:** Se constituyen en obstáculos que inhabilitan, incapacitan e impiden encontrar opciones y recursos.

VALORES

Los valores son una parte inherente de la identidad. Adquirir conciencia de ellos y activarlos fortifica la dedicación hacia lo que es realmente importante en la vida.

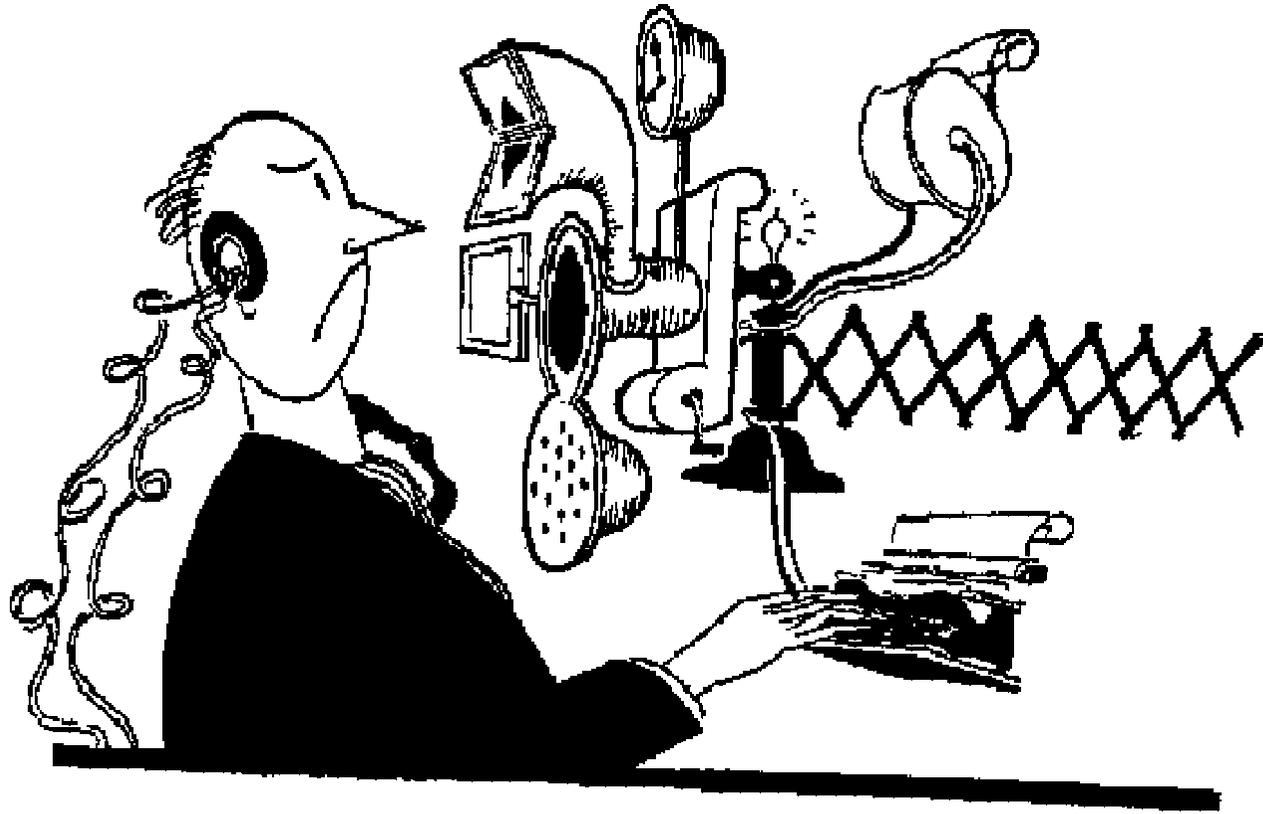
Los valores son sensaciones que tienen nombre, los valores no son los nombres. Algunos valores son:

sinceridad	orden
amor	honestidad
amistad	salud
sabiduría	diversión
belleza	vitalidad
desafío	perseverancia
coraje	respeto
ecología	seguridad
entusiasmo	servicio
justicia	humor
integridad	placer
alegría	armonía
simplicidad	aprendizaje
libertad	poder
pasión	creatividad
felicidad	crecimiento
solidaridad	equidad

Resumiendo:

Los valores son los principios fundamentales que guían nuestras vidas.

Piense: ¿Cuál es la representación metafórica con la que respondería a la pregunta: “¿Qué son los valores para usted?”?



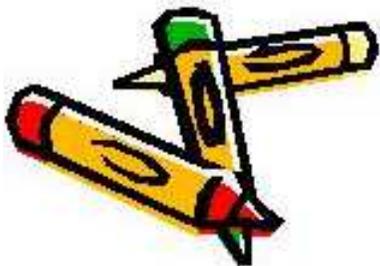
CREATIVIDAD

“es más fácil romper un átomo que un preconcepto.”

Einstein

¿Qué tan creativo es usted?

- *Los docentes creativos reconocen y promueven la creatividad en sus clases.*
- *Actividades de taller proporcionarán un amplio rango de tareas que le permitirá a los estudiantes explorar diferentes maneras de resolver problemas y acertijos.*
- *Estas actividades retarán su creatividad. Para sus estudiantes serán más fáciles puesto que ellos están dispuestos a cometer errores.*



“Si en una situación dada, usted sólo ve lo que todo el mundo ve, considérese tan víctima de su cultura como representante de ella.”

“No hay nada mejor que un experto para evitar el progreso en su campo.”

para resumir: cada día hay que pensar en ...

- dar como **mínimo dos respuestas** a todas las preguntas planteadas;
- fijarse en **los significados implícitos** que las palabras pueden entrañar y que nos encierran en límites falsos;
- **jugar con las palabras**, triturarlas y cambiarlas de orden para inventar “gags” e historietas;
- divertirse con **la construcción de metáforas y paradojas**;
- no dudar en **replantear y cuestionar las evidencias** y todo aquello que la costumbre nos hace ver como evidente;
- comenzar siempre un comentario **de forma positiva**;
- antes de desechar una proposición intentar siempre **adaptarla**;
- esforzarse por **sacar provecho de todos los acontecimientos**;
- no evitar **los riesgos**;
- **tener curiosidad por todo**, informarse y hacerse preguntas en todo momento.

lo que los creativos son:

emprendedores

amantes del riesgo

independientes en sus juicios

abiertos

originales

adaptables y flexibles

sensibles a los problemas

sensibles a la estética

intuitivos

enfáticos

capaces de autocrítica

pertinentes

capaces tanto de análisis como de síntesis

dotados de un gran sentido del humor

curiosos por todo

ansiosos de realizaciones concretas

dispuestos a las novedades y a los cambios

aprecian la complejidad, el desorden, el desequilibrio y la sorpresa

- La creatividad es un don de Dios.
- Sólo algunas personas son creativas
- Cantidad es sinónimo de creatividad.
- No necesito crear.
- Las personas creativas son personas exitosas.
- La creatividad siempre es buena.

Verdades acerca de la creatividad

- La creatividad no es un proceso aislado
- Usted puede mejorar su potencial creativo
- La creatividad puede ser aleatoria
- La frustración es a menudo madre de la creatividad
- Creatividad es ver con perspectivas diferentes
- La manera de desempeñarse en el pasado no siempre refleja su potencial
- Cuanto mas use su potencia creativo, mejor funcionará

- Esto no funciona
- Me da temor
- Ya lo intentamos
- Seamos serios
- Esto es ridículo
- Esto es imposible
- ¿Dónde está lo original de esto?
- Esto es una idea absurda

No va a andar

- En 1901 le dije a mi hermano, el hombre tardaría 50 años en volar.

Wilbur Wright – EEUU 1908

- Los aviones son juguetes sin valor militar.

Marisacal Fosch – 1911

- El caballo esta aquí para quedarse, el automovil es sólo una moda.

Presidente del Michigan Bank a Henry Ford - 1903

- Todo lo que puede ser inventado, ya está inventado.

Charles Duell – Comisario de patentes EEUU - 1899

- ¿Quién desea oír lo que los actores conversan?

Harry Warner – de Warner Brothers - 1927

- No hay razón para que cualquier persona tenga un computador.

K. Olsen – Presidente de la digital corp. – 1967

- El vuelo de maquinas mas pesadas que el aire es imposible.

Lord Kelvin – Presidente de la Royal Society - 1895