



BORRADOR DEL ESQUEMA DEL LIBRO:

LA IMAGEN, ESE GATILLO QUE DISPARA LA ACCION

(Dimensión prevista del texto escrito :entre 150 y 200 folios a dos espacios)

---

estaría estructura en SIETE PARTES (que aproximadamente supondrían la correspondencia y ampliación de las partes del folleto):

I PARTE: LA HISTORIA (BASTANTE DETALLADA) DE 8 CASOS PRACTICOS REALES, PARA ABRIR BOCA

II PARTE : LA IMAGEN, ESE GATILLO QUE DISPARA LA ACCION (O LA TEORIA BASICA QUE SE APLICO EN ESOS 8 CASOS Y COMO DEBERIA APLICARSE A OTROS CASOS)

III PARTE : EL NIVEL DEL CONCEPTO: PARA SUS CLIENTES UNA BRUJULA, PARA SUS EMPLEADOS UN GIROCOMPAS, PARA VD. UN RADAR.

IV PARTE : EL NIVEL DE LA IMAGEN PLANA

V PARTE : EL NIVEL DE LA IMAGEN TRIDIMENSIONAL

VI PARTE : EL NIVEL DEL COMPORTAMIENTO O EL FLAUTISTA DE HAMELIN

VII PARTE: RECOMENDACIONES PARA LA ACCION Y UN BREVE DICCIONARIO DE TERMINOS SOBRE LA COMUNICACION Y LA IMAGEN

---

DESGLOSE DE CAPITULOS DE CADA PARTE:

PRIMERA PARTE:

1. Como llenar un gran cine para escuchar discursos (sin pagar ni coaccionar a los asistentes) con solo 5 días de campaña a un novato
2. Como impedir que derriben un rascacielos construido sin licencia
3. Como montar una clá eficaz sin que se note
4. Como bloquear ,pacíficamente y a distancia, la secretaria de un Jefe de Estado.
- 5 a 8 (a determinar de casos de J.BAN)

## I PARTE:

9. La profecía que se cumple a sí misma
10. El Teorema de THOMAS
11. El filtro de SHERIF
12. La ley de los grandes números
13. El feed-back de la información
14. La imagen, xese gatillo ~~xxxxxxx~~ que dispara la acción
15. Actitudes, valores y esquemas de comportamiento
16. El grupo de referencia o el mito de Cenicienta
17. influyentes locales e influyentes cosmopolitas
18. El lobby ,los grupos de presión y el grupo en fusión
19. La coerción,el dominio, la manipulación,la clarificación,el prototipo para imitar ,el consejo y el cambio como formas de influencia.
20. El peligro del efecto "boomerang"
21. Las 8 tribus del moderno Judá: Autoritarios, autorrestringidos, jerárquicos, individualistas, ácratas, hedonistas, igualitarios y colectivistas
22. Culturas y subculturas. Todos somos iguales pero algunos somos mas iguales que otros
23. Iluminados y ritualistas (las metas y los caminos)
24. Fijate en lo que bien digo y no en lo que mal hago,
25. Interdisciplinariedad y transdisciplinariedad.

## III PARTE:

26. La muchedumbre solitaria, la brújula, el girocompás y el radar
27. Doctor ¿ La imagen de mi empresa tiene el SIDA? . La investigación necesaria
28. Conocer para prever, prever para poder. El arma de la informacion
29. Nuestros clientes son la Terra incognita. Como se hace un mapa y como se actualiza
30. Interrogando al futuro. La Prospectiva necesaria
31. El diseño de la imagen, la sinergia y la adhocracia. Artistas y artesanos.

32. Cowboy o astronauta. La planificación de la creación de imagen
33. Lo suyo es más fácil que hacer el submarino POLARIS
34. Un truco tonto pero imprescindible y muchas veces ignorado: el "chequeo para el despegue"
35. Vd. necesita un consejero de Síntesis porque, aunque sea Vd. el Rey Arturo en su empresa, murió el mago Merlín.

IV y V PARTE ( Desglose pendiente de ajustar con la experiencia de J.BAN)

VI PARTE:

- a-1. Dos dinosaurios en el siglo XXI: el mitin y la conferencia
- a-2. Tres contemporáneos :la televenta, el propagandista ambulatorio y el mitin de la escalera.
- a-3. El comportamiento de los empleados propios. Situaciones repetitivas y situaciones nuevas. Situaciones anormales.
- a-4. El flautista de Hamelin o cuando hay que cambiar el comportamiento de los ~~demás~~ demás.

VII PARTE : (Desglose a determinar)

---

Plazo de redacción: 20 días.