

CONTENIDO

	pág
INTRODUCCION	11
GENERALIDADES	13
I. LA AUTOESTIMA	15
<input type="checkbox"/> La visión	16
<input type="checkbox"/> El enfoques de la vida	17
<input type="checkbox"/> El espíritu de ganador (filo competitivo)	19
II. LA CIUDAD	21
<input type="checkbox"/> Los usuarios	21
<input type="checkbox"/> El crecimiento	23
III. EL CLIENTE	27
<input type="checkbox"/> Dos historias	28
<input type="checkbox"/> ¿Qué significa un cliente?	32
IV. EL BALANCE DE CONSECUENCIAS	35
<input type="checkbox"/> Dos casos	38
V. LA EDUCACION	41
<input type="checkbox"/> La forma	42
<input type="checkbox"/> El contenido	44
VI. EL ESTADO	47
VII. LA EMPRESA	49
<input type="checkbox"/> La competitividad	49
<input type="checkbox"/> Los autogoles de las Organizaciones	55
<input type="checkbox"/> Pecado original, pecado venial, pecado mortal...	57
PECADO UNIVERSAL	57

VIII. LA IRRACIONALIDAD HUMANA	69
<input type="checkbox"/> Las armas	70
<input type="checkbox"/> Deportes y espectáculos que son de irracionalidad plena	72
IX. LOS NIÑOS	75
X. LA PAZ	79
XI. ¿POR QUE LO ABSURDO PARECE LOGICO?	83
<input type="checkbox"/> El síndrome SSHHA	83
<input type="checkbox"/> La pereza mental	83
<input type="checkbox"/> El pensamiento colectivo	84
<input type="checkbox"/> El pensamiento lineal (o no sistémico)	84
XII. COMO EVITAR LOS ABSURDOS	91
<input type="checkbox"/> Autoafirmaciones	91
<input type="checkbox"/> Escuchar los mensajes completos del interlocutor	92
<input type="checkbox"/> Preguntarse siempre si hay una tercera alternativa	93
<input type="checkbox"/> Leer, leer, leer.	93
<input type="checkbox"/> Preguntar, preguntar, preguntar	93
<input type="checkbox"/> Conversar consigo (Introspección).	94
COROLARIO	95
Declaración auténtica de un buen ciudadano	96
Declaración (no escrita) de un mal ciudadano	97

