



Comunicação & Influência através da PNL

por Paulo César Silveira (falecom@paulosilveira.com.br)

Você alguma vez já parou para analisar a sua comunicação? Você faz ideia se a sua comunicação traz prejuízos ou gera "LUCROS"?

A comunicação é essencial para o sucesso e o equilíbrio dos seres humanos. No ambiente corporativo as primeiras impressões na maioria das vezes ditam o tom para a ascensão mais do que a classe social, credenciais, formação ou o quanto você pagou pelo seu traje. Todos aprendemos na escola quais são os cinco sentidos humanos: a visão, a audição, o olfato, o paladar e o tato, mas a PNL agrupou juntos o paladar, o tato e aplicou as emoções sob o termo de canal cinestésico. Portanto, os principais canais da comunicação pessoal são o **Visual**, o **Auditivo** e o **Cinestésico**¹.

- Quantas vezes ao dia você lida com pessoas que não reconhecem a sua presença, e que nem sequer olham para você? Esse ato é indiferente ou lhe causa raiva?

É certo que quando comunicamos e apesar de dispor cada um de um canal dominante, utilizamos os três em função das circunstâncias. Entretanto, é quando a comunicação se faz mais difícil que tendemos a nos rodear ao dominante. **O problema é que não tem porque ser necessariamente o mesmo canal que o de nosso interlocutor**, e aí podem nascer os ruídos de comunicação que arruinam equipes e negociações diariamente.

Nos primeiros segundos, o nosso instinto de sobrevivência subconscientemente reage, e nossa mente e corpo decidem se fogem, combatem ou interagem; se essa pessoa representa oportunidade ou ameaça, se é amiga ou inimiga, se trará prejuízos e aborrecimentos ou **LUCRO** e **ALEGRIAS**.

A comunicação, entre outros fatores, é formada por nossos valores, regiões nas quais fomos criados e vivemos, hábitos, formação educacional, etc. Nós nos sincronizamos - respondendo a *feedbacks*² de modo físico e emocional - desde o nascimento. O ritmo do corpo do bebê é sincronizado com o de sua mãe, o humor de uma criança é influenciado por seus colegas, um adolescente alinha seus gostos pelo círculo de amigos, as preferências e opiniões de um adulto são influenciadas pelo convívio familiar, social e profissional.

Perceber seus canais de comunicação, aprendizado e

interação, é fundamental para potencializar seus resultados, evolução profissional, sustentabilidade do negócio e **LUCROS**.

Em minhas palestras e treinamentos realizo uma pesquisa na qual questiono os participantes o seguinte: você sabe qual o seu canal de comunicação dominante? É preocupante a conclusão de que aproximadamente 80% do público desconhece o assunto.

Tenha certeza de que profissionais que hoje estão um passo a frente e destacados em suas carreiras e empresas não apenas conhecem os principais canais de comunicação, mas são capazes de identificar e classificar seus superiores, pares, subordinados, clientes e parceiros em seu canal predominante. Formei até então 235 turmas de *Programação Neurolinguística Aplicada a Vendas* ou a *Influência no Ambiente Negociação* de PNL, e se questionadas sobre a aplicabilidade e resultados deste conhecimento, o grau de satisfação é praticamente de 96% em nossas avaliações.

Mas o que é PNL?

Todos nascemos com a mesma base neurológica. Nossa capacidade para realizar qualquer tarefa na vida, seja nadar em uma piscina, preparar uma refeição ou ler este artigo, e tudo isso depende de como controlamos nosso sistema nervoso. Dessa forma, muito da PNL é dedicada a aprendizagem de como pensar e comunicar-se de forma mais eficiente consigo mesmo e assim influenciar propositalmente os outros.

Neuro: refere-se ao nosso sistema neurológico. A PNL baseia-se na ideia que experimentamos o mundo através de

¹ *Cinestesia: sentido pelo qual se percebem os movimentos musculares, o peso e a posição dos membros. Sinestesia é a relação subjetiva que se estabelece espontaneamente entre uma percepção e outra que pertença ao domínio de um sentido diferente (exemplo, um perfume que evoca uma cor. "avista-se o grito das araras") [Ferreira, Aurélio Buarque de Holanda; Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa].*

² *Feedback: do inglês, significa retroalimentação, retorno da informação. É o procedimento que consiste no fornecimento de informação à uma pessoa sobre o desempenho, conduta, eventualidade ou ação executada por esta, objetivando orientar, reorientar e/ou estimular uma ou mais ações de melhoria, sobre as ações futuras ou executadas anteriormente.*

nossos sentidos, que traduzem informações sensoriais em processos de raciocínio tanto consciente quanto inconsciente.

Os processos de raciocínio ativam o sistema neurológico que afeta a fisiologia, as emoções e o comportamento diretamente.

Linguística: refere-se ao modo como os seres humanos utilizam a linguagem para interpretar o mundo, capturar e conceituar essa experiência e comunicar-se com os outros consciente de sua influência. Na PNL, linguística é o estudo de como as palavras que você utiliza influenciam a sua experiência.

Programação: descreve a teoria da aprendizagem e direciona como codificamos ou representamos mentalmente a experiência. Sua programação pessoal baseia-se em processos internos e estratégias (modelos de pensamento) aos quais pode-se recorrer para tomar decisões, resolver problemas, aprender mais rápido, avaliar pessoas, influenciar pessoas e potencializar comemorações e resultados que levem ao equilíbrio.

A PNL mostra às pessoas como recodificar as experiências delas e organizar programa interno para que possam alcançar o resultado que desejam e se baseia em três canais: visual, auditivo e cinestésico. Detalharei rapidamente cada uma abaixo:

V - Visual. Uma preferência visual pode significar que você é capaz de ver seu caminho claramente, presta atenção nas coisas e tem a visão de longo prazo. Você pode apreciar imagens, símbolos, desenhos, assistir esportes, física, matemática e química. Você pode precisar de um ambiente mais decorado de forma atrativa e normalmente se importa com isso.

A - Auditivo. Uma preferência auditiva pode significar que você será capaz de sintonizar ideias novas, manter relações harmoniosas e investigar as pessoas, para depois então confiar aos poucos. Você pode apreciar música, drama, trabalho escrito, falado, literatura e projetos detalhadíssimos. Aprecia ambientes mais quietos, concentrados e pode organizar os níveis sonoros de seu ambiente.

C - Cinestésico. Uma preferência cinestésica pode significar que você é capaz de tomar novas direções, manter o equilíbrio sobre pressão, agarrar-se a realidade mais facilmente. Você pode apreciar contatos com esportes, atletismo, alpinismo, trabalhar com materiais eletrônicos ou manufaturados pelo prazer de ver e sentir os detalhes. E na maioria das vezes sente mais o ambiente, preferindo, é claro, o conforto para poder se desenvolver melhor e mais rápido.

Comece a perceber como seus clientes o tratam no ambiente de negociação: o que lhe oferecem para beber e

como o fazem, se lhe estendem a mão, se a sala da reunião está fria ou aconchegante, se o indivíduo utiliza recursos visuais para apresentar a demanda, se ele permite um espaço para perguntas e dúvidas ou domina a reunião, entre outros fatores. Aprenda a interpretar estes sinais e identificar os canais de comunicação de seus clientes. Esta identificação associada a aplicação de técnicas de PNL irá potencializar o entendimento do conteúdo que está sendo dito, aumentará a sua autoconfiança a medida que sente que a outra parte está em sintonia com o que você está transmitindo, e como consequência natural seus resultados serão melhores do que em uma simples troca de informações.

Importante destacar que quando falamos de clientes, estes podem ser tanto externos quanto internos. Se você busca uma equipe sinérgica e comprometida, com certeza a comunicação eficiente e eficaz é o primeiro passo para esta meta.

A seguir preparei um teste de fácil aplicação, o qual pode ser utilizado para uma autoavaliação, avaliação de equipes, "leitura" de clientes ou fornecedores, enfim, pessoas que você tenha interesse em identificar o canal de comunicação dominante.

Existem três canais de comunicação e milhares de interpretações a partir deles. Como citado acima são eles os canais: **visual**, **auditivo** e **cinestésico**.

A PNL observou que todos nós temos um canal de comunicação dominante, ou predileto; para alguns será a visão e para outros a audição, para outros o cinestésico.

No teste abaixo você saberá qual é o seu canal sensorial, e a partir daí como interagir com pessoas do mesmo canal de comunicação, interpretar pessoas de canais de comunicação diferentes e nas diferenças gerar mais equilíbrio, parceria, clareza e lucratividade daqui em diante.

Teste de Canais de Comunicação para NEGÓCIOS

1. *Aprendo mais facilmente quando:*

- A. Leio com atenção focada, em silêncio
- B. Estudo em voz alta ou em palestra
- C. Sinto a proximidade dos amigos em um grupo de estudo ou laboratório

2. *Em minha casa, gosto mais:*

- A. De ver tudo arrumado nos lugares certos
- B. Às vezes, do silêncio e outras, das vozes dos meus familiares
- C. Do conforto que me proporciona

3. *Por impulso, compro mais:*

- A. Roupas e sapatos
- B. CDs e audiobooks
- C. Comida, bebida, coisas gostosas

4. *Num carro, o que me chama mais atenção é:*

- A. Suas linhas e cores
- B. Ausência de ruído ou som do motor
- C. Bancos confortáveis

5. *Como passatempo, gosto mais de:*
 - A. Fotografar, pintar, fazer coleções
 - B. Ouvir música e gravar situações diversas
 - C. Dançar, jogar, andar
6. *As pessoas me impressionam mais pela:*
 - A. Aparência e o modo como se vestem
 - B. Maneira como falam
 - C. Afetividade que transmitem
7. *Sinto-me mais amado(a) quando:*
 - A. Recebo livros e revistas de presente
 - B. Escuto frases carinhosas
 - C. Sou abraçado(a) e beijado(a) com frequência
8. *Ao receber tarefas para cumprir, prefiro:*
 - A. Receber instruções por escrito
 - B. Apenas a explicação verbal basta
 - C. Demonstração prática do assunto
9. *Se tivesse que escolher iria:*
 - A. A uma exposição ou museu
 - B. A concertos ou *shows* musicais
 - C. A um parque de diversões
10. *Quando não tenho o que fazer prefiro:*
 - A. Ler um livro e ver os pássaros
 - B. Ouvir música ou as notícias pelo rádio
 - C. Preparar algo gostoso para comer, jogar paciência
11. *Em relação ao meu comportamento posso dizer que:*
 - A. Cuido muito da minha aparência
 - B. Sou muito cuidadoso(a) em relação ao que eu digo
 - C. Sou muito paciente
12. *As pessoas dizem que:*
 - A. Sou bom (boa) observador(a)
 - B. Sou bom (boa) ouvinte e falo muito
 - C. Sou muito afetuoso(a)
13. *Assistindo a um filme, me chama mais a atenção:*
 - A. A fotografia e cada movimento das personagens
 - B. A qualidade da trilha sonora escolhida
 - C. A beleza das paisagens e os sentimentos dos protagonistas
14. *Gosto muito de:*
 - A. Ver pessoas
 - B. Conversar
 - C. Aconchego
15. *O que lembro da minha infância, com relação aos meus:*
 - A. Suas aparências e como se vestiam
 - B. Do som de suas vozes
 - C. Dos abraços, beijos ou castigos
16. *Quando estou em um bairro estranho, oriento-me:*
 - A. Através de mapas ou placas
 - B. Pergunto às pessoas para me orientar
 - C. Sigo minha intuição
17. *Reconheço uma pessoa que não vejo há muito tempo:*
 - A. Pelo seu rosto
 - B. Pelo seu nome ou voz
 - C. Pelo seu comportamento ou perfume
18. *Quando compro um equipamento novo:*
 - A. Leio todas as instruções antes de usar
 - B. Peço a alguém que me diga como funciona o aparelho
 - C. Aprendo como ele funciona na base da tentativa e erro
19. *Se fosse convidado para comentar um assunto, gostaria de:*
 - A. Escrever a respeito do mesmo
 - B. Falar sobre o tema
 - C. Fazer uma demonstração prática

RESULTADOS

Some todas as respostas e verifique seu estilo predominante. Antes de fazê-lo, um recado: este teste serve apenas para “lhe dar uma noção” sobre seus comportamentos comuns. Nenhuma pessoa é “condenada” a ser mais visual ou mais auditiva, por exemplo.

O objetivo do teste é mostrar que você merece dar um foco maior em seus outros sistemas representacionais, sobretudo aqueles que receberem pontuação menor (perceber inclusive o quanto eles influenciam seus negócios).

Da mesma forma, você também pode potencializar ainda mais os seus pontos fortes e a partir dessa consciência você poderá potencializar, melhorar e influenciar mais as pessoas através de sua comunicação.

Insira sua contagem aqui 

Opção	Número respostas
A (Visual)	
B (Auditivo)	
C (Cinestésico)	

Faça, interprete e aplique no seu dia a dia. Tenho certeza que a partir do momento que compreender como você interage e se comunica, e qual o caminho mais adequado para lidar com os que o cercam, terá no mínimo 50% de crescimento em seus resultados e equilíbrio em médio prazo.

Principais tipos de vendedor

Trazendo este conceito de PNL para a área de vendas, vou falar a seguir sobre os principais comportamentos, reações e posturas de cada tipo de vendedor em seu canal de comunicação predominante.

Não se iluda, o mercado está repleto de compradores que se especializam em leitura a frio partindo destes três

canais: visual, auditivo e sinestésico, e utilizam esta valiosa informação em suas negociações diariamente. E o fazem com tanta destreza e habilidade que você vendedor não percebe estes movimentos. Portanto, esteja atento e comece a se preparar melhor principalmente para este tipo de negociador.

Vendedores Auditivos

- Aprendem ouvindo e negociam de cabeça baixa normalmente, como se estivessem pensando;
- Têm facilidade para memorizar letras e melodias de música;
- Conversam consigo mesmo;
- A fala é melódica e ritmada;
- Escrevem falando;
- Tem facilidade para memorizar procedimentos;
- Movem os olhos no sentido horizontal;
- Memorizam o que escutam; e
- Sua leitura é ritmada;

Vendedores Cinestésicos

- Expressam-se muito bem com o corpo, através de gestos, toques, etc;
- Sentem e demonstram o que sentem;
- Memorizam caminhando;
- Aprendem fazendo;
- Têm preferência pela dramatização;
- Gostam do contato corporal, do toque e abraço na hora da negociação;
- Falam lentamente e em tom baixo;
- Preferem as atividades corporais; e
- Olham muito para baixo, com a cabeça levemente inclinada quando estão pensando.

Vendedores Visuais

- Falam com fluência e rapidez, mesmo sem pensar quando estão negociando;
- Andam com a cabeça erguida;
- São organizados e escrevem com letra legível;
- A respiração é rápida e audível;
- Cuidam muito da aparência, combinando as cores do vestuário;
- Movem os olhos para cima;
- Memorizam aquilo que vêem; e
- Realizam leitura rápida a frio na hora da negociação.

Lembre-se: no mundo dos negócios, as primeiras impressões são frequentemente influenciadas pelas expectativas.

Diariamente milhões de pessoas perdem a chance de prosperar por não gostarem de fulano, ciclano ou beltrano e nestes atos mesquinhos refletem traços de pouca educação, requinte e até cortesia com outrem. Esperamos que as pessoas estejam de acordo com a imagem que criamos em nossas cabeças. Essa imagem foi formada pelo que ouvimos falar dela, como nos passaram a informação (em tom de deboche, de preocupação, de apreço, etc.), falaram, por uma inflexão de voz ao telefone, a forma como redigiu uma carta ou e-mail, as palavras utilizadas em um recado deixado em uma caixa postal.

No entanto, quando as pessoas correspondem ou excedem as nossas expectativas, raramente estamos preparados a nos dedicar mais, ouvir com mais atenção e sermos carismáticos e otimistas para o ganho coletivo.

Na sua vida pessoal você pode escolher seus amigos e quem deseja se relacionar. No ambiente de trabalho, você não pode escolher se desvincular de seu superior se deseja manter-se empregado. O relacionamento com colegas, subordinados, superiores e clientes é básico e obrigatório, portanto você tem de construir e manter esses relacionamentos saudáveis e fortalecidos.

***Lembre-se:** Não tenho necessariamente que gostar de meus jogadores, sócios, clientes e membros da equipe, mas como líder, devo amá-los. O amor é lealdade, é trabalho em equipe, respeita a dignidade e a individualidade do próximo. AMOR É ATITUDE, amar é verbo de ação. Paulo Silveira em seu livro ATITUDE - Virtude dos Prósperos.*

Regra de ouro: quando você gosta de alguém, você vê o melhor nela, mas, quando não gosta pode ver somente o pior. Julgamentos instantâneos criam filtros em nossa mente e tudo mais a respeito daquela pessoa passa a ser julgado por esses filtros. Coloque-os de lado e olhe para a pessoa novamente com olhos mais gentis e você na maioria das vezes terá surpresas agradáveis, ganhos pessoais imensuráveis, equilíbrio, paz e prosperidade em tudo que fizer.

Tenham um fabuloso dia hoje e sempre... pois o MERCADO é do TAMANHO de sua IMAGINAÇÃO.

Se você tiver algum comentário, sugestão ou dúvida entre em contato pelo e-mail falecom@paulosilveira.com.br e no campo "Assunto" coloque Revista Ferramental.

Paulo César Silveira - Conferencista com mais de 1.800 palestras em sua carreira em 17 anos de profissão. Consultor, empreendedor e articulista com mais de 600 artigos editados. Mentor e líder do *Projeto Liderança Made in Brazil*. Autor de 20 livros, destacando-se os *best-sellers*: *A Lógica da Venda e Atitude - Virtude dos Prósperos*. Sendo ainda um dos autores da *Coleção Guia Prático da Revista PEGN* e também dos livros *Ser+ em Vendas*, *Ser+ com T&D* e *Ser+ com Palestrantes Campeões em parceria com a Revista Ser Mais*. Seu trabalho corporativo se baseia no treinamento mundial de vendas mais agressivo do mundo: *Buyer Focused Selling* e nos principais métodos de compras mundiais, principalmente as metodologias BATNA, PAC e no método de liderança TGE. Professor convidado da FGV/SP, FIA FEA/USP e UFRGS. Palestrante indicado pela FACISC, ADVB e FIESP nas áreas de vendas consultivas, vendas técnicas e comunicação com base em liderança. Site www.paulosilveira.com.br