

PALAVRAS CERTAS

Anita Hermann-Ruess

Existem vários estilos de pensamento e sistemas de valores. Quando os identificamos, fica mais fácil criar proximidade com o interlocutor; nas relações amorosas é fundamental compreender como o parceiro pensa para se aproximar dele.

Falta de afinidade. Em geral é essa a primeira explicação que surge quando um relacionamento não se desenrola como gostaríamos. Tanto na profissão quanto na vida privada, é inevitável perceber: nossas mensagens muitas vezes são entendidas por pessoas diferentes de formas completamente diversas - apesar de utilizarmos as mesmas palavras. E, principalmente quando a relação é recente ou está fragilizada por qualquer motivo, um mal-entendido pode ser fatal.

O fato de nossas declarações serem muito bem recebidas por uns e sequer compreendidas por outros pode ter inúmeras causas. É preciso levar em conta, por exemplo, que os interlocutores têm conhecimentos e experiências diferentes ou interesses diversos. No entanto, muitas vezes a comunicação não é eficiente porque nossos parceiros simplesmente funcionam de um jeito diferente do nosso. Parece óbvio, mas a maioria de nós se esquece de um dado fundamental: os sistemas de valores variam muito, ou seja, aqueles com quem convivemos (e até as pessoas por quem nos apaixonamos) não pensam nem sentem necessariamente como nós. Enquanto o sucesso material e o reconhecimento social são muito importantes para uns, para outros a intimidade afetiva tem prioridade máxima. E um terceiro quer principalmente experimentar algo novo, emocionante.

Esses valores - ou prioridades - marcam nosso pensamento e, com isso, nosso estilo de comunicação. Assim, pessoas que avaliam tudo primariamente segundo o ponto de vista "isso compensa?" agem de maneira mais lógica. Sua forma de expressão corresponde a esse ponto de vista: preferem declarações curtas e sucintas, adoram percentuais, gráficos, dados e fatos.

Isso é diferente em pessoas que buscam em primeiro lugar a emoção da novidade. Números não as inspiram; pelo contrário, as fazem bocejar. Pessoas para as quais os relacionamentos humanos são muito importantes reagem de forma semelhante, pois "apenas números frios", a seu ver, não refletem a vida real. Compreender isso pode ser fundamental para o sucesso de uma relação afetiva ou profissional.

Em geral, é possível diferenciar quatro estilos de pensamento:

- **lógico** (voltado para o ganho pessoal);
- **experimental** (interessado em novas experiências);
- **estruturado** (segurança em primeiro lugar);
- **sensível** (afeto, solidariedade e relações humanas estão no centro de tudo).

Vamos tomar uma situação hipotética: o que aconteceria quando um chefe com uma maneira predominantemente lógica de pensar e se comunicar desejasse informar a um funcionário, mais voltado para o cultivo de relações, em que aspectos ele deveria concentrar seu trabalho no futuro? Com o intuito de motivar o profissional, o superior

hierárquico provavelmente se referia a números, dados e fatos, na suposição de que essas informações convenceriam o interlocutor da mesma forma que a ele próprio.

O funcionário, porém, perceberia a situação de outra forma e pensaria: "O chefe nem me perguntou como eu estou. Em vez disso, joga um monte de números em cima de mim, não reconhece meu esforço, não me valoriza como ser humano e ainda exige que eu trabalhe mais - como se até agora eu só tivesse vadiado". Ou seja: aquilo que o chefe realmente quis dizer ao funcionário não foi compreendido.

Quando uma pessoa comunica alguma coisa, o sistema límbico primeiramente avalia as afirmações recebidas com base em nosso sistema de prioridades: ela é importante ou insignificante, agradável ou desagradável, interessante ou intediante? Só então essa área cerebral repassa a informação, associada a emoções, ao cérebro – e nós reagimos em seguida com base nisso.

Assim, deveríamos transmitir nossas mensagens de tal forma que fossem percebidas pelo sistema límbico do interlocutor como importantes, desencadeando o maior número possível de associações e emoções positivas. Para tanto, precisamos primeiro conhecer o estilo de comunicação e pensamento do outro. Isso pode ser descoberto, por exemplo, por meio de testes de personalidade, como aqueles em geral utilizados em procedimentos de seleção de pessoal. Mas esses testes, obviamente, não podem ser realizados no dia a dia. Afinal, quem diria a seu gerente ou diretor: "Chefe, por favor, preencha estes testes antes de eu lhe apresentar minhas ideias"? Ou fazer pedido semelhante ao rapaz com quem se está saindo para jantar pela primeira vez? Tanto no trabalho quanto na vida pessoal são necessários outros instrumentos para decidir em que estilo comunicativo apostar.

A tarefa de conhecer o outro costuma ser facilitada pelo fato de determinados tipos serem representados com grande frequência - e, embora dificilmente uma pessoa pense e aja sempre da mesma maneira, em todas as situações há predominância de estilos. Quando se trata do meio profissional alguns indícios podem ser muito úteis. No sistema de valores de funcionários públicos, por exemplo, o tema segurança frequentemente tem grande importância, e isso reflete em suas prioridades e maneira de se comunicar. Já uma pessoa que segue carreira como educador ou psicólogo, em geral, é mais ligada às relações pessoais.

Outro indício do sistema de valores de nosso interlocutor pode ser a decoração de seu local de trabalho ou sua casa. Muitas plantas, fotos de pessoas queridas e cores quentes indicam um tipo voltado para relacionamentos e sentimentos. Já móveis de designers diferentes e desenhos originais, bem como quadros e outros objetos contemporâneos, apontam mais para o prazer em experimentar - ou, em alguns casos, para a lógica e o interesse no reconhecimento social.

Mais um indicador do sistema de valores de alguém é a forma como cumprimenta as pessoas: ele (ou ela) se levanta de sua mesa e se encaminha até o outro? Vai direto ao assunto ou começa primeiro com um bate-papo? Com base nessas observações, podemos realizar uma primeira avaliação rapidamente. Mas cuidado! Apenas cerca de 4% de todas as pessoas podem ser associadas exatamente a um único estilo de pensamento. Para a maioria, há duas ou até três maneiras marcantes de compreender o mundo e se comportar. A pergunta que devemos nos fazer, portanto, é: quais formas de pensamento e comunicação são dominantes na pessoa com quem nos envolvemos? No caso de relacionamentos íntimos convém lembrar que, muitas vezes, aquilo que nos atrai num primeiro momento é justamente o que provoca o afastamento mais tarde. A diferença seduz, mas nem sempre conseguimos lidar com ela.

Depois de termos respondido a essa questão com base em nossas primeiras observações, podemos deduzir quais mensagens cruciais devem estar no centro do discurso. Costuma ajudar pensarmos anteriormente as mensagens cruciais relevantes para os diferentes estilos. Vamos supor que você queira convencer um cliente a adquirir determinada máquina. Sua argumentação para um pensador lógico pode ser a seguinte: "O equipamento reduz os períodos de indisponibilidade em 80%. Com isso, nosso lucro anual se eleva em R\$ 20 mil". Você deixa um tipo "experimental" com água na boca da seguinte forma: "Imagine uma produção que decorra sem absolutamente nenhuma pane. Podemos nos tornar mais próximos dessa visão com essa tecnologia, pois ela...". Para aqueles voltados para a segurança, a formulação mais eficaz na mesma situação pode ser mais ou menos assim: "Com esse maquinário, o risco de interrupção da produção é de apenas 20%. Por isso, assegurar a nossos clientes que...". Com argumentações adequadas a cada tipo, aumentamos a probabilidade de que o interlocutor pelo menos olhe com benevolência para as propostas apresentadas.

Durante o contato inicial, ainda no momento da paquera, por exemplo, quase sempre é possível certificar-se se a primeira avaliação estava correta. A melhor forma de fazer isso é inserir perguntas totalmente diretas na conversa, como: "Do seu ponto de vista, quais demandas essa máquina deveria preencher?". Ou: "Em que condições você concordaria com a compra de um equipamento como esse?". Normalmente, dessa forma você logo percebe os mais importantes critérios decisórios de seu interlocutor e pode, se necessário, ainda adequar sua argumentação e seu estilo de comunicação.

Como é que você pensa?

A forma como uma pessoa julga novas informações e aquilo que primeiro chama sua atenção fornecem indícios sobre seus estilos dominantes de pensamentos. Quais as questões a seguir passam pela sua cabeça e pela de seu parceiro com mais frequência?

Veja no quadro da página seguinte:

ESTILO DE PENSAMENTO	LÓGICO	EXPERIMENTAL	ESTRUTURADO	SENSÍVEL
ANSEIA POR	Vantagens	Descobertas	Segurança	Afetividade
O QUE SE		Isso me fascina?		Eu gosto disso?

DEVE PERGUNTAR AO AVALIAR UMA SITUAÇÃO	Ganho dinheiro ou tempo com isso?	Estimula minha criatividade?	A situação me ajuda a economizar?	Sinto-me bem com isso?
	O que isso rende? Quais são os números e fatos exatos? Isso me ajuda a atingir meus objetivos? É boa a relação preço/desempenho? Isso traz avanço tecnológico? Como obtenho mais eficiência? Em que isso me ajuda com inovações?	Isso me ajuda a organizar minha vida de forma interessante e emocionante? Posso me destacar? É divertido? Como sou visto? Posso descobrir coisas novas? Isso tem futuro?	A qualidade é boa? Assegura meu padrão de vida? Passo uma imagem agradável? Reduz meus riscos? Mantenho o controle? Está tudo correndo conforme planejado? Quais são os mecanismos de segurança? O que acontecerá se não funcionar? Já foi testado e aprovado? já foi experimentado por muitas pessoas? É fácil e prático?	Qual o efeito sobre os outros à minha volta? O que os outros vão dizer a respeito? Isso me torna mais atraente? Torna minha vida melhor? Isso me traz solidariedade e amor? Eu posso ajudar os outros com isso? Isso é agradável e fácil? Está de acordo com meus valores éticos? Está de acordo com minhas emoções? Melhora a convivência? Gera alegria e satisfação?