

**FACULDADE ISULPAR INSTITUTO SUPERIOR DO LITORAL DO
PARANÁ – CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EXCELÊNCIA EM
COMUNICAÇÃO E ORATÓRIA: TRAINER EM PROGRAMAÇÃO
NEUROLINGUÍSTICA**

NEREU JUVENAL DA SILVA SEGUNDO

COMUNICAÇÃO: ENCANTAMENTO

CURITIBA

2016

NEREU JUVENAL DA SILVA SEGUNDO

COMUNICAÇÃO: ENCANTAMENTO

Artigo apresentado à disciplina de Metodologia Científica como requisito parcial para obtenção do título de Especialista no Curso de Especialização Excelência em Comunicação e Oratória: Trainer em Programação Neurolinguística oferecido pela faculdade ISULPAR.

Orientadora: Vânia Lucia Slaviero

CURITIBA

2016

COMUNICAÇÃO: ENCANTAMENTO

Nereu Juvenal da Silva Segundo¹

RESUMO

Neste trabalho pretende-se tratar o tema Comunicação utilizando os conceitos e práticas da Programação Neurolinguística com foco direcionado às estratégias de *Rapport*, Hipnose, modelos de discursos, universo imagético, comunicação assertiva e repasse de informação.

Neste estudo pretende-se entender melhor, não somente o funcionamento de algumas comunicações, mas, principalmente a comunicação com pessoas que promovam “encantamento” (interesse genuíno e atenção dedicada), seja para crianças, adolescentes, jovens adultos, adultos ou idosos.

PALAVRAS CHAVES: Comunicação, Encantamento, Programação Neurolinguística, *Rapport*, Comunicação assertiva, Comunicação para adolescentes.

ABSTRACT

The intent of this study is to work on the subject of Communication, using the concepts and practices established by Neuro-linguistic Programming, focusing on the Rapport strategy, hypnosis, discursive models, imaginary universe, assertive communication and the transfer of the information.

This study makes an attempt of a better understanding of the ways and behaviors of the "charming communication", the communication that generates genuine interest and devoted attention from all ages, be it for children, teens, young adults, adults or senior people.

KEY WORDS: Communication, charming communication, Neuro-linguistic Programming, Rapport, assertive communication.

¹ (Bacharel) Graduado em Comunicação Social - Jornalismo – Universidade Tuiuti do Paraná - 2010 - daimprensa@oi.com.br

INTRODUÇÃO

Sabe-se que a comunicação abrange qualquer interação entre uma coisa e outra, bem como entre pessoas por meio de conversa formal, informal, por meio de gírias ou idioma qualquer, persuasão, gestos, olhares, feições, ensino, entre outros. Assim sendo, pode-se dizer que a comunicação somente acontece quando existem pelo menos duas pessoas, ou mesmo uma pessoa e outro ser, ou ainda uma coisa e outra coisa. Neste trabalho serão utilizadas situações diversas exemplificadas com pessoas para ilustrar e facilitar o entendimento do leitor.

Um cachorro está completamente eufórico, latindo sem parar e tentando te puxar para algum lugar. Ao segui-lo ele sai correndo na frente e vai latindo para direcionar o caminho a ser percorrido. De quando em quando ele retorna para ter certeza de que está sendo seguido e quando ele chega ao seu destino, ciente de que você o está observando ele então anuncia algo mostrando o seu pote vazio, um brinquedo que não consegue alcançar, sua guia de passeio, um animal ferido ou, seja o que for. A pergunta que fica é: houve comunicação neste contexto?

Um adolescente chega para o outro e diz: “_cara, como foi o trampo no findi? Ficou quebrado ou nem deu treta?” e o outro responde: “_Só, nem fiquei, deu boa e, de quebra, ganhei um por fora!”. Ao analisar o texto de três linhas talvez não se faça ideia de quanta comunicação existe embutida ali. Primeiramente pode-se perceber uma conversa entre duas pessoas, aparentemente amigos falando sobre o seu fim de semana, mas deve-se entender a comunicação como algo que transcende tudo isso de modo que existe um vasto universo de informações contidas nessas linhas.

Para explicar isso, entenda-se que a pessoa que está escrevendo este texto encontra-se oculta em um discurso de terceira pessoa pela obrigatoriedade de um texto acadêmico. O texto entre aspas comunica que foram àquelas pessoas, direcionado tal discurso bem como que aquelas pessoas disseram tal discurso e não o autor do texto. (e já caberia explicação para a crase na palavra aquelas). O

travessão indica que é uma conversa entre eles e para se falar em comunicação não se pode desprezar qualquer forma de se comunicar seja onde ela estiver.

Aplica-se a muitos estudos que a comunicação somente possa existir entre seres não inanimados, por conta da linguagem, expressões e afins. Para tanto há que se atentar ao fato de que um aparelho eletrônico comunica-se com outro por tecnologia *bluetooth*; dois ímãs de costas, uma para o outro, não se juntam de forma alguma; uma maçã na fruteira por dias mostra que está perdendo a vitalidade e um trovão anuncia a chegada da chuva.

Sentir o que o outro quer dizer e precisa representa ser o início perfeito para uma comunicação de encantamento. A comunicação por empatia surgirá quando existir a percepção de uma reação natural de acordo com seu sentimento e pensamento naquela situação. E uma vez que os seus comportamentos são gerados por reações àquilo que enxergam ou mesmo ouvem, começam a construir empatia. Prestando atenção ao outro (atenção genuína), já é possível se articular uma comunicação de excelência e quando se fala em encantamento é exatamente disso que se trata.

Criar uma identidade forte com o seu ouvinte significa ter um laço com ele e a possibilidade de torna-lo completamente vulnerável ao seu discurso, uma vez que nesta persuasão consiga-se agradar as sensações mais importantes e íntimas desse liderado. O papel do comunicador é utilizar os seus ouvintes em benefício de suas melhores performances, ajuda-los nesse processo, possibilitar a imaginação, incentiva-los em sua criatividade, ajuda-los a planejar e a criticar os seus planejamentos a fim de encoraja-los a alimentar seus sonhos, defenderem seus pontos de vista, empoderá-los. Nesta pesquisa, pretende-se trabalhar comunicação para encantamento fazendo uso de recursos da Programação Neurolinguística utilizando o foco na metamodelagem, níveis neurológicos, hipnose Ericksoniana, linguagem imagética e discurso artisticamente vago.

DESENVOLVIMENTO

Sobre a Programação Neurolinguística tem-se por definição o estudo do comportamento subjetivo do ser humano. Criada na Universidade da Califórnia na década de 70 teve início com o matemático Richard Bandler e o professor de

Linguística Jonh Grinder em parceria com Robert Dilts, co-criador da Programação Neurolinguística, que se inspiraram na terapeuta familiar Virginia Satir, no especialista da Gestalt Terapia, Fritz Perls e no especialista em hipnose Milton Erickson.

Para entender melhor a estratégia de comunicação (encantamento) proposta neste estudo precisa se entender pontualmente as ferramentas utilizadas na pesquisa e deste modo faz-se necessário saber o funcionamento da metamodelagem.

A metamodelagem compreende a arte de formular perguntas para que o ouvinte possa chegar às suas respostas internas e fazer suas próprias descobertas acerca de suas dúvidas. Esta ferramenta é utilizada no *coaching*, onde o desenvolvimento se dá pelo acompanhamento e incentivo, não fornecendo as respostas, mas sim ajudando o outro a encontra-las. É uma estratégia que trabalha perguntas abertas (perguntas cujas respostas precisam de um discurso breve ou longo) e perguntas fechadas (cujas respostas são dadas em uma única palavra), com o intuito de investigar positivamente respostas, ex: como seria se fosse alcançasse este objetivo? O que te faz pensar que você é assim? Defina esta palavra? Você realmente acredita ser isso?

Nesse processo de metamodelagem é possível estabelecer empatia e *rapport* de forma muito fácil, obviamente quando se tem conhecimento e destreza para com a ferramenta, isso para que a pessoa se abstenha completamente de julgamento, aceite o mapa do outro sem imposição de modelo pessoal e não faça um mau uso da ferramenta para benefício próprio. Isso se dará por meio de cursos, leituras e estudo da estratégia.

Outra importante ferramenta desta análise são os níveis neurológicos: ambiente, comportamento, capacidade, crença, identidade, espiritual. Esta espinha dorsal da Programação Neurolinguística permite identificar limitações e transcendê-las a possibilidades libertadoras de modo que as transformações neste cenário tornem-se completamente possíveis. Para compreender melhor tudo isso se pode imaginar uma pirâmide onde o topo seja o espiritual e a base seja o ambiente. Nesta base a pergunta que se faz é: onde se está? Qual é o ambiente? Este pode ser um sonho ou a uma casa, uma montanha ou uma repartição pública, não importa! O que importa é que ele pode mudar. E no próximo degrau em direção ao topo a pergunta

deve ser: o quê se faz? Qual é o comportamento? E este pode ser calar, gritar, tomar o controle, se isentar de qualquer opinião, sorrir, chorar, não importa o comportamento e sim o fato de ele igualmente poder mudar.

E agora a questão: como se faz isso? Quais são as capacidades identificadas para fazê-lo? E a resposta pode ser um respiro longo, um aprendizado aperfeiçoado, um talento próprio, um dom, uma série de tentativas e erros, e novamente entende-se que capacidade pode ser modificada ou adquirida e, portanto, também pode mudar. Agora em crença a pergunta é: por quê? Quais são os valores? Qual é a motivação? E a resposta pode ser porque se acredita que isto seja o certo, porque se quer chegar à diretoria, porque pretende se realizar o sonho dos avós. E mais uma vez a resposta indica que pode ser mudado. Sabe-se que alguém foi uma das pessoas que acreditaram piamente na existência do Papai Noel. E isso era uma verdade absoluta para ela até chegar o momento em que já era possível transformar o espírito do Natal em algo novo e modificar a sua crença para Papai Noel não existe. No entanto, ela pode, ainda assim, desejar que seus filhos acreditem e se divirtam com as histórias do velho e amigo São Nicolau na época do Natal. É de suma importância se atentar para crenças no sentido de elas poderem ser limitadoras, bloqueadoras, inflexíveis ou edificantes e fortalecedoras. E agora quase no topo da pirâmide tem-se a identidade com a pergunta: quem? Ela chama-se Tereza, filha de Joanna, neta de Pedro, nascida na Irlanda em 1888, casada com Januário, mãe de Carlos, Henrique, Branca e Geórgia. É a única irmã de Beatriz. E é filha única de sua mãe porque sua irmã é filha de seu pai com a governanta.

Sabe-se que as pessoas são diferentes umas das outras, possuem vivências diferentes, criações diferentes, doutrinas diferentes e, portanto, comportamentos diferentes. Isso se deve à maneira com que ela aprendeu a viver em sociedade e a forma como entendeu ser melhor para conduzir a sua vida. Deste modo, esta pessoa possui seu próprio modelo de mundo ou mapa, como é denominado pela Programação Neurolinguística. Neste contexto cabe a cada pessoa definir sua própria perspectiva acerca do mundo, das coisas e das pessoas, mas também cabe a ela o dever de saber que a identidade é somente aquilo que não se pode mudar. Neste ponto da pirâmide é que a coisa toda muda de figura, pois se chega a um ponto em que, a resposta não pode mudar. Uma pessoa é o que ela é e isso determina o seu ser pura e precisamente. Trata-se de algo pessoal e por esta razão,

um *feedback* jamais pode atingir esse nível na pirâmide devendo ficar restrito somente até o limite das crenças.

Para tanto o que deve se levar em conta quando se trata de identidade é que as pessoas assumem identidades que não as competem, lembrem: se alguém é somente aquilo que não pode mudar e deste modo se ela é Tereza, filha de Joanna, isso indica que esta é sua identidade, pois não se pode mudar o fato de ela não mais ser filha de sua mãe, mas; se uma pessoa é gorda para os seus padrões de avaliação. Agora sim está se falando de algo que pode mudar proposital ou não propositalmente e em um futuro próximo esta pessoa pode ser magra para os seus padrões. Perceba que ao se tratar de seu peso não poderíamos dizer que ela era, mas sim que ela estava, porque isso poderia mudar e com esta variável não pode ser denominada identidade e também não deve ser assumido como tal. Da mesma forma: O homem é burro ou está no desconhecimento? Ele é pobre ou está economicamente desfavorecido? O garoto é ingênuo ou não foi rápido o suficiente neste comentário em específico? Será que todas as pessoas realmente são o que pensam ser? Para a Neurolinguística sim, elas são. E é exatamente por esta razão que se deve ter cuidado com o que se assume como identidade. Em Seu livro, Manual de PNL, Joseph O'Connor defende que os seres humanos não são responsáveis pelo pensar em seu âmbito total, uma vez que não se pode ter controle disso conscientemente o que deve servir como base para se crer que o que acreditamos no inconsciente pode ser mais forte e nortear o comportamento.

A PNL utiliza a palavra "inconsciente" para significar qualquer coisa que não está na consciência do momento presente. A mente inconsciente é composta de todos aqueles processos mentais que continuam sem nosso conhecimento. A frase "mente inconsciente" é uma nominalização. O inconsciente não é uma coisa e sim um processo. Ele lida com todas as profundas funções de sustentação da vida e com todos os processos de pensamentos que irrompem na mente consciente como bolhas estourando na superfície de um lago. A mente consciente é aquilo de que temos consciência, mas, como o mar, ela tem profundezas ocultas que a sustentam. (Joseph O'Connor, - Manual de Programação Neurolinguística).

Percebe-se, portanto, que o inconsciente é responsável por muito do que se faz no comportamento e um ponto de atenção é avaliar que, se no seu inconsciente algo está sendo tomado como identidade, fatalmente o seu comportamento agirá de acordo com esta crença.

A hipnose é outro recurso da comunicação que pode ser a cereja do bolo no que se refere, a excelência na comunicação ou encantamento, mas para isso se faz necessário entender o que vem a ser hipnose e como usá-la. A bem conhecida hipnose de palco consiste em colocar uma pessoa em estado de transe e persuadi-la a fazer o impossível, por exemplo: ao sugerir que uma pessoa assuma a identidade e comportamento de uma galinha. (a pessoa então assume esta personalidade e age como uma galinha). No entanto, a hipnose vai muito além de uma simples sugestão, pois ela se faz presente em muitos momentos da vida de um ser humano e pode ser conduzida de formas diferentes.

Entende-se que uma pessoa hipnotizada ou em transe seja uma pessoa que vai realizar uma ação sem qualquer restrição. A hipnose ericksoniana, que recebeu esse nome por conta do seu desenvolvedor Milton Erickson, não se enquadra no modelo hipnose de palco, bem porque não possui tal interesse e sim entender a hipnose em um âmbito neurolinguístico para uso em terapias. “Hipnose” significa sono e Milton cita em um trecho do livro, Manual de Programação Neurolinguística, que um ser humano pode atingir esse estado a qualquer momento: “Pessoas em transe estão mais acordadas para si mesmas”, disse ele para traduzir que quando uma pessoa está concentrada em um pensamento, buscando uma solução internamente ela está na verdade em estado de transe ou hipnotizada se preferir. Da mesma forma, é comum as pessoas utilizarem jargões para dizer que uma pessoa faz tudo pela outra de repente: _Estão juntos há duas semanas e ela é capaz de se jogar na frente de um trem se ele pedir! Se uma pessoa já viu algo parecido ou isso já aconteceu com ela então existe a constatação de que para Erickson ela estava em estado de transe ou hipnotizada. Da mesma forma assim também uma extrema euforia em determinado ambiente que faz com que uma pessoa volte a ser criança por um momento quando em uma visita aos parques da Disney por exemplo.

Constata-se que esta hipnose que faz com que as pessoas entrem em transe controlado e consciente é feita a partir de um modo de linguagem imagética e discurso artisticamente vago que brincam e mexem com os sentidos das pessoas fazendo com que a mente acesse o inconsciente e promova transformações positivas.

Quando se fala em empoderamento, por exemplo, quer se ver a pessoa sentindo na pele esta realidade, mas como fazer isso se na lógica, na prática e na realidade isso não existe? Por meio da hipnose ericksoniana, podem-se utilizar linguagem imagética e discurso artisticamente vago para conduzir uma pessoa a este estado de realização sensorial, observe:

Ao respirar profundamente em cinco segundos de inspiração e cinco de respiração por quatro vezes uma pessoa comum consegue estreitar uma comunicação de si com o seu corpo. Se preferir pode ela fechar os olhos ou deixá-los semiabertos. Enquanto isso uma voz calma e tranquila sugere que ela está no lugar mais desejado de sua consciência e está muito feliz. Então solicita que ela sinta o ar entrando em seus pulmões, que sinta a temperatura do ambiente, que se atente ao que está vivenciando, que ouça os sons e procure a sua paz, que registre aí o seu desejo da forma que melhor servir para este momento, que grave neste presente o seu desejo e finalmente peça para que o seu inconsciente registre esse desejo para que ele aconteça no caminhar de sua vida.

Trata-se apenas um exercício para que a pessoa possa constatar que é possível se colocar em transe a qualquer momento e usando, linguagem artisticamente vaga e, universos imagéticos pode-se atingir a tão desejada comunicação de encantamento. Percebe-se que no exercício as coordenadas são dadas de forma absolutamente vaga. Que lugar a pessoa está? Registrar onde o desejo? Isso é ser artisticamente vago. Não importa para o condutor onde a pessoa está se imaginando e sim para ela unicamente e se ela estiver se imaginando no interior de um vulcão e o condutor disser para que ela sinta a brisa da chuva, fatalmente isso fará com que a pessoa saia do transe, então em vez disso se diz: sinta a temperatura, registre esse momento (cabe a pessoa decidir se risca com uma faca na árvore ou joga uma moeda no rio ou grita no topo da rocha). Cabe a quem faz o discurso elaborar uma forma de permitir que o outro faça uso de seus sentidos e criatividade da forma que melhor lhe convier.

1. Pessoas da Comunicação

Aprende-se que durante a comunicação entre pessoas é muito comum o fato de elas falarem, falarem e não se entenderem. Isso se deve ao fato de que neste processo cabem processos de interpretação e também filtros. Enquanto você se comunica, a eficiência da sua mensagem depende de uma diferente combinação dos canais da percepção também denominados VAC na Programação Neurolinguística (Visual, Auditivo e Cinestésico). Cinquenta e três por cento das pessoas recebem melhor mensagens visuais. Já trinta e cinco por cento delas, preferem a comunicação através do canal auditivo. Os outros doze por cento precisam experimentar sinestesticamente uma mensagem para aceita-la como verdadeira. Por esta razão, bons comunicadores fazem uso do canal de percepção mais indicado para se relacionar com os outros que é o visual.

Heráclito, 400 aC. já dizia que “os olhos são melhores testemunhas que os ouvidos”. Oitenta e sete por cento das informações armazenadas em nosso cérebro foram captadas pelos olhos. No entanto, vale lembrar que, são de extrema importância os demais canais de percepção. Se você está lendo um livro escrito em Língua Portuguesa, mas, a linguagem imagética faz com que você visualize algo, uma paisagem, uma cena, uma fruta, ou ainda provoque um desconforto interno, uma náusea, uma tristeza ou revolta, ou mesmo a descrição de uma ambulância com a sirene à toda que faz com que você ouça o barulho, essa conversa que você tem dentro da cabeça e por meio de sensações.

Durante uma conversa, se você direcionar a sua atenção genuinamente, poderá identificar que tipos de palavras, a pessoa que lhe fala se baseia para expressar suas ideias. Prestando a atenção aos verbos, e com que frequência esta pessoa faz isso, você tem condições de potencializar o uso de suas palavras usando colocações diretamente ligadas ao canal de percepção aberto na mente desta pessoa neste momento.

O excelente comunicador precisa antes de tudo ser um excelente ouvinte. E é muito importante se atentar a isso dado ao fato de que as pessoas que falam para todos, seguram o microfone e não largam mais, bons vendedores sem experiência, em sua maioria são pessoas que falam muito e ouvem pouco. Entretanto, escutar eficazmente é essencial para que as pessoas saibam como e quando usar mensagens que combinem com o canal de percepção do seu interlocutor. Escutar

ativamente é importante para mostrar como se deve conduzir o diálogo e alcançar o objetivo de realmente se dizer o que realmente gostaria de dizer, bem como realmente apreender a necessidade do outro e entender exatamente o que o outro quis dizer.

Mas o que é isso afinal? Esta análise pretende chamar a atenção para as três pessoas da comunicação. Imagine que cada pessoa no mundo possui três pessoas diferentes dentro dela e desta forma em uma comunicação entre duas pessoas existem na verdade seis expondo suas ideias. Somente neste contexto já se tem uma razão plausível para que as pessoas não se entendam. Para elucidar melhor e eliminar o maior número de dúvidas possível a análise usará como parâmetro às pessoas da comunicação os numerais 1,2 e 3 como referência.

Ao supor que uma pessoa está indo visitar a outra exatamente às 12h30 de uma segunda feira visto que haviam combinado resolver algum problema na parte da tarde. Escuta-se, posteriormente ao anúncio da campainha, a pessoa que atende logo dizer: “_chegou na hora certa! O almoço está na mesa! Vamos comer!” A outra pessoa simplesmente responde: “_Obrigado! Acabei de almoçar e comi tanto que estou quase passando mal!” Até aqui pode se entender que está tudo certo e têm-se dois discursos muito claros no sentido informação. O que não está claro é que pessoa está dentro de cada uma delas e esse fato irá implicar diretamente no que acontece agora, perceba:

Se a pessoa que estava em casa estiver com a pessoa 1 da comunicação ela irá entender na íntegra esta frase, exatamente como provavelmente você entendeu. Isso acontece porque você está lendo um texto e está, portanto, livre de julgamento não verbal e em um momento descontraído. E nesta interpretação, obviamente ela irá responder: “tudo certo então! Eu vou almoçar pois estou com fome e você sinta-se em casa, sente-se comigo ou me espere na sala, assista um filme, qualquer coisa”. Mas e se ela estivesse com a pessoa 2 como seria? Neste caso ela iria pensar: “_eu entendi que ela disse que não estava com fome e também que ela comeu muito. O que eu não sei é se isso é verdade mesmo! Eu sinto que ela está com fome e acho que ela está com vergonha de comer”. Neste caso, fatalmente ela se comportaria de forma completamente diferente e iria insistir de todas as maneiras para que a amiga comece ao menos um pouquinho. Trata-se então de outra

possível interpretação e na terceira delas a coisa toma proporções bem maiores, pois se ela estiver com a pessoa 3 significa que ela está, didaticamente falando, completamente fora de si e nesta situação ela irá pensar: “_Meu Deus! Será que ela me viu, cortando a cebola sem lavar as mãos? Talvez ela esteja com nojo de comer a minha comida! Essa nojenta não come comida de pobre? Tudo bem... mas nunca mais que eu chamo essa ordinária pra vim na minha casa!”

Têm-se aqui três situações completamente distintas e muito possíveis, podendo se dizer até mesmo corriqueiras. Percebe-se que foi falado de apenas três pessoas nesse interim, pois não entrou em questão o possível mérito de a visitante poder estar com qualquer uma das três pessoas dela. Para clarificar melhor as coisas pode se dizer que a pessoa 1 diz o que ela está dizendo na íntegra. Interpretação genuína do texto. A pessoa 2 diz o que ela acha que está dizendo e a pessoa 3 diz o que ela gostaria de dizer nas entrelinhas (conveniência). Já a pessoa 1 que escuta, ouve na íntegra o que foi dito, ao passo que a segunda ouve o que ela entendeu ou achou que foi dito e a terceira ouve o que ela gostaria de ter ouvido ou o que lhe era conveniente. No entanto, o que é preciso saber, é que a mudança das pessoas da comunicação se faz pelo estado de humor da pessoa e por esta razão a terceira pessoa se apega ao que é conveniente a ela; mas o conveniente sempre será aquilo que justifique o seu mal estar ou a destruição de sua autoimagem.

Se uma pessoa está bem, sente-se feliz, bonito(a), em paz ela saberá que está com a pessoa 1 e deste modo terá fluidez em sua comunicação. Dificilmente permitirá que um comentário ou um olhar a abale. Ao passo que se a pessoa acordou com um mal estar qualquer, olha no espelho e encontra um defeito aqui e outro ali, coloca e tira várias peças de roupas porque nada ficou bom, seu cabelo não fica a contento, seu sapato não combina... Esta pessoa precisa se atentar ao fato de estar com a pessoa 2 e isso significa que ela está vendo coisa onde não tem ou além do real. Se ela perceber alguém dando uma risadinha logo pensa que é dela e se incomoda. Isso acontece porque esta pessoa não está bem consigo mesma, mas precisa tomar cuidado porque se encontra a um passo de entrar na pessoa 3 e neste momento a coisa piora significativamente com a tentativa de justificar toda a sua frustração com a depreciação de si mesmo. É naquele momento em que alguém diz a frase: “_ Nossa! Eu tenho mais é que me lascar mesmo!”, que esta pessoa conseguiu assumir a pessoa 3.

Estima-se que muitas vezes em um dia seja possível a migração da pessoa da comunicação variando de 1 a 3 aleatoriamente e isso acontecerá quantas vezes forem possíveis que mude o estado de humor da pessoa em questão. Entender as pessoas é uma arte e um exercício diário e muitas pessoas perdem as contas de quantas vezes precisam voltar atrás e dizer, por favor, me desculpe. “Não sabia que tal comentário te afetaria desta maneira, acredite que não foi minha intenção, apenas quis dizer uma coisa, mas você entendeu outra completamente diferente”. As pessoas precisam avaliar que um simples abacaxi pode ser uma fruta, um brinquedo ou um problema.

2. Comunicação Encantamento

De tal modo o encantamento se dará por empatia, pelos sentidos, pela linguagem, pelo discurso e pela hipnose. Tendo em vista que existe o domínio sobre o assunto, há que se ter o domínio sobre o público e outras armas que aparecerão no decorrer do estudo. Para o exemplo esta pesquisa traz como case uma aula completa com interação em sala em um processo de comunicação para posterior avaliação.

3. A Aula

Supostamente um professor chega para sua classe de adolescentes no primeiro dia de aula com um sorriso de orelha a orelha e diz: “_aconteça o que acontecer eu tenho um pedido muito sério a fazer! _Não se apaixonem por mim!” Obviamente acontece a primeira chuva de risadas e o professor acrescenta: “sério mesmo! Eu não vou tolerar vocês me puxando nos corredores para abraçar contar novidades e ficar lamentando por não serem mais meus alunos!” Depois de outra chuva de risadas ele diz: “_brincadeira meus lindos, bobeiras a parte, deixem que eu me apresente. Eu sou o professor Francisco e estarei com vocês nos módulos de comunicação e *marketing*, tenho esta e esta formação e, antes de tudo, gostaria de agradecer pelo privilégio de ter vocês como alunos. Estou certo de que teremos ótimos momentos juntos, eu sempre aprendo muito com vocês e ofereço a mesma oportunidade trazendo não somente o que a ementa pede, mas coisas que entendo como presentes em forma de conhecimento para vocês. Que bacana o seu cabelo, que lindo o seu nome, que legal o seu pisante, você curte que tipo de *rock*? Você anda de *skate* a quanto tempo? Você se acha um bom Cristão? Qual é o nome do seu amor? Você é do *reggae*? Você já tem filho?” E os alunos ficam cada vez mais

estarecidos com o professor que, além de extremamente boa gente, parece ter bola de cristal porque as perguntas que fez não lhe haviam sido direcionadas, ninguém disse nada e ele foi elaborando perguntas específicas para cada um de acordo com a sua vontade.

Entretanto, não sabiam eles que estavam aprendendo desde o primeiro segundo de aula técnicas de comunicação e entendimento de marketing e quando o professor começou, de fato, a explicar a teoria do conteúdo isso já está amarrado completamente a todo aquele momento de descontração e isso prendeu completamente a atenção de todos. “_Sergio, você saberia me dizer o motivo pelo qual lhe foi questionado se você era um bom Cristão?”. “_Não professor, responde o aluno”. “_Tudo bem! Alguém aqui saberia me dizer o que significa esta palavra?”(E escreve no quadro a palavra: apologia). Cada um diz a sua maneira o seu entendimento mas obviamente acabam respondendo e então o professor diz: “_lhe foi perguntado isso Sergio porque você disse para mim que era Cristão, só não sabia se era um dos bons! (sorrindo).”

“_Eu não disse, professor!” Mencionou o aluno.

“_Disse sim, pois está usando um crucifixo! Talvez você até nem seja Cristão mas por alguma razão faz apologia a Jesus Cristo. Eu não sou adivinha, apenas enxergo e assim sendo vejo que ela tem um pingente em sua corrente que é uma menininha e, portanto, tem uma filha; ele usa roupas pretas e pulseiras de couro com caveira e, portanto, fácil deduzir que gosta de *Rock in Roll*, e os que usam roupas de Skate, de marca ou sem marca, arrumados ou largados, tradicionais ou modernos, os que usam aliança de compromisso fatalmente possuem um(a) companheiro(a) e os bonitos que usam coisa do reggae vamos deixar pra lá... Entendem que absolutamente tudo vende? Senhores isso é marketing! Não é preciso falar para comunicar e não precisa se esforçar para vender.”

“_Gostaram? O que mais vocês gostam? Quem gosta de *Funk* levanta a mão? Pagode? Sertanejo universitário? Clássica? *POP* latino? Outro som? Qual? Quer dizer que seu fosse cantor sertanejo eu só ia vender *CD* para algumas pessoas e se eu cantasse *Rock* para alguns desse lado. Eu pessoalmente adoro Frevo? Tudo bem! E o que é que está bombando geral? A maioria gosta do quê? Puxa que interessante! Percebam o que uma pesquisa de campo pode fazer! Vocês estão

dizendo que hoje, se alguém quiser ganhar dinheiro e fama, o negócio é cantar *Funk*. Vamos fechar no *Funk*? Agora, precisamos definir, que estilo de *funk* queremos produzir. Se é *funk* balada, proibidão ostentação, favela, romântico ou outro ainda.”

“_Obviamente meus lindos isso que fizemos não caracteriza uma pesquisa bem feita, mas didaticamente falando isso também é planejamento de marketing. Segmento, público alvo, viabilidade do negócio. Quanto mais amplo o estudo e mais afunilado o produto melhor. Na próxima aula entraremos mais fundo nos conteúdos e faremos muita prática então venham com o coração aberto e muita disposição porque vamos precisar. Foi um prazer enorme estar com vocês no dia de hoje e nos vemos na próxima aula!”

2.1 Apontamentos

Nesta aula, apresenta-se genuinamente a comunicação de encantamento proposta neste estudo e para decifrá-la precisa se ter um bom conhecimento em Programação Neurolinguística desenvolvido.

O professor em questão inicia a sua aula já com um processo de indução hipnótica usando afirmações de poder. A linguagem tem por objetivo a comunicação e deste modo quanto mais precisa for a linguagem, melhor será o resultado de nossa comunicação. Há também um preparo inicial no qual os alunos sem perceber, são colocados em uma situação que exige pausa para respiração profunda e uma pequena porta para o transe: “aconteça o que acontecer eu tenho um pedido muito sério a fazer!”. Em seguida a palavra “não” é uma abstração colocada propositalmente no discurso. E o “não”, por si só, não diz nada, logo o cérebro se fixa no que vem depois do “não”. Para que a mente possa saber no que não pensar, primeiro ela precisa pensar. Exemplo: não pense em baratas! Usando desta técnica o professor pediu que os alunos não se apaixonassem por ele e ainda acrescentou: “sério mesmo! Eu não vou tolerar vocês me puxando nos corredores para abraçar contar novidades e ficar lamentando por não serem mais meus alunos!”.

Em seguida expôs o seu currículo com toda a pompa e circunstância para deixar bem claro que era dono de vasto conhecimento e ao mesmo tempo agradeceu à turma pelo privilégio de tê-los como alunos, colocando-os não somente em posição

superior, mas se pondo com humildade utilizando de um discurso usual entre os jovens e buscando proximidade e intimidade com eles ao fazer uso de palavras como: “bacana, pisante, curte” (legal, tênis, gosta, respectivamente).

Outro ponto de extrema importância nesta comunicação é a colocação das perguntas, uma vez que, se não tivessem acontecido todos os fatos anteriores de aproximação relacionamento e *rapport*, estas perguntas seriam completamente descabidas, invasivas e quem sabe até desrespeitosas. Faz-se necessário saber sobre a comunicação que a comunicação verbal (o que foi dito) é apenas uma parte da comunicação sendo agregada da comunicação vocal (como foi dito) e também a corporal (expressão, suspense, gestos, dancinha). E para entender a linguagem do corpo em sua totalidade e amplitude seria necessária uma pesquisa profunda somente sobre este tema que é bastante vasto. Entretanto,

Albert Mehrabian defende a regra dos 7%. Segundo essa “regra”, 7% da comunicação seria atribuída ao componente verbal (seu significado), 38% ao componente vocal (no caso específico, o tom da voz) e 55% ao componente facial (expressão facial). Somando 38+55 temos a *linguagem corporal com 93%* de toda a comunicação o que incomoda alguns outros estudiosos que acreditam na regra dos 7% como mito. [HTTPS://IBRALC.COM.BR/93-COMUNICACAO-NAO-VERBAL/](https://IBRALC.COM.BR/93-COMUNICACAO-NAO-VERBAL/). Visita realizada em 20/11/2016. 21h40

Este estudo mostra que o educador também precisa estar muito atento à linguagem da turma para estar o tempo todo calibrado com eles e manter a atenção. Puxar assunto com aquele que está prestes a perder o interesse e trocar o professor pelo celular, o livro, ou a busca de algo na mochila. Em uma comunicação de encantamento também se faz necessário buscar afinidades em comum, e deste modo esta não pode ser apenas com um ou alguns, e por isso ser artisticamente vago no discurso é fundamental. Se um professor anunciar o seu time do coração para a turma precisará saber que nem todos estarão com ele e muitos estarão inclusive contra, mesmo que inconsciente. Assim sendo, em uma comunicação de encantamento de alguém para público diversificado, não caberá, de forma alguma, o seu mapa mental ou modelo de mundo, não haverá espaço para a sua intenção, sua religião, sua visão política, seu estilo musical, sua preferência. Quanto mais vago

melhor, quanto mais neutro melhor. Ainda que ele seja colocado à prova e precise responder; ciente de que sua resposta precisa agradar a todos, deve então focar a atenção em uma oportunidade de unir opiniões e se manter neutro, exemplo: “professor você é contra ou a favor do aborto?”. “Pergunta boa dona Fernanda!”. Responde o professor, já com outra pergunta: “Você é contra ou a favor do aborto?”. Independente da resposta caberá ao professor uma preocupação de acalmar os calores que virão dizendo: “gente, todos temos o direito de ter opinião sobre as coisas e também de defender nosso ponto de vista. Gostaria de propor que pudéssemos falar sem reprovação e depois de tudo reconsiderar, ou não, as nossas visões. Está tudo certo e estamos entre amigos, querem?”. Eles irão certamente concordar porque o professor estará ao lado de todos e aí serão levantados muitos pontos de vistas e muitos deles certamente trocarão de opinião e depois de tudo talvez até o professor reconsidere sua posição, por que não?

Mas isso não deve importar para eles e nem deve ser comentado porque existe um fator bem maior que implica nesta comunicação de encantamento: até por um processo de admiração natural por parte deles o professor, neste exemplo, consegue facilmente manipulá-los no sentido de fazer com que eles comprem a sua ideia pronta.

Por esta razão é que muitas instituições inibem determinadas pautas em sala de aula, bem como deixam bem claras suas visões políticas e religiosas do mesmo modo que investem ou não em disciplinas comportamentais e que fomentem a plasticidade neural.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estudar a PNL em seu mais alto nível que é o Trainer é estudar mais e mais fundo a arte de comunicar, produzir mais formas de entendimento com o universo e conquistar novas formas de pensamento por meio das mais diversas linguagens.

Passar pelo entendimento deste tema é perceber o quanto transcende a comunicação além da percepção obtida; é se despir de julgamento e entender que é

possível apreender a necessidade do outro, ajudar no desenvolvimento alguém. É entender que quanto mais sucesso se obtém no uso do seu discurso de comunicação, mas fácil se torna o seu próprio crescimento bem como o do seu entorno.

É a descoberta da máxima responsabilidade sobre a importância da autoconstrução para cada indivíduo uma vez que em um processo de comunicação persuasiva deva sempre haver muita consciência de se fazer uso do máximo de conhecimento para ajudar as pessoas a se tornarem melhores por elas próprias e não tentar produzir cópias de si mesmo para o mundo.

REFERÊNCIAS

CHOPRA, Deepak; TNZI, Rudolph E. **Super Cérebro**. Ed. Alaúde, SP, 2013.

O'CONNOR, J.; SEYMOUR J., **Introdução à Programação Neurolinguística**, Summus Editorial, SP, 1995.

O'CONNOR, J.; **Manual de Programação Neurolinguística**, Qualitymarc, RJ, 2015.

ROBBINS, Anthony. **PNL – Poder sem Limites**, Editora Best Seller, SP, 1987.

WEIL, Pierre; TOMPAKOW, Roland., **O Corpo Fala**, Vozes, RJ, 74ª edição.

<http://www.ibccoaching.com.br/tudo-sobre-coaching/coaching-e-psicologia/o-que-e-rapport/>
data da visita 20/11/2016. 21h40

<https://palestrantesymonhill.wordpress.com/2014/05/14/os-filtros-da-mente-e-a-comunicacao/> data da visita 26/12/2016 22h

Trabalho apresentado dia 20 de Outubro de 2016, no Curso de Especialização Excelência em Comunicação e Oratória: Trainer em Programação Neurolinguística, Instituto Superior do Litoral do Paraná - ISULPAR, pelo aluno Nereu Juvenal da Silva Segundo. Coordenadora: Vania Lucia Slaviero.