

A era da percepção chegou

No mundo de hoje, a percepção é mais importante que a visão. Estamos vivendo a Era da Percepção. A proposta é: ter novas maneiras de ver as coisas existentes –ao contrário de descobrir novas coisas para ver.

A percepção na história – A história da humanidade em grande parte tem se mostrado uma obsessão no sentido de melhorar a nossa compreensão visual do universo em que vivemos. Quase tudo que conhecemos se baseia em “olhar” as coisas. “Venha e veja”, “Ver para crer”. Fazemos experiências e olhamos os resultados. Construímos microscópios e olhamos as coisas minúsculas. Construímos telescópios e olhamos coisas distantes.

Construímos meios de transporte para nos levarem aonde possamos ver um novo território. Uma das nossas crenças mais fundamentais é a de que as coisas que vemos com nossos olhos são uma boa aproximação da realidade. Usamos os nossos outros sentidos. Mas o principal, para nós, é olhar e tirar conclusões a partir disso. Isso tem funcionado muito bem durante a maior parte da existência humana. Mas tem havido muita confusão. O problema está em olhar o mundo com os olhos e usar o cérebro para tirar conclusões.

A maior e mais bem documentada confusão que nossa visão provocou foi a crença histórica de que o Sol girava em torno da Terra. Sem dúvida, é o que parece. Até uma outra teoria ser sugerida, nenhuma outra possibilidade era óbvia. Ali estavam os dois maiores e mais importantes objetos ocupando o nosso campo visual –a Terra e o Sol– e virtualmente todas as pessoas que os olhavam tinham uma percepção totalmente invertida de seus movimentos. As pessoas achavam que a Terra era chata. A razão é que esse era o único modelo que se encaixava com a aparência das coisas. Elas só começaram a pensar diferente quando alguém pegou um barco e saiu velejando por aí para “ver” melhor. Estes não foram enganos triviais. Nossa visão era inadequada para a tarefa de discernir algo diferente do aparente.

Foi necessário fazer algumas experiências e olhar melhor para descobrir a verdade. A questão com que nos defrontamos nos dias de hoje é: e se houver ilusões óticas sobre a nossa existência que sejam tão importantes quanto foi o Sol girando em torno da Terra? Sendo assim, imagine qual não será a importância das gigantescas oportunidades que poderão surgir de uma percepção mais nítida?

Como aplicar – Vamos, agora, por nossos pés no chão e fazer uma rápida análise. O que as pessoas pensam quando olham para você? O que elas consideram a seu respeito ao citarem o seu nome? O que elas vêem em você? O que sentem após ouvirem o seu tom de voz? O que sentem quando observam o seu olhar, seus trejeitos, suas atitudes, as escolhas de cores que você faz de suas roupas, as palavras que você diz solene ou comumente? Qual experiência elas vivem quando estão na sua presença? Quais sensações elas provam quando expostas ao conjunto de todas as suas expressões? O que elas vivenciam em relação ao seu trabalho? O que você inspira nelas profissional e pessoalmente?

Estes fatos constroem a percepção que as pessoas têm de você. Estou falando de sua marca pessoal. Sua marca real. Estou saindo daquilo que elas captam apenas através da visão e adentrando as possibilidades de percepção que elas criam após terem um contato com você – por menor tempo que seja. É preciso entender que ninguém é o que é. Você não é o que pensa ou pretende ser, por um simples fato: você não é apenas o que as pessoas vêem. Na realidade, você é o que as pessoas percebem.

Isso passa, é claro, por sua educação, formação, pelos princípios com que você se desenvolveu, pelas condutas que adota, as suas atitudes, as reações que tem nos momentos de alegria, euforia, ira etc. Mas não pára por aí. Tudo isso é visto, ouvido, captado pelos sentidos das pessoas e, depois, processado na mente. Portanto, você sendo uma boa pessoa, bem formada, bem estruturada etc não resolveu, ainda, a totalidade do problema.

Uma importante pergunta terá de ser respondida, ainda. E ela é: “como tudo isso é processado e transformado em uma “percepção” nas pessoas?”

De outra forma: "Como elas perceberão tudo isso?" Você é o que as pessoas "experimentam" de você. Você é a experiência que elas vivem como resultado de seu trabalho e de seu modo de ser, do uso de seus cinco sentidos, de suas reações pessoais, de suas falas e das múltiplas expressões de pensamento que você emite. Isso é o que se poderia chamar posicionamento pessoal, ou melhor: posicionamento da marca pessoal.

Posicionamento nos negócios – Os negócios necessitam de um posicionamento. Se uma marca, produto ou serviço não for posicionado convenientemente, dificilmente irá conquistar um espaço na mente do consumidor. O que é o posicionamento de uma marca? De modo muito simplório é uma palavra pela qual esta marca é percebida pelas pessoas.

Al Ries e Jack Trout propuseram as Leis Vencedoras do Marketing e demonstraram que, sem o devido posicionamento, toda e qualquer divulgação de uma marca poderá ser inócuo, pois, não irá se alojar da forma correta na mente do cliente. Resultado: o negócio não se engrena, não tem ritmo. Pode ter vendas, mas elas acontecerão sem a desejada constância ou crescimento; serão circunstanciais e não causadas por uma convicção ou atração psicológica do consumidor. Sem o posicionamento não existirá a mais preciosa de todas as propagandas –de boca a boca, espontânea. Ora tudo parecerá bem, mas de um momento para outro e sem explicações, tudo fica mal.

As carreiras profissionais precisam, também, passar pelo crivo do posicionamento urgentemente. Os currículos precisam comunicar muito mais do que se fez e quando se fez. Qual a percepção que irão causar? A idéia do posicionamento também precisa atingir os treinamentos empresariais. Não se trata mais de "treinar para ser" ou "fazer". Hoje, é treinar para PERCEBER e FAZER PERCEBER. Se um garçom não desenvolver a percepção que o cliente terá do prato, de nada adiantará o conhecimento de todas as regras de bem servir. A satisfação do cliente é uma percepção. Nossa vida merece que empreguemos os mais altos níveis de recursos em desenvolver mecanismos pelos quais as pessoas terão percepção positiva de nós.

Como fazer – Suponha que você esteja sentado em um lugar maravilhoso, ouvindo uma bela e calma música, bebendo algo que goste e pensando coisas bonitas. As sensações são todas agradáveis e seus recursos pessoais interiores estão maximizados. Imagine, agora, que, estando no trabalho você "copie" as mesmas sensações mentais que resultaram daquele cenário paradisíaco. O que aconteceria? Seu desempenho atual seria melhor. Certamente você produziria mais e causaria as melhores percepções a seu respeito.

As pessoas se sentiriam bem, tranqüilas, seguras e abertas em sua presença. Por outro lado, se você mantém atitudes mentais de baixos recursos, negativas ou inibidoras, seus sentidos transmitirão de algum modo esse estado. O resultado final poderá ser uma percepção negativa, incômoda. Você não estará sendo vítima do mau julgamento das pessoas, mas tão somente de um momento de "baixa" qualidade em seu desempenho pessoal. Isto poderá ser a causa de conflitos e desconfortos desnecessários.

Diagnóstico? Percepção. Foi isso que se alojou na mente delas e formou uma idéia sobre quem é você. Portanto: você não é o que pensa ou pretende ser, mas o que os demais percebem.

Disponível em: <<http://www.mercatto.com>>. Acesso em 16 fev. 2007