

Curso de Persuasão

Como criar mais Credibilidade

Elementos - dizer a verdade mesmo q doa; admita as desvantagens; se vc recebe ou não comissão, admita isso; se vc tem algo a ganhar admita, mas sem exageros; e tbm finalizar com algo escrito.

Continuação - vestir um papel de alguém bem sucedido, pq a única coisa q a vc pode transmitir imediatamente é a sua aparência, vc é um pacote, vc tem q criar uma embalagem p. vc, e tem q transmitir imediatamente algo bom...

Elemento de Depoimentos - imagine quando vc conversa com alguém vc tem q pensar q a pessoa está pensando "Quem mais além de vc esta pensando na mesma coisa", ou tbm depoimentos escritos, ou situações de jornais, ou de pessoas famosas...isso aumenta a credibilidade. Quando vc tbm tem q dar um depoimento escrito, por exemplo, vc fala da pessoa ou coisa, mas num exagere não... não fale só elogios (ele é um excelente vendedor, o melhor vendedor do mundo, aumentou minha faturação em 100% etc), ou só fria sobre vc (ele trabalha bem, ele é um bom vendedor etc); deve ser uma carta neutra com um extra elogio (escute ele como ele me ajudou, pq ele é um excelente vendedor. P. alguém fazer isso p. vc (uma carta de credibilidade p. o seu chefe por ex.) peça p. a pessoa de maior credibilidade maior da empresa q trabalhe com vc. Ou então tipo, quando vc quer convencer alguém vc pode ate usar dependendo do caso, pessoas sem credibilidade "Se este bobo pode fazer isso, eu posso tbm", vc cria credibilidade sem pessoas com credibilidade.

Regras que se criam credibilidade:

- 1) Escute - porque assim se cria confiança;
- 2) Falar devagar, você não tem idéia o quão rápido você está falando;
- 3) Adotar um tom de voz paternal;
- 3) Nunca presuma três coisas: que as pessoas acreditaram em você / nunca presume q as pessoas entendem você e nunca presuma que as pessoas não têm dinheiro;
- 4) Conte a verdade até q isso doa;
- 5) Aponte as desvantagens;
- 6) Se vc não recebe comissão diga que você não recebe, e se vc recebe, diga, mas sem exageros;
- 7) Use a palavra escrita;

- 8) Use números exatos;
- 9) Se Vista bem;
- 10) Use depoimentos e quem mais esta dizendo a mesma coisa; e
- 11) Use "Se eles podem fazer isso, eu também posso".

Fatores Subliminares que influenciam nosso alvo/convencimento

Phatos - vamos aprender como distorcer a percepção da pessoa sobre vc ou sobre seu produto.

Os defeitos abaixo citados são importante de serem observados p. saber como a mente do ser humano funciona, assim vc eh mais eficaz quando se quer persuadir.

Todo ser humano tem defeitos (medo, vergonha, culpa, desejos, adoram ser adorados)...Só que o problema está no exagero destes, pq todos estes "defeitos" abaixo por si só são nulos, observe:::

*** Preguiça –

*** Ganância - sempre temos a tendência de querer mais por menos –

*** Egoísmo - todo mundo pensa p. si mesmo,

*** Ambição - Todos querem melhorar no futuro sua condição de vida e não atualmente, Pensa-se em longo prazo.

*** Ignorante - É impossível tbm um ser humano saber tudo sobre algo,

*** Vaidade - Todo mundo tem vaidade, todo mundo quer parecer melhor, todo mundo quer ser considerado de uma forma positiva, parecer bonito, respeitado, admirado.

*** Impaciência - Se vc pode ter 100 reais agora, vc quer agora e não daqui a três dias.

- Fator E (E de Expediente)

Todo mundo vai procurar da forma melhor possível, e mais rápida de conseguir o que quer sem considerações nas conseqüências... todos têm essa tendência. O único freio sobre isso é o controle mental e a disciplina.

- Quatro tipos de suposição sobre a Mente do ser Humano:::
Existem dois tipos de pensamento:

*** Superficial (quer emoções)

*** Sistemático (quer razões)

Outros dois fatores:::

Fatores pessoais afetam esse modo de pensar

Persuasão esta influenciada pelo modo de pensar, ou seja, se a pessoa pensa da forma sistemática, vc tem q utilizar outra maneira p. influenciar a pessoa, assim como se ela pensar da forma superficial.

O fato q a pessoa pensa da forma sistemática, e persuadi-la, o resultado da sua persuasão dura p. longo prazo.

Mas a maioria das pessoas pensam da forma superficial, não sistemática.

Pergunta chave = como nós podemos modificar o modo de pensar das pessoas, como posso influenciar a pessoa a pensar da forma sistemática p. superficial, e vice-versa??

Se eu quero fazer com que a pessoa que pensa da forma sistemática p. superficial eu tenho dar fatores subliminares, ou seja, distorcendo a emoção da pessoa, pois a pessoa decide por fatores emocionalmente.

- Os fatores subliminares são:::

Se eu quero q a pessoa pense de forma sistemática tenho q utilizar uma lista de argumentos, mas deve servir as necessidades das pessoas q quero persuadir. Por ex; minha filha quer comprar um tênis, e no caminho do shopping, eu penso sobre os tênis q vão custar mais barato, q vão durar mais, servir p. q ele quer etc... agora na cabeça do filho pensa assim, eu quero um tênis q estejam na moda, q impressione minha namorada, q um artista use. Então sua lista de argumentos devem convencer ele e estar de acordo p. as necessidades dele. P. persuadir a pessoa eh convencê-la, deve-se fazer perguntas p. conhecê-la.

FITA 03 - Faixa 03 e 04

Fatores sutis, se vc der duas opções, uma fácil e uma difícil, a pessoa vai escolher a mais fácil.

1) Fator de Gostar - se vc gostou do persuasor, vc vai gostar da msg dele. Assim vc vai acabar sendo persuadido por ele. Têm-se dois funcionários, um q vc gosta e outro não, observe então a maneira q vc os trata, o funcionário q vc gosta mais vc vai perdoar mais, vai passar por cima de mtos erros, e imperfeições do trabalho dele, o do funcionário q vc não gosta vc vai ver mais defeito. Então se deve fazer tudo p. usar o carisma = use sempre o nome da pessoa, o humor tbm p. encantar a pessoa etc.

Na vida real = se vc fizer com q o cliente goste de vc, ele compra de vc. A importância de ser uma pessoa simpática = uma pesquisa foi feita e notou-se que as

peças antipáticas recebiam menos multas de estacionamento e tal. É mais importante parecer bom do que ser bom. O que determina o nível das pessoas q gostam de vc, não é apenas sua aparência, e sim tbm o seu jeito que determina isso, ou seja, é o seu nível de simpatia que ajuda isso, o seu carisma tudo isso, aumenta seu poder de convencer as pessoas.

2) Fator de Reciprocidade - Lei da reciprocidade: se alguém q vc não conhece, tenta ser gentil e sorri p. vc, vc sorri tbm! Se vc ganha um presente, vc vai sentir um vácuo mental de dar algo de volta. Não existe nada de graça no mundo, e se for de graça mesmo, provavelmente ele não vale nada.

Por ex: Se vc está negociando o preço de um carro q custa 10.000... de uma oferta menor do q a normal... por ex. sugira 8.000, e não 9.000. Pq aí o dono do carro vai dizer q não dá.. é pouco, faça por 9.000 aí vc aceita.. pq ele diminuiu 1.000 e vc aumentou mais 1.000, então está em harmonia, tudo certo, ok... é isso..

Continuação sobre reciprocidade.

*** Quando lhe oferecem algo gratuito, vc deve tomar cuidado, pq ele provavelmente vai querer algo em troca, tipo ele dá um almoço grátis, mas neste almoço ele vai querer talvez vender algo p. vc... aí vc vai se sentir meio "obrigado" a dar algo de volta, ou seja, comprar o q ele tá querendo vender, já q o almoço foi grátis... tome cuidado. Se for p. dar presentes onde não queiras parecer suborno, dê flores, meias, etc... Por isso q empresas proíbem q seus funcionários ganhem algo de seus clientes de presente, pq aí ele vai se sentir incumbido de fazer algo por ele podendo ser até algo ilegal na empresa.

3) Fator /Técnica de Escassez - se vc quer demonstrar p. alguém q vc tem o produto limitado ou de tempo limitado, ela vai valorizar mais o seu produto ou serviço. Por ex. Quando dizem "Vagas limitadas", ou seja vc quando lê dá mais valor. Ou quando tem numa loja "Vendido, vendido, reservado" aí tbm dá sutilmente a idéia q o negócio é bom, tem qualidade, é valorizado...Isso funciona mesmo! Para nós serve como um atalho mental, agente pensa q como tá limitado, é pq é bom, tem qualidade.

* Técnica para fazer a pessoa dizer sim p. uma compra - Técnica Fechamento do Boutique - por ex. uma senhora entrou numa loja de roupas e viu uma saia, só q tem um preço um pouco caro... daí o vendedor chega e diz, "Hum não sei se temo-la no seu tamanho senhora, posso verificar no estoque?" Daí a senhora permite e o vendedor pode dizer depois "Ahh,, a senhora tem sorte, esta é a última peça no seu tamanho, só temos ela pq vendemos mto na semana passada".... depois disso é mto provável q ela compre... pq? Pq o produto aparentou ser legal pq todo mundo comprou e tal.. ela não

pode perder aquela oportunidade, já que só tinha aquela... ---- "Coisa limitada deve ser boa!".

Complementos da Regra da Escassez

3.1) Regra do Tempo

*** Quanto mais tempo vc der p. a pessoa, menor a chance da pessoa decidir a seu favor, pq ai ele vai começar a pensar da forma sistemática. Quando menos tempo vc der p. ele decidir, maior a chance, pois ele pensará de maneira superficial. Pq "Mais tarde e nunca são sinônimos". P. vc convencer ele a comprar ,, vc tem q premiar a decisão do agora, dar p. ele um premio, diga q eh uma oportunidade limitada, deixa ele pensar q vai perder se não tomar uma decisão agora.

3.2) Segredo

*** Outra forma de escassez é a de informação, ou segredo, que significa mesmo uma escassez de informação, ou seja, uma informação que vc não tem, tenho uma vantagem que vc não tem. Por ex ::: quando vc limita o acesso a informação, ela fica mais valorizada.. Se vc proibir sua filha de sair com o namorado, ela vai querer mais ainda sair com o namorado. Pq o ser humano quer coisas que ele não pode ter. A Palavra segredo cria credibilidade instantânea.

Como aplicar as regras de Comparação, Autoridade e Coragem.

*** Regra de Comparação –

por ex. quando vc vê três pessoas na rua olhando p. cima, vc vai chegar perto e vai olhar tbm. Com essa idéia de modelar, vc pode influenciar mto facilmente, modificar o comportamento de mtas pessoas. Pq o raciocínio das pessoas é "Se mta gente ta fazendo uma coisa, é pq essa coisa deve ser boa!". O "Modelar" é mto eficaz e até perigoso, pq pode-se então fazer isso p. coisas perigosas, negativas... *** No ponto positivo vc pode utilizar no seu papo de venda :: Milhares de pessoas estão utilizando este serviço da empresa ou Milhares de clientes satisfeitos.

*** Regra da Autoridade –

Quem tem autoridade é mais convincente. Outra coisa, utilizar as palavras características da coisa q vc trabalha, por exemplo, quando for vender o produto bijouteriar, fale : nylon, fechos, base, strass, etc, q são palavras correspondentes, os

jargões... cria autoridade. Use tbm um uniforme q simbolize o q vc trabalha. Utilizar tbm um título "O especialista tal de tal país hoje estará aqui dando uma palavra / Vice-presidente da maior rede de distribuição...". Se vc não for autoridade no campo, pegue pessoas com vc q sejam autoridades.

*** Fator de Colagem - É um processo de vinculo emocional com uma outra coisa. Quando vc declara sua posição em publico, vc ficará com esta opinião por muito tempo. O outro lado da moeda eh tipo "Se o barco esta afundando, pare de rezar, PULE!!" um provérbio em inglês. Outra, vc pode e deve convencer a pessoa camada por camada, de pouquinho em pouquinho. Por exemplo, na sedução vc vai fazendo com q a pessoa primeiro aceite sua presença, depois um pouco mais, ai depois pega amizade, p. depois dar umas insinuadas ate ele se acostumar e querer namorar vc,, camada por camada é mais eficaz do q pedir logo o menino em namoro...

*** Fator de Fechamento - Faça com q o persuadido concorde com uma coisa pequena, sem conseqüência, ai depois vc pede algo um pouco mais difícil. Por ex. Na sala de espera de um consultório medico, uma enfermeira vem e pergunta se vc pode colocar sua assinatura p. obrigar o governo a aumentar nossas instalações p. atendimento de recebimento de sangue, ai ok, vc da a assinatura pq é uma causa justa, mas depois de ter feito este compromisso mental com vc, a enfermeira vem e diz "Já q o senhor colaborou com a assinatura p, melhoria do nosso banco de sangue, o senhor não poderia doar sangue p. nós, eu o acompanho até a sala, fica logo ali", pronto, tipo ele já atinha se comprometido antes e agora ok q tem algo um pouco mais difícil, mas ele certamente desta forma irá aceitar.

Quando vc quer persuadir alguém, comece com algo pequeno e depois vá adicionando as coisas até vc chegar ao seu objetivo final.

Mais uma coisa que vc pode fazer com este compromisso mental, e controlar o comportamento das pessoas com elogios por ex: Uma mãe fala para seus filhos, "Olha meus filhos vocês são maravilhosos, vocês são honestos, organizados etc". Com isso eles vão fazer isso para manter o amor da mãe com relação a ela dizer que eles são maravilhosos. Os elogios influenciam muito com o comportamento da pessoa, pois sempre que você elogia uma pessoa, elas tentam continuar este compromisso mental com aquele elogio que você fez.

*** Poder de Premiar – Diminui com o tempo, ou seja, vc terá q dar sempre um prêmio para ele fazer a coisa, é muito oneroso e não tem o efeito com o propósito legal, perde-se dinheiro. A percepção de quem é premiado também é importante. Aumenta o comportamento.

*** Elemento de Punição - Diminui o comportamento e também diminuem com o tempo. Por exemplo: Um pai e pune seus filhos constantemente, daí os filhos vão fazer duas coisas: Ou vão fugir de casa, ou vão encontrar uma maneira para tolerar esta dor. As pessoas não vão gostar de vc, é aplicável melhor em uma só pessoa e não um grupo. Assim como é difícil de escolher a punição.

Para se modificar o comportamento das pessoas, tem q mudar a consequência do comportamento das pessoas.

*** Fator da Associação – é associar algo a outra coisa, o que aconteceu muito nos comerciais de cerveja, onde tinham muitas mulheres lindas perto de homens bebendo cerveja, assim cria um vinculo, quando vc tomar cerveja, vc vai pensar na mulher bonita e tudo mais, ou seja, é uma sensação prazerosa. Também quando há apresentações de novos modelos de carro, tem sempre perto umas mulheres muito bem arrumadas e lindas só mostrando o carro, ou seja, há também esta vinculação, é uma experiência positiva, pq quando vc comprar o carro, vc vai associar naquela mulher bonita, vc poderá ter essa experiência de ter uma mulher bonita do seu lado etc. E é difícil de desvincular isso, é forte. Esta associação não deve ser exagerada, não deve tomar a atenção toda.

Outra coisa, quando você esta fazendo uma “entrevista” ou qualquer coisa que queira te favorecer num restaurante, por exemplo, fale coisas positivas quando a sobremesa tiver chegando, quando a comida estiver vindo, e não quando vocês ainda estiverem esperando muito a comida ou bebidas, quando houve uma interrupção.

Técnicas Verbais para persuadir

“Para dizer a verdade”, “francamente”, “Honestamente” são palavras que legitimam uma afirmação, quando esta não é tão verdadeira.

Desafiadoras da Lógica

São frases que vc pode usar para desafiar a lógica da outra pessoa. Por ex: “Oi eu sou vendedor de tal loja e gostaria de mostrar meus produtos p. vc”, aí o outro responde “Não, não vou te escutar, não nenhum interesse, tchau!” Aí vc responde pelo reverso instantâneo, vc deve dizer “É exatamente por isso q vc tem q me ouvir”. O objetivo é não dar um argumento muito bom, mas que haja um curto circuito na cabeça da outra pessoa. Se a pessoa disser que é muito caro, vc diz “É exatamente por isso que vc deve comprar, nosso produto pode ser um pouco caro, mas é o melhor no mercado”. Quando alguém por ex. diz “Quero sair desta firma, ser demitido”, aí vc usa um pouco de teatro, pareça bem pensativo e fale “Mas fulano, pq vc quer fazer isso?”, ou seja, vai fazê-lo pensar novamente pq talvez ele não tenha pensado nisso antes.

Frases para evitar conflitos “Eu sei exatamente o que vc se sente, eu senti da mesma forma, mas quando haver qualquer problema achei”.

Lógicas Falsas

*** Falácias – Apele para exemplos como “se muitas pessoas acreditam, então deve ser verdade”. Abra seus olhos para não cair nessas coisas, e critique essas coisas, quando dizem “Todos já sabem que”, “Já foi contestado que..”, etc. Quando não tem uma justificativa legal, alguém quer mexer com sua cabeça.

“Eu não diria isso se não fosse bom”, “Nós não chamamos vc, se não precisamos de vc”, “Eu não diria isso se não fosse provado” etc... todas essas frases simbolizam uma lógica circular, ela prova com a própria frase que é verdade, mas cuide-se para não enganar-se com essas frases caso usadas erroneamente.

*** Dicotomia falsa – é quando a pessoa que fala com vc esta tentando dividir a opção em duas partes ou opções, cuide-se quando a pessoa esta limitando o número de opções, principalmente quando ele fala “Apenas”. Por ex: “Armas não matam”, “Todos os policiais recebem propina”, etc.

*** Retórica – quando adiciona-se algo ou tirando que muda tudo. Por ex: “Mais de 60% das pessoas sofrem de dor das hemorróidas”. Isso quer dizer que 60% do povo sofre com a dor das hemorróidas e não 60% do povo tem hemorróidas.

*** Inoculação – É uma proteção. Quando vc protege uma crença ou atitude que já existe, protege esta atitude contra novas atitudes. Por ex. “Se vc tem uma pessoa q acredita na marca X, e vc quer q essa pessoa sempre compre esta marca e não a outra, então não é só importante convencer e sim manter a mesma idéia e conceitos, e resistir a novas idéias. Assim p. isso vc deve aplicar esta regra de inoculação.

Se vc por ex. fala p. seus soldados numa base aérea “Olha eu quero que todo mundo aqui da minha equipe prepare-se para um ataque a 5 min.” Aí eles começarão a cavar, fazer um monte de coisas p. se proteger, eles não sabem quando vai acontecer e tudo, mas assim vc não deixa espaço para eles perderem a criatividade. O fato de eles só saberem isso, faz com que eles fiquem mais criativos.

Então 1) Avisa ao seu grupo que um ataque vai acontecer 2) Aplique o ataque fraco 3) Não ofereça assistência e veja o que esta acontecendo. Isso funciona pq estimula o pensamento criativo, este ataque fraco. E também este pensamento criativo fortalece a atitude, a crença na idéia; e causa também o pensamento sistemático, ou seja, resultados a longo prazo serão obtidos.

Se vc quer q o seu cliente compre de vc sempre, mande uma carta dizendo p. eles que a competição talvez vai dizer tal e tal sobre o nosso produto, mas vc tem q lembrar q isso e isso é verdade, ou seja, preparando eles sobre um ataque da concorrência e lembrando/ imunizando eles dos concorrentes.

Técnicas de Como Pedir Favor

Como utilizar segredos para pedir favor:

- 1) Vc conta o segredo;
- 2) Faça uma confissão;
- 3) Peça o favor.

Por ex. vc quer se promover na empresa, ganhar um aumento. Ai vc procura a pessoa mais bocuda da empresa, e pergunta “Olha guarda segredo por favor, não conta para ninguém ta ?” Ai vc diz:” olha vc ouviu rumores de eu ganhar uma promoção aqui na empresa?” Ai o menino fala que não, mas em pouco tempo todos estarão fazendo rumores sobre sua promoção, até a gerencia... ai eles podem pensar empiricamente disso, não vai abusar eles tanto, vai ser prazeroso p. eles pq não foi forçado.

Use o nome da pessoa no início da frase, incline sua cabeça um pouco, dê um sorriso e diga de novo o nome da pessoa, por exemplo, “João, gostaria q vc leva-se isso até a outra sala? (dê um sorriso) Você pode fazer isso João para mim?”. Tudo porque o “NOME” é tudo, é como se fosse um mantra p. nós, é importante ouvir, quem fala tem mais controle sobre a pessoa.

A maneira que vc usa sua voz é super importante também. Para pedir algo e não parecer fraco, não pergunte de forma interrogativa mais fraca e sim mais forte, tipo “baixo, baixo, baixo e alto”. Outra coisa é sempre explicar o porque, que já é suficiente para criar a obrigação do outro lado.

Como convencer os outros pelo jeito pessoal: Carisma – É o presente especial, um presente de Deus, uma habilidade natural. É a terceira forma de autoridade. É uma forma não verbal de comunicar suas crenças, idéias e habilidades. Elas expandiram seu centro de experiências, sabem como comunicar com o universo inteiro.

Para aumentar o carisma:

Regras

- 1) Quando vc encontrar as pessoas, trate-as como rainhas, ou as melhores pessoas q vc encontrou no dia;
- 2) Aperte a mão da pessoa quando chegar; Mas apertar a mão bem firme e olhe nos olhos e transmita algo positivo através das mãos, pois grande parte das nossas idéias ;
- 3) Todo mundo gosta de ouvir elogios, e são incontáveis, tente utilizá-los sinceramente claro, mas elogiar as coisas que ela faça, e não para a pessoa em si. NÃO diga: vc é um excelente carpinteiro”, e SIM “Vc fez um trabalho muito bom”.
- 4) Sorria dois segundos a mais do que vc queira realmente, sorria um pouco mais;
- 5) Vista-se bem, pois é sua embalagem para o mundo inteiro, e isso vc transmite em segundos o que vc é. As pessoas decidem em apenas 3 segundos o que elas acham de você, quem é você etc, tudo pela primeira impressão.
- 6) Desenvolva um bom senso de humor, isso é muito, muito eficaz. Não precisa lembrar de todas as piadas, mas divirta-se também com o que vc fala, pois as pessoas gostam de olhar outras que estão se divertindo.

É legal entender as cinco piadas principais, que são elas:

- 1) Quando se exagera algo;
- 2) Colocação estranha da palavra ou má colocação da palavra, ou distorcer a palavra;
- 3) Debochar da pessoa;
- 4) Piadas engraças e estúpidas, bobas;
- 5) As que tem uma surpresa no fim.

Não pense no que você quer das pessoas, e sim no que você pode dar para receber o que quer, e faça isso através das técnicas.

“O que importa na vida não é o que vc tem, e sim o que vc fez do que vc tem!”

Persuadir através das Técnicas Verbais

Pertence ao modelo antigo de persuasão.

Capítulo de Decisões (Que forcem a palavra SIM)

*** Escala de Um a Dez

Se vc quer convencer alguém e quer dela uma decisão, vc fala p. a pessoa “Senhor João por favor me ajude, eu dei p. vc uma proposta, e vc acabou de dizer que precisa analisar esta proposta e tal, então me ajude. Na escala de um a dez (sendo um = não vamos fazer negocio e Dez = negocio fechado). Ai ele responde, acho que vc está com um 6... então ok, o que falta para Dez ? Seu oponente dirá talvez, que precisa baixar o preço. Então assim vc vai saber a objeção real dela. As pessoas não querem/ gostam de dar essa objeção, por que assim ao saber, vc pode fazer com que esta objeção seja eliminada e ele compre. Mas sabendo desta objeção vc tem como fazer com que ele compre, ou concorde etc.

*** Técnica de Última Objeção

Se alguém diz p. vc que o preço ta alto, ai vc pergunta “OK, senhor João, sua posição é muito interessante, mas alem do preço tem alguma outra objeção e te impeça de te comprar agora?” ai ele responde “Sim, o prazo de pagamento também”. Ai vc diz “Ok, este também é muito importante, que precisamos fazer para sua satisfação. Mas além disso existe mais alguma objeção?”, e ele talvez dirá “Não, só isso, resolvendo estes dois podemos fechar o negócio”. Lembre-se: Para convencer qualquer pessoa, vc tem que conhecer o real pensamento da outra pessoa, e isso é feito através de perguntas. Perguntas desafiam o raciocínio, e quando vc desafia o raciocínio, vc pode abrir a cabeça da outra pessoa e com isso vc pode conduzi-la para a decisão certa.

Outro exemplo, se vc quer saber se uma pessoa quer trabalhar p. vc, podes perguntar “Ok, vc já sabe sobre a posição e a vaga q temos” E gostaria de saber onde estamos na escala de um a dez sendo (um – não trabalhar aqui, e dez – trabalhar aqui), aí vc pergunta o que falta p. 10. Se vc souber as objeções para chegar a 10, vc poderá usar mais argumentos eficazes para que ela fique.

*** Técnica de Nixonext

Significa que vc nunca seja exato nas suas declarações. Por exemplo se te perguntarem se vc fez algo nunca diga “Não, não fiz.”, diga “No que eu me lembro, não fiz não” ou “Se não me falha a memória eu não fiz.”, ou “No que eu lembro, eu não fiz isso.” “Por melhor que eu lembro, eu não fiz isso”. Isso é para evitar de outra pessoa ter provas que comprovem que vc fez e vc ter dito tão sinceramente que não fez, aí vc perde a credibilidade e na próxima vez que vc negar ou não, ninguém vai acreditar em vc.

*** Técnica de Evitar Conflitos

Quando alguém esta discordando de vc, ou falar algo que não concorde com o que vc pensa, não diga “Sim mas....” e sim diga “ Sim, e ...? ” e também tente dizer “Eu entendo sua posição, ao mesmo tempo etc...” .

Por ex. o cliente diz “Mas seu preço é muito caro” ai vc diz “Eu entendo a sua posição, mas ao mesmo tempo nosso produto é o melhor no mercado e existem características que não existem no mercado, e por isso o preço esta justificado”.

*** Truque de Sentir

Quando um cliente após você dizer o preço diz que é muito caro, você diz “Eu sei exatamente o que você sente, mas eu também me senti da mesma forma, mas vimos os nossos preços com o mercado e ...” ou ainda melhor = “Eu até concordo com o senhor, eu sei exatamente o que sentes, eu também senti da mesma forma, mas realmente quando comparamos os preços com o mercado vimos que nosso produto tem”. ou “Nós cobramos muito mais, mas oferecemos muito mais.” No final da sentença.

*** Exemplo de Difusão

Quando você está neutralizando um desacordo.

Por exemplo: Dois políticos discutem sobre impostos, o primeiro diz “Olha parece que seu partido esta fazendo tudo para aumentar os impostos, quanto eu estou fazendo tudo para diminuir”. O legal aqui é neutralizar a situação dizendo “Olha parece que estamos de acordo aqui, não parece que estamos em desacordo, nós queremos que o nosso país prospere e que tenha o sucesso no fim”. Ou seja, usou um assunto bem mais alto e acima do problema dos impostos. Se vc disser “Oh eu concordo com você de que precisamos manter os impostos baixos” aí ele pode dizer “Ah é, e pq então vc fez tudo p. manter os impostos altos!”. Aí você se lasca todinho sem ter como responder, é mais

eficaz colocar um assunto mais acima. (para um debate, antes em panfletos e na mídia você coloca tópicos em que discorda ou critica no plano do adversário, e deixa que ele te pergunte, provoque-o para achar teus pontos fracos, e deixe-o fazer perguntas sobre teu ponto fraco, não faça várias ataques gratuitos, deixe o povo pensar que você está sendo atacado, o ataque se justifica somente em relação a defesa, fazer o povo pensar que está sendo atacado)

*** Trocar o lugar

Use este truque quando alguém esta fazendo uma cosia totalmente errada, mas que vc não queira colocar isso de uma forma totalmente aberta. Por exemplo: Eu sou um vendedor e visitei um cliente mais de dez vezes, e ele sempre diz “quero mais tempo, não decidi ainda”... Aí você usa este truque. Assim você estará acusando uma terceira entidade, em vez de acusá-lo de forma aberta como “Então vamos, decida de uma vez, eu já vim aqui mais de dez vezes!”, você deverá fazer assim “Sr. Cliente, coloque-se no meu lugar um minuto, imagine que você está falando com uma pessoa que respeita muito, e vc mostrou p. ela um produto/ serviço excelente, e você mostrou todos os motivos p. ela fazer isso, só que ela não quer dar nenhuma posição e não dá p. vc nenhuma explicação pq não dá nenhuma posição?”, a terceira entidade seria a pessoa que respeito muito, e acuse esta, ou seja, evita conflitos. Vc acuse esta terceira entidade e não a pessoa diretamente, então é mais suave a acusação.

Vc também tem que conhecer os significados sutis das frases, proteger-se de dar sinais de maneira não intencional. Vc não precisa ser habilidoso ao analisar seus significados ocultos, mas ser também cuidadoso em não demonstrar seus significados ocultos.

*** Técnicas Verbais

Grupo de Opostos – São frases que os outros usam ou vc pode usar tbm, que significam exatamente o que vc não quer dizer. Se alguém usa estas frases p. vc, cuide-se. “É minha humilde opinião...”, “Ela é uma excelente freqüentadora da igreja..”, “Podemos tratar destes detalhes mais tarde”, “Não se preocupe”, “Eu não estou sugerindo”. Todas estas são excelentes maneiras de mostrar para alguém que vc suspeita, de uma maneira não acusatória.

Por ex. na sua loja sempre quando vc fecha a loja, percebe que no caixa sempre sai uns reais do que vc tinha calculado. Vc pode falar para a pessoa suspeita o seguinte “Olha João, eu não estou sugerindo que vc é a pessoa responsável pelo desaparecimento de dinheiro aqui, mas me ajude aqui de cuidar com mais detalhes, já que vc cuida do dinheiro todo dia, conte ele com mais cautela”. Desta forma vc esta insinuando que ele esta roubando, mas não de forma aberta. Dizendo isso é uma excelente maneira de fazer isso.

Como também dizer a frase “Eu não estou ofendido”, a pessoa se sentirá culpada de uma maneira não acusatória. Por ex. “Nossa, parece que sempre a gerencia tem uma maneira de roubar um pouquinho do nosso dinheiro que agente merecia mais que eles”, por vc gostar do funcionário mesmo, vc pode dizer “Olha João, muitas pessoas poderiam se sentir ofendidos com isso que vc falou agora, mas Eu não estou ofendido pelo q vc falou, pq eu sei q na sua profundidade vc é uma pessoa leal, trabalhadora etc... É legal esta técnica por que vc diz uma coisa, e vc deixa a pessoa sabendo exatamente de outra coisa, ela sabe exatamente que vc ficou ofendido e que deve tomar cuidado com vc.

*** Técnica do “Eu não estou ligando“ ou “É fácil para mim negar”

Por exemplo, vc é um político e alguém esta lhe acusando de algo, aí em vez de vc dizer que não fez de jeito nenhum, diga “É fácil para mim negar, mas será que eh justo eu responder por tantas acusações dos meus opositores? Claro que eu não estou sugerindo que meu opositor fez parte desta sugestão tão cruel”.

*** Técnicas de Introdução

Usa-se antes de fazer uma declaração monumental, como por exemplo “Conforme vc esta ciente...; Antes que eu me esqueça...; E... apropósito...”.

“Conforme vc esta ciente (ou “E como vc já sabe”, “Ah! Quase esqueci...”), possuímos 52% da empresa ABC. Naturalmente vc não sabe que se trata de um ponto importante, eles estão tentando colocá-lo na justiça.”, mas o “Conforme vc está ciente” dá uma abafada este impacto monumental da frase. Estas introduções amortecem o efeito de uma declaração monumental.

*** Decepções

Pq tem a finalidade de enganar a pessoa, colocando isso numa frase simples. “Nunca me formei na faculdade, mas “, “Não é da minha conta, mas...”, “Eu sou apenas um pobre rapaz, mas...”. Quando alguém diz isso na verdade quer dizer que Apesar da pessoa “nunca ter se formado na faculdade” ela sabe mais q vc...etc.

*** Frases Preparadoras

Preparar a mente da pessoa p. algo. Por ex. a frase “Eu não quero que vc leve isso pessoalmente”. Quando alguém quer lhe dar más notícias, ela pode falar isso, ou vc. Como exemplo um funcionário diz esta frase antes de dizer que quer sair da sua empresa, se demitir. O que vc deve fazer é desafiar a pessoa, falando “Amigo vc quer sair da empresa, eu estou feliz por vc, vc merece coisas boas na vida, mas se vc ta me pedindo para não levar isso pessoalmente, eu vou levar pq eu acho que eu tenho muito mais do que um relacionamento simples de funcionário e gerente aqui, temos a amizade e fraternidade etc. Mas me diga uma coisa, quando poderemos trabalhar juntos novamente ?”. ou por exemplo um vendedor diz “Olha eu não quero colocar nenhum

tipo de pressão sobre o senhor, mas se não existe nada que lhe desagradou, qual seria o motivo do senhor não fechar negócio comigo hoje?”. Outra forma de preparar a pessoa seria exagerar na pergunta, por exemplo, ao pedir um favor, espere 3 segundos e exagere na pergunta, por exemplo, “Olha fulano eu gostaria de um grande favor seu. Espere 3 segundos. Eu gostaria que vc me emprestasse 50 reais”. Durante os 3 segundos tantos favores enormes passaram na cabeça da pessoa (de emprestar R\$ 1.000,00 reais ou mais que isso...) que quando ela escutar que quer 50 reais, vai achar pouco e lhe emprestará ☺.

Subgrupo *** Frases Balões de Ensaio

Quando vc quer sugerir uma nova idéia e vc não sabe se a pessoa aceitará bem esta idéia, sem um choque ou resistência inicial. É só apresentar as idéias como balões de ensaio, como “Pensando bem no assunto, eu”, “O que aconteceria se..”, “Imagine que nós..” e “Ainda não pensei muito sobre isso, mas “Apenas suponha que nós façamos tal...”, ou seja, esta testando sua reação, pq se sua reação for forte, ele mudara de idéia e se não, ele construirá camada por camada até que vc aceite.

*** Frases Justificadoras

Estas frases justificam uma possibilidade de erro no futuro, ou seja, prepara a pessoa para talvez não ser feito o que vc quis, temos os exemplos de “Eu vou tentar fazer o melhor que posso fazer”, “Eu vou ver o que posso fazer” ou “Olha eu vou tentar tal...”, “Sim, eu acredito que eu vou ...”.

Técnicas de Persuasão e Lavagem Cerebral Sendo Usadas Atualmente No Público

SUMÁRIO

O nascimento da conversão religiosa/lavagem cerebral no Revivalismo Cristão em 1735. A explicação pavloviana das três fases cerebrais. Pregadores renascidos: passo a passo, como eles conduzem o reavivamento e os resultados fisiológicos esperados. A técnica de "voz ritmada" usada por pregadores, advogados e hipnotizadores. Novas igrejas do êxtase. Os seis passos para a conversão. O processo de decoguição. Técnicas de parar o pensamento. A técnica "venda com fanatismo". Os verdadeiros crentes e os movimentos de massa. Técnicas de persuasão: "sim, sim", "comandos embutidos", "choque e confusão" e a "técnica intercalada". [Técnicas] subliminares. Vibrato e ondas ELF [frequência extremamente baixa]. Indução ao transe com vibrações sonoras. Mesmo observadores profissionais serão "possuídos" nas assembléias carismáticas. A

técnica "única esperança" para assistir e não ser convertido. Programação não-detetável com Neurofone, através da pele. O meio de controlar as massas.

Eu sou Dick Sutphen e esta fita é uma gravação de estúdio, uma versão expandida de uma conferência que fiz na Convenção do Congresso Mundial de Hipnotizadores Profissionais em Las Vegas, Nevada. Embora a fita traga um copyright para protegê-la de duplicações e vendas ilegais, neste caso, eu convido os indivíduos a fazer cópias e dá-las aos amigos ou qualquer pessoa em posição de divulgar esta informação *. Embora eu tenha sido entrevistado acerca deste assunto em muitos locais, rádios e programas de entrevistas em TV, os meios de comunicação de massa parecem estar bloqueados, porque isto poderia resultar em desconfiança e investigações dos meios de divulgação e de seus patrocinadores. Algumas agências governamentais não querem que esta informação seja divulgada. Nem os movimentos de Novos Cristãos, os cultos, e mesmo muitos treinadores de potencial humano.

Cada uma das coisas que vou relatar apenas exporá a superfície do problema. Eu não sei como o abuso destas técnicas pode ser parado. Eu não penso que seja possível legislar contra algo que freqüentemente não pode ser detectado; e se os próprios legisladores estão usando estas técnicas, há pouca esperança de o governo usar leis assim. Sei que o primeiro passo para iniciar mudanças é gerar interesse. Neste caso, apenas um movimento subterrâneo poderia provocar isto.

Falando deste assunto, estou falando acerca de meu próprio negócio. Eu sei disto, e sei quão efetivo isto pode ser. Eu faço fitas de hipnose e [de técnicas] subliminares, e, em alguns de meus seminários, uso táticas de conversão com os participantes para torná-los independentes e auto-suficientes. Mas, sempre que uso estas técnicas, eu ressalto que estou usando-as, e todos podem escolher entre participar ou não. Eles também sabem qual será o resultado desejado.

Então, para começar, eu quero declarar o que é o fato mais básico de todos acerca de lavagem cerebral: EM TODA A HISTÓRIA DO HOMEM, NINGUÉM QUE TENHA SOFRIDO LAVAGEM CEREBRAL ACREDITARÁ OU ACEITARÁ QUE SOFREU TAL COISA. Todos aqueles que a sofreram, usualmente, defenderão apaixonadamente os seus manipuladores, clamando que simplesmente lhes foi "mostrada a luz"...ou que foram transformados de modo miraculoso.

O Nascimento da Conversão

CONVERSÃO é uma palavra "agradável" para LAVAGEM CEREBRAL...e qualquer estudo de lavagem cerebral tem de começar com o estudo do Revivalismo Cristão no século dezanove, na América. Aparentemente, Jonathan Edwards descobriu acidentalmente as técnicas durante uma cruzada religiosa em 1735, em Northampton, Massachusetts. Induzindo culpa e apreensão aguda e aumentando a tensão, os "pecadores" que compareceram aos seus encontros de reavivamento foram completamente dominados, tornando-se submissos. Tecnicamente, o que Edwards estava fazendo era criar condições que deixavam o cérebro em branco, permitindo a mente aceitar nova programação.

O problema era que as novas informações eram negativas. Ele poderia então dizer-lhes, "vocês são pecadores! vocês estão destinados ao inferno!". Como resultado, uma pessoa tentou e outra cometeu suicídio. E os vizinhos do suicida relataram que eles também foram tão profundamente afetados que, embora tivessem encontrado a "salvação eterna", eram também obcecados com a idéia diabólica de dar fim às próprias vidas.

Uma vez que um pregador, líder de culto, manipulador ou autoridade atinja a fase de apagamento do cérebro, deixando-o em branco, os sujeitos ficam com as mentes

escancaradas, aceitando novas idéias em forma de sugestão. Porque Edwards não tornou sua mensagem positiva até o fim do reavivamento, muitos aceitaram as sugestões negativas e agiram, ou desejaram agir, de acordo com elas.

Charles J. Finney foi outro cristão revivalista que usou as mesmas técnicas quatro anos mais tarde, em conversões religiosas em massa, em Nova Iorque. As técnicas são ainda hoje utilizadas por cristãos revivalistas, cultos, treinadores de potencial humano, algumas reuniões de negócios, e nas forças armadas dos EUA, para citar apenas alguns. Deixem-me acentuar aqui que eu não creio que muitos pregadores revivalistas percebam ou saibam que estão usando técnicas de lavagem cerebral.

Edwards simplesmente topou com uma técnica que realmente funcionou, e outros a copiaram e continuam a copiá-la pelos últimos duzentos anos. E o mais sofisticado de nosso conhecimento e tecnologia tornou mais efetiva a conversão. Sinto fortemente que esta é uma das maiores razões para o crescimento do fundamentalismo cristão, especialmente na variedade televisiva, enquanto que muitas das religiões ortodoxas estão declinando.

As Três Fases Cerebrais

Os cristãos podem ter sido os primeiros a formular com sucesso a lavagem cerebral, mas teremos de ir a Pavlov, um cientista russo, para uma explicação técnica. Nos idos de 1900, seu trabalho com animais abriu a porta para maiores investigações com humanos. Depois da revolução russa, Lênin viu rapidamente o potencial em aplicar as pesquisas de Pavlov para os seus próprios objetivos.

Três distintos e progressivos estados de inibição transmarginal foram identificados por Pavlov. O primeiro é a fase EQUIVALENTE, na qual o cérebro dá a mesma resposta para estímulos fortes e fracos. A segunda é a fase PARADOXAL, na qual o cérebro responde mais ativamente aos estímulos fracos do que aos fortes. E a terceira é a fase ULTRA-PARADOXAL, na qual respostas condicionadas e padrões de comportamento vão de positivo para negativo, ou de negativo para positivo.

Com a progressão por cada fase, o grau de conversão torna-se mais efetivo e completo. São muitos e variados os modos de alcançar a conversão, mas o primeiro passo usual em lavagens cerebrais políticas ou religiosas é trabalhar nas emoções de um indivíduo ou grupo, até eles chegarem a um nível anormal de raiva, medo, excitação ou tensão nervosa.

O resultado progressivo desta condição mental é prejudicar o julgamento e aumentar a sugestibilidade. Quanto mais esta condição é mantida ou intensificada, mais ela se mistura. Uma vez que a catarse, ou a primeira fase cerebral é alcançada, uma completa mudança mental torna-se mais fácil. A programação mental existente pode ser substituída por novos padrões de pensamento e comportamento.

Outras armas fisiológicas freqüentemente utilizadas para modificar as funções normais do cérebro são os jejuns, dietas radicais ou dietas de açúcar, desconforto físico, respiração regulada, canto de mantras em meditação, revelação de mistérios sagrados, efeitos de luzes e sons especiais, e intoxicação por drogas ou por incensos.

Os mesmos resultados podem ser obtidos nos tratamentos psiquiátricos contemporâneos por eletrochoques e mesmo pelo abaixamento proposital do nível de açúcar no sangue, com a aplicação de injeções de insulina.

Antes de falar sobre exatamente como algumas das técnicas são aplicadas, eu quero ressaltar que hipnose e táticas de conversão são duas coisas distintas e diferentes -- e que as técnicas de conversão são muito mais poderosas. Contudo, as duas são

freqüentemente misturadas ... com poderosos resultados.

Como os Pregadores Revivalistas Trabalham

Se você desejar ver um pregador revivalista em ação, há provavelmente vários em sua cidade. Vá para a igreja ou tenda e sente-se acerca de três-quartos da distância ao fundo. Muito provavelmente uma música repetitiva será tocada enquanto o povo vem para o serviço. Uma batida repetitiva, idealmente na faixa de 45 a 72 batidas por minuto (um ritmo próximo às batidas do coração humano) é muito hipnótica e pode gerar um estado alterado de consciência, com olhos abertos, em uma grande porcentagem das pessoas. E, uma vez você esteja em um ritmo alfa, você está pelo menos 25 vezes mais sugestionável do que você estaria, em um ritmo beta, de plena consciência. A música é provavelmente a mesma para cada serviço, ou incorpora a mesma batida, e muitas das pessoas irão para um estado alterado de consciência quase imediatamente após entrarem no santuário. Subconscientemente, eles recordam o estado mental quando em serviços religiosos anteriores, e respondem de acordo com a programação pós-hipnótica.

Observe as pessoas esperando pelo início do serviço religioso. Muitas exibirão sinais exteriores de transe -- corpo relaxado e olhos ligeiramente dilatados. Frequentemente, eles começam a agitar as mãos para diante e para trás no ar, enquanto estão sentadas em suas cadeiras. A seguir, o pastor assistente muito provavelmente virá, e falará usualmente com uma simpática "voz ritmada".

Técnica da Voz Ritmada

Uma "voz ritmada" é um estilo padronizado, pausado, usado por hipnotizadores quando estão induzindo um transe. É também usado por muitos advogados, vários dos quais são altamente treinados hipnólogos, quando desejam fixar um ponto firmemente na mente dos jurados. Uma voz ritmada pode soar como se o locutor estivesse conversando ao ritmo de um metrônomo, ou pode soar como se ele estivesse enfatizando cada palavra em um estilo monótono e padronizado. As palavras serão usualmente emitidas em um ritmo de 45 a 60 batidas por minuto, maximizando o efeito hipnótico.

Agora, o pastor assistente começa o processo de "acumulação". Ele induz um estado alterado de consciência e/ou começa a criar excitação e expectativas na audiência. A seguir, um grupo de jovens mulheres vestidas em longos vestidos brancos que lhes dão um ar de pureza, vêm e iniciam um canto. Cantos evangélicos são o máximo, para se conseguir excitação e ENVOLVIMENTO.

No meio do canto, uma das garotas pode ser "golpeada por um espírito" e cai, ou reage como se estivesse possuída pelo Espírito Santo. Isto efetivamente aumenta a excitação na sala. Neste ponto, hipnose e táticas de conversão estão sendo misturadas e o resultado é que toda a atenção da audiência está agora tomada, enquanto o ambiente torna-se cada vez mais tenso e excitado.

Exatamente neste momento, quando a indução ao estado mental alfa foi conseguido em massa, eles irão passar o prato ou cesta de coleta. Ao fundo, em uma voz ritmada a 45 batidas por minuto, o pregador assistente poderá exortar, "dê ao Senhor...dê ao Senhor...dê ao Senhor...dê ao Senhor". E a audiência dá. Deus pode não obter o dinheiro, mas seu já rico representante, sim.

A seguir, vem o pregador fogo-e-enxôfre. Ele induz medo e aumenta a tensão falando sobre "o demônio", "ir para o inferno", e sobre o Armageddon próximo. Na última dessas reuniões que assisti, o pregador falou sobre o sangue que brevemente escorreria de cada torneira na terra. Ele também estava obcecado com um "machado sangrento de Deus", o qual todos tinham visto suspenso sobre o púlpito, na semana anterior. Eu não tinha nenhuma dúvida de que todos o tinham visto -- o poder da

sugestão hipnótica em centenas de pessoas assegura que entre 10 a 25 por cento verão o que quer que lhes seja sugerido ver.

Na maioria da assembléias revivalistas, "depoimentos" ou "testemunhos" usualmente seguem-se ao sermão amedrontador. Pessoas da audiência virão ao palco relatar as suas histórias. "Eu estava aleijado e agora posso caminhar!". "Eu tinha artrite e ela se foi!". Esta é uma manipulação psicológica que funciona. Depois de ouvir numerosos casos de curas milagrosas, a pessoa comum na audiência com um problema menor está certa de que ela pode ser curada. A sala está carregada de medo, culpa e intensa expectativa e excitação.

Agora, aqueles que querem ser curados são freqüentemente alinhados ao redor da sala, ou lhes é dito para vir à frente. O pregador pode tocá-los na cabeça e gritar "esteja curado!". Isto libera a energia psíquica, e, para muitos, resulta a catarse. Catarse é a purgação de emoções reprimidas. Indivíduos podem gritar, cair ou mesmo entrar em espasmos. E se a catarse é conseguida, eles possuem uma chance de serem curados. Na catarse (uma das três fases cerebrais anteriormente mencionadas), a lousa do cérebro é temporariamente apagada e novas sugestões são aceitas.

Para alguns, a cura pode ser permanente. Para muitos, irá durar de quatro dias a uma semana, que é, incidentalmente, o tempo que dura normalmente uma sugestão hipnótica dada a uma pessoa. Mesmo que a cura não dure, se eles voltarem na semana seguinte, o poder da sugestão pode continuamente fazer ignorar o problema... ou, algumas vezes, lamentavelmente, pode mascarar um problema físico que pode se mostrar prejudicial ao indivíduo, a longo prazo.

Eu não estou dizendo que curas legítimas não aconteçam. Acontecem. Pode ser que o indivíduo estava pronto para largar a negatividade que causou o problema em primeiro lugar; pode ser obra de Deus. Mas afirmo que isto pode ser explicado com o conhecimento existente acerca das funções cérebro/mente.

As técnicas e encenações variarão de igreja para igreja. Muitos usam "falar línguas" para gerar a catarse em alguns, enquanto o espetáculo cria intensa excitação nos observadores.

O uso de técnicas hipnóticas por religiões é sofisticado, e profissionais asseguram que elas tornaram-se ainda mais efetivas. Um homem em Los Angeles está projetando, construindo e reformando um monte de igrejas por todo o país. Ele diz aos ministros o que eles precisam, e como usá-lo. Sua fita gravada indica que a congregação e a renda dobrarão, se o ministro seguir suas instruções. Ele admite que cerca de 80 por cento de seus esforços são para o sistema de som e de iluminação.

Som potente e o uso apropriado de iluminação são de importância primária em induzir estados alterados de consciência -- eu os tenho usado por anos, em meus próprios seminários. Contudo, meus participantes estão plenamente conscientes do processo, e do que eles podem esperar como resultado de sua participação.

Seis Técnicas de Conversão

Cultos e organizações [que ensinam] potencial humano estão sempre procurando por novos convertidos. Para conseguí-los, eles precisam criar uma fase cerebral. E geralmente precisam fazê-lo em um curto espaço de tempo -- um fim-de-semana, até mesmo em um dia. O que se segue são as seis técnicas primárias usadas para gerar a conversão.

O encontro ou treinamento tem lugar em uma área onde os participantes estão desligados do resto do mundo. Isto pode ser em qualquer lugar: uma casa isolada, um local remoto ou rural, ou mesmo no salão de um hotel, onde aos participantes só é

permittedo usar o banheiro, limitadamente. Em treinamentos de potencial humano, os controladores darão uma prolongada conferência acerca da importância de "honrar os compromissos" na vida. Aos participantes é dito que, se eles não honram seus compromissos, sua vida nunca irá melhorar. É uma boa idéia honrar compromissos, mas os controladores estão subvertendo um valor humano positivo, para os seus interesses egoístas. Os participantes juram para si mesmos e para os treinadores que eles honrarão seus compromissos. Qualquer um que não o faça será intimado a um compromisso, ou forçado a deixá-los. O próximo passo é concordar em completar o treinamento, deste modo assegurando uma alta porcentagem de conversões para as organizações. Eles terão, normalmente, que concordar em não tomar drogas, fumar, e algumas vezes não comer...ou lhes são dados lanches rápidos de modo a criar tensão. A razão real para estes acordos é alterar a química interna, o que gera ansiedade e, espera-se, cause ao menos um ligeiro mal-funcionamento do sistema nervoso, que aumente o potencial de conversão.

Antes que a reunião termine, os compromissos serão lembrados para assegurar que o novo convertido vá procurar novos participantes. Eles são intimidados a concordar em fazê-lo, antes de partirem. Desde que a importância em manter os compromissos é tão grande em sua lista de prioridade, o convertido tentará trazer à força cada um que ele conheça, para assistir a uma futura sessão oferecida pela organização. Os novos convertidos são fanáticos. De fato, o termo confidencial de merchandising nos maiores e mais bem sucedidos treinamentos de potencial humano é "vender com fanatismo!"

Pelo menos muitos milhares de pessoas se graduam, e uma boa porcentagem é programada mentalmente de modo a assegurar sua futura lealdade e colaboração se o guru ou a organização chamar. Pense nas implicações políticas em potencial, de centenas de milhares de fanáticos programados para fazer campanha pelo seu guru.

Fique precavido se uma organização deste tipo oferecer sessões de acompanhamento depois do seminário. Estas podem ser encontros semanais ou seminários baratos dados em uma base regular, nos quais a organização tentará habilmente convencê-lo -- ou então será algum evento planejado regularmente, usado para manter o controle. Como os primeiros cristão revivalistas descobriram, um controle de longo prazo é dependente de um bom sistema de acompanhamento.

Muito bem. Agora, vamos ver uma segunda dica, que mostra quando táticas de conversão estão sendo usadas. A manutenção de um horário que causa fadiga física e mental. Isto é primariamente alcançado por longas horas nas quais aos participantes não é dada nenhuma oportunidade para relaxar ou refletir.

A terceira dica: quando notar que são utilizadas técnicas para aumentar a tensão na sala ou meio-ambiente.

Número quatro: incerteza. Eu poderia passar várias horas relatando várias técnicas para aumentar a tensão e gerar incerteza. Basicamente, os participantes estão preocupados quanto a serem notados ou apontados pelos instrutores; sentimentos de culpa se manifestam, e eles são tentados a relatar seus mais íntimos segredos aos outros participantes, ou forçados a tomar parte em atividades que enfatizem a remoção de suas máscaras. Um dos mais bem sucedidos seminários de potencial humano força os participantes a permanecerem em um palco à frente da audiência, enquanto são

verbalmente atacados pelos instrutores.

Uma pesquisa de opinião pública, conduzida a alguns anos, mostrou que a situação mais atemorizante na qual um indivíduo pode se encontrar, é falar para uma audiência. Isto iguala-se à lavar uma janela externamente, no 85º andar de um prédio. Então você pode imaginar o medo e a tensão que esta situação gera entre os participantes. Muitos desfalecem, mas muitos enfrentam o stress por uma mudança de mentalidade. Eles literalmente entram em estado alfa, o que automaticamente os torna mais sugestionáveis do que normalmente são. E outra volta da espiral descendente para a conversão é realizada com sucesso.

O quinto indício de que táticas de conversão estão sendo usadas é a introdução de jargão -- novos termos que tem significado unicamente para os "iniciados" que participam. Linguagem viciosa é também freqüentemente utilizada, de propósito, para tornar desconfortáveis os participantes.

A dica final é se não há nenhum humor na comunicação...ao menos até que os participantes sejam convertidos. Então, divertimentos e humor são altamente desejáveis, como símbolos da nova alegria que os participantes supostamente "encontraram".

Não estou dizendo que boas coisas não resultem da participação em tais reuniões. Isto pode ocorrer. Mas afirmo que é importante para as pessoas saberem o que aconteceu, e ficarem prevenidas de que o contínuo envolvimento pode não ser de seu maior interesse.

Através dos anos, tenho conduzido seminários profissionais para ensinar às pessoas a serem hipnotizadores, treinadores e conselheiros. Tive [como alunos] muitos daqueles que conduzem treinamentos e reuniões, que vêm a mim e dizem, "estou aqui porque eu sei que aquilo que faço funciona, mas não sei o por quê". Depois de mostrar-lhes o como e o por quê, muitos deles tem deixado este negócio, ou decidido abordá-lo diferentemente, de uma maneira mais amorosa e humana.

Muitos destes treinadores tem se tornado meus amigos, e marcou-nos a todos ter experimentado o poder de uma pessoa com um microfone na mão em uma sala cheia de pessoas. Some um pouco de carisma, e você pode contar com uma alta taxa de conversões. A triste verdade é que uma alta porcentagem de pessoas quer ceder o seu poder - eles são verdadeiros "crentes"!

Reuniões de culto e treinamentos de potencial humano são um ambiente ideal para se observar em primeira mão o que é tecnicamente chamado de "Síndrome de Estocolmo". Esta é uma situação na qual aqueles que são intimidados, controlados e torturados começam a amar, admirar e muitas vezes até desejar sexualmente os seus controladores ou captores.

Mas permitam-me deixar aqui uma palavra de advertência: se você pensa que pode assistir tais reuniões e não ser afetado, você provavelmente está errado. Um exemplo perfeito é o caso de uma mulher que foi ao Haiti com Bolsa de Estudos da Guggenheim para estudar o vudu haitiano. Em seu relatório, ela diz como a música eventualmente induz movimentos incontroláveis do corpo, e um estado alterado de consciência. Embora ela compreendesse o processo e pudesse refletir sobre o mesmo, quando começou a sentir-se vulnerável à música ela tentou lutar e fugir. Raiva ou resistência

quase sempre asseguram conversão. Poucos momentos mais tarde ela sentiu-se possuída pela música e começou a dançar, em transe, por todo o local onde se realizava o culto vudu. A fase cerebral tinha sido induzida pela música e pela excitação, e ela acordou sentindo-se renascida. A única esperança de assistir tais reuniões sem sentir-se afetado e ser um Buda, e não se permitir sentimentos positivos ou negativos. Poucas pessoas são capazes de tal neutralidade.

Antes de prosseguir, vamos voltar às seis dicas de conversão. Eu quero mencionar o governo dos Estados Unidos, e os campos de treinamento militar. O Corpo de Fuzileiros Navais (the Marine Corps) afirma que quebra o moral dos homens antes de "reconstruí-los" como novos homens - como fuzileiros (marines)! Bem, isso é exatamente o que eles fazem, da mesma maneira que os cultos vergam o moral das pessoas e as reconstróem como felizes vendedores de flores nas esquinas. Cada uma das seis técnicas de conversão é usada nos campos de treinamento militar. Considerando as necessidades militares, não estou fazendo um julgamento quanto a se isto é bom ou ruim. É UM FATO, que as pessoas efetivamente sofrem lavagem cerebral. Aqueles que não querem se submeter devem ser dispensados, ou passarão muito de seu tempo no quartel.

Processo de Decogição

Uma vez que a conversão inicial é realizada, nos cultos, no treinamento militar, ou em grupos similares, não pode haver dúvidas entre seus membros. Estes devem responder aos comandos, e fazer o que estes lhes disserem. De outra forma, eles seriam perigosos ao controle da organização. Isto é normalmente conseguido pelo Processo de Decogição em três passos.

O primeiro passo é o de REDUÇÃO DA VIGILÂNCIA: os controladores provocam um colapso no sistema nervoso, tornando difícil distinguir entre fantasia e realidade. Isto pode ser conseguido de várias maneiras. DIETA POBRE é uma; muito cuidado com Brownies e com Koolaid. O açúcar 'desliga' o sistema nervoso. Mais sutil é a "DIETA ESPIRITUAL", usada por muitos cultos. Eles comem somente vegetais e frutas; sem o apoio dos grãos, nozes, sementes, laticínios, peixe ou carne, um indivíduo torna-se mentalmente "aéreo". Sono inadequado é outro modo fundamental de reduzir a vigilância, especialmente quando combinada com longas horas de intensa atividade física. Também, ser bombardeado com experiências únicas e intensas consegue o mesmo resultado.

O segundo passo é a CONFUSÃO PROGRAMADA: você é mentalmente assaltado enquanto sua vigilância está sendo reduzida conforme o passo um. Isto se consegue com um dilúvio de novas informações, leituras, discussões em grupo, encontros ou tratamento individual, os quais usualmente equívalem ao bombardeio do indivíduo com questões, pelo controlador. Durante esta fase de decogição, realidade e ilusão freqüentemente se misturam, e uma lógica pervertida é comumente aceita.

O terceiro passo é PARADA DO PENSAMENTO: técnicas são usadas para causar um "vazio" na mente. Estas são técnicas para alterar o estado de consciência, que inicialmente induzem calma ao dar à mente alguma coisa simples para tratar, com uma atenta concentração. O uso continuado traz um sentimento de exultação e eventualmente alucinação. O resultado é a redução do pensamento, e eventualmente, se usado por

muito tempo, a cessação de todo pensamento e a retirada de todo o conteúdo da mente, exceto o que os controladores desejem. O controle é, então, completo. É importante estar atento que quando membros ou participantes são instruídos para usar técnicas de "parar o pensamento, eles são informados de que serão beneficiados: eles se tornarão "melhores soldados", ou "encontrarão a luz".

Há três técnicas primárias usadas para parar o pensamento. A primeira é a MARCHA: a batida do tump, tump, tump literalmente gera auto-hipnose, e grande susceptibilidade à sugestão.

A segunda técnica para parar o pensamento é a MEDITAÇÃO. Se você passar de uma hora a uma hora e meia por dia em meditação, depois de poucas semanas há uma grande probabilidade de que você não retornará à consciência plena normal beta. Você permanecerá em um estado fixo alfa tanto mais quanto você continue a meditar. Não estou dizendo que isto é ruim - se você mesmo o faz. Pode então ser benéfico. Mas é um fato que você está levando a sua mente a um estado de vazio. Eu tenho testado quem medita, com máquinas EEG, e o resultado é conclusivo: quanto mais você medita, mais vazia se torna a sua mente, principalmente se usada em excesso ou em combinação com decognição; todos os pensamentos cessam. Alguns grupos espiritualistas vêem isto como nirvana - o que é besteira. Isto é simplesmente um resultado fisiológico previsível. E se o céu na terra significa não-pensamento e não-envolvimento, eu realmente pergunto por que nós estamos aqui.

A terceira técnica de parar o pensamento é pelo CÂNTICO, e freqüentemente por cânticos em meditação. "Falar em línguas" poderia também ser incluído nesta categoria.

Todas as três técnicas produzem um estado alterado de consciência. Isto pode ser muito bom se VOCÊ está controlando o processo, porque você também controla o que vai usar. Eu pessoalmente use ao menos uma sessão de auto-hipnose cada dia, e eu sei quão benéfico isto é para mim. Mas você precisa saber, se usar estas técnicas a ponto de permanecer continuamente em estado alfa, embora você permaneça em um estado levemente embriagado, você estará também mais sugestionável.

Verdadeiros Crentes & Movimentos de Massa

Antes de terminar esta seção de conversão, eu quero falar sobre as pessoas que são mais susceptíveis a isto, bem como sobre os Movimentos de Massa. Eu estou convencido que pelo menos um terço da população é aquilo que Eric Hoffer chama "verdadeiros crentes". Eles são sociáveis, e são seguidores... são pessoas que se deixam conduzir por outros. Eles procuram por respostas, significado e por iluminação fora de si mesmos.

Hoffer, que escreveu O VERDADEIRO CRENTE, um clássico em movimentos de massa, diz: "os verdadeiros crentes não estão decididos a apoiar e afagar o seu ego; têm, isto sim, uma ânsia de se livrarem dele. Eles são seguidores, não em virtude de um desejo de auto-aperfeiçoamento, mas porque isto pode satisfazer sua paixão pela auto-renúncia!". Hoffer também diz que os verdadeiros crentes "são eternamente incompletos e eternamente inseguros"!

Eu sei disto, pela minha própria experiência. Em meus anos de ensino e de condução de treinamentos, eu tenho esbarrado com isto muitas vezes. Tudo que eu quero fazer é

tentar mostrar-lhes que a única coisa a ser buscada é a Verdade interior. Suas respostas pessoais deverão ser encontradas lá, e solitariamente. Eu sempre digo que a base da espiritualidade é a auto-responsabilidade e a auto-evolução, mas muitos dos verdadeiros crentes apenas respondem que eu não possuo espiritualidade, e vão em seguida procurar por alguém que lhes dará o dogma e a estrutura que eles desejam.

Nunca subestime o potencial de perigo destas pessoas. Eles podem facilmente ser moldados como fanáticos, que irão com muito prazer trabalhar e até morrer pela sua causa sagrada. Isto é um substituto para a sua fé perdida, e freqüentemente lhes oferece um substituto para a sua esperança individual. A Maioria Moral é feita de verdadeiros crentes.

Todos os cultos são compostos de verdadeiros crentes. Você os encontrará na política, nas igrejas, nos negócios e nos grupos de ação social. Eles são os fanáticos nestas organizações.

Os Movimentos de Massa possuem normalmente um líder carismático. Seus seguidores querem converter outros para o seu modo de vida ou impor um novo estilo de vida - se necessário, recorrendo a uma legislação que os force a isto, como evidenciado pelas atividades da Maioria Moral. Isto significa coação pelas armas ou punição, que é o limite em se tratando de coação legal.

Um ódio comum, um inimigo, ou o demônio são essenciais ao sucesso de um movimento de massas. Os Cristão Renascidos tem o próprio Satã, mas isto não é o bastante - a ele se soma o oculto, os pensadores da Nova Era, e mais tarde, todos aqueles que se oponham à integração de igreja e política, como evidenciado pelas suas campanhas políticas contra a reeleição daqueles que se oponham às suas opiniões. Em revoluções, o demônio é usualmente o poder dominante ou a aristocracia. Alguns movimentos de potencial humano são bastantes espertos para pedir a seus graduados para que associem-se a alguma coisa, o que o etiquetaria como um culto - mas, se você olhar mais de perto, descobrirá que o demônio deles é quem quer que não tenha feito o seu treinamento.

Há movimentos de massa sem demônios, mas eles raramente alcançam um maior status. Os Verdadeiros Crentes são mentalmente desequilibrados ou mesmo pessoas inseguras, sem esperança e sem amigos. Pessoas não procuram aliados quando estão amando, mas eles o fazem quando odeiam ou tornam-se obcecados com uma causa. E aqueles que desejam uma nova vida e uma nova ordem sentem que os velhos caminhos devem ser destruídos antes que a nova ordem seja construída.

Técnicas de Persuasão

Persuasão não é uma técnica de lavagem cerebral, mas é a manipulação da mente humana por outro indivíduo, sem que o sujeito manipulado fique consciente do que causou sua mudança de opinião. Eu somente tenho tempo para apresentar umas poucas das centenas de técnicas em uso atualmente, mas a base da persuasão é sempre o acesso ao seu CÉREBRO DIREITO. A metade esquerda de seu cérebro é analítica e racional. O lado direito é criativo e imaginativo. Isto está excessivamente simplificado, mas expressa o que quero dizer. Então, a idéia é desviar a atenção do cérebro esquerdo e mantê-lo ocupado. Idealmente, o agente gera um estado alterado de consciência, provocando uma mudança da consciência beta para a alfa; isto pode ser medido em uma máquina de EEG.

Primeiro, deixem-me dar um exemplo de como distrair o cérebro esquerdo. Políticos usam esta poderosa técnica todo o tempo; advogados usam muitas variações, as quais eles chamam "apertar o laço".

Assuma por um momento que você está observando um político fazendo um discurso. Primeiro, ele pode suscitar o que é chamado "SIM, SIM". São declarações que

provocarão assentimentos nos ouvintes; eles podem mesmo sem querer balançar suas cabeças em concordância. Em seguida vem os TRUÍSMOS. Estes são, usualmente, fatos que podem ser debatidos, mas uma vez que o político tenha a concordância da audiência, as vantagens são a favor do político, que a audiência não irá parar para pensar a respeito, continuando a concordar. Por último vem a SUGESTÃO. Isto é o que o político quer que você faça, e desde que você tenha estado concordando todo o tempo, você poderá ser persuadido a aceitar a sugestão. Agora, se você ler o discurso político a seguir, você perceberá que as três primeiras sentenças são do tipo "sim, sim", a três seguintes são truísmos, e a última é a sugestão.

"Senhoras e senhores: vocês estão indignados com os altos preços dos alimentos? Vocês estão cansados dos astronômicos preços dos combustíveis? Estão doentes com a falta de controle da inflação? Bem, vocês sabem que o Outro Partido permitiu uma inflação de 18 por cento no ano passado; vocês sabem que o crime aumentou 50 por cento por todo o país nos últimos 12 meses, e vocês sabem que seu cheque de pagamento dificilmente vem cobrindo os seus gastos. Bem, a solução destes problemas é eleger-me, John Jones, para o Senado dos E.U.A."

Eu penso que você já ouviu isto antes. Mas você poderia atentar também para os assim chamados Comandos Embutidos. Como exemplo: em palavras chaves, o locutor poderia fazer um gesto com sua mão esquerda, a qual, como os pesquisadores tem mostrado, é mais apta para acessar o seu cérebro direito. Os políticos e os brilhantes oradores de hoje, orientados pela mídia, são com freqüência cuidadosamente treinados por uma classe inteiramente nova de especialistas, os quais estão usando todos os truques - tanto novos quanto antigos - para manipulá-lo a aceitar o candidato deles.

Os conceitos e técnicas da Neuro-Lingüística são tão fortemente protegidos que eu descobri que, mesmo para falar sobre ela publicamente ou em impressos, isto resulta em ameaça de ação legal. Já o treinamento em Neuro-Lingüística está prontamente disponível para qualquer pessoa que queira dedicar o seu tempo e pagar o preço. Esta é uma das mais sutis e poderosas manipulações a que eu já me expus. Uma amiga minha que recentemente assistiu a um seminário de duas semanas em Neuro-Lingüística descobriu que muitos daqueles com quem ela conversou durante os intervalos era pessoal do governo.

Uma outra técnica que eu aprendi há pouco tempo é inacreditavelmente escorregadia; ela é chamada de TÉCNICA INTERCALADA, e a idéia é dizer uma coisa com palavras, mas plantar um impressão inconsciente de alguma outra coisa na mente dos ouvintes e/ou observadores.

Quero dar um exemplo: suponha que você está observando um comentarista da televisão fazer a seguinte declaração: "O SENADOR JOHNSON está ajudando as autoridades locais a esclarecer os estúpidos enganos das companhias que contribuem para aumentar os problemas do lixo nuclear". Isto soa como uma simples declaração, mas, se o locutor enfatiza a palavra certa, e especialmente se ele faz o gesto de mãos apropriado junto com as palavras chaves, você poderia ficar com a impressão subconsciente de que o senador Johnson é estúpido. Este era o objetivo subliminar da declaração, e o locutor não pode ser chamado para explicar nada.

Técnicas de persuasão são também freqüentemente usadas em pequena escala com muita eficácia. O vendedor de seguro sabe que a sua venda será provavelmente muito mais eficaz se ele conseguir que você visualize alguma coisa em sua mente. É uma comunicação ao cérebro direito. Por exemplo, ele faz uma pausa em sua conversação, olha vagarosamente em volta pela sua sala, e diz, "Você pode imaginar esta linda casa incendiando até virar cinzas?". Claro que você pode! Este é um de seus medos inconscientes, e quando ele o força a visualizar isto, você está sendo muito

provavelmente manipulado a assinar o contrato de seguros.

Os Hare Krishna, ao operarem em um aeroporto, usam o que eu chamo técnicas de CHOQUE E CONFUSÃO para distrair o cérebro esquerdo e comunicarem-se diretamente com o cérebro direito. Enquanto estava esperando no aeroporto, uma vez eu fiquei por uma hora observando um deles operar. A sua técnica era a de saltar na frente de quem passasse. Inicialmente, sua voz era alta; então ele abaixava o tom enquanto pedia para que a pessoa levasse um livro, após o que pedia uma contribuição em dinheiro para a causa. Usualmente, quando as pessoas ficam chocadas, elas imediatamente recuam. Neste caso, eles ficavam chocados pela estranha aparência, pela súbita materialização e pela voz alta do devoto Hare Krishna.

Em outras palavras, as pessoas iam para um estado alfa por segurança, porque elas não queriam confrontar-se com a realidade à sua frente. Em alfa, elas ficavam altamente sugestionáveis, e por isto aceitavam a sugestão de levar o livro; no momento em que pegavam o livro, sentiam-se culpadas e respondiam a uma segunda sugestão: dar dinheiro. Nós estamos todos condicionados de tal forma que, se alguém nos dá alguma coisa, nós temos de dar alguma coisa em troca - neste caso, era dinheiro. Enquanto observava este trabalhador incansável, eu estava perto o bastante para perceber que muitas das pessoas que ele parava exibiam um sinal externo de que estavam em alfa - seus olhos estavam dilatados.

Programação Subliminar

Subliminares são sugestões ocultas que somente o nosso subconsciente percebe. Podem ser sonoras, ocultas por entre a música; visuais, disfarçadas em cada quadro e mostrados tão rapidamente na tela que não são vistos; ou espertamente incorporados ao quadro ou desenho.

Muitas fitas de áudio de reprogramação subliminar oferecem sugestões verbais gravadas em baixo volume. Eu questiono a eficácia desta técnica - se as subliminares não são perceptíveis, elas não podem ser efetivas, e subliminares gravadas abaixo do nível de audição são, por esta razão, inúteis. A mais antiga técnica de áudio subliminar usa uma voz que segue o volume da música de tal modo que as subliminares são impossíveis de detectar sem um equalizador paramétrico. Mas esta técnica é patenteada, e, quando eu quis desenvolver minha própria linha de audiocassetes subliminares, negociações com os detentores desta patente provaram ser insatisfatórias. Meu procurador obteve cópias das patentes, as quais eu dei a alguns talentosos engenheiros de som de Hollywood pedindo-lhes para criarem uma nova técnica. Eles encontraram um modo de modificar psico-acusticamente e sintetizar as subliminares de tal modo que elas fossem projetadas no mesmo acorde e frequência que a música, assim dando-lhes o efeito de fazerem parte da música. Mas nós descobrimos que usando estas técnicas, não há maneira de reduzir as frequências para detectar os subliminares. Em outras palavras, embora eles possam ser ouvidos pela mente subconsciente, não podem ser monitorados mesmo pelos mais sofisticados equipamentos.

Se nós pudemos criar esta técnica tão facilmente como o fizemos, eu posso somente imaginar quão sofisticada a tecnologia se tornou, com fundos ilimitados do governo e da publicidade. E eu estremeço só de pensar na manipulação dos comerciais de propaganda a que estamos expostos diariamente. Não há simplesmente nenhuma maneira de saber o que há por trás da música que você ouve. E pode mesmo ser possível esconder uma segunda voz por trás da voz que você está ouvindo.

As séries de Wilson Bryan Key, Ph.D., sobre subliminares em publicidade e campanhas políticas documentam bem o abuso em muitas áreas, especialmente na publicidade impressa em jornais, revistas e posters.

A grande questão sobre subliminares é: eles funcionam? Eu garanto que sim. Não somente devido àqueles que usaram minhas fitas, mas também dos resultados de tais programas subliminares por trás das músicas das lojas de departamentos. Supostamente, a única mensagem eram instruções para não roubar: uma cadeia de lojas de departamentos da Costa Leste reportou uma redução de 37 por cento em furtos nos primeiros nove meses do teste.

Um artigo de 1984 no jornal "Brain-Mind Bulletin" declara que até 99 por cento de nossa atividade cognitiva pode ser "não-consciente", de acordo com o diretor do Laboratório de Psicofisiologia Cognitiva da Universidade de Illinois. O longo relatório termina com a declaração, "estas ferramentas apoiam o uso de abordagens subliminares tais como sugestões gravadas em fita para perder peso, e o uso terapêutico da hipnose e Programação Neuro-Linguística".

Abuso das Massas

Eu poderia relatar muitas histórias que apoiam a programação subliminar, mas eu gastaria muito tempo para falar mesmo dos mais sutis usos de tal programação.

Eu experimentei ir pessoalmente, com um grupo, a reuniões no auditório de Los Angeles, onde mais de dez mil pessoas se reúnem para ouvir uma figura carismática. Vinte minutos depois de entrar no auditório eu percebi que estava indo e vindo de um estado alterado de consciência. Todos que me acompanhavam estavam experimentando a mesma coisa. Como este é o nosso negócio, nós percebíamos o que acontecia, mas os que nos rodeavam nada percebiam. Por cuidadosa observação, o que parecia ser uma demonstração espontânea era, de fato, uma astuta manipulação. A única maneira que eu podia imaginar pela qual se poderia fazer a indução ao transe era por meio de uma vibração de 6 a 7 ciclos por segundo que soava juntamente com o som do ar condicionado.

Esta vibração em particular gera um ritmo alfa, a qual tornará a audiência altamente susceptível às sugestões. De 10 a 25 por cento da população é capaz de ir para um estado alterado de consciência sonambúlico; para estas pessoas, as sugestões do locutor, se não-ameaçadoras, podem potencialmente ser aceitas como "comandos".

Vibrato

Isto nos leva a mencionar o VIBRATO. Vibrato é o efeito de trêmulo feito por alguma música instrumental ou vocal, e a sua faixa de frequências conduz as pessoas a entrarem em um estado alterado de consciência. Em um período da história inglesa, aos cantores cuja voz possuía um vibrato pronunciado não era permitido cantarem em público, porque os ouvintes entravam em um estado alterado de consciência, quando então tinham fantasias, inclusive de ordem sexual.

Pessoas que assistem à ópera ou apreciam ouvir cantores como Mário Lanza estão familiarizados com os estados alterados induzidos pelos cantores.

ELF Agora, vamos levar esta condição um pouco mais longe. Há também ondas de frequência extra-baixa (ELFs) inaudíveis. Elas são eletromagnéticas por natureza. Um dos usos básicos das ELFs é a comunicação com nossos submarinos. O dr. Andrija Puharich, um altamente respeitado pesquisador, em uma tentativa de alertar os oficiais americanos acerca do uso pelos russos das ELFs, realizou uma experiência. Voluntários tinham conexões ligadas aos seus cérebros de modo a que as ondas pudessem ser medidas em um EEG. Eles eram isolados em uma sala de metal que era imune à penetração de qualquer sinal normal.

Puharich então irradiou ondas ELF para os voluntários. As ondas ELFs passam direto através da Terra, e, claro, atravessam paredes de metal. Os que estavam isolados não

sabiam se o sinal estava ou não sendo enviado, e Puharich observou as reações em um aparelho: 30 por cento dos que estavam na sala acusavam o sinal de ELF em seis ou dez segundos.

Quando eu digo "acusavam", eu quero dizer que o seu comportamento seguia as mudanças prevista para frequências muito precisas. Ondas abaixo de seis ciclos por segundo causavam perturbações emocionais e até a interrupção de funções físicas. Para 8.2 ciclos, eles sentiam um bem alto...um elevado sentimento, como se estivessem em uma poderosa meditação, aprendida à custa de muitos anos. Onze até 11,3 ciclos induziam ondas de depressão e agitação, que conduziam a um comportamento turbulento.

O Neurofone

O dr. Patrick Flanagan é um meu amigo pessoal. No início dos anos 60, como um adolescente, Pat foi listado como um dos maiores cientistas do mundo pela revista Life. Entre os seus muitos inventos havia um dispositivo que ele chamou Neurofone - um instrumento eletrônico que podia, com sucesso, transmitir sugestões diretamente através do contato com a pele. Quando ele tentou patentear o dispositivo, o governo demandou para que ele provasse que era dele o invento. Quando ele o fez, a Agência de Segurança Nacional confiscou o neurofone. Pat levou dois anos de batalha legal para ter sua invenção de volta.

Usando o dispositivo, você não ouve ou vê nada; ele é aplicado à pele, a qual Pat afirma que é a fonte de sentidos especiais. A pele contém mais sensores de calor, toque, dor, vibração e campos elétricos do que qualquer outra parte da anatomia humana.

Em um de seus recentes testes, Pat conduziu dois idênticos seminários para uma audiência militar - um seminário em uma noite e outro na seguinte, porque a sala não era bastante grande para acomodar todos ao mesmo tempo. Quando o primeiro grupo provou ser muito pouco receptivo e relutante em responder, Patrick passou o dia seguinte fazendo uma fita de áudio especial para tocar no segundo seminário. A fita instruía a audiência a ser extremamente calorosa, sensível e para que as suas mãos "formigassem". A fita foi tocada através do neurofone, o qual foi conectado por um fio que ele colocou ao longo do teto da sala. Não havia locutores, e assim nenhum som podia ser ouvido, e ainda assim a mensagem foi transmitida com sucesso através do fio diretamente para a mente dos que assistiam o seminário. Eles foram calorosos e receptivos, suas mãos formigaram e eles responderam à programação, com reações que não posso mencionar aqui.

Quanto mais procuramos descobrir sobre como os seres humanos agem, através da altamente avançada tecnologia de hoje, tanto mais aprendemos a controlá-los. E o que provavelmente mais me assusta é que o meio para dominá-los já está aí! A televisão em sua sala e quarto está fazendo muito mais do que apenas dar-lhe entretenimento.

Antes de continuar, deixem-me ressaltar alguma coisa a mais acerca do estado alterado de consciência. Quando você vai para um estado alterado, você passa a usar o lado direito do cérebro, o que resulta na liberação dos opiáceos internos do corpo: encefalinas e beta-endorfinas, que quimicamente são quase idênticas ao ópio. Em outras palavras, dá uma boa sensação, a qual você sempre irá querer mais.

Testes recentes feitos pelo pesquisador Herbert Krugman mostraram que enquanto as pessoas assistem à TV, a atividade do cérebro direito excede em número a atividade do cérebro esquerdo por uma relação de dois para um. Colocando de maneira mais simples, as pessoas estão em um estado alterado ... e muito freqüentemente, em transe. Elas estão conseguindo a sua beta-endorfina "fixa".

Para medir a extensão da atenção, o psicofisiologista Thomas Mulholland, do Hospital de Veteranos de Bedford, Massachusetts, ligou telespectadores jovens a uma máquina EEG que estava ligada a um fio que interrompia a TV sempre que o cérebro dos jovens produzisse uma maioria de ondas alfa. Embora lhes fosse pedido que se concentrassem, somente uns poucos puderam manter o aparelho ligado por mais do que 30 segundos!

Muitos telespectadores já estão hipnotizados. Aprofundar o transe é fácil. Um modo simples é colocar um quadro preto a cada 32 quadros do filme que está sendo projetado. Isto cria uma pulsação de 45 batidas por minuto, percebida somente pela mente subconsciente - o ritmo ideal para provocar uma hipnose profunda.

Os comerciais ou sugestões apresentados pelas emissoras seguindo esta indução ao transe-alfa são muito mais comumente aceitas pelos telespectadores. A alta porcentagem da audiência que atinge o sonambulismo profundo pode muito bem aceitar as sugestões como comandos - pelo menos enquanto estes não contrariarem suas convicções morais, a religião ou sua auto-preservação.

O meio para dominar está aqui. Até a idade de 16 anos, as crianças terão passado de 10.000 a 15.000 horas vendo televisão - o que é mais tempo do que ele passam na escola! Na média dos lares, o aparelho de TV fica ligado seis horas e 44 minutos por dia - um acréscimo de nove minutos sobre o ano passado, e três vezes a média de crescimento durante os anos 70.

Isto obviamente não está melhorando...nós estamos rapidamente nos movendo para um mundo nível alfa - muito possivelmente o mundo Orwelliano de "1984" - plácido, olhar vítreo e resposta obediente às instruções.

Um projeto de pesquisa de Jacob Jacoby, um psicólogo da Universidade Purdue, descobriu que de 2.700 pessoas testadas, 90 por cento entenderam mal até mesmo simples opiniões mostradas em comerciais e "Barnaby Jones". Apenas alguns minutos depois, o típico telespectador esquece de 23 a 36 por cento dos assuntos que ele ou ela vê. É claro que eles estavam entrando e saindo do transe! Se você for para um transe profundo, pode ser instruído para lembrar - do contrário, automaticamente esquece tudo.

Eu toquei unicamente a ponta do iceberg. Quando você começa a combinar mensagens subliminares por trás da música, projetar cenas subliminares na tela, produzir efeitos ópticos hipnóticos, ouvir batidas musicais a um ritmo que induz ao transe...você tem uma extremamente eficaz lavagem cerebral. Cada hora que você passa assistindo a TV deixa-o cada vez mais condicionado. E, no caso de você pensar que exista uma lei contra tudo isto, esqueça. Não há! Existem muitas pessoas poderosas que obviamente preferem que as coisas permaneçam exatamente como estão. Será que elas planejam algo?

A Natureza do Comportamento do Consumidor

Influências no Comportamento do Consumidor

Principais fatores que influenciam o comportamento de compra

- Cultura
- Microcul-tura
- Classe Social

- Família

- Grupos de Referência

Alguns comportamentos influenciados pela cultura são:

- Sentido do eu e do espaço

- Linguagem

- Vestuário e aparência

- Hábitos alimentares

- Consciência do tempo

- Relacionamentos (família, instituições)

- Valores e normas

Tendências Culturais

- Valorização da qualidade de vida

- Vida no casulo

- Aparentar menos idade

- Confusão nos papéis dos sexos

- Crescimento do terceiro setor

- Viver mais tempo e melhor

- Dar-se pequenas gratificações

- Consumo vigilante

- Orientação à tecnologia

Micro-cultura

- É um segmento pertencente a uma cultura maior, cujos membros partilham formas distintas de comportamento.

- Nacionalidades, religiões, grupos raciais e regiões geográficas.

Classes Sociais

- São divisões relativamente homogêneas e duradouras de uma sociedade, que são ordenadas hierarquicamente e cujos membros compartilham valores, interesses e comportamentos similares.

- Não refletem apenas renda, mas também ocupação, nível educacional e área residencial.

- Há também diferenças em termos de vestuário, conversação, atividades de lazer, etc.

Família

- Família de orientação: religião, posicionamento político e econômico, ambição pessoal, auto-valorização.

- Família de procriação: papéis e influências do marido, mulher e filhos (mudanças).

Grupos de Referência

- Compreendem todos os grupos que têm influência direta ou indireta sobre as atitudes e comportamentos da pessoa.
- expõem o indivíduo a novos comportamentos e estilos de vida.
- influenciam atitudes e o auto-conceito das pessoas, inclusive na escolha de produtos e marcas.

Grupos de Referência

Grupos de influência direta são grupos de afinidade: amigos, vizinhos, colegas de trabalho (primários) ou religiosos, associações profissionais, clubes (secundários)

Grupos de influência indireta:

- Grupos de aspiração
- Grupos de dissociação
- Líder de opinião

Idade e Estágio no Ciclo de Vida

1 Solteiro: jovem que não mora com a família

2 Recém-casados: jovens, sem filhos

3 Ninho cheio I: filhos menores de 6 anos

4 Ninho cheio II: filhos maiores de 6 anos

5 Ninho cheio III: casais maduros c/filhos dependentes

Estilos de Vida

- Pessoas pertencentes à mesma micro-cultura, classe social, idade e ocupação podem ter estilos de vida completamente diferentes.
- Estilo de vida é o padrão de vida de uma pessoa expresso em suas atividades, interesses e opiniões. Retrata a pessoa “por inteiro”, interagindo com seu ambiente.

Personalidade e Auto-conceito

- Personalidade = conjunto de características psicológicas distintas de uma pessoa que levam a respostas consistentes e duradouras em seu ambiente.
- Auto-confiança, domínio de si mesmo, autonomia, sociabilidade, adaptabilidade, extroversão, etc.

Auto-conceito (auto-imagem)

- Real: como a pessoa se vê

- Ideal: como a pessoa gostaria de ser vista

- Externo: como a pessoa acredita que os outros a vêem

Motivação

Percepção

- Processo pelo qual uma pessoa seleciona, organiza e interpreta as informações para criar um quadro significativo do mundo.

- Percepções diferentes = processos diferentes de atenção, distorção e retenção seletivas.

Percepção

Atenção seletiva:

- As pessoas percebem melhor estímulos relacionados a uma necessidade atual.

- As pessoas percebem melhor os estímulos que prevêm.

- As pessoas percebem melhor estímulos cujos desvios sejam maiores em relação a um estímulo normal.

Distorção seletiva:

- Tendência das pessoas interpretarem as informações conforme suas intenções pessoais, reforçando suas pré-concepções ao invés de contrariá-las.

Retenção seletiva:

- As pessoas tendem a reter mais as informações que reforcem suas atitudes e crenças.

Aprendizagem

- Envolve as mudanças no comportamento de um indivíduo decorrentes da experiência.

- Existem basicamente duas correntes teóricas:

 - A aprendizagem comportamental

 - A aprendizagem cognitiva

Aprendizagem

- Comportamental: experiência de Pavlov. A pessoa aprende através da atuação recíproca de impulso (estar atualizado), estímulo (computador último modelo), sugestões (amigos, propaganda, leituras), resposta (compra) e reforço (positivo ou negativo).

- Cognitiva: baseada no raciocínio, análise de uma determinada situação e resolução de problemas.

Crenças e Atitudes

- Crença é um pensamento descritivo que uma pessoa sustenta sobre algo.
- Pode estar baseada no conhecimento, na opinião ou na fé.
- As crenças compõem a imagem do produto e da marca.
- Exemplo: impacto do país de origem na imagem do produto/marca.

Atitude

- É a resistência de uma pessoa às avaliações favoráveis e desfavoráveis, aos sentimentos emocionais em relação a algum objeto ou idéia.
- Estrutura mental: gostar ou desgostar de um objeto, aproximar-se ou afastar-se dele.
- Atitudes são difíceis de serem mudadas.

Comportamento do Consumidor

Tipos de Processos Decisórios

- Compra inicial ou pouco freqüente:
 - Solução ampliada de problema (complexa)
 - Solução média de problema
 - Solução limitada de problema (simples).

Comportamento do Consumidor

Tipos de Processos Decisórios

- Compra repetida:
 - Solução repetida de problema (inércia)
 - Tomada de decisão habitual (lealdade à marca)

Comportamento do Consumidor

Tipos de Processos Decisórios

- Compra por impulso
- Busca de variedade

Comportamento do Consumidor

A solução ampliada de problema (compra complexa) é mais freqüente quando três condições estão presentes:

- Há um alto grau de envolvimento pessoal na compra
- As alternativas são diferenciadas de maneiras variadas
- Há tempo disponível suficiente para a tomada de decisão.

Comportamentos de Compra

- I – Produtos caros, compra não freqüente, muitos riscos. Muita chance de haver dissonância pós-compra.
- II – Produtos medianamente caros, compra não freqüente, muita importância do vendedor.
- III – Familiaridade com os produtos e marcas, compra freqüente, pouca lealdade, promoções são eficientes.
- IV – Busca de variedade por opção e não por insatisfação.

Papéis de Compra

- Iniciador: dá a idéia
- Influenciador: opinião é importante
- Decisor: decide a compra
- Comprador: responsável pelo ato da compra
- Usuário: utiliza o produto

	Alto envolvimento	Baixo envolvimento
Diferenças grandes entre	Compra complexa (I)	Busca de variedade (III)
Diferenças pequenas entre	Compra com Dissonância	Compra habitual (IV)