Roy Garn

A FÔRÇA MÁGICA DO APÊLO EMOCIONAL



RECORD

A FORÇA MÁGICA DO APELO EMOCIONAL

[Clique na palavra ÍNDICE]

Roy Garn

4ª. Edição
Tradução de MARIA STELLA BRUCE
DISTRIBUIDORA RECORD
RIO DE JANEIRO - SÃO PAULO
Título do original norte-americano:
THE MAGIC POWER OF EMOTIONAL APPEAL
Copyright (C) 1960, by Roy Garn

A FORÇA MÁGICA DO APELO EMOCIONAL
ROY GARN

O presente livro poderá ter sobre sua vida influência mais profunda que qualquer outro que você tenha lido ou lerá, algum dia.

Lendo-o, você estará sendo treinado para usar uma força tão grande que fará tudo mais empalidecer à sua vista e que lhe trará frutos para toda a vida: o imenso poder do Apelo Emocional. E, para que você possa empregar esta poderosa força na consecução de todos os seus objetivos, este livro ensina-lhe uma técnica verdadeiramente extraordinária de Apelo Emocional.

A Técnica do Apelo Emocional é a porta que lhe abre todas as riquezas deste mundo. Riquezas tangíveis, como dinheiro, propriedades, uma bela casa e outros bens materiais. Riquezas intangíveis como amor, lealdade, admiração, coragem, confiança. Tudo que torna uma pessoa verdadeiramente rica. O Apelo Emocional é, sem dúvida, a verdadeira *alma* do sucesso na vida.

À medida que for prosseguindo na leitura do livro de Roy Garn e começando a aplicar sua extraordinária técnica, você começará a sentir que se está transformando numa pessoa maior e melhor! Com espanto, chegará às seguintes conclusões:

... sejam quais, forem seus defeitos pessoais, o Apelo Emocional os anula, como num passe de mágica!

... o Apelo Emocional é capaz de conduzi-lo às mais altas esferas do mundo dos negócios, mais depressa que o estudo ou o próprio tino comercial!

... o Apelo Emocional proporciona-lhe uma memória tão fiel como um arquivo ...Total confiança em si próprio ... Um modo de agir controlado e sereno que conquista novos amigos, onde quer que você esteja.

... o Apelo Emocional faz de você um condutor de homens ... um indivíduo admirado, citado e imitado por todos!

Entretanto, o princípio do Apelo Emocional é velho como o mundo. *As pessoas não pensam, sentem*. Eis por que um apelo às emoções obtém melhores resultados que um apelo à razão. E Roy Garn ensina exatamente como fazer tais apelos. Fornece-lhe certas frases, sentenças, palavras – e até mesmo gestos e maneirismos carregados de força emocional e que possuem galvânico efeito sobre as pessoas. Revela quatro apelos tão poderosos que provocariam reação na própria Esfinge, além de outros que podem ser usados com resultados surpreendentes, em qualquer situação que envolva seus semelhantes. Garn chega a provar que se pode usar o Apelo Emocional em nós mesmos – para acalmar os nervos, obter coragem em hora de crise e em muitos outros casos.

Tendo como guia Emocional, a maior autoridade em Apelo Emocional da América, você se tornará uma criatura invejável: aquela que dirige firme e sutilmente seus semelhantes e, como resultado, se ergue muito acima do rebanho comum.

BOA NOITE, Senhoras e Senhores – ou bom dia, ou boa tarde. A hora não importa, realmente, porque vou estar com vocês cada minuto de cada dia.

EU SOU O APELO EMOCIONAL!

ÍNDICE

Introdução 6

1. APELO EMOCIONAL – O SEGREDO DO SUCESSO NAS RELAÇÕES HUMANAS 17
Por que não conseguimos nos comunicar com as pessoas, 99 vezes em 100! 19
Seu maior poder pessoal 21
As palavras são emocionais 30
A palavra *emocional* e sua significação 34

2. TÉCNICA DO APELO EMOCIONAL, DENOMINADOR COMUM DE TODOS OS NOSSOS PROBLEMAS 38
Os três elos da Técnica do Apelo Emocional 40
É preciso bater na tecla certa. 52

3. OS "QUATRO GRANDES APELOS EMOCIONAIS" COMO MEIO DE DESPERTAR A ATENÇÃO 57
Ninguém se modifica emocionalmente 60
Por que uma vaca é sempre uma vaca 63
Todos têm seu ponto fraco 65
A descoberta de diferenças individuais 69
Como identificar as causas emocionais de um "julgamento apressado" 72
O ponto de vista do auditório: mistério a solucionar 75

4. O FORTE APELO EMOCIONAL DO INSTINTO DE CONSERVAÇÃO...80
O Instinto de Conservação e os "Quatro Grandes" 86
Religião e Instinto de Conservação 92
Crime e Apelo Emocional 94

5. O DINHEIRO COMO APELO EMOCIONAL EM NOSSAS RELAÇÕES COM AS PESSOAS 97
Necessidade de dinheiro, recompensas e bens 102
O medo de perder dinheiro ou propriedades 106
O medo de prejuízos também atrai a atenção 108
Pensamentos que ajudam a reprimir as preocupações financeiras... 111

6. COMO APLICAR O APELO EMOCIONAL LIGADO AO AMOR EM NOSSAS RELAÇÕES COM O PRÓXIMO 117
Atração sexual e vontade de casar 119
Vantagens da Esperança e das Promessas como meio de atrair a atenção 128
As novas Experiências Românticas são arma contra a monotonia . . . 134
Forme seu estilo pessoal 139

7. O DESEJO DE CONSIDERAÇÃO PODE SER A CHAVE DO SUCESSO 151
Como se tornar mais estimado 156
A força do elogio 169
O Desejo de Consideração e a comunicação 175

8. A TÉCNICA DO APELO EMOCIONAL PODE LIVRÁ-LO RAPIDAMENTE DE TEMORES E PREOCUPAÇÕES 186
Temores, preocupações e aborrecimentos 189
As necessidades emocionais geram o medo 192
O problema dos "problemas emocionais" 197

9. DOMINE AS SITUAÇÕES POR MEIO DE PERGUNTAS 204
Vantagens das perguntas 204
Regras das boas perguntas 210

10. A TÉCNICA DO APELO EMOCIONAL AJUDA A VENCER DISCUSSÕES E A SOLUCIONAR CONTENDAS 217
Motivos de discussão e armadilhas verbais 217

11. O APELO EMOCIONAL O FARÁ LEMBRADO, RESPEITADO E ESTIMADO 222
Três técnicas de comunicação 231
"Abrindo" espírito fechado 232
Como preparar um discurso em que entre o Apelo Emocional ... 238

12. A TÉCNICA DO APELO EMOCIONAL ASSEGURA RELAÇÕES CONJUGAIS MAIS SATISFATÓRIAS 244
Estímulos remotos e reações espontâneas 251
Dez regras para empregar o Apelo Emocional e ser feliz no casamento 258

13. EFEITOS DO APELO EMOCIONAL NO TRABALHO E NOS NEGÓCIOS 262
Três idéias importantes para seus negócios 268
Cinco regras para o sucesso das entrevistas comerciais 279

14. VANTAGENS DO APELO EMOCIONAL – QUANDO ADICIONADO À SUA VOZ 284
O "Controlador de Voz" 286
Os três "C" que dão à voz Apelo Emocional 288

15. O APELO EMOCIONAL APERFEIÇOA A PERSONALIDADE E AUMENTA A PERSUASÃO 293
Doze meios de melhorar a Personalidade 294

INTRODUÇÃO

ESTE LIVRO é o resultado de dezessete anos de trabalho pioneiro no campo da comunicação humana.

Durante esse tempo, centenas de pessoas vieram procurar-me, com seus "problemas Pessoais". Em debates, telefonemas, cartas e consultas que se seguiram a apresentações pelo rádio e TV, conferências públicas, aulas e conversas em sociedade, milhares mais apresentaram-me suas atitudes individuais,, sentimentos e... *problemas*.

Tais "problemas" eram questões de comunicação de pessoa para pessoa. Indicavam a presença preponderante de certos denominadores comuns ou "fatores de atenção" capazes de motivar *qualquer* tipo de comunicação, seja para com as massas ou de pessoa para outra.

Foi então desenvolvida e intensamente testada uma Técnica de fácil aplicação e que abrange todos os tipos de comunicação.

Mais de 26.000 homens e mulheres aprenderam a empregar essa Técnica ÚNICA em QUALQUER situação em que seja necessário usar palavras e ações: no lar, no trabalho, no casamento, na profissão ou nos negócios; nas vendas, ao falar em público, na publicidade, nas relações públicas e particulares; na comunicação dos grupos sociais e até mesmo nas mais íntimas e pessoais formas de comunicação.

Essa Técnica é a Técnica do Apelo Emocional.

Que é Apelo Emocional? É a habilidade de motivar e produzir nos outros a vontade de escutá-lo.

Essa habilidade pode tornar-se seu mais importante dom pessoal, a chave de sua Personalidade, da Persuasão e de uma Vida Mais Feliz. A aquisição dessa habilidade está ligada, entretanto, ao modo pelo qual você compreende e controla a *si mesmo*, bem como às reações emocionais provocadas por suas palavras e ações.

Com o correr do tempo, essas reações emocionais tornam-se cada vez mais vitais à sua saúde, disposição, iniciativa, mentalidade e sucesso.

A FORÇA MÁGICA DO APELO EMOCIONAL contém centenas de exemplos, tirados da vida diária, que demonstram a necessidade do Apelo Emocional, bem como a infalível eficácia da Técnica apresentada.

Mostra-nos como:

. . . Fazer com que as pessoas desejem nos escutar.

Provocar nos outros o desejo de ouvi-lo pode tornar-se sua principal força pessoal, o que não depende de um talento especial para falar às pessoas, e sim da capacidade de falar *com* elas. Quando você fala apelando para as emoções, *consegue* fazer que o interlocutor deseje ouvi-lo!

. . . Possuir personalidade mais vibrante.

Sua personalidade está intimamente relacionada a seu dom de comunicar-se. Quando a comunicação provoca reações desagradáveis ou simplesmente não existe, você se sentirá frustrado e infeliz. Usando a Técnica do Apelo Emocional, entretanto, *descobrirá* a corda emocionalmente sensível das pessoas com as quais se comunica. Daí por diante, poderá dirigir suas palavras e ações de modo a obter as reações que deseja. Essas reações serão, para você, indicadores emocionais que contribuirão para melhorar sua saúde e o ajudarão a adquirir uma personalidade mais vibrante.

. . . Compreender a si próprio.

Para compreender a si próprio, você terá que saber como e por que age e reage da maneira pela qual o faz. Usando o Apelo Emocional, estará se olhando no espelho sem retoques de seus próprios sentimentos... identificará a grande motivação do Apelo Emocional para si próprio; compreenderá melhor as respostas que procura para SI MESMO e conseguirá controlar melhor as próprias palavras, ações e reações. Estará mais habilitado para lidar com seus temores, preocupações e contrariedades e emergirá do processo com uma personalidade renovada, dotada de maior força de persuasão.

. . . Livrar-se de preocupações financeiras.

Que grande feito realiza aquele que obtém sucesso no trabalho, fracassando em suas relações pessoais e familiares? O "sucesso financeiro" raramente vem junto com o "sucesso pessoal", ainda assim a maioria das pessoas preocupa-se mais com o dinheiro que com outros setores da existência. No Capítulo Cinco, o Dinheiro é definido e discutido como membro poderosamente comunicativo dos Quatro Grandes fatores de Apelo Emocional, em nós e naqueles com quem interagimos. Ali, você encontrará DOIS PENSAMENTOS QUE O LIVRARÃO DAS PREOCUPAÇÕES FINANCEIRAS . . . aprenderá que gastar é o melhor meio de aprender a economizar . . . e que, se você não conseguir fazer do sucesso financeiro um sucesso emocional, não terá obtido sucesso algum!

. . . Obter consideração.

O Desejo de Consideração é um componente emocional essencial a todos nós, mas raras pessoas recebem a consideração que merecem? O Capitulo Sete explica por que a Consideração pode ser perigoso explosivo feito de palavras e ação, como também constituir poderoso propulsor que nos ajuda a obter o que desejamos. Mais importante ainda: demonstra como a compreensão e o uso da Técnica do Apelo Emocional, na comunicação, *conseguem* obter a Consideração que você deseja.

. . . Conseguir melhor emprego e melhor futuro.

Apreender um trabalho ou profissão é coisa inútil, a menos que você aprenda a *comunicar* o que aprendeu. Para comunicar com sucesso, tem que atingir emocionalmente as pessoas! As relações profissionais não passam de *comunicação*. Quando esta se faz com maior eficiência, seu trabalho é mais agradável e proveitoso. O Capítulo Treze ensina-lhe a obter maior sucesso em suas comunicações, no trabalho, na profissão e nos negócios, através da Técnica do Apelo Emocional. Inclui idéias que

o ajudarão a construir o futuro e Cinco Pontos Essenciais de Uma Entrevista, quer você deseje *obter* um emprego, quer seu fito seja progredir no que já ocupa.

. . . Começar um amor.

O amor, antes e depois do casamento, é uma questão de comunicação. É por isso que *qualquer* mulher, bonita ou feia, pode arranjar marido, contanto que encontre o homem "certo" e empregue o Apelo Emocional certo, em suas palavras e ações. No Capítulo Seis, bem como em outras partes deste livro, você verá que o Amor é uma das poderosas formas de comunicação encontradas no Apelo Emocional, provida de três armas muito mais importantes que a atração sexual ou a vontade de casar existentes em qualquer mulher *ou* homem. E, "para o melhor e para o pior", você encontrará no Capítulo Seis Uma Frase Dotada de Apelo Emocional, que terá SEMPRE o dom de despertar o Amor!

. . . Conseguir felicidade no casamento.

As probabilidades de seu casamento ser infeliz são inúmeras. Quase um terço dos casamentos realizados termina em divórcio ou separação, e é impossível calcular quantos mais são supersaturados de infelicidade. Os motivos vão do sexo ao dinheiro, educação, crenças religiosas, diferenças de temperamentos, influência de familiares e incompatibilidades insuperáveis. Mas por que esses casamentos fracassam realmente? A principal razão do *fracasso de um casamento é que marido e mulher não sabem se comunicar*. A comunicação é essencial para um verdadeiro casamento. Sem o uso recíproco do Apelo Emocional, poucos conseguem sobreviver. Os cônjuges precisam conhecer melhor os sentimentos uns dos outros. Deseja que seu casamento seja mais satisfatório? O Capítulo Doze é um dos que o ajudarão a consegui-lo. Ensina-o a compreender a importância de seus próprios "sentimentos" e dos de seu cônjuge e estabelece regras nas quais você pode confiar, para adicionar Apelo

Emocional às suas relações conjugais, tornando-as mutuamente mais satisfatórias.

. . . Fazer com que as pessoas se lembrem de você, com amizade e respeito.

A pessoa lembrada, amada e respeitada por todos é muito mais feliz do que aquelas que não o são. Por que as pessoas *recordam, amam e respeitam* as outras? Pela reação ao Apelo Emocional existente em seus atos e palavras. Está interessado em aprender a dirigir e controlar esta reação? Nada mais fácil! Através de todo este livro e, especialmente, nos Capítulos Sete e Onze, você encontrará vários exemplos de como usar o Apelo Emocional, *ainda mesmo quando estiver atento a outra coisa!* O Capítulo Onze o faz penetrar nos segredos ocultos por trás dos efeitos visuais . . . ensina a saber com antecedência a espécie de assunto que interessa às pessoas, contém quatro processos de juntar Apelo Emocional a *tudo que você disser*, e salienta a importância de Três Pensamentos que, infalivelmente, farão com que as pessoas o recordem com amizade e respeito.

. . . Dar à sua voz apelo emocional.

Sua voz é um instrumento musical que pode proporcionar prazer, sofrimento ou tranqüilidade a quem a ouve? A maioria das vozes não são naturalmente belas. Em geral, são muito altas ou muito baixas. O modo de dizer *o que* diz é que faz com que os outros sintam seu Apelo Emocional. Deixando de lado a qualidade tonal da voz, o Capítulo Quatorze prova, com grande satisfação sua, que você pode dar à sua voz o Apelo Emocional que quiser, bastando, para isso, traduzir em ação três idéias ali apresentadas. Ensina-lhe a construir, em menos de cinco minutos, um "Controlador de Voz" que durará a vida inteira, oferece-lhe várias sugestões que asseguram valioso auxílio para melhorar a voz e expõe as vantagens pessoais que você obterá permanentemente,

acrescentando o Apelo Emocional existente na voz a outros fatores de suas palavras e atos que despertam e prendem a atenção.

. . . Dominar com sucesso temores, aborrecimentos e contrariedades.

Os temores, as preocupações e os aborrecimentos nos oprimem sob milhares de formas. Distintamente pessoais, envolvem-nos emocionalmente, integrando-se em nossa personalidade. Inadvertidamente refletem-se em nossas comunicações. O Capítulo Oito é intitulado: "A Técnica do Apelo Emocional liberta-o rapidamente de seus temores, preocupações e aborrecimentos". Explica o que acontece quando você prevê ou rememora essas erradias sombras interiores. O Capítulo citado, que contém grande parte do conceito de comunicação da Técnica do Apelo Emocional, mostra como o modo pelo qual nossas necessidades são dirigidas ou perturbadas cria "problemas emocionais" e "doenças provocadas por causas emocionais". Apresenta, ainda, Três Princípios-Chave para dominar com sucesso temores, preocupações e aborrecimentos.

. . . Conseguir relações sexuais mais satisfatórias.

Muitos casais são *emocionalmente* desajustados, não fisicamente! As reações do sexo são reações emocionais à comunicação; as relações sexuais somente são satisfatórias quando o Apelo Emocional da *comunicação* de um dos parceiros satisfaz o outro. O Capítulo Doze ensina os meios de *remover* as inibições, *expressar* correspondência e satisfação, além de *não esquecer* a importância da oportunidade na adaptação do casal. Com a Técnica do Apelo Emocional e o que contém este Capítulo, ambos podem aproveitar-se dos benefícios de relações sexuais mais completas!

. . . Vencer brigas e discussões.

Discute demais? Cuidado! Você pode se tornar tão agarrado às suas próprias convicções, a ponto de tornar-se vulnerável às complicações,

quando estiver pregando um prego, conversando, comendo, ou dirigindo seu carro. Por que deixar que as disputas minem sua saúde e disposição? O Capítulo Dez traz uma lista de Oito Assuntos de Discussão e prova que a "vitória" sobre eles não traz nenhum benefício emocional. Demonstra um método simples, matemático, que o ajuda a *vencer* sempre uma discussão, mesmo quando houver um preconceito pessoal no meio! Este Capítulo mostra como a Técnica do Apelo Emocional identifica rapidamente as "armadilhas verbais"; ensina-lhe a dominar-se, quando estiver na presença de quem o perturba e o que fazer *depois* de afastar-se dele ou dela. Usando as recomendações encontradas no referido capítulo e em outras partes deste livro, você terá adquirido um método fácil de vencer discussões, apaziguar brigas e tornar-se uma pessoa dotada de maior tato.

. . . Melhorar as relações com o família e os filhos.

Em todo tipo de comunicação, inclusive com a família e os filhos, dirigimos nossas palavras a ALGUÉM. Esse alguém reagirá com um sorriso ou uma careta . . . com medo, desejo, aversão ou ódio . . . com desprezo, concordância ou discussão. Nas relações familiares, a comunicação é mais íntima e os sentimentos se expressam mais prontamente. Certas expressões externas são carapaças protetoras de sentimentos íntimos. Depois de aprender a Técnica do Apelo Emocional, você saberá distinguir as diferenças individuais das pessoas, poderá deitar abaixo as barreiras emocionais, melhorar as relações com sua família e seus filhos – ou com qualquer outra pessoa.

. . . Fazer o "relax" emocional!

A boa saúde, os bons hábitos sanitários e os bons cuidados médicos são inseparáveis. Sem o necessário "relax", entretanto, raramente se consegue boa saúde. Por quê? O repouso é uma atitude emocional. *Para obter um "refaz" ou relaxamento total, você precisa conseguir comunicar-se consigo mesmo!* Deseja sentir-se melhor, *ser* um melhor

pai, amigo ou amante? Deseja dormir com mais facilidade? Está procurando aliviar suas tensões? Melhorar as relações pessoais, familiares ou profissionais? Use a Técnica de "Relax" criada e desenvolvida pelo Instituto de Apelo Emocional de Nova York, encontrada no capítulo Quinze, e verificará sua surpreendente eficiência. Obterá inúmeros benefícios, quando aprender a repousar *emocionalmente*.

. . . Desenvolver a personalidade e o "estilo" próprio.

Noventa e nove por cento das pessoas passam pela vida desconhecidas e esquecidas, por haver, em suas palavras, em seus atos e sua aparência, seus gostos, muita identidade com os gostos, atos, aparência ... dos outros. E você? Possui um "estilo" próprio, pessoal, que o singularize entre os demais? Com a Técnica do Apelo Emocional, você *pode* adquirir essa qualidade revitalizante. A última parte do Capítulo Seis, "Aplicação do Apelo Emocional e Romântico em suas relações com o próximo", contém várias indicações de como livrar-se da rotina e destruir a monotonia mental das pessoas com as quais convive. Outros capítulos também salientam a constante vitalidade da Nova Experiência, parte do Apelo Emocional do Amor, e explicam por que essa experiência é procurada e desejada por todos. Mostram-lhe como usá-la em proveito próprio, desenvolvendo, ao mesmo tempo, sua personalidade e seu "estilo" pessoal"!

. . . Dominar as situações.

A menos que suas palavras e ações façam com que os outros o ouçam, você jamais conseguirá dominar as situações. Perguntas que contenham Apelo Emocional, feitas oportunamente, provocam, de imediato, o interesse das pessoas pelo que você tem a dizer. Têm elas o poder de dirigir e controlar... comandar, retardar, confundir e identificar... economizar tempo, salvar vidas e propriedades e até fazer com que as pessoas mudem de idéia. O Capítulo Nove – o Capítulo das Perguntas – descreve, exemplifica e enumera os quase inumeráveis

benefícios que as Perguntas Providas de Apelo Emocional fazem ao seu poder de comunicação. Ali você aprenderá os meios de aumentar a força de suas palavras, de modo a fazê-las ouvidas; ficará sabendo por que razão o óbvio é seu aliado; como as perguntas aumentam sua própria confiança; aprenderá seis regras que o ajudarão a dominar situações e fazer com que os outros pensem como você.

. . . Lidar com pessoas difíceis.

Uma pessoa "difícil" é aquela cujas palavras e ações não combinam emocionalmente com *seus* sentimentos. Com a Técnica do Apelo Emocional, essas pessoas podem ser *forçadas* a cair na rede! À medida que for lendo A FORÇA MÁGICA DO APELO EMOCIONAL irá tornando mais clara, para você, a importância da observação objetiva que o ajudará a descobrir e identificar, naqueles que o cercam, o GRANDE Apelo Emocional que as impulsiona. Uma vez identificado esse Apelo, você será capaz de "manobrar" qualquer pessoa, até mesmo as "difíceis".

... Proteger-se e às suas propriedades.

Poucos, dentre nós, nos veremos algum dia envolvidos em crime de violência. "Atividade criminosa" é expressão que tem vários significados. O criminoso ou o vigarista é movido por temores e desejos existentes nos Quatro Grande Apelos Emocionais que existem tanto para os "bons" quanto para os "maus" e que são explicados nos sete primeiros capítulos deste livro. Repetidamente, você encontrará referências a esse impulso emocional que se manifesta por palavras, ações, armas e artifícios, tendentes a fazer com que o "crime compense". Poucos criminosos são psicopatas. Quase todos podem ser atingidos, através da comunicação, sem que isso acarrete *perigo*, se empregarmos o Apelo Emocional acertado, mesmo no momento em que o crime está sendo cometido! Através de todo o livro e, especialmente, nos capítulos que tratam da Autodefesa e das Perguntas, você aprenderá como o Apelo Emocional está ligado a todas as fases de sua existência e pode ser usado com

eficiência como arma para evitar o crime e proteger sua vida e propriedades, em caso de necessidade.

. . . Fortalecer as relações entre os grupos.

São vários os problemas relacionados com a convivência de indivíduos e grupos provenientes de diferentes meios étnicos, geográficos, raciais, políticos, culturais, sociais e religiosos. A maioria desses problemas e tensões são causados por comunicação deficiente, falta de compreensão e desrespeito pelos sentimentos alheios. *Os problemas de relações entre os grupos sociais exigem uma liderança especial; é necessário conhecer as palavras e ações que interpenetrem emocionalmente "os fatores que geram o interesse" do grupo, numa base pessoal*. Já que a comunicação de pessoa paira pessoa é a chave do sucesso para a comunicação com as massas, você poderá usar sempre a Técnica do Apelo Emocional para fortalecer as relações entre as pessoas e entre os grupos.

. . . Melhorar a personalidade e o poder de persuasão.

Sua personalidade é, na realidade, a reação dos outros ao Apelo Emocional existente em suas palavras e ações. Aquele que aceita seu Apelo Emocional, aceita sua personalidade. É possível melhorar a personalidade e adquirir uma que seja mais persuasiva e eficientemente comunicativa. No Capítulo Quinze, você encontrará doze meios infalíveis de consegui-lo. Encontrará ainda instruções para fazer contatos emocionais instantâneos, revigorar seu Apelo Emocional e melhorar sua personalidade e força de persuasão

A Força Mágica do Apelo Emocional mostra-lhe como conseguir os objetivos que aí ficaram expostos e muitos outros, por determinação e não por obra do acaso.

Sabe-se mais, atualmente, sobre o que torna difícil a comunicação humana do que sobre os meios de consegui-la com sucesso. As pesquisas

feitas sobre comunicação ainda não descobriram a arte de transmitir sentimentos e significados de uma mente para outra.

Há urgente necessidade de encontrar uma técnica específica e prática para a comunicação.

A Técnica do Apelo Emocional exposta neste volume promete-lhe a resposta. Ensina-lhe a não generalizar, mas a *particularizar* a comunicação.

Entre outras pessoas que reconheceram o potencial do Apelo Emocional, desejo agradecer especialmente ao Dr. Mozell C. Hill, Professor do Colégio de Professores, da Universidade do Colúmbia, pela sua entusiástica aprovação, pelo exame dos originais do presente livro e pela opinião expressa por ele: "A Técnica do Apelo Emocional focaliza um problema até aqui obscuro: as emoções, e como lidar com elas eficientemente." Seja qual for a sua idade, estado civil ou ocupação, você *pode* progredir emocionalmente.

Use a Técnica do Apelo Emocional em suas comunicações. E prepare-se para esperar o inesperado!

ROY GARN

APELO EMOCIONAL – O SEGREDO DO SUCESSO NAS RELAÇÕES HUMANAS

HÁ UM INSTANTE ATRÁS, quando você abriu este livro, estava pensando em outra coisa, não estava?

O que está pensando AGORA? Neste INSTANTE!

Vamos. Seja honesto consigo mesmo. Pare de ler e responda ao que perguntei. Sinceramente.

Você estava pensando em alguma coisa, antes que eu fizesse a pergunta, não é verdade? Claro que estava. Há sempre um pensamento em nossa mente, em cada instante do dia!

Formulei a pergunta: – Em que está pensando? – sendo estas minhas primeiras palavras antes de iniciar conferências, em salas de aula, perante grupo de debates e em conversas pessoais. É impressionante, verificar a grande diversidade de respostas obtidas, sendo que *nenhuma se relacionava, de longe, com. o assunto ou situação do momento!*

Certa noite, em Nova York, lima ruiva alta e elegante respondeu: – Estou pensando na luz que está acesa no meu quarto. – Pressionada para dar maiores detalhes, acrescentou: – Tenho pensado tanto nesta luz, que francamente não sei como poderei prestar atenção na sua conferência. Imagine que vim para cá pelo "metrô" e, assim que a porta do trem se fechou, lembrei-me, de repente, que não havia apagado a luz de meu quarto. Meu marido é um homem muito econômico. Se ele chegar em casa antes de mim, e encontrar a luz acesa, nunca mais deixará de falar no assunto!

Um senhor de temo azul-marinho, corretamente vestido, disse, certa vez: – Meu chefe quer que eu lhe entregue um relatório especial, amanhã, lá pelas quatro horas. Estou pensando em como conseguirei terminá-lo a tempo.

Uma senhora gorducha, de cerca de cinqüenta anos, respondeu meio envergonhada: – Comprei ontem um vestido verde que vou usar

amanhã, em um jantar. Estou torcendo para que não esteja apertado demais!

Uma mulher solteira, de trinta anos, torceu-se toda, ao proclamar a verdade. Estava pensando num telefonema da Tia Ana. – Ela está tentando arranjar um encontro meu com um vizinho, rapaz solteiro...

Um homenzinho grisalho, de voz suave, observou com certo nervosismo: – Tenho que procurar um velho amigo que me deve quarenta dólares há mais de um ano. Estava pensando em como abordá-lo.

Em outra ocasião, um rapaz bonitão, um louro sulista de ombros largos, resmungou: – Isto aqui está meio chato. Estava pensando em sair e tomar um drinque com uma garota que conheci ontem.

Através dos anos, tenho ouvido muitas e muitas respostas diferentes à pergunta: – Em que está pensando AGORA? Agora mesmo, neste instante? – Não é surpreendente que pouquíssimas dessas respostas se relacionassem ao assunto, situação ou tópico da conferência do momento.

Não. Não é surpresa, absolutamente.

As pessoas, seja de que idade, estão sempre básica e emocionalmente *preocupadas* com seus interesses pessoais, suas necessidades, atitudes, problemas, seus enredos individualmente diferentes de alegrias, esperanças, expectativas, ansiedades, temores e recordações. Nos outros momentos, estão "sem pensar em coisa alguma" ou "numa névoa", porque isso também é emocionalmente satisfatório.

Todos lhe dirão que sentem prazer em ouvi-lo, mas, na realidade, o detestam.

Alguém já não lhe disse: – Mas eu falei com você que fizesse isso. Por que não fez? – E você responde, desculpando-se: – Francamente, não ouvi...

Nem seu interlocutor está mentindo, nem você. Alguém falou. Você não ouviu porque estava *preocupado* e não prestou atenção.

Vai se aborrecer por causa disso? *Não o faça!*

O importante é aprender uma Técnica de comunicação que controle a reação provocada por suas palavras e ações e faça com que as pessoas queiram prestar atenção cm você, seja qual for o assunto ou a situação.

Por quê?

Porque sua habilidade em fazer com que as pessoas *desejem* ouvi-lo pode ser a sua mais importante qualidade! Tal qualidade terá o dom de melhorar sua visão, sua personalidade e sou poder de persuasão. Sua vida, suas relações pessoais, profissionais e comerciais, sua iniciativa - e até mesmo sua saúde – podem depender do grau em que você adquirir e empregar essa habilidade.

Fazer com que as Pessoas desejam ouvi-lo aumentará o sucesso de todos os seus empreendimentos. Ajudá-lo-á no amor e no casamento, dar-lhe-á nova atitude, mais alerta e esclarecida.

Quando adquirir essa habilidade, você estará apto a obter maior progresso em sua vida, maior aumento de vendas e de rendimentos. Será mais estimado; enfim, você se transformará numa pessoa muito mais feliz.

Quando começar a adquirir tal habilidade?

Você pode começar imediatamente!

Como começar?

Lembre-se de que a *preocupação é o espantalho de sua vida e não existe uma só pessoa que não tenha preocupações!*

POR QUE NÃO CONSEGUIMOS NOS COMUNICAR COM AS PESSOAS, 99 VEZES EM 100!

Noventa e note por cento das palavras que as pessoas dizem umas às outras não são ouvidas ... e raramente quem ouve tem qualquer defeito de audição!

Noventa e nove palavras de cada 100 que as pessoas escrevem umas para as outras jamais são lidas e, raramente, o leitor tem qualquer defeito de visão!

Quando falamos, as pessoas que nos escutam realmente atentam para o que dizemos?

Em geral, seus olhos estão fitos nos nossos, mas é quase impossível saber o que se passa em suas mentes. Se estiverem pensando apenas em *uma* coisa diferente do que estamos falando, bem poderiam ser *surdas*!

A habilidade de penetrar essa barreira de PREOCUPAÇÃO e atingir a mente de nossos ouvintes representa um dos maiores poderes que nós, como indivíduos, podemos possuir.

Quando aprendermos a penetrar no espírito preocupado das pessoas, poderemos falar com maior sucesso, vender melhor, evitar suicídios, frustrar roubos, fazer com que os outros se riam de nossas piadas, aplaudam nosso canto, amem, detestem, recusem ou aceitem com prazer os nossos atos.

O *único* meio de vencer a preocupação, em *qualquer* circunstância, é usar palavras e ações que contenham um Apelo Emocional.

Que é Apelo Emocional?

É a habilidade de motivar o desejo de nos escutarem. Se sua comunicação contiver Apelo Emocional, você será ouvido!

Certa vez, fui o primeiro a entrar num ônibus, em hora de grande movimento. Tom, o motorista, reconheceu-me.

– Mais uma vez, estou pensando em como seria bom se conseguisse usar o "seu" Apelo Emocional, para fazer com que os passageiros dessem um passinho para trás. Há quinze anos que tento fazê-lo, sem sucesso...

Rindo, aconselhei-o a inscrever-se em um de meus cursos. Cerca de uma semana mais tarde, tive a agradável surpresa de verificar que ele se inscrevera. Tom mostrou-se um aluno esforçado que não somente aplicava no trabalho, na vida, nas relações com as pessoas da família e colegas a técnica estudada, como se esforçava para descobrir que espécie de Apelo Emocional poderia ser usado com sucesso em situações difíceis.

Dois meses se passaram. E novamente, numa tarde, em hora de grande movimento, tomei o ônibus de Tom.

– Quer ver o pessoal ir todo para o fundo do carro? – perguntou, rindo.

Eu não queria outra coisa.

Com um sorriso amável, Tom dizia, a cada passageiro que entrava:

– Alô!

Quando os Preocupados passageiros que viajavam de pé se iam acumulando na frente e no meio do carro, ele se voltava, e com voz tranqüila, perguntava: – Querem fazer o favor de dar um passinho para trás, meus *amigos*?

Todos se afastavam, imediatamente!

Como seres humanos, usamos palavras e atos para nos comunicarmos com nossos semelhantes.

O Apelo Emocional, capaz de interromper os pensamentos que nos preocupam, e que estão contidos nessas palavras e nesses atos, podem fazer ou salvar um casamento, iniciar uma venda ou uma briga, e até mesmo ajudar um motorista de ônibus a resolver um problema!

SEU MAIOR PODER PESSOAL

Betty é uma garota de olhos brilhantes, corpo de Miss, um rostinho idem e um pai rico. Ela e quatro outras pequenas a quem chama de "amigas" assestaram baterias numa oportunidade matrimonial chamada Jim. Betty e as quatro garrotas realmente se esmeraram em apresentar suas mais atraentes facetas.

Mas Jim resolveu casar-se com Ofélia, a que possuía menor inteligência, menor busto e menor conta bancária.

Betty e as outras entoaram com voz sombria o lamento da jovem solteira: – Que será que ela tem e que eu não tenho muito mais?

Não compreendiam que um rostinho bonito e um corpo bem feito podem atrair um homem, mas que, para segurá-lo, é necessário usar palavras e ações que contenham o Apelo Emocional acertado para isso. Para que um homem e uma mulher fiquem noivos, têm que *falar* um

com o outro. O que se dizem, junto com suas ações e reações emocionais constituem o mais importante contato pré-matrimonial entre os dois.

Ofélia podia não ser muito bonita, rica ou inteligente. Nem precisava ser. Usou o Apelo Emocional. Chegou até a mente preocupada de Jim. Disse a ele não só o que desejava dizer, mas o que ele queria ouvir. Fazendo-o interessado em ouvir o que ela dizia, fê-lo interessar-se por ela. Jim acabou por dizer: – Ofélia é tão *diferente* das outras, Mamãe!

Betty, Ofélia e as outras moças estavam todas competindo, é certo, mas toda competição – mesmo a competição para arranjar marido – é uma competição para conseguir penetrar na mente de alguém.

As pessoas, os produtos e empregos são essencialmente os mesmos. Para vencer a competição, você precisa usar seu máximo poder pessoal – seu Apelo Emocional – para penetrar nas Preocupações e obter vantagem.

É assim que conseguimos fazer com que milhões de pessoas, inclusive milhões de Jims, digam: – Sim!

Por vezes uma pessoa está tão intensamente Preocupada que parece impossível, penetrar através dessa preocupação. *Nunca* é impossível, contanto que se use o Apelo Emocional adequado.

Uma mulher bem vestida, de 45 anos de idade, precariamente equilibrada no alto de uma ponte, ameaçava suicidar-se. Em pouco tempo, mais de uma centena de pessoas, além de um policial, aglomeraram-se nas proximidades. Durante vinte minutos, carregados de tensão, o policial e a multidão tentaram impor-lhe uma idéia: – Não salte!

Mas a mulher gritava que o marido a abandonara, os filhos já não lhe tinham respeito e nada lhe restava.

Estava a ponto de atirar-se, quando o policial afastou a multidão e, com a mão em concha nos lábios, gritou:

– Se a senhora quer pular, pule! Mas vai cair numa *água imunda*,, aí embaixo!

Imediatamente a mulher recuou, caindo para trás nos braços estendidos do policial. As palavras *água imunda* resolveram a situação.

Bem, que haveria nessas palavras e que não havia nas que já tinham sido usadas pelo policial e mais de cem outras pessoas? Havia nelas Apelo Emocional para a mulher. Chamaram-lhe a atenção. E, fazendo-a ouvir, possibilitaram a comunicação com seu espírito Preocupado e modificaram seu pensamento.

A expressão *água imunda* seria a indicada para outro homem ou mulher, em situação idêntica? Sim e Não, dependendo do tipo emocional da pessoa em questão.

As pessoas diferem, de acordo com seu tipo emocional. Como um grupo, entretanto, reagem com exatidão quase matemática à forca dos Apelos Emocionais adequados. Assim que tivermos descoberto o Apelo Emocional que atraia a atenção e modifique o pensamento em um tipo de trabalho, produto ou situação, haverá uma reação imediata.

Por vezes, essa rapidez pode salvar uma vida.

Em certa noite fria de inverno, um jovem casal teve a sua primeira briga séria. O marido recusou-se a auxiliar na lavagem dos pratos. A mulher insistiu. Uma palavra puxa outra. Os dois gritaram, esbravejaram e fizeram ameaças, chegando mesmo a esmurrar os móveis. O barulho não só acordou o filhinho de oito meses, que dormia no quarto ao lado, como perturbou de tal forma os vizinhos de apartamento, que alguém chamou a polícia. A mulher atendeu à porta e fez entrar um oficial.

Os vizinhos foram entrando atrás.

Quando viu a polícia e toda aquela gente, o marido foi tomado de pânico. Correu ao quarto, pegou o bebê com uma das mãos. Vagarosamente, voltou à sala ante os vizinhos e, com a mão livre, abriu a janela.

Enquanto entrava o vento gelado, ameaçou: – Mais um passo e jogo esta criança pela janela!

Tanto o policial quanto os vizinhos compreenderam que ele falava para valer. Todos pararam.

A mulher estava de tal forma apavorada, que os olhos quase lhe saltavam das órbitas.

Foi quando um menino de 12 anos, que acabava de entrar no apartamento, falou: – Já não basta querer matar seu próprio filho, senhor? Precisa também fazê-lo pegar um resfriado?

O homem piscou, olhou para o bebê, fechou a janela e entregou a criança à mulher. Com a cabeça baixa, murmurou um pedido de desculpas. A idéia de que estava expondo o filho a apanhar um resfriado causara, imediatamente, uma reação emocional.

Com isso, evitou-se uma tragédia!

Seriam "doentes mentais" o jovem marido e a mulher da ponte? Dificilmente. Estavam ambos emocionalmente perturbados. Como? Para início de conversa, reagiram emocionalmente ao estímulo de palavras e atos de outras pessoas.

Qualquer um de nós pode chegar a este ponto, se permitirmos que nosso "aborrecimento" nos leve até lá!

Não se esqueçam, por favor: todos nós sentimos, em quase todas as horas do dia, reações emocionais provocadas por atos e palavras. Alguns de nós jamais revelam a extensão de nossas lutas, discussões, ou os meios pelos quais nos acomodamos com aqueles que nos provocam.

Cerca de 97% de todas as pessoas deste mundo levam vidas perfeitamente "normais", sem que suas tensões emocionais sejam publicadas pela imprensa. Quando alguma pessoa "comum" chega a cometer suicídio, alguma atividade criminosa ou qualquer tipo de comportamento antisocial, podemos apostar que uma coincidência, o destino ou a ocasião concorreram para ativar o estímulo emocional primitivo.

Quantas vezes, por exemplo, as pessoas se encontram em intervalos regulares, no trabalho, socialmente, no colégio ou como companheiras de condução, sem que realmente se conheçam? Sobrevem, então, uma situação inesperada que causa uma observação; alguém sorri, concorda,

critica ou discorda. Até mesmo *essas* reações emocionais podem despertar amor, amizade ou ódio!

Geralmente, quando um homem e uma mulher se conhecem "toda a vida", nem sonham em se casar. Surge uma circunstância inesperada. Um deles faz um comentário que agrada o outro. Tóoem... Pela primeira vez, um conseguiu "atingir" o outro. Clic ... amor entrou.

Quem são esses dois?

Pessoas "normais"... criaturas movidas por emoções e instintos. Se submetidas a uma tensão emocional muito forte... poderão, rapidamente, vagarosamente, ou mesmo eventualmente, reagir a palavras e ações com uma tentativa de suicídio ou ameaçando jogar pela janela um filho muito querido.

O mesmo se aplica a você.

Aí está por que é necessário adquirir a habilidade de melhor controlar e compreender suas próprias motivações e reações emocionais. Esta é, também, a razão da importância, para seu sucesso e felicidade, da aquisição do poder de controlar e compreender as reações dos outros. Eis por que se torna tão urgente o uso da técnica do Apelo Emocional.

Seja entre marido e mulher, vendedor e cliente, médico e paciente, mãe e filho, encontramos, todos os dias, situações em que existe Apelo Emocional.

A mãe de Sue, uma garotinha de cinco anos, estava exasperada. A menina acabara de quebrar uma jarra caríssima. – Só dentro de muitos meses poderemos comprar outra, assim mesmo muito longe da qualidade desta! – dizia ela. – Eu avisei a você que não chegasse perto desta jarra!

Com ar ameaçador, colocou as mãos nos quadris. – Vá buscar, no armário de ferramentas, o cinto de seu pai, Sue. Vou dar-lhe uma surra da qual nunca mais se esquecerá – esbravejou. – Vai ficar com as costas de tal jeito, que há de aprender a me ouvir e a deixar de quebrar as coisas. Vamos! Vá buscar o cinto!

A garotinha afastou-se. Daí a um instante, voltou com um martelo.

– Toma, mamãe. Por que não me bate com *isto*?

A mãe ficou parada, olhando para o martelo e para a menina. Em seguida, desviou o olhar e falou, com voz quase inaudível: – Vá para seu quarto, Sue, e que isto não torne a acontecer!

A reação emocional provocada pelo martelo anulara os sentimentos que a fizeram pensar em usar o cinto? Exatamente.

Também mudara o modo de pensar de uma mãe!

As vendas também envolvem problemas de comunicação. Se a oferta do vendedor não provocar uma reação emocional, a venda não se realizará.

Quatro casas de "lingerie", na mesma quadra, expunham camisolas iguais. Uma delas colocara uma etiqueta: – $ 3,95 – Preço antigo – $ 5. Apesar de as camisolas ocuparem a maior parte da vitrina, mais de três semanas se passaram, sem que os fregueses se interessassem. Foi então que alguém sugeriu que se colocasse unicamente o preço de $ 3,95 nas duas camisolas. Em uma, acrescentaram: "Para Santas", na outra: "Para Pecadoras."

Em três dias, o estoque estava esgotado e a loja pedira nova remessa de camisolas. Quase todas as clientes compravam uma camisola de cada tipo – ou duas de cada vez – para certificar-se de que não seriam identificadas pela vendedora nem como santa, nem como pecadora.

Como as pessoas gostam de comprar mas detestam ser obrigadas a comprar, haverá sempre possibilidades ilimitadas de utilizar o Apelo Emocional, a fim de criar uma superioridade competitiva. Por vezes, um nome é o melhor Apelo Emocional.

Uma dona de casa queria reformar o estofado de seus móveis de sala. Consultou anúncios e a lista classificada dos telefones. Mais de dez vendedores foram procurá-la. Seus preços, material e tempo prometido para a entrega eram semelhantes. Cada qual deixou seu cartão. Um deles, entretanto, observou: – Meu nome vai ajudá-la a lembrar-se de mim. Meu nome é Lobo. Lobo só no nome... – Ambos riram.

Alguns dias mais tarde, quando a mulher pensava em qual das firmas chamaria, lembrou-se do "Lobo". Somente ele vencera sua

Preocupação, atraíra-lhe a atenção e se individualizara, em sua memória. Fez o negócio. E até o marido concordou com a escolha!

As palavras são armadilhas emocionais. Depois que saem da boca, ficam à espera, para ver o que acontece. E o que acontece sempre diz respeito a alguém, que é quem nos ouve: continua com suas Preocupações, porque nossas palavras não continham Apelo Emocional Estimulante, ou o Apelo Emocional dessas palavras era tão forte que o Ouvinte muda de opinião, mesmo sem querer!

Um homem saiu da Filadélfia para a Costa Ocidental, a negócios. Terminando com meio dia de antecedência o que fora fazer, resolveu passar algumas horas em Las Vegas, só para poder contar aos amigos que lá estivera jogando. Como estivesse com pouco dinheiro, resolveu jogar no máximo dez dólares.

Chegando ao Cassino de Las Vegas, trocou uma nota de cinco dólares em cinco moedas de um. Em pouco tempo perdia tudo num caça-níqueis. Resolveu então ser extremamente cuidadoso.

Trocou uma nota de vinte dólares, ficou com cinco moedas de um dólar na mão direita, e os quinze dólares na esquerda. Aproximou-se de uma mesa de dados, dizendo a si mesmo que só apostaria os cinco dólares, acontecesse o que acontecesse. Para melhor resistir à tentação, enfiou os quinze dólares no bolso.

Junto à mesa de dados, uma mulher de meia-idade tapeava seis ou sete jogadores. Erguendo os olhos, viu aproximar-se o homem de Filadélfia, e falou: – Vamos, rapazes, afastem-se e façam lugar, que aí vem um jogador *de verdade!* O homem meteu a mão no bolso, as duas mãos bateram na mesa ao mesmo tempo. Apostou de uma vez os vinte dólares.

E perdeu. O Apelo Emocional das Palavras daquela mulher fora mais forte que a razão emocional que o fizera decidir a não jogar os vinte dólares. Não há dúvida sobre isso!

As pessoas estão constantemente Preocupadas, diariamente, em qualquer situação. Ainda que estejam com fome ou sede, felizes ou

tristes, apaixonadas ou aterrorizadas, você tem que fazê-las *ouvir* o que diz, quando *parecem* estar ouvindo.

Até mesmo seu melhor amigo pode olhá-lo nos olhos enquanto você fala e ter o pensamento num assunto ou situação a muitos quilômetros de distância!

Se ele o manda "calar a boca", não se zangue. Deveria agradecer-lhe. Talvez seja um bom conselho Quando você fala e seu *ouvinte* não o escuta, não é melhor calar-se?

Mas você pode *forçar* as pessoas a se interessarem pelo que diz, rápida e facilmente, aprendendo a projetar mais eficientemente seu Apelo Emocional.

Quer você fale, venda, represente ou escreva, esteja sempre alerta ao fato de que as pessoas estão Preocupadas. Para alcançá-las, você tem que vencer essa Preocupação, com um Apelo Emocional bem dirigido.

Não importa quem seja você, o que faça ou ande more, o "poder de se fazer ouvido" em sua comunicação é o passo inicial para melhorar sua personalidade, sua visão e sua força de persuasão.

As pessoas precisam de comunicar-se. Para isso, usam palavras e atos.

Por bem ou por mal, o efeito produzido por essas palavras e ações pode fazer amigos ou inimigos, conquistar amantes ou fazer-se abandonar, provocar a realização de um negócio ou uma desilusão. Eis por que o *modo* de penetrarmos na Preocupação e no pensamento das pessoas deve ser o passo inicial ao longo do caminho que nos leva a impressionar, hipnotizar, ensinar, nos fazer lembrados, influenciar, dirigir, persuadir e afetar nossos semelhantes.

É este, também, o meio que têm as pessoas de nos impressionar, hipnotizar, instruir, influenciar, dirigir, afetar e se fazerem lembradas, em relação *a nós!*

Eva usou seu Apelo Emocional e Adão não lhe resistiu. Existem, atualmente, mais Evas, mais maçãs e mais Adões... Mas o Apelo Emocional continua sendo a razão que faz as pessoas se interessarem

pelo que você diz, quer esteja falando de maçãs, religião, baseball, política ou colheita de pimentões.

Se você deseja, realmente, "ferir" alguém, não precisa usar uma barra de ferro. Algumas palavras pronunciadas com Apelo Emocional inadequado terão o poder de interromper a Preocupação, penetrar no espírito e lá ficar, não havendo curativo capaz de cobrir o ferimento causado.

Por outro lado, é impossível conquistar amigos, influenciar as pessoas ou realizar um negócio sem primeiro vencer a Preocupação, por meio do Apelo Emocional!

Quem se comunica por meio do Apelo Emocional alcança o Sucesso!

Aconteceu em casa dos Smith:

A Sra. Smith diz ao marido: – Meu bem, quando você sair, traga meio quilo de manteiga. – O Sr. Smith compra cigarros e volta sem a manteiga. A Sra. Smith se queixa, aborrecida: – Você nunca presta atenção ao que digo!

– Eu não ouvi, meu bem – diz ele.

E a briga começa. As crianças são obrigadas a ouvir tudo, durante o jantar. O prazer do jantar está estragado, a noite também.

Muitas vezes, o que se diz à mesa de refeições é o início de relações tensas, numa família. Muitos especialistas afirmam que a maioria dos divórcios é causada por fatos triviais.

Mas essas "trivialidades" são, muitas vezes, indício de coisa muito mais séria, a falta do Apelo Emocional por pessoas que, quando se comunicam, ou quando estão interagindo, são sempre movidas pelas emoções.

O Sr. Smith estaria ouvindo pouco? Não. Haveria qualquer defeito na voz da Sra. Smith? Não.

Por que, então, não conseguiram eles comunicar-se? O Sr. Smith estava Preocupado. A mulher não soube como interromper essa preocupação. Falou, mas ele não a ouviu.

Espantoso, não? Estavam casados havia 12 anos, depois de quatro de namoro. Dezesseis anos na vida de uma jovem e de uma mulher, passara ela em íntima convivência com um homem – e que sabia ela, realmente, sobre ele? Nem o suficiente para descobrir o Apelo Emocional que o faria lembrar-se de comprar a manteiga no mesmo supermercado onde comprara os cigarros.

E o Sr. Smith?

É Provável que conheça, menos que a mulher, a arte do Apelo Emocional. Como quase todas as pessoas neste mundo, tem olhos que não vêem e ouvidos que escutam pouco.

Vive preocupado. Como você.

AS PALAVRAS SÃO EMOCIONAIS

As palavras são carregadas de emoção. Usadas para com pessoas emocionais, estas reagem em seus próprios termos.

Quando um vizinho diz: – Sua filha é uma boa menina... embora não seja muito inteligente. – Interrompe imediatamente sua Preocupação. Você se ressente do que ele disse. Fica ofendido, *mesmo que concorde com quem falou!*

Se alguém observa seu procedimento e declara que você é um "pão duro", sua reação é de descontentamento, quer a observação seja ou não verdadeira.

De acordo com o mesmo padrão geral de reação emocional, você reagirá imediatamente, se alguém lhe disser algo agradável: que você tem espírito esportivo, que se veste bem ou tem boa aparência, ou ainda que não envelheceu *um dia* nos últimos dez anos!

Essas reações emocionais são condicionadas de modo idêntico ao que acontece quando você atravessa uma rua e um caminhão vem por cima de você. Sentindo a aproximação do perigo, você dá um salto para o lado. Se o caminhão estiver a uma distância razoável, o que lhe acarreta a sensação de segurança, talvez você se arrisque a atravessar a rua.

Assim, a reação emocional é uma rua de mão dupla, a sua e a do motorista do caminhão! O mesmo acontece com as motivações emocionais que provocam reações e comunicações.

Lembra-se do que acontece quando um médico o faz sentar-se, de pernas cruzadas, e bate em um ponto abaixo do joelho, com um martelinho de borracha? Quando bate no ponto certo, o reflexo é um pulo da perna. E no lugar errado? Não há reação, ou você sente dor.

As palavras e os atos podem agir de forma idêntica. Alguns deles têm o poder de afetar outras pessoas, mas não agem sobre você, por causa de suas emoções individuais. Quando as palavras e ações o atingem num ponto nevrálgico, a reação virá, por bem ou por mal!

E *suas* palavras e ações podem ter o mesmo efeito sobre seus ouvintes.

Numa conferência dirigida a cerca de quinhentos homens e mulheres, o conferencista, nos dez minutos iniciais, animou-se com o calor de uma audiência interessada, que recebia bem tudo quanto ele dizia.

Um homem moreno, bonitão, sentado na sétima fila, parecia especialmente interessado. De vez em quando, mostrava concordar com o conferencista, com um gesto de cabeça.

Foi quando, erguendo a voz, o orador falou, com ênfase: – É preciso que os senhores jamais esqueçam este fato, a menos que desejem fazer como os árabes que cobrem a cabeça para roubar, dentro da noite...

– Não! – gritou de repente o homem da sétima fila. Havia em seu rosto uma expressão amarga. – Não gostei desta observação. *Eu sou árabe!*

As palavras do conferencista não tiveram efeito desagradável sobre mais ninguém, na audiência., mas sim sobre aquele homem. A atenção foi desviada do conferencista e cerca de quinhentas pessoas tiveram uma demonstração inesperada e inesquecível de que as palavras são agentes emocionais.

O mesmo aconteceu a certo conferencista...

Podemos aplicar o exemplo às *mais simples situações*.

Você vai andando pela rua. Marta vem vindo em sua direção. Você exclama: – Alô, Marta! – A moça responde: – Alô, Gerry – e prossegue seu caminho. Você também continua a andar e tudo fica por aí. Você obteve a reação emocional desejada.

Mas suponhamos que você tivesse dirigido a Marta as palavras de cumprimento e ela, Preocupada não demonstrasse reconhecê-lo e seguisse seu caminho. Você haveria de parar, voltaria a cabeça para olhá-la, murmurando – Puxa! Essa Marta! Há mais de dez anos que nos conhecemos e passa por mim sem me falar! Desde que o marido ganhou aquele dinheiro nas corridas e comprou dois terrenos e um Cadillac, pensa que tem o rei na barriga! Quero só ver o que vai dizer Helena, quando lhe contar ...

Vejamos agora: já entraram no caso um marido, dinheiro, uma corrida de cavalos, dois terrenos e um Cadillac, tudo porque Marta não disse: – Alô. – As palavras ou a falta delas, provocam reações emocionais. Emocionais são as pessoas que as pronunciam ainda mesma que nunca se tenham visto antes.

Um sujeito engraçado pode olhar para nós, sorrir e dizer: – Alô, como vai passando? – Antes mesmo de sabermos o que estamos fazendo, retribuímos o sorriso e o cumprimento. Instantes depois, franzindo o sobrolho, pensamos: – Este camarada parece me conhecer. Mas, quem, diabo, será *ele*?

Experimente sorrir e estender a mão a uma perfeita estranha. Há de vê-la apertar-lhe a mão, sem saber por que o faz, talvez lançando-lhe um olhar intrigado. O mesmo acontecerá se a experiência for feita com *um homem!*

Quando tivermos estudado detalhadamente a Técnica do Apelo Emocional, ficaremos sabendo que tais ações constituem a reação emocional a uma atitude que parecia dizer: – Como vai você? – E, porque existe em nós o Desejo de Consideração, pode ser importante dar a impressão de que estamos bem e agimos corretamente, mesmo aos olhos de um estranho!

Há tempos atrás, um cliente meu ganhou alguns dólares a mais, unicamente por ter usado o poderoso estímulo constituído por um sorriso e um aperto de mão.

Criou, para um vendedor de televisões e aparelhos domésticos, o "slogan": "A loja onde você compra um aperto de mão." Como o ramo de TV e aparelhos domésticos é um dos que sofram mais forte competição, os descontos, a personalidade e a simpatia do vendedor são fatores importantes para vencer os competidores.

A idéia do "Aperto de Mão" foi promovida em anúncios e mostruários. O dono da casa lançou um "Crediário do Aperto de Mão" e a frase "Com um Aperto de Mão se resolve" foi usada para vender qualquer artigo, desde uma torradeira até uma máquina de lavar roupa. Mas uma coisa é tornar uma loja conhecida, outra é realizar uma venda. Uma vez vencida a Preocupação e atraída a atenção dos compradores, é preciso usar as palavras e ações de um vendedor persuasivo, para realizar bons negócios.

Todos os vendedores da loja, inclusive o dono, foram treinados. Mas um cliente entrava, por vezes mesmo antes que ele transpusesse a porta, um vendedor se dirigia a ele, sorrindo e estendendo-lhe a mão. O cliente em potencial, geralmente um desconhecido que estava "apenas olhando" ou "vendo o preço", automaticamente retribuía o aperto de mão do vendedor, Antes que ele tivesse tempo de se sentir embaraçado, o vendedor sorria novamente, apontando para um cartaz e dizia, cortesmente: – Esta é a loja onde o senhor compra com um aperto de mão. Interrompida a Preocupação, feito o contato emocional, estabelecera-se o sentimento de simpatia e propensão para realizar a compra na loja.

Esta forma de Apelo Emocional não só aumentou as vendas da casa, como fez com que o proprietário fosse procurado por vendedores de firmas concorrentes que desejavam trabalhar em sua casa. A reação emocional provocada por um sorriso e um aperto de mão ajudava a tornar o processo de vender coisa tão simples como dizer "Alô!"

A PALAVRA "EMOCIONAL" E SUA SIGNIFICAÇÃO

"Emocional" é uma das palavras que têm sido mais incorretamente usadas. De acordo com o significado que comumente lhe dão, e algumas vezes profissionalmente também, muitas vezes deduzimos que certas pessoas são "emocionais" e outras não; que uma pessoa "emocional" é alguém de gênio difícil, temperamental, inconstante, instável, alguém que facilmente "perde a cabeça" ou mergulha em prolongados períodos de silêncio. Na realidade, toda criatura humana é emocional e possui sentimentos que podem ser motivados, perturbados ou agitados.

Somos susceptíveis de ter qualquer um desses "sentimentos" individuais nas nossas comunicações rotineiras com nossos semelhantes. Alguns assuntos, palavras ou ações podem nos fazer rir, chorar, ficar zangados, odiar o interlocutor, emprestar dinheiro, amar, sentir ciúmes, ou curiosidade, ou começar uma briga.

Esses "sentimentos" se originam em uma experiência passada ou numa série de experiências que causaram em nós reação passiva ou negativa, mas, seja como for, uma reação! Ora, se não encontrarmos no passado a origem de nossa reação emocional, encontraremos uma esperança ou medo relacionados com o futuro em nossas atitudes, necessidades ou ações. Tudo isso junto provoca a Preocupação.

O mesmo acontece com nossos fregueses, pacientes, clientes e com aqueles que nos ouvem.

Não existe uma só pessoa que não reaja emocionalmente a palavras, ações e situações que afetem sua perspectiva emocional ou sua experiência. No processo de compreendermos e sermos compreendidos, é a comunicação que revela nosso estado emocional especial. Quando reagimos, isso significa que alguém conseguiu penetrar em nossa Preocupação, quer estejamos lendo algo escrito especialmente para nós, como indivíduos, quer façamos parte de uma audiência de milhões. Na realidade, os efeitos mais importantes da comunicação das massas são constituídos pelas reações expressas individualmente.

A resposta pode ser imediata, suave, temerosa, tranqüilizadora, cômica ou argumentativa.

Assim acontece sempre, quer estejamos metidos numa complicação de negócios, numa situação social ou num problema de família, até mesmo em casa, na intimidade da vida conjugal, quando o prazer de estar junto com seu companheiro atinge o auge. – Meu bem... – você suspira. – Como gosto de você! – E eu de você... – é a resposta. – Eu só queria que sua mãe não fosse tão "chata". . .

O quê? Você fala em voz alta, esquecendo completamente que já passa de meia-noite. – Então Mamãe é chata? Pois fique sabendo que não existe, em toda a sua família, uma só pessoa de gênio tão bom quanto o dela!

– Gênio bom? GÊNIO BOM! Ela é tão mesquinha que...

E a discussão prossegue. Os dois vão dormir cada qual para seu lado e mal se falam, durante os dias seguintes!

Algumas palavras capazes do despertar reações emocionais desfavoráveis bastam pana mudar a direção dos pensamentos de uma pessoa. Em todas as nossas comunicações, verificamos que o Apelo Emocional acertado é capaz de interromper a Preocupação e provocar reação positiva. Quando usamos o Apelo Emocional errado ou não usamos nenhum, as pessoas continuam Preocupadas ou reagem negativamente!

Muitas esposas usam, sem querer, o Apelo Emocional errado. O mesmo acontece com os maridos, empregados, amigos, pessoas da sociedade, políticos e profissionais.

Médicos de clínica geral concordam em que a maioria dos pacientes que os procuram são portadores de males curáveis de preferência com palavras, em lugar de remédios. Contudo, quantos médicos foram treinados numa Técnica que os ajude a descobrir e controlar as reações emocionais provocadas par suas palavras e ações?

Usando o Apelo Emocional acertado, você terá a habilidade de motivar, nas pessoas, a predisposição para ouvir o que você tem a dizer.

Para consegui-lo, é preciso penetrar na Preocupação de quem o ouve. Antes de se habilitar a fazê-lo, você precisa identificar os "fatores que despertam atenção" e dirigi-los particularmente à pessoa ou ao grupo que deseja atingir. Deve-se levar sempre em consideração as raízes emocionais tia idéia comunicada!

Você pode ter um rosto bonito e um corpo bom feito, mas somente usando o Apelo Emocional *certo* conseguirá fazer com que um homem se case com você e viva feliz a seu lado, enquanto estiverem casados. Um dos meios de conquistar o coração de certo tipo de homens é através da estômago, mas você precisa empregar, primeiro, o tipo de Apelo Emocional especialmente dirigido a ele, para convencê-lo a sentar-se à mesa com você. E nem todos os homens se deixam "prender" por este meio.

Há diferenças de assuntos e de julgamento, também. Até mesmo um grupo de 12 homens honestos e sinceros precisa uma razão emocionalmente atraente para prestar atenção, do contrário permanecerão todos Preocupados e se negarão a ser persuadidos.

Isto é particularmente verdadeiro em ações jurídicas que muitos advogados consideram difíceis de ganhar. Em Ohio, entretanto, um advogado aproveitou bem a oportunidade de processar o editar de um jornal por ação difamatória (libelo) contra um de seus clientes. Durante o julgamento, o advogado dizia "LIBEELEOUS" ao invés de "libelous". Referia-se repetidamente ao libelo difamatório praticado pelo jornalista contra seu cliente, sem pronunciar corretamente a palavra libelo uma só vez (*) .

Ganhou a questão. Quando um dos advogados de sua equipe lhe perguntou por que insistira em pronunciar erradamente a palavra, deu uma risadinha: – A palavra "libelous" não tem colorido. É uma palavra

---

* NOTA DO TRADUTOR – "libelous" significa libelo. O advogado, pronunciando erradamente a palavra, dizia "libílios", o que fazia lembrar "bílis", fel, fazendo a ação difamatória parecer mais grave aos jurados.

de tonalidade seca, que não afeta as pessoas, ao passo que "LIBEELEOUS" (pronuncia-se libílios) dá idéia de coisa má, perversa, não acha?

Sabendo que a causa de seu cliente era justa e que entre os jurados havia homens piedosos, nosso advogado compreendeu que poderia despertar-lhes o interesse com uma palavra que, além de *significar* uma ação má, *soasse* como tal.

Forçando a Preocupação dos jurados, o advogado achou mais fácil penetrar em seus espíritos para apresentar-lhes os fatos.

É agindo da mesma forma que Você consegue apresentar *emocionantemente* um assunto à audiência. Se não conseguir estabelecer uma relação emocional entre você e sua audiência, não haverá razão para fazer-se ouvido.

Se as pessoas não querem ouvir, não conseguirá persuadi-las a fazer coisa alguma.

Qual o motivo da disposição para ouvir, manifestada pelas pessoas? Suas reações emocionais *personalizadas*, que as fazem *desejar* ou *temer* ouvir alguma coisa.

Esses "fatores de atenção", isto é, os fatores que fazem com que uma pessoa fique predisposta a reagir positivamente, poderão ser aplicados a "qualquer" pessoa, produto ou situação. Isto é, se você usar a "Técnica do Apelo Emocional".

TÉCNICA DO APELO EMOCIONAL, DENOMINADOR COMUM DE TODOS OS NOSSOS PROBLEMAS

O APELO EMOCIONAL é uma Técnica de comunicação que lhe oferece a oportunidade de conhecer-se melhor e de controlar com maior êxito as reações emocionais dos outros a suas Palavras e ações.

A Técnica é o resultado de mais de dezessete anos de pesquisas e testes feitos sobre as reações provocadas por palavras e atos, e aplicados em milhares de pessoas de todas as idades e profissões, tanto individualmente como em grupos. Aprendendo a compreender o fator Preocupação por meio de observação objetiva e tendo em vista os Quatro Fatores Emocionais capazes de vencer e afastar a Preocupação, você poderá usar eficientemente a Técnica do Apelo Emocional *em qualquer* situação de comunicação em que seja necessário usar palavras e atos *certos*.

Com a Técnica, você pode lançar mão do Apelo Emocional intencionalmente e não por acaso.

As pessoas com as quais você vive, trabalha e está em interação raramente gostam de pensar. Vivem emocionalmente emaranhadas com o que *sentem*! Esses *sentimentos* pessoais são, ao mesmo tempo, *ativadores* emocionais e *barreiras* para a comunicação.

Se você conseguir vencer esses sentimentos com o Apelo Emocional *adequado*, por meio de palavras e ações, terá capturado a habilidade de fazer com que os outros lhe prestem atenção. Este é o denominador comum de melhores relações humanas, e sua chave para uma vida mais feliz e próspera!

A Técnica do Apelo Emocional tem três facetas:

1 – Todos têm PREOCUPAÇÕES

2 – O ASSUNTO atingirá a AUDIÊNCIA quando for usado o Apelo Emocional *apropriado* para vencer a Preocupação

3 – Para descobrir qual o Apelo Emocional acertado, procure entre os QUATRO GRANDES *Apelos Emocionais*:

Instinto de Conservação
Dinheiro
Amor
Consideração

A expressão "Quatro Grandes" Apelos Emocionais tem sido empregada há muitos anos e ficou provado que é uma expressão fácil de guardar na memória. A Técnica do Apelo Emocional salienta que o "sucesso ou fracasso" e a "vida ou morte" da comunicação se acham inexplicavelmente emaranhados nos "Quatro Grandes" fatores emocionais ligados ao Instinto de Conservação, Dinheiro, Amor e Desejo de Consideração.

A menos que você descubra pelo menos um dos Quatro Grandes que fatalmente *ligam* o que você deseja comunicar com *os sentimentos* daqueles com que se comunica, não haverá *muita razão* de seu interlocutor prestar atenção ao que você diz. Quando seu interlocutor não ouve o que você fala, continua Preocupado, ouvindo a si próprio e não a você!

Esses Quatro Grandes Apelos Emocionais existem em todos nós, em todos aqueles que nos escutam, seja um só indivíduo ou um milhão. São inatos, *ninguém* pode combatê-los.

Um desses profundos Apelos Emocionais é a *grande* razão de nosso interlocutor *desejar* ou *temer* ouvir o que temos a dizer. Por vezes, este Apelo *principal* está ligado a um outro dos Quatro Grandes, mas raramente encontramos mais de dois formando o *laço* que une enfaticamente o assunto à audiência, o escritor ao leitor, quem fala a quem ouve.

Seu talento de *ouvinte* deve estar diretamente ligado à sua habilidade em *fazer-se ouvir*. Já que as pessoas estão sempre Preocupadas, a pessoa que deseja persuadir outras deve, por sua vez,

estar sempre atento ao que ouve, a fim de descobrir e identificar essas Preocupações.

Usando de observação e perspicácia em suas comunicações com os outros, você notará a poderosa vitalidade dos Quatro Grandes Apelos Emocionais que tanto afetam nassa vida. À medida que o tempo for passando, o uso da Técnica do Apelo Emocional em sua vida diária irá melhorando rapidamente sua personalidade, seu poder de persuasão, sua saúde e suas perspectivas. Você descobrirá importantes fatores de sua imaginação criadora, sua iniciativa aumentará e você se tornará o tipo de pessoa que deseja ser.

OS TRÊS ELOS DA TÉCNIÇA DO APELO EMOCIONAL

Vamos agora ligar definitivamente os três anéis da Técnica do Apelo Emocional, no gráfico que se segue:

PREOCUPAÇÃO

ASSUNTO-AUDIÊNCIA

OS QUATRO GRANDES
– INSTINTO DE CONSERVAÇÃO
– AMOR
– DINHEIRO
– DESEJO DE CONSIDERAÇÃO

Quando aplicamos a Técnica, verificamos, a cada passo, que a diferença entre *tentativa de comunicação* e *comunicação* está na escolha do Apelo Emocional Apropriado. Isto é verdade, mesmo quando você está protegendo suas propriedades ou a própria vida.

Depois de tomar parte em um programa de TV em Nova York, o Sr. R. tomou o "metrô" para a cidade, onde deixara o carro. Dirigiu-se então

para casa, passando por Bowery. Eram nove horas da noite e o local estava deserto. Quando R. aproximou-se de um sinal luminoso, notou um vulto alto e forte que se dirigia para seu lado esquerdo, saindo de um ponto escuro. Justamente neste instante, o sinal mudou para vermelho. R. pisou no freio.

Um par de mãos enormes agarrou a porta próxima ao volante o R. ouviu uma voz arrogante dizer, junto a seu ouvido esquerdo:

– Que tal me passar duas pratas, um irmão? Não jantei hoje . . .

Era uma voz horrível. O ambiente perfeito para um assalto e um roubo. Ao invés de tirar a carteira, com o que faria o homem saber onde estava seu dinheiro, R. usou a mais poderosa arma que possuía, o Apelo Emocional de suas palavras o ações.

Sem tirar os olhos da estrada, em sua frente, R. resmungou:

– Escute, meu amigo, *estou de serviço*. Não posso perder de vista aquele carro ali na frente. Portanto, vá caindo fora!

O homem caiu fora mesmo, e depressa!

As palavras *estou de serviço* assustaram mais o assaltante do que ele próprio a R. O homem *ouviu* as palavras de R., que penetraram em seu espírito e o mudaram de direção.

Como toda pessoa que vai cometer um crime, seu medo de meter-se com a polícia e ser preso era tão grande quanto sua coragem de cometer o crime. Quando R. deu a entender que era um oficial da polícia, o efeito emocional de sua atitude sobre o assaltante foi tão forte que ele tratou de se esconder, correndo, na escuridão de Bowery, chegando mesmo a murmurar um pedido de desculpas!

Breve compreenderemos por que o uso do Apelo ao Instituto de Conservação, capaz de vencer a Preocupação, fez o homem agir dessa forma, nessa situação. Sua tentativa pode ter sido motivada pelo desejo de obter Dinheiro, mas o medo de ser pego e metido na cadeia foi mais forte e mais importante, emocionalmente, do que cometer o assalto.

Nas raízes deste fato, como em todas os outros, notamos a existência de um *grande* fator emocional que nos obriga a estar atentos. Mas seremos capazes de notá-lo a tempo?

Sim, se usarmos a Técnica do Apelo Emocional.

Durante muitos anos, um de maus alunos foi Instrutor-Chefe de uma colônia de férias para crianças. Os Instrutores eram chamados de "Tios" e "Tias" e, em geral, eram escolhidos pelo grau de instrução ou pela experiência que possuíam do alguma das atividades de colônia.

Um dia, o Instrutor-Chefe contou-me que "Tio Charlie", Instrutor do Baseball, considerado dos melhores jogadores de várias seleções americanas, além de ser o melhor de seu colégio, era estimado por todos as garotas da colônia, que costumavam conversar sobre suas proezas e sua fama. Todos, menos um menino de treze anos, chamado Ronnie.

Ronnie era excelente atleta, mostrava interesse e competência em todas as atividades do acampamento, exceto baseball. Depois de se ter pacientemente esforçado para ganhar a confiança do garoto, Tio Charlie estava prestes a desistir. - Não consigo me comunicar com ele - queixou-se ao Chefe. – Ronnie recusa-se a escutar-me. Está sempre desatento, fazendo caretas e perturbando os colegas. Gostaria que me desse permissão de fazê-lo sair das instruções de baseball, pois está prejudicando os demais.

Naquela tarde, depois do almoço, o Instrutor-Chefe chamou Ronnie para uma conversa. – Que há com você, Ronnie? – perguntou ele. Você se dá bem com todos os instrutores, com exceção do Tio Charlie. Você sabe que ele é um dos melhores jogadores de baseball da Universidade. Não acha que poderia aprender muita coisa com ele?

– Não, senhor! Não posso aprender coisa alguma com ele!

– Por quê?

O garoto de treze anos pôs as mãos nas cadeiras e falou com segurança: – Desde quando um torcedor do *Giant* pode ensinar alguma coisa a um torcedor do *Dodgers*?

O Instrutor-Chefe e Tio Charlie tiveram outra conversa.

Na manhã seguinte, na instrução do baseball, Tio Charlie falou ao grupo de Ronnie: – Vocês todos sabem que sou torcedor do "Giant" e que os "Dodgers" e os "Giants" são os mais ferozes rivais na liga de baseball. Pois bem, mesmo como torcedor do "Giant", sou obrigado a reconhecer que os "Dodgers" são melhores, em certos aspectos do jogo. Vejamos, por exemplo, suas jogadas duplas e seus "pitchings"...

Ronnie estava interessadíssimo. Pela Primeira vez, desejava ouvir mais do que Tio Charlie tinha a dizer. Os dois terminaram as férias como grandes amigos e Ronnie tornou-se melhor jogador de baseball.

Havia uma razão emocional que obrigava Ronnie a não querer ouvir as palavras de Tio Charlie. Quando essa barreira de comunicação foi transposta por palavras de Consideração para com seu time favorito o que, para ele, era o Apelo Emocional *acertado*, Ronnie prestou atenção.

O Instrutor-Chefe contou-me que continuou a observar Ronnie, suas palavras, ações e reações, chegando à conclusão de que a *grande* motivação para que o menino fizesse as coisas e *ouvisse* os outros era o Apelo Emocional ao Desejo de Consideração.

Certa vez, no outono, durante a estação dos campeonatos de futebol, o Yankee Stadium estava superlotado. O jogo era tão emocionante que muitas vezes os espectadores se levantavam das cadeiras ou amontoavam-se nos corredores e nas escadas, para ver melhor. Num dos lances de maior emoção, um jovem vendedor ambulante que vestia um paletó branco tentou abrir caminho através da multidão, de modo a alcançar mais facilmente uma escada que o levaria ao outro lado do campo, para vender sua mercadoria.

Ninguém se mexia.

Segurando com força o cesto, o menino gritava: – Queiram dar passagem, por favor! – Ninguém se movia e ele tentou novamente: – Está quente, pessoal, arreda, que quero passar! – A multidão continuava a bloquear-lhe o caminho. Após mais algumas tentativas, o garoto desistiu e começou a encaminhar-se para o lado oposto, a fim de descer por outra escada.

Um espectador, sentado mais acima, observou a cena. Chamou o pequeno vendedor e murmurou-lhe ao ouvido algumas palavras. O menino encolheu os ombros e voltou para junto da multidão. Segurou bem o cesto e gritou: – Lá vou eu. CUIDADO COM A MOSTARDA!

Homens e mulheres imediatamente se voltaram, afastando-se para o lado, segurando os vestidos e paletós, abrindo caminho!

Todas as pessoas que ouviram as palavras do garoto foram emocionalmente atingidas no lugar certo, desta vez. Apesar de preocupados com o jogo, os espectadores demonstraram sua qualidade de criaturas emotivas. – Está quente! – com a sugestão de queimadura, também era um apelo ao Instinto de Conservação, mas o Apelo foi mal escolhido para o momento e o local.

O local era o Yankee Stadium, onde o cachorro-quente é rotina. A palavra "mostarda" significava roupas sujas, contas de lavanderia, além da desagradável possibilidade de um aspecto pouco asseado. O ponto de vista dos espectadores ficou bem claro. Desejo da Consideração era o *grande* Apelo Emocional, muito bem assessorado pelo Dinheiro. O Apelo Emocional venceu a Preocupação, acalmando a emoção de centenas de pessoas!

Algumas palavras são pronunciadas. As pessoas reagem, ou não!

Palavras pequeninas podem criar um imenso e inesperado mundo novo, pleno de significação. Que barril de pólvora emocional podem fazer explodir!

Lindas palavras são capazes de se unir ao tom de voz e aos atos, para fazer o coração amoroso pulsar mais depressa. Palavras de desespero têm o poder de provocar tristeza e fomentar desconfianças. As palavras emocionalmente atraentes podem despertar confiança, bravura, lealdade, bondade. Palavras acariciantes podem inspirar amor, ao passo que as palavras sarcásticas fazem, muitas vezes, entornar o copo da desconfiança e da raiva. As palavras irrefletidas, por outro lado, ajudam a fomentar o ódio e a suspeita.

Que tal as palavras que pronunciou *hoje*?

Deram aos seus interlocutores satisfação de estar a seu lado, fizeram-nos rir, chorar, esperar, preocupar-se, temer, suspeitar, desprezá-lo, afastar-se ou não lhe prestar atenção, absolutamente?

Reflita! Conseguiu, de fato, que suas palavras e ações falassem a seu favor? Despertou as reações que desejava, atingindo os alvos emocionais *certos*?

Você pode conseguir tudo isso e seu sucesso não depende de conhecer "gente boa". É muito mais importante, no momento, compreender que *todas* as pessoas, *todo grupo de indivíduos* estarão atentos, se você usar o Apelo Emocional. É possível descobrir o Apelo Emocional apropriado para qualquer situação.

Seja você quem for, nenhum acontecimento importante de sua vida deixou de ser relacionado com algo que aconteceu a alguém. E esse *algo* foi uma reação emocional a suas palavras e ações, ligada, uma ou várias vezes, a um ou mais de um dos Quatro Grandes Apelos Emocionais, não apenas em uma pessoa, mas em muitas, até o momento que está vivendo agora.

A pessoa que consegue "subir" na vida, lá chegou nas asas das palavras e ações que a conduziram ao ponto em que desejava chegar! Atingiu seus objetivos por meio de Apelos Emocionais que venceram a Preocupação e fizeram vibrar as cordas sensíveis de seus semelhantes.

Muitas asserções demonstram a verdade deste ponto: – Ela não era ninguém e vejam só o casamento que arranjou! – Ou então: – Não tinha centavo, nunca viveu em rodas de gente influente e lá está ele à frente de um grande negócio! – Ou ainda: – Quando éramos crianças, ela seria incapaz de vencer um concurso de amadores. Agora é uma estrela de TV!

Um ex-aluno meu começou do proverbial "nada". Família pobre, meio péssimo, sem um amigo sequer que "valesse alguma coisa", pouca instrução, além do mais, gago. Ainda assim, conseguiu desenvolver uma "bossa" especial baseada num apelo emocional que fazia com que fosse convidado para lugares interessantes, por pessoas que acabava de conhecer.

Antes de se despedir e sempre que achava que valia a pena, dizia: – Foi uma sorte termos nos encontrado. Embora nos conheçamos tão ligeiramente, tenho certeza de que você é uma pessoa interessante.

O interlocutor, emocionalmente predisposto, em geral marcava novo encontro. Gradualmente, seu círculo de amigos cresceu, o mesmo acontecendo com suas oportunidades profissionais.

Certa vez, em que acompanhava um amigo a um concerto, aquele observou que ele não parecia estar gostando muito. Meu ex-aluno guardou a observação e, quando se despediu, falou: – Acho que o concerto não foi dos melhores, mas aquelas suas aventuras no Canadá vão me fazer rir durante meses. Você tornou este domingo um dos mais agradáveis dos últimos tempos!

Embora fosse um modo de agradecer a companhia do amigo, estava também usando um poderoso Apelo Emocional, porque o Desejo de Consideração existe em toda criatura humana.

Em geral, as palavras "muito grato" constituem meio excelente de agradar, quando se trata de negócios ou de conversas ocasionais. Não há quem não goste de receber um agradecimento pelos menores favores que faz.

Em Chicago, duas bancas de jornais ficavam próximas e vendiam as mesmas mercadorias. Um dos jornaleiros mesmo nas horas de maior movimento, achava tempo, e paciência para dizer "muito obrigado" a todos que lhe compravam um jornal. Seu competidor se limitava a dizer: – O próximo! – ou a perguntar: – Que deseja?

Em menos de um ano, o vendedor que dizia "muito obrigado" estava vendendo um número de jornais quase quatro vezes maior, diariamente. As pessoas não se importavam de andar um pouco mais, mesmo quando apressadas, só para receber um agradecimento!

Em Nova York, muitas bancas de jornal usam um Apelo Emocional diferente, para aumentar suas vendas. Ao invés de dar o troco em dinheiro, entregam o equivalente em passagens do "metrô", o que evita aos fregueses o aborrecimento de ficar na fila para comprar a passagem.

Ajuda também os trocadores do "metrô" e constitui grande apelo que envolve o Instinto de Conservação.

Efetivamente, se o tapinha emocional for dado no lugar certo, há de prevalecer, ainda que se pareça com o que foi erradamente aplicado.

Um ministro contou-me, certa vez, uma anedota a respeito de dois pastores, muito amigos e grandes fumantes. Ambos escreveram ao Superior. Um perguntava: – Posso fumar enquanto rezo? – Foi-lhe negada a permissão. O outro escreveu: – Posso rezar enquanto fumo? – Recebeu logo a permissão pedida!

As emoções estão de tal forma ligadas ao nosso ser, que muitas vezes dizemos, vemos, ouvimos ou fazemos coisas que nos dão prazer, sem nos preocuparmos em saber *por que* assim falamos, vemos, ouvimos ou fazermos.

Se um vestido ou um terno nos fazem "sentir" como se valêssemos um milhão de dólares, nós o adquirimos, sem pensar em preço ou qualidade. Se um terno ou vestido é de melhor qualidade, mas não dá melhor aparência, raramente o compramos.

"Penso que não tenho preconceitos de cor, de castas, nem de religiões", dizia Mark Twain. "O que me importa é saber que um homem é uma criatura humana. Para mim, basta; não poderia ser pior!"

Mark Twain estava certo. As pessoas querem ver ou ouvir coisas que lhes concernem *emocionalmente*.

Isso é verdade, quer desejemos despertar emocionalmente uma pessoa, três ou trinta mil! Ou trinta milhões...

Redmond O'Hanlon, do Departamento de Polícia de Nova York, nos deu uma prova disso. Como um dos primeiros participantes de um programa de TV chamado "Uma pergunta de 64. 000 dólares", sua habilidade em responder a perguntas sobre William Shakespeare dera-lhe direito a receber 16.000 dólares. Na semana seguinte, deveria ele voltar ao programa e dizer ao animador, bem como a milhares de telespectadores, de costa a costa, se queria ou não aceitar a oportunidade de responder à próxima pergunta, que valeria 32.000 dólares.

Jornais e outros veículos do publicidade, em toda a América, traziam fotografias e reportagens do patrulheiro O'Hanlon. Em toda parte as pessoas discutiam sobre este homem, pai de cinco filhos, vivendo com um salário de policial, e que talvez perdesse a oportunidade de receber tudo que já ganhara até então, caso não respondesse corretamente à pergunta que lhe valeria 32.000 dólares. Iria ele "ter juízo" e receber seus 16.000 dólares, ou arriscar-se, para ganhar os 32.000?

A situação despertara as emoções de cerca de trinta milhões de pessoas. Apesar das diferenças individuais, aí se encontravam presentes os Quatro Grandes Apelos Emocionais. Para alguns, o Instinto de Conservação era mais forte; a outros incitava mais o apelo do Dinheiro; outros, ainda, viam um interesse Romântico na competição ou o Desejo de Consideração era mais importante. Essas reações emocionais ajudaram a lançar o novo programa, fazendo-o conquistar um número maior de audiência que qualquer outro programa da televisão americana.

Sabendo que muita gente desejava que ele desistisse, enquanto outros queriam vê-lo prosseguir, o patrulheiro O'Hanlon teve senso bastante para declarar: – De um lado, considero-me um estudioso e pesquisador da obra de Shakespeare. Como tal, gostaria de receber a consideração que me traria o recebimento de um prêmio maior, o que me faria arriscar a próxima pergunta. Por outro lado, vejo-me como um pai de cinco filhos, com uma mulher encantadora, uma casa penhorada e um ordenado de policial. Eis por que vou parar agora e receber meus 16.000 dólares.

Pois bem, quase a totalidade dos telespectadores achou que O'Hanlon agira acertadamente, mesmo aqueles que achavam que ele deveria arriscar e responder a pergunta seguinte!

Anos mais tarde, quando certos programas de perguntas pela TV foram desmoralizados, depois de alguns indivíduos terem recebido mais de 100.000 dólares, a sinceridade das palavras de O'Hanlon repercutiam ainda na memória de milhares de pessoas, granjeando-lhe respeito!

Cada pessoa é um indivíduo. Cada um de nós tem suas peculiaridades. Temos diferentes gostos em matéria de comida, roupas, chapéus, sexo, automóveis, programas de TV, religião, amizades, gravatas e máquinas de lavar roupa. Contudo, todos nós somos seres humanos. Esta é a principal base de nosso mútuo ajustamento e a fonte dos Quatro Grandes Apelos encontrados em todos nós. O Instinto de Conservação, o Amor, o Dinheiro e o Desejo de Consideração são impulsos tão arraigados em nosso espírito que muitas vezes agimos antes que o cérebro tenha tempo de refletir sobre os acontecimentos. Quando nossas palavras – faladas ou escritas – e nossas ações conseguem despertar nos outros essas emoções, temos excelente oportunidade de persuadi-los ou de apresentar-lhes os fatos de determinado caso.

Owen D. Young dizia: "A pessoa que consegue colocar-se no lugar dos outros, que sabe compreender o mecanismo de suas mentes, não precisa preocupar-se com o que lhe reserva o futuro."

É bem clara a aplicação desta advertência à mulher moderna que conquistou maior grau de responsabilidade na vida social e no mundo dos negócios.

Num bairro residencial de Ohio, uma papelaria mudara de dono sete vezes em quatro anos. Cada proprietário tentava atrair a freguesia com melhores preços, trocas, descontos, exposição de vitrinas e balcões. Todos fracassaram. Os fregueses preferiam fazer suas compras num grande centro comercial que ficava num pouco mais adiante.

Um jovem casal tornou-se o oitavo proprietário da casa. O marido, veterano da guerra, tinha um problema de dicção. A esposa era comunicativa, tinha um sorriso fácil e tratou logo de aprender os nomes de todos os fregueses, grandes e pequenos. Havia poucos, para começar, mas a jovem comerciante não os recebia com um simples "bom dia". Em breve era: "Bom dia, Sr. Brown" ou : "Alô, Julie". Tanto ela quanto o marido tornavam pessoais as relações com os fregueses, que se sentiam importantes, ainda mesmo que tivessem feito uma compra sem importância ou apenas usado o telefone. A notícia correu.

A Consideração e o fator do interesse existente no Instinto de Conservação em geral são mais importantes que preços tentadores da conquista de freguesia, para uma pequena loja, que melhor pode atender aos interesses emocionais dos que a procuram. Os fregueses são pessoas. Trate-os utilizando o Apelo Emocional de que precisam e esteja certo de que voltarão!

Na verdade, as pessoas, os produtos e os serviços são essencialmente os mesmos. A competição consiste em procurar penetrar melhor no espírito do interlocutor, do cliente, do paciente ou da assistência. E ninguém pode penetrar num espírito Preocupado sem um estímulo emocional corretamente dirigido.

Usamos, por vezes, palavras faladas ou ações, outras vezes uma palavra *escrita* ocasiona a receptividade intermagnética de um Apelo Emocional adequado para interromper a Preocupação.

Às oito horas de uma manhã de segunda-feira, quando esperava impacientemente pelo ônibus, um antigo aluno meu ofereceu-me uma carona em seu carro, até o "metrô".

– É um grande prazer encontrá-lo – disse eu. O ônibus está atrasado e eu também.

– Não se preocupe – respondeu. – Levo-o em um instante até o "metrô".

– Com todo este tráfego?

– Fique só olhando – disse ele, sorrindo. – O senhor sempre nos dizia que o Apelo Emocional certo resolvia todas as situações.

A estrada estava cheia de carros e caminhões. Mesmo assim, quando o meu aluno fazia um sinal com a mão, antes de uma curva, *os outros motoristas diminuíam a marcha ou pararam, para nos dar preferência*. Quando entramos numa rua lateral, onde o movimento era intenso, a mesma coisa aconteceu. Durante os vinte minutos da viagem, o estranho fenômeno continuou. Meu jovial aluno tornara-se, sem que eu soubesse por que, o rei da Estrada!

Quando estava perto do ponto onde eu deveria ficar, com um animado sinal da mão esquerda, meu ex-aluno fez com que todos os carros que vinham a nosso lado ou atrás de nós diminuíssem a marcha ou parassem. Nem um só mal-encarado motorista de caminhão ousou ultrapassar. Quando fizemos uma curva, compreendi a razão. Meu ex-aluno, motorista há mais de 15 anos, escrevera no vidro de trás, com letras fosforescentes vermelhas, de cerca de 20 centímetros, uma palavra que era tremendo Apelo Emocional para o tráfego e que chamava a atenção de todos os outros motoristas.

Qual era a palavra? PRATICANDO!

Por maior que fosse a Preocupação em que estivessem mergulhados os demais motoristas, e Instinto de Conservação era um forte Apelo para que evitassem acidentes e ferimentos. Juntando-se ao Apelo constituído pelo possível gasto de Dinheiro, aquela palavra alertava imediatamente os motoristas! Você também não seria alertado?

Havia uma razão especial para meu ex-aluno ter escrito aquela palavra no vidro do carro. Cerca de um ano antes, sua esposa começara a aprender a dirigir. Um amigo deu-lhe um livro sobre como dirigir automóveis, que dizia : ". . . à gasolina é seu pior inimigo e o freio seu melhor amigo... " Com uma licença de aprendizagem e meu ex-aluno ao lado, a jovem colocava o pé no freio tão freqüentemente que o marido teve medo de que viesse a acontecer-lhe um acidente sério, além de quase quebrar a cabeça de encontro ao pára-brisa. Para proteger-se e aos demais motoristas, pôs a trabalhar a teoria do Apelo Emocional e concebeu a idéia de escrever a palavra PRATICANDO no vidro do carro.

Depois de ter provado a força do Apelo Emocional na solução do problema *tão* difícil, meu ex-aluno retirou a palavra escrita, Compreendeu que seu uso constante suscitaria muitas perguntas sobre a razão de a ter escrito.

É PRECISO BATER NA TECLA CERTA

Até mesmo em assuntos de Amor, se você estiver querendo se casar, é preciso escolher palavras que tenham Apelo Emocional.

Muitas mulheres contam como conheceram seus maridos. Acrescentam dengosamente: – Ele olhou para mim, eu para ele... Foi amor à primeira vista! Não acredite.

A Primeira Vista pode agradar a ambos, mas ninguém se apaixona verdadeiramente se o outro não fizer ou disser algo que mantenha o interesse. O verdadeiro amor é mais profundo e precisa de tempo para amadurecer. O fato de conseguir ou não fazê-lo depende quase inteiramente das palavras e ações usadas pelos interessados, em suas tentativas de influenciar o outro. E esta comunicação deve provocar uma correspondência emocional adequada!

O homem, é o que se diz, é solitário, gosta de ser independente. O empregado de uma mercearia espera ter, um dia, sua própria loja. Para alcançar este objetivo, economiza regularmente. O Sr. Homem deseja o prestígio e quer ocupar, na comunidade, o importante lugar destinado àqueles que são donos de seus negócios. Apesar de ser um homem sério, nosso empregado de mercearia conservou um "hobby", o de montar relógios de cuco. Mora com os pais e três irmãs mais novas e os amigos costumam dizer que ele é mais certinho que os cucos de seus relógios.

Seja como for, o apartamento do cinco peças que o nosso homem chama de "lar" estaria superlotado, mesmo sem sua grande coleção de relógios. O Sr. Homem jamais pensara muito em casamento. Conhecera muitas jovens, namorara algumas e tivera alguns "casos" sem importância.

Certa noite num clube, encontrou a Mulher. Não é muito bonita; usa óculos, veste-se discretamente e possui, tão-somente, um corpo elegante.

O Homem certamente não se apaixonou por ela "à primeira vista". Mas, quando foram apresentados, ela falou-me sobre seu original "hobby".

– Sim? – perguntou o Homem, sem imaginar o que viria depois.

– É verdade, – respondeu a moça. – Não me esqueci porque acho que o seu é o mais interessante "hobby" de que já ouvi falar.

– Sim? – murmurou o Homem. – Pois a maioria de meus amigos acha que sou meio "gira" e minhas três irmãs...

– Ouvi dizer que são encantadoras. Talvez elas e seus antigos tenham um pouquinho de inveja do senhor, por não terem o espírito tão amadurecido quanto o seu. Gostaria que me contasse mais detalhes sobre o seu "hobby"...

Segurando-a pelo braço, o Homem conduziu a Mulher na direção de duas cadeiras.

– Escute, por que não me chama de George?

– Com prazer, George. Meu nome é Dorothy. E agora, sobre seus relógios de cuco... Houve alguma razão que o levasse a escolher esse "hobby"?

É fácil prever o que aconteceu depois. A Mulher teve, como ponto de partida, uma pequena informação sobre o Homem, do ponto de vista emocional: seu Desejo de Consideração. Quanto a ela, seu interesse era Amor e casamento. Interrompeu bem depressa a Preocupação do Homem, com o Apelo ao Desejo de Consideração. O contato emocional estabeleceu entre os dois um clima de cordialidade. Em breve, Dorothy sabia maiores detalhes sobre George, seu trabalho, suas esperanças de ter, um dia, sua própria mercearia e maior espaço para seus relógios, sem ser estorvado.

Dorothy continua a conversar com ele, dizendo não o que tem vontade de dizer, mas o que ele deseja ouvir. Em breve George decide que Dorothy é a mulher com quem ele deseja casar. Ela o compreende. Não pode ser feliz longe dela. É tão "diferente" das outras moças... Casando-se, terão seu próprio apartamento, "com bastante lugar para meu 'hobby'." Casaram-se.

Amor à primeira vista? Muito mais um caso de "amor à primeira comunicação", graças ao uso do Apelo Emocional acertado.

Suponhamos, agora, que Dorothy não estivesse interessada em Amor. Suponhamos que ela fosse feliz no casamento, tivesse três filhos encantadores e quarenta e cinco anos de idade. Foi ao clube acompanhando a sobrinha, da idade de George, mas noiva de alguém. Apresentada a George, teria dito as mesmas palavras: – Muito prazer em conhecê-lo. Minha amiga falou-me de seu original "hobby". . .

Acha que a receptividade de George teria sido a mesma? Certamente, pois o Desejo de Consideração é, para ele, o grande Apelo. Talvez a Mulher estivesse apenas desejando causar boa impressão, para ser bem servida da próxima vez que fosse fazer compras na movimentada mercearia onde George trabalha.

Ou talvez Dorothy fosse uma vendedora de livros que ensinam as pessoas como dirigir seus negócios. Nesta caso, não teria verdadeiro interesse nos relógios de George, não estaria querendo casar-se, nem conseguir favores. Usou as palavras citadas como meio de despertar atenção e conseguir oportunidade de obter uma entrevista favorável, para vender seus livros.

George é um indivíduo emocional, que vive preocupado com os Quatro Grandes Apelos Emocionais: Instinto de Conservação, Amor, Dinheiro e Desejo de Consideração, mas um desses fatores é, para ele, o *grande interesse* que o faz prestar atenção ao que você diz. Uma vez identificado este fator, você vencerá a Preocupação de George e poderá levá-lo a ouvir o que tem a dizer, e, a partir daí, ao casamento, à compra de livros ou à prestação de um favor, no balcão da mercearia!

Por razões emocionais, cada pessoa vê aquilo que deseja ver e ouve aquilo que deseja ouvir. E deixa de reagir, quando o estímulo não lhe interessa emocionalmente. O estímulo que motiva a comunicação, no caso de cada indivíduo, está dentro do âmbito dos Quatro Grandes Apelos Emocionais capazes de vencer a Preocupação, e que constituem a base da Técnica do Apelo Emocional.

Nas páginas que se seguem, daremos centenas de exemplos em que o Apelo Emocional dos Quatro Grandes ficará bem definido, ilustrado e interligado.

Assim que começar a aplicar a Técnica, para tornar sua vida diária mais feliz e cheia de sucesso, você há de lembrar-se repetidas vezes da história do dono de fábrica que vinha sofrendo sérios prejuízos por causa de um encanamento defeituoso. Chamou vários bombeiros, mas nenhum deles descobriu o defeito. Finalmente, veio um que trabalhava sozinho e trazia consigo apenas uma pequena caixa de ferramentas. Chegando ao terceiro andar, o bombeiro tirou da caixa um martelinho e deu com ele umas batidas num cano, solucionando o problema.

Quando o dono da fábrica recebeu uma conta de 100 dólares, ficou furioso. Telefonou para o bombeiro. – O senhor esteve aqui menos de dez minutos, Tudo que fez foi dar uma martelada num cano. E tem coragem de me cobrar 100 dólares! Se quiser receber pagamento, terá que discriminar seus serviços, para que eu saiba o que estou pagando!

O bombeiro concordou e mandou a seguinte conta: "Por bater num cano 1 dólar. Por saber onde bater 99 dólares". O dono da fábrica pagou a conta e tornou-se cliente regular do bombeiro. . .

Ao tratar com as pessoas, seja conversando, vendendo ou anunciando mercadorias, é preciso saber onde bater – de que tecla emocional obterá a comunicação que deseja. Aprenderá que a repercussão do Apelo Emocional é uma força Para o Bem e para o Mal. O criminoso, o assassino, o receptador ou o charlatão podem tentar o seu uso. Não há dúvida. Como pode também ser usado eficientemente por padres, rabinos, educadores, filósofos, e gente de bem.

Ninguém pode ser conhecido como "pessoa de bem", a menos que suas palavras sejam emocionalmente atraentes às pessoas que exprimem essa opinião.

São as razões emocionais que nos levam a crer. Até as organizações de Defesas da Lei parecem saber disso.

Certa vez, o FBI procurava um criminoso por roubo e fuga da prisão. Além da descrição física do homem, pouco se sabia dele, a não ser que era muito vaidoso. O cerco foi circunscrito às vizinhanças de Cincinnati e vários cartazes com a fotografia do criminoso, distribuídos e afixados. Os agentes do FBI capturaram o homem no próprio edifício da Polícia Federal, quando, de pé diante de um dos cartazes, admirava sua fotografia!

Cada pessoa tem seu ponto de vista. Cada uma é *individualmente* emotiva. Se observamos cuidadosamente as palavras e atos de uma pessoa, tomando mentalmente algumas notas, poderemos nos tornar verdadeiramente aptos a empregar a Técnica do Apelo Emocional para descobrir e identificar os *grandes* fatores que a levam a escutar-nos, a fim de que a comunicação seja mais efetiva.

À medida que o tempo vai passando, descobrimos que o modo pelo qual as pessoas nos ouvem pode ser nosso melhor trunfo para uma vida feliz, mais saudável e cheia de sucesso. Pouco importa que sejamos bonitos ou sem graça, tenhamos um defeito físico, ou um sotaque muito carregado, sejamos gagos ou tenhamos um nariz em forma de banana.

Se soubermos fazer uso da Técnica do Apelo Emocional em nossas comunicações, conseguiremos desenvolver a iniciativa, a imaginação criadora, melhor perspectivar mais forte personalidade e maior Poder de Persuasão.

Vejamos, pois, como o conhecimento dos Quatro Grandes Apelos Emocionais nos proporcionam *sempre* a possibilidade de motivar o interesse das pessoas, fazendo com que desejem *ouvir-nos!*

OS "QUATRO GRANDES APELOS EMOCIONAIS" COMO MEIO DE DESPERTAR A ATENÇÃO

– "VOCÊ FICA REALMENTE muito bem com este vestido", diz o Sr. Jackson à esposa. Em seu pequeno círculo de amigos, parentes e vizinhos, a Sra. Jackson é considerada excelente esposa, boa mãe, anfitriã deliciosa, pessoa agradável e maravilhosa dona de casa. Em suas comunicações com seus semelhantes, entretanto, é sempre uma "personalidade".

Suas reações se baseiam em várias circunstâncias que formam o arcabouço interno dessa personalidade.

Como resultado, sua resposta poderia ser: – Obrigada, meu bem, agora sei que vou gostar, de fato, deste vestido. Poderia, ainda, responder acremente: – Não tanto quanto sua amiguinha Lottie, pois não?

Outra resposta provável: – Você diz isso apenas porque sabe que é um vestido barato. Se eu tivesse gasto o que deveria gastar para me vestir, como você estaria esperneando...

Talvez, limitando-se a dar um muxoxo, apertasse a mão do marido, desse um beijo em sua orelha e murmurasse: – É mentira, e sei disso, mas, mesmo assim, gosto de ouvir você dizê-lo!

Cada resposta reflete um ponto de vista, o ponto de vista da "verdadeira Sra. Jackson". E a resposta que tão prontamente reflete tal ponto de vista não foi formulada casualmente, nem em um instante. Foi preciso muito tempo, para que ela se formasse!

Desde a infância, cada um de nós tem bilhões de experiências com palavras, atos e situações, Simplesmente pelo fato de termos nascido, traremos em nós, desde crianças, fatores emocionais hereditários. À medida que o tempo vai passando, as ações e reações pelas quais nos comunicamos com nossos semelhantes se vão identificando emocionalmente e se relacionando especificamente com os "Quatro Grandes" Apelos Emocionais: Instinto de Conservação, Dinheiro, Amor e Desejo de Consideração.

Apesar dos terrores, das esperanças, atitudes e desejos que todos estes "Quatro Grandes" abrangem, o tempo nos mostra e aos outros que *um* ou *dois* deles constituem a razão principal de nossas tendências para agir, reagir e sentir como fazemos. Um deles, então, se transforma no grande Apelo Emocional que mais rapidamente nos estimula, desperta reação, nos faz ouvir, nos Preocupa, nos torna zangados, felizes, aborrecidos ou teimosos.

Como esta afirmativa ficou claramente ilustrada no período de debates que se seguiu a uma conferência!

Um médico levantou-se, apresentou-se e nos falou de um rapaz muito gordo que o procurara para fazer um tratamento. Ficou claramente estabelecida a necessidade de um regime para emagrecer, Depois de prescrever a dieta, o médico deu ao paciente, que se vestia com grande apuro, o seguinte conselho: – Siga o regime e não se deixe vencer pela tentação!

O cliente, a quem se referia como "Sr. X", prometeu seguir o conselho. Algumas semanas mais tarde, o "Sr. X" voltou à consulta. Seu estado de saúde estava pior. Não seguira a dieta. Sobre isso, não havia a menor dúvida. Mais uma vez o médico aconselhou cuidado com a boca.

Durante os quatro meses que se seguiram, o Sr, X ia e vinha do consultório. – Se o senhor não seguir a dieta e perder peso, estará encurtando sua vida! – advertiu o médico.

– Talvez – respondeu o Sr. X. – Mas tenho cá uma filosofia especial. Hoje estamos vivos, amanhã estaremos mortos. Penso mais do que a maioria das pessoas e não posso deixar de refletir que o melhor é me divertir. Acontece que comer coisas boas é um dos meus maiores prazeres. Ainda assim, vou tentar seguir a dieta.

Durante um ano, o médico amargou a própria derrota. Sabia como era importante para seu cliente seguir a dieta, e deplorava a sua incapacidade de encontrar uma razão suficientemente forte para obrigar o Sr. X a atendê-lo. Certa tarde, o Sr. X chegou muito mal ao consultório.

Terminado o exame, mandou que o cliente se vestisse. Telefonou para uma farmácia próxima, pedindo que preparassem uma receita.

– É para o Sr. X – disse ele ao farmacêutico. Você reconhecerá, pois vai levar a receita assinada por mim, e também porque é tão gordo que parece um elefante. Mas é o elefante mais bem vestido que conheço! O cliente parou de vestir-se, aproximou-se da escrivaninha do médico e falou:

– Espere aí, doutor, por favor não me compare a um elefante! Pode estar certo de que, desta vez, vou fazer a dieta.

E *fez*, mesmo! Por quê? O médico tentara convencer seu paciente de que devia seguir a dieta, usando variações do Apelo ligado ao Instinto de Conservação. – Se não perder peso, estará encurtando sua vida – dizia ele. Mas este não era o *grande* Apelo Emocional para o Sr. X. Sua constante recusa em atender a este Apelo deveria ter feito o médico compreender isso. A solução para o dilema não estava também no Dinheiro, nem no Amor! Por eliminação, a resposta era o Desejo de Consideração!

Aliás, o Sr. X já comunicava essa idéia à primeira vista. Vestia-se *com apuro*, usava *roupas caras*. Durante as consultas, houve outros indícios de que o Desejo de Consideração era seu objetivo principal, incluindo o modo pelo qual se vangloriava de suas habilidades. – Penso mais que a maioria das pessoas – dissera certa vez.

O Desejo de Consideração estava escrito em toda a sua pessoa. Quando o médico usou o Apelo Emocional acertado, quando escolheu a palavra "elefante" como termo de comparação e, principalmente, quando empregou a expressão "o elefante mais bem vestido que conheço", conseguiu finalmente vencer a Preocupação do Sr. X. O médico conseguiu penetrar no espírito de seu paciente. Pela primeira vez, o doente se mostrou emocionalmente receptivo ao esforço do doutor para fazê-lo seguir a dieta.

O Sr. X. começou a interpretar o conselho do médico *em termos de suas necessidades emocionais*!

NINGUÉM SE MODIFICA EMOCIONALMENTE

As características emocionais das pessoas, como as pintas de um leopardo, nunca mudam.

Desde a infância, pela vida a fora, cada pessoa retém certas "marcas" emocionais relacionadas com os Quatro Grandes Apelos Emocionais. São os denominadores comuns que permitem o sucesso tanto na comunicação com as massas, como na de uma para outra pessoa. É sempre importante, todavia, estabelecer aquelas que mais facilmente ligam o Assunto ao Ouvinte, mesmo nas relações entre pais e filhos.

O pequeno Freddie não quer tomar o mingau. A mãe vai ficando cada vez mais impaciente. Tem outros afazeres. – Freddie, por favor, é para seu bem! Há quase uma hora que você está sentado aí! Vamos, abra a boca e tome esta colherada!

Freddie continua a riscar, preguiçosamente, a toalha, com o índex da mão direita.

– Escute, Freddie, ou você come este mingau, ou leva urna surra. Você já é um rapazinho, mas vou deitá-lo nos joelhos e dar-lhe umas boas palmadas. É a sua última oportunidade. Abra a boca e coma seu mingau, ou vou dar-lhe uma surra que vai fazê-lo chorar deveras!

O instinto de conservação do garoto reagiu imediatamente à ameaça. – Não me bata! Não me bata! – E tratou logo de fazer o que a mãe mandava. Emocionalmente, não podia suportar a dor e o medo da surra. Assim, atendeu à mãe.

À medida que foi crescendo, suas palavras e atos evidenciavam, cada vez mais, o que o Instinto de Conservação era o seu Grande Apelo Emocional. Mostrava isso pela preocupação com o próprio prazer, procurando fazer as coisas pelo método mais fácil, pelo medo de doenças, da morte e de sofrimentos, impaciência quando contrariado e outras atitudes características daqueles para quem o Instinto de Conservação é o mais forte Apelo Emocional.

Este Freddie, quando crescer, vai ser um hipocondríaco.

Outro tipo de garoto não se importaria absolutamente com a ameaça da surra, se não atendesse à mãe. Claro que já levou várias surras. É provável que não goste de apanhar, mas isso não lhe importa muito, também. Talvez se lembre que a maior parte das vezes a mãe e o pai ameaçam, mas não cumprem. É engraçado ver se é capaz de ser mais esperto do que a mãe e acabar ganhando um presente, para comer o mingau! É uma criança e vai agir como tal, exatamente como já ouviu seu pai dizer à mamãe, tantas e tantas vezes...

Recomeça a brincar com a toalha, mas certifica-se, primeiro, se há bastante mingau na colher. Finalmente, a mãe diz: – Freddie, escute, se você comer o mingau todo, deixo-o ficar assistindo televisão mais uma hora. Talvez lhe compre um bonito brinquedo quando formos à loja.

– Verdade?

E este "Freddie" se anima e trata de comer o mingau. Receber uma recompensa é, para ele, o *grande* Apelo Emocional. Gosta de ser "pago" pelo que faz. Há pouca dúvida de que este é o tipo do garoto que seguirá, por toda a sua vida, o mesmo caminho. Dinheiro; ganhar dinheiro, consegui-lo, economizá-lo, medo de perdê-lo, fatores ligados à economia, ao desperdício e elementos correlatos constituirão seu *grande* Apelo Emocional. Quem compreender isso conseguirá atingi-lo, pois o Dinheiro é o Grande Apelo Emocional, que o faz interessar-se em nos ouvir.

Mas suponhamos que nem a ameaça do castigo, nem a promessa de recompensa tenham resolvido o caso. A situação será insolúvel? Absolutamente não.

Existem milhões de Freddies cujo interesse principal está ligado ao Amor e ao Romance.

É possível que a parte sexual do Amor não constitua ainda Apelo Emocional para este Freddie, que é ainda muito pequeno. Mas o desejo de satisfazer a curiosidade, o desejo de Novas Experiências podem ser a corda sensível deste nosso terceiro tipo de Freddie. Talvez o garoto tenha perdido o interesse em comer o mingau, porque este já se tornou rotina,

para ele. Agora mesmo, estamos vendo que ele brinca com o garfo, metendo-o na colher cheia de mingau e começou a riscar a toalha de um modo diferente!

– Freddie! Lembra-se do aeroporto, onde vimos todos aqueles aviões? – pergunta a mãe.

– Ahn... Ahn... – resmunga o menino. – Quero ir lá outra vez. Há uma porção de aviões diferentes lá...

– Dê-me a colher e vamos fazer de conta que estamos lá. Pega a colher, enche de mingau e levanta a mão acima da mesa. – A colher é um avião prateado, cheio de mingau. Abra a boca e vamos ver quantos aviões carregados de mingau chegaram para você!

Os olhos do menino brilham, e ele torna-se cúmplice da brincadeira.

Variedades deste tema ajudam o Freddie deste tipo a comer coisas de que não gosta. Em outras ocasiões, reage favoravelmente a alguma novidade. À metida que cresce, deseja cada vez mais experiências novas. Mostra-se fortemente atraído por pessoas do sexo oposto; demonstra que as motivações Românticas são, para, ele, mais importantes que para o comum das pessoas. Sua personalidade é marcante, seu estilo pessoal se transforma em sua "marca registrada", já que nosso homem demonstra fino senso de exibicionismo, e está sempre procurando ser original.

Será atraído por *todos* os Quatro Grandes Apelos Emocionais?

Certamente. Todos eles estarão interligados, em menor ou maior grau, no íntimo de Freddie, dependendo das circunstâncias e de suas relações emocionais. Mas o Amor será sempre o Grande Apelo Emocional para ele. Quem empregar o Apelo Emocional do Amor com este tipo de homem conseguirá o que deseja, porque este nosso Freddie é um grande romântico!

Muito bem, se "Freddie" não reagiu ao Apelo cuidadosamente aplicado de Dinheiro, Instinto de Conservação ou Amor, deve haver uma razão para isso. Ou ele é mentalmente doente, por demais imaturo para responder emocionalmente à comunicação, não achou clara e compreensiva a linguagem até aqui usada, ou o Apelo Emocional certo

não foi ainda empregado! Deixando de lado todas as outras considerações, a resposta pode estar no Desejo de Consideração.

Quando este quarto "Freddie" acabar de mostrar à mãe como dividiu o mingau em cinco partes iguais, ela diz:

– Está vendo o relógio da copa? Se você comer tudo isso antes de o ponteiro grande chegar nas seis, direi à sua avó que você é um menino bonzinho. Também contarei à sua tia Betty e a seu pai, assim que ele chegar em casa. Se você fizer isso, todos nós nos orgulharemos de você e poderemos dizer: – Freddie foi capaz de comer todo o mingau, antes de o ponteiro grande chegar nas seis horas! Está pronto? Vamos começar?

Freddie, inteiramente indiferente aos outros Apelos Emocionais, tenta vencer o relógio!

O Desejo de Consideração é o seu *Grande* Apelo Emocional. Através da infância, adolescência e idade adulta, isso irá ficando bem patente. O rapaz tem um orgulho inato e não se aborrece quando alguém o estimula. Comunica aos outros, claramente, seu desejo de popularidade, de ser incensado e apreciado. Não gosta de ser criticado, mas critica os outros constantemente, ainda mesmo que seja brincando! Aqueles que ofendem seu orgulho podem esperar as conseqüências. Cuidadoso com a aparência, também o é na escolha de amigos. Exagera, por vezes, e deixa-se influenciar pela importância de um nome. Vibra com um elogio sincero, principalmente quando feito na presença de outrem. Tem senso de humor, gosta de mexericos e irradia felicidade quando lhe pedem a opinião.

Emocionalmente é, antes de tudo, um vaidoso. Como todos nós, entretanto, pode ser "excelente pessoa" e, em parte, é também interesseiro, romântico ou hipocondríaco.

POR QUE UMA VACA É SEMPRE UMA VACA

Se você, fazendo um passeio pelo campo, vê um animal de tetas, que faz "muuu" e dá leite, pode chamá-lo de vaca e não de cavalo,

elefante, cobra ou coelho. O animal possui as *características que o identificam* como uma vaca. Tem tetas, dá leite e diz "muuu..." Lembre-se dessas características, por favor. Elas o ajudarão a lembrar-se de que as pessoas, assuntos e situações têm, também, características que os identificam, em geral claramente escritas, do ponto de vista emocional.

Mas estaremos sempre suficientemente alertas, para ler o que vemos escrito em termos dos Quatro Grandes Apelos Emocionais?

Um estudante trabalhava para uma agência de publicidade. Ajudava no preparo de uma campanha promocional que a agência desejava vender ao diretor de uma casa de vendas por Reembolso. A apresentação da campanha representava um grande investimento de dinheiro, tempo, trabalho de arte e de redação. Depois de duas visitas, meu aluno, Ralph, e o patrão tinham sido incapazes de derreter a camada externa de gelo de que se cobria o diretor da organização, o Sr. P.

O patrão de Ralph estava desanimado, ele não. Com o custoso trabalho debaixo do braço, foi ver o Sr. P., o manda-chuva. Depois de um cerimonioso aperto de mão, falou:

– Senhor P., posso fazer-lhe uma pergunta?

– Que pergunta? – retorquiu o diretor, claramente impaciente.

Erguendo as sobrancelhas e olhando diretamente nos olhos do Sr. P., Ralph perguntou: – O senhor gostaria de ser o maioral no negócio de vendas pelo Reembolso Postal?

O Sr. P, sorriu, piscando os olhos frios. Não foi necessário responder. Estabelecera-se a cordialidade e não foi difícil conquistar e prender a atenção do homem. Tempos depois, a agência ganhou a conta e Ralph foi recompensado.

Como aconteceu isso? Muito simples: a dura aparência do Sr. P, se abrandara nos primeiros minutos de sua entrevista com Ralph. Bem no íntimo, este eficiente chefe, "negociante atilado que conta centavos", tinha *grande* vontade de aumentar seu negócio. Por ser ele seu próprio patrão, era provável que o Dinheiro fosse seu *grande* Apelo Emocional, como, aliás, de tantos negociantes.

Assim que as palavras de Ralph conseguiram sensibilizá-lo, o homem mudou de atitude e tornou-se mais receptivo. Estava interessado num plano concreto que faria dele um dos maiores, no ramo de vendas pelo Reembolso.

O plano, em forma de campana, foi-lhe apresentado. Estudando-o e ouvindo as explicações suplementares de Ralph, sentia a possibilidade de tornar-se "o maioral no ramo das vendas por Reembolso Postal". Do ponto de vista emocional, ouvira o que desejava ouvir, e isso o fez mais interessado no conhecimento dos fatos.

Pois a verdade é que *quanto mais duras se mostram as pessoas, mais atentas ficam, uma vez descoberto o Apelo Emocional que ligue o Assunto à Audiência*.

Mas você também tem de estar atento e observando. Se não o fizer, será capaz de lembrar que uma vaca é sempre uma vaca, mas talvez esqueça que uma pessoa é sempre uma pessoa, emocionalmente falando. As caraterísticas emocionais de uma pessoa, quer fracas, quer fortes, não mudam mais que as de uma vaca. Se a puxarmos no lugar certo, e no momento exato, a vaca dá leite. Estimuladas acertadamente, por meio do Apelo Emocional adequado, as Pessoas, quer individualmente, quer em grupo, responderão à sua Provocação.

TODOS TÊM SEU PONTO FRACO

Não importa qual seja o assunto, todos têm um ponto fraco em relação a ele. Certos desejos, atitudes, esperanças ou temores são capazes de deixá-lo a descoberto. Quando isso acontece, as pessoas são facilmente convencidas, mesmo que tentem "disfarçar".

Em resposta a um anúncio de jornal, William, outro ex-aluno meu, candidatou-se ao lugar de assistente do presidente de grande organização. A competição era grande e a situação tornara-se mais complicada porque o Presidente não estava bem certo de que precisava de um assistente.

Na primeira entrevista, falou a William: – De fato, não preciso de assistente. Tenho boa saúde. Fundei esta companhia e minha mulher é a única pessoa que acha que não devo dirigir sozinho meus negócios. A verdade – fez questão de salientar – é que não me importo de trabalhar dezessete horas diárias! Desde o início, William sentiu que havia descoberto o modo de pensar e o "ponto fraco" do Presidente.

– Espero que me desculpará por dizer isso, mas o senhor me faz lembrar de uma observação de meu médico, quando fiz um "check-up", no ano passado.

– Qual foi a observação?

– Você sabia – perguntou ele – que mais de 60%, das fortunas dos Estados Unidos estão em mãos de viúvas?

O presidente da companhia reagiu imediatamente. Ficou alguns minutos em silêncio. Um silêncio tão profundo que William ouvia o tempo passar. E então o homem que dizia poder trabalhar dezessete horas por dia sorriu.

– Você é muito convincente – disse ele – e estou gostando de você.

Nova entrevista foi marcada para a quarta-feira seguinte e, dentro de duas semanas, William tinha o título de Assistente do Presidente. Suas palavras sobre 60% das fortunas americanas estarem em mãos de viúvas haviam atingido o Instinto de Conservação e o amor pelo Dinheiro e estes eram os Apelos Emocionais *certos* para o presidente da companhia. Fizeram o homem pensar imediatamente: "Para quem estou trabalhando? Para minha viúva? Talvez seja tempo de começar a me divertir um pouco, enquanto estou vivo. Talvez precise, *mesmo*, de um assistente..."

O Apelo Emocional adequado é importante até mesmo para uma senhora que vai comprar uma gravata.

Poucos dias antes do Dia dos Pais, a Sra. S. saiu para comprar uma gravata para o marido. Viu centenas delas e as palavras "bonita", "maravilhosa" e "barata", bem como "importada" e "pura seda" não tiveram efeito sobre ela.

Entrou na quarta loja. Um vendedor ouviu-a dizer: – Meu marido é tão exigente... Critica sempre o que escolho... O vendedor mostrou-lhe várias gravatas, viu-a examinar duas ou três e falou: – Madame, seu marido vai cumprimentá-la pelo seu bom gosto se lhe comprar esta gravata.

Seu tom era de absoluta confiança. A mulher agradeceu-lhe a sugestão... e comprou a gravata!

Outra senhora entrara e saíra em três lojas, para comprar uma gravata para o pai. Em cada casa dizia: Meu pai só usa gravatas boas, mas posso gastar apenas dois dólares.

Ninguém prestou atenção a essas palavras, até que um vendedor, pegando a deixa, falou: – Isso não tem importância, senhora. Vou mostrar-lhe umas gravatas de dois dólares cuja aparência é de três vezes mais cara. A fazenda é uma beleza e o nó fica perfeito.

Minutos depois, a compra estava feita.

Essas duas senhoras tinham uma razão que as levava a comprar. Suas palavras revelaram seus "pontos fracos". O interesse da primeira era o Desejo de Consideração, o da segunda, o Dinheiro. Essas duas motivações eram mesmo mais fortes que uma outra: – Se eu não comprar alguma coisa para ele, vai esquecer-se de mim no Dia das Mães.

Emocionalmente, as duas ouviram as palavras tranqüilizadoras de que precisavam. Em todas as nossas relações, tentamos nos comunicar com os outros e conosco mesmos. É o nosso ponto de vista individual que estimula nossos atos, quer tenhamos saído para fazer uma compra, quer para pedir informações sobre um depósito bancário.

Uma mulher de meia idade, de cabelos castanhos, sentou-se, muito sem jeito, junto à mesa de um funcionário de um estabelecimento bancário. – Por favor, posso saber o saldo de minha conta, incluindo os juros? – Tirou da bolsa a caderneta.

O funcionário, um senhor de cabelos brancos, olhou na primeira página da caderneta e pegou o telefone. "Faça o favor de me mandar o saldo da conta da Sra. L., incluindo os juros até a presente data. O

número da conta é LL 198.532." Dentro de alguns minutos, dava à Sra. L. a informação pedida.

A Sra. L. agradeceu. – O senhor tem um jeito que me faz gostar de fazer negócios aqui. – disse ela. Quando pedi informação sobre minha conta, disse o meu *nome* e não apenas um número. É como gosto de que refiram a mim... Tenho duas contas em outro Banco, perto daqui. Quando peço informação sobre minhas contas, referem-se sempre a mim como a um número, *não pelo meu nome*. O senhor é muito mais atencioso. Em breve, vou transferir para cá as duas contas.

Três dias mais tarde, transferiu as duas contas, num total de mais de 22.000 dólares, para o Banco que se referia a ela pelo nome e não por um número!

Cerca de um mês mais tarde, o funcionário cumprimentou-me. – Lembra-se da senhora simpática que chamei pelo nome e não por um número?

Claro que me lembrava.

– Pois contou-me ela que o primeiro marido, de quem estava divorciada, estivera na cadeia! Quando a mulher entrou no Banco, fê-lo por uma razão pessoal. Quando o funcionário referiu-se a ela pelo nome e não pelo número, interrompeu sua Preocupação e chamou-lhe a atenção *emocionalmente*, embora não intencionalmente.

Ela prestou atenção e agiu do modo que lhe era peculiar, por causa de experiências emocionais associadas especificamente ao primeiro marido.

O fato de algumas palavras terem constituído Apelo Emocional no valor de 22.000 dólares pode servir de lição para nossa vida? Certamente que sim.

Cada um de nós tem sua história pessoal, que consiste em grande número de experiências associadas a outras pessoas, inclusive àquelas com que nos casamos.

Tivemos boas e más experiências emocionais derivadas de palavras e atos e estamos saturados de Preocupação por eles provocados.

O mesmo acontece com as pessoas que trabalham *conosco*, *para* nós, e *contra* nós.

Em Phoenix, no Arizona, por exemplo, uma senhora chamou um homem para consertar-lhe o telhado. O homem fez o trabalho e foi pago. Algum tempo depois, houve um incêndio no fogão. Em menos de vinte minutos, a casa estava cheia de fumaça e o Corpo de Bombeiros foi chamado. As investigações descobriram que o homem se esquecera *de colocar a chaminé!*

É verdade. Quer sejamos consertadores de telhados, quer senhoras que entram em Bancos, somos pessoas Preocupadas. Ninguém é capaz de vencer essa Preocupação e nos tornar atentos, a menos que suas palavras ou ações tenham qualquer relação com um ou mais de um dos Quatro Grandes Apelos Emocionais que trazemos dentro de nós.

Somos criaturas humanas *emotivas*. Preferimos que nos chamem pelo nome ao invés de por um número, ainda mesmo que nosso primeiro marido não tenha estado na cadeia!

A DESCOBERTA DE DIFERENÇAS INDIVIDUAIS

Em tudo, desde as regras da etiqueta a uma compra, do amor ao casamento, em todas as nossas relações, torna-se cada vez mais aparente a importância do Apelo Emocional. Dirigido corretamente, pode ele vencer a Preocupação, atingir nosso interlocutor e estimular a consecução do resultado que desejamos.

Mas o contato tem que ser feito no momento oportuno e no lugar certo, do ponto de vista *emocional*.

Estava, certa vez, em Boston, numa casa de artigos para senhoras, quando entrou uma jovem e bonita cliente e se dirigiu a uma vendedora mal-humorada. A cliente, que parecia uma garotinha, pediu um "tailleur" que vira anunciado em um matutino. Como quem pedisse desculpas, a moça falou: – Posso parecer mais moça, mas já estou com vinte e um anos!

A vendedora deu de ombros e encaminhou-se para onde estavam os "tailleura". – Está bem, – resmungou – vou lhe arranjar um bem bonito. Temos muita novidade interessante.

Durante os vinte minutos que se seguiram, a jovem cliente experimentou mais de sete costumes. Neste meio tempo, um dos agentes de publicidade da casa, por quem eu estivera esperando, aproximou-se e notou meu interesse. Sorrindo, disse-lhe que gostaria que ele também observasse o que estava acontecendo.

A vendedora perdera já a paciência com a jovem cliente e chamara uma colega, na esperança de efetuarem a venda. Esta segunda vendedora, depois de trazer mais quatro modelos, chamou o gerente de vendas. Os três tentavam convencer a moça a comprar um "tailleur" cinza de saia pregueada que acabara de provar. Havia costumes espalhados sobre cinco cadeiras e sobre a mesa. Os três vendedores estavam exasperados. A atraente cliente não era capaz de decidir-se.

Meu amigo da publicidade inclinou-se para mim e assegurou-me:

– É uma dessas que não têm o que fazer e só nos fazem perder tempo. Não quer comprar coisa alguma!

Discordei, com um gesto de cabeça. – Talvez isso aconteça com algumas clientes. – Mas esta moça comprará com satisfação, se seus vendedores lhe disserem algumas palavras que deseja *ouvir*!

– E que deseja ela ouvir? – perguntou meu amigo, com ironia.

– Acredito que ela deseja que lhe digam que o costume cinza que está usando, ou outro qualquer, a faz parecer mais "senhora" e ainda mais bonita!

– Mais velha? Bem, isso...

– Experimente – disse eu. – Vamos ver o que acontece.

Com uma exclamação depreciativa, o rapaz juntou-se ao grupo. Para surpresa de todos, meu amigo, que também já fora vendedor, disse à moça: – Este modelo não vai com o seu tipo.

Olhando rapidamente o número, aproximou-se de um armário próximo, tirou um "tailleur" verde com original casaco em forma de

sobretudo e entregou à jovem, dizendo: – Este é o modelo que lhe convém. Além de fazê-la parecer mais velha do que é, torna-a ainda mais bonita!

A moça olhou mais para o vendedor que para o modelo apresentado. Experimentou-o, em seguida, fez duas piruetas diante do espelho de corpo inteiro e concordou:

– É exatamente o que quero!

Os vendedores quase engoliram as línguas! Claramente despertada, a primeira vendedora adiantou-se: – Este "tailleur" custa mais cinco dólares do que aquele que a senhora pediu – falou entre dentes. – Se eu soubesse que a senhora queria algo melhor...

Contive a respiração. Meu amigo, que não estava muito a par dos assuntos da loja, pegara o costume num armário errado.

– Não tem importância, – disse a moça, sorrindo. – Gostei tanto deste modelo, que não importa dar um pouco mais. Faça o favor de colocar o "tailleur" numa caixa.

Mais tarde, durante o almoço, eu e meu amigo discutimos o incidente.

Um anúncio de jornal persuadira a jovem a entrar na loja, Em seguida, a persuasão deixara de fazer efeito. Se o vendedor não empregar o Apelo Emocional acertado, muitas vendas estão perdidas, desde o início. A venda é um tipo de comunicação, porque nela pessoas estão envolvidas. Onde há pessoas, há sentimentos e reações emocionais a palavras e atos. Até mesmo uma observação ocasional pode dar-nos uma pista de onde encontraremos a chave do cofre emocional do interlocutor, amarrada nas Quatro Grandes fitas...

– Posso parecer mais jovem, mas já estou com vinte e um anos.

Uma observação casual, mas que ajuda a identificar um ponto de vista.

As aspirações emocionais da moça provavelmente ficaram prejudicadas porque possíveis namorados pensaram ou disseram: – É uma garota encantadora e muito bonita, mas *detesto andar com moças que parecem menininhas ...*

Observe com atenção. Embora todos estejam ou possam estar ligados aos Quatro Grandes Apelos Emocionais, há situações que requerem compreensão especial.

A razão que levou meu amigo publicitário a duvidar do sucesso, quando lhe sugeri o emprego da expressão "mais velha", é que o Instinto de Conservação de quem nos ouve manifesta-se, de preferência, pelo *desejo* de parecer mais jovem e o *medo* de envelhecer. No caso, a cliente era mais velha do que aparentava. Era necessário pensar em termos do seu *desejo* de parecer *mais velha* e o *medo* de parecer uma menininha, Para ela, a questão de aparência estava fortemente ligada a razões românticas.

Quando comprava suas roupas, a jovem mostrava-se mais ansiosa em satisfazer o Desejo de Consideração de outrem que o próprio Instinto de Conservação. Era esta sua mais forte necessidade emocional, que desejava ver reconhecida e satisfeita. As palavras: – Com este "tailleur" a senhorita parece mais velha e ainda mais bonita" conseguiram isso e o dinheiro tornou-se coisa de somenos importância!

COMO IDENTIFICAR AS CAUSAS EMOCIONAIS DE UM "JULGAMENTO APRESSADO"

Muitas vezes nossas palavras ou ações provocam uma resposta "impensada" ou "julgamento apressado". Cuidado!

Com seus conhecimentos dos "Quatro Grandes Apelos Emocionais", você é capaz de "julgar um livro pela capa"!

Como veremos, as observações irrefletidas e os julgamentos rápidos são respostas emocionais à comunicação. Podem ser mais reveladores que qualquer outro detalhe, da *verdadeira* causa das ações ou falta de ação de uma pessoa.

Um construtor estava desesperado. Terminara o trabalho havia seis meses e o Sr. H. não pagava a conta. Escrevera-lhe várias cartas. Em algumas, solicitava o pagamento, em outras ameaçava de cobrar

legalmente, mas o Sr. H. não dava resposta. Por duas vezes, o construtor conseguira falar com a mulher do Sr. H. pelo telefone. – Meu marido está passando por uma fase difícil. Tenha paciência, que ele pagará o que lhe deve – dizia ela.

E nada de resposta do Sr. H. Um dia, um filho de 18 anos do construtor deu ao pai uma sugestão.

– Papai, – disse ele, – se o senhor conseguir fazer o Sr. H, se lembrar de que lhe deve, talvez ele lhe pague antes de saldar contas mais antigas.

– Filho,– suspirou o homem, – como conseguirei fazer com que o Sr. H. se lembre?

O filho, famoso por seu senso de humor, aconselhou o pai a mandar ao Sr. H uma foto em que aparecia ao lado da mulher e dos três filhos. Escreveu sob a foto. – *Aí estão CINCO razões que me fazem precisar daquele dinheiro!*

Alguma coisa, na fotografia de família, estimulou o espírito Preocupado do Sr. H. Num impulso, respondeu ao construtor. Pegando uma foto de uma menininha espetacular, em roupa de banho, escreveu por baixo: – *Eis A razão pela qual não posso pagar-lhe!*

O construtor mostrou a resposta ao filho: – Vê? De que adiantou seguir o seu método de cobrança!

– Adiantou muito, papai, – insistiu o rapaz. Pela primeira vez, o senhor obteve uma resposta, não é verdade? – Mostrando a foto da morena, falou: – Da próxima vez que o Sr. H. se preparar para gastar dinheiro com esta cavadora de ouro, pensará também nas cinco razões que tem para lhe pagar. Se não ti fizer, há de lembrar-se, de repente, que o senhor pode mandar esta foto para a mulher dele!

A predição do rapaz estava certa! Em breve, o Sr. H. começou a pagar a dívida e pediu a devolução da foto da morena! A cobrança de uma dívida feita através de um retrato de família, Apelo ligado ao Instinto de Conservação, dera início a uma corrente de emoções.

Quebrara o silêncio do Sr. H, e fizera-o "agir irrefletidamente", enviando a foto da morena e escrevendo uma desculpa, do próprio punho.

Muitos de nós somos culpados de "agir sem pensar" uma vez ou outra. Quando agimos antes de pensar, há sempre uma ligação entre nossos atos e o que "temos na cabeça". Tudo que "temos na cabeça", excluindo-se a total ausência de pensamentos, relaciona-se com os Quatro Grandes Apelos Emocionais.

A Preocupação está sempre presente, em todas as pessoas e em todas as ocupações, ainda mesmo naquelas em que é necessário um constante estado de alerta.

De acordo com o colunista Leonard Lyons, de Chicago, alguns detetives daquela cidade fizeram um "julgamento apressado" que se tornou para eles mais embaraçoso que a foto da morena para o Sr. H.!

Um homem chamado "Champ" Segal era empresário de um tal Charles "Phil" Rosemberg, campeão mundial de peso leve. Durante o tempo das guerras de "gangsters", na Chicago de Al Capone, alguns detetives detiveram "Champ" no vestíbulo de um hotel, julgando-o um tipo suspeito, revistaram-no rápida e metodicamente. Em um bolso, encontraram alguns cartões comerciais que diziam:

CHARLES "PHIL" ROSEMBERG CAMPEÃO MUNDIAL DE PESO LEVE

Pediram desculpas imediatamente.

– Desculpe, Charlie, foi um engano nosso!

Afastaram-se imediatamente de Segal, que era um homem de 1,85 m e pesava 90 quilos!

O Apelo Emocional do cartão, fortemente ligado ao Desejo de Consideração, fizera com que os detetives agissem sem refletir e sem mesmo notar que falavam com um homem de vastas proporções!

O PONTO DE VISTA DO AUDITÓRIO: MISTÉRIO A SOLUCIONAR

As diferenças individuais existem. Nem todos reagem da mesma forma diante da mesma situação, ou simplesmente ouvindo contar a mesma história.

Renée era divorciada. Naquela noite, usando um vestido bastante revelador, de um belo tom de azul-esmalte, contava uma anedota a três mulheres e dois homens, num "cocktail", com seu delicioso sotaque francês. Duas das mulheres eram casadas, uma infeliz no casamento. A terceira, de 39 anos de idade, era solteira, já cansada de não encontrar um marido que tanto procurara.

Um dos dois homens era viúvo, de boa situação, bem intencionado espiritualmente, mas cuja carne era fraca. O homem não suportava a mulher com quem estava casada havia 14 anos. Preferia ter relações íntimas com uma garrafa de whisky.

A história que Renée contava falava de um psiquiatra a quem uma paciente se queixava de ter quatro maridos, amando a todos eles, cada qual de um modo diferente. Nenhum dos maridos sabia da existência dos outros. A mulher nunca se divorciara e morava em duas casas e em dois apartamentos, com os respectivos esposos. Por três anos, conseguira levar adiante o embuste. Agora precisava de auxílio. Justamente quando estava com os alibis e o tempo organizados, apaixonara-se por um quinto homem que queria casar-se cota ela. E este quinto, Diretor de uma agência de detetives particulares, nada sabia sobre os maridos números um, dois, três e quatro!

Cheia de vivacidade, Renée acompanhava sua história com gestos, expressões faciais e movimentos do corpo. Externamente, os cinco membros de sua audiência mostram-se "atentos" e sorridentes.

Internamente, as reações provocadas pela história são muito diferentes.

A menção do psiquiatra sugere à mulher infeliz no casamento que talvez seu marido devesse consultar um. Quando este pensamento deixa

seu espírito, pensa: "Onde será que Renée se penteia? Vou perguntar a ela."

A mulher feliz no casamento pensa: "Que diabo quer uma mulher fazer com quatro maridos? Um já não é o bastante? Seja como for, Renée deveria remexer-se menos. Este vestido azul é bem capaz de *explodir* no momento menos oportuno!"

A solteira suspira profundamente: "Uma mulher com quatro maridos e eu que não consigo arranjar um!

O viúvo não pode imaginar como uma mulher pode satisfazer as necessidades e as atitudes de quatro maridos ao mesmo tempo. Não perde de vista um só dos movimentos de Renée e desejaria ter vinte anos menos.

Já um pouco "alto", o outro homem suspira silenciosamente por Renée e pensa que seria bom "voltar para casa, se ela estivesse à espera", mas acaba se convencendo de que provavelmente ela acabaria igual às outras e seria "como uma esposa qualquer". Toma nutro gole e resmunga que é mais feliz com uma garrafa do que com qualquer mulher, "porque garrafa não discute!"

Com um malicioso piscar de olho, Renée diz baixinho, com jeito de quem está representando, a frase que é o clímax da anedota, o a assistência ri gostosamente.

Todos gostaram realmente da anedota? Provavelmente não.

Quantos saberiam repeti-la? Talvez dois.

Sabem qual dos ouvintes escutou a anedota do princípio ao fim, mas *jamais* a repetirá? A solteira, que já começou a cansar-se de procurar um marido que valesse a pena. Para ela, havia forte Apelo Emocional – embora triste – ligado ao Amor, na história da mulher que nunca só divorciara e contudo tinha quatro maridos, tendo ainda arranjado um quinto!

Isso quer dizer que o Apelo Emocional preponderante, para *toda* mulher solteira de 39 anos, seja o Amor? Não. O que estamos querendo demonstrar é que todo grupo humano é composto de indivíduos. Para

cada um desses indivíduos, é diferente a força e o poder de penetração de um ou mais de um dos Quatro Grandes Apelos Emocionais: Instinto de Conservação, Amor, Dinheiro ou Desejo de Consideração.

Ainda mesmo que as pessoas apresentem reações diferentes diante da mesma anedota ou de um mesmo estímulo, só reagirão se elementos suficientemente penetrantes dos Quatro Grandes Apelos Emocionais conseguirem atingi-los.

Os elementos que compõem esses Quatro Grandes Apelos Emocionais constituem a maior porção de todo desejo, medo ou atitude. Nós, como indivíduos, formamos a imensa Audiência que é a humanidade. Fazemos parte de todo plano, toda canção, história, anúncio, desilusão ou surpresa. Somos ouvintes, locutores, observadores, leitores e escritores. Os desejos, esperanças e preocupações com o Instinto de Conservação, o Amor, o Dinheiro e o Desejo de Consideração são intrínsecos em nós, como em todos aqueles que nos ouvem.

Por vezes, determinado Apelo Emocional é mais forte para um indivíduo que para outro. Outras vezes não temos oportunidade de saber algo a respeito de nosso ouvinte ou leitor, senão quando nos encontramos face a face. Se "falarmos" através de meios de comunicação como a TV ou o rádio, jornais, revistas ou anúncios, podemos jamais ver ou conhecer o nosso público. É então que a Técnica do Apelo Emocional deve ser uma parte vital de comunicação.

Sabemos que as pessoas têm suas Preocupações. Sabemos que podemos fazer com que nossa mensagem *atinja* nosso público, se usarmos o Apelo Emocional adequado. Temos que procurar este Apelo adequado dentro da estrutura dos Quatro Grandes Apelos Emocionais, aqueles que, de um modo ou de outro, afetam todo ser humano.

Qual a razão? É que o Apelo Emocional é a habilidade de motivar as pessoas a nos ouvir, de dar-lhes a *vontade* de prestar atenção no que lhes dizemos, sejam fatos ou fantasias.

Do ponto de vista emocional, nossos temores, esperanças, necessidades e aborrecimentos são nossos pontos mais fracos e mais fortes.

Reagimos diferentemente, como indivíduos, ainda que façamos parte de um grupo de cem pessoas.

Uma leitora do "Living Magazine" escreveu à revista fazendo comentários sobre as pessoas que assistiam a um determinado filme.

"Se todos se entusiasmassem com a mesma coisa, tudo estaria bem, – dizia a missivista – mas pense na diferença do senso de humor de um rapazinho de 14 anos, que ainda considera o amor uma palhaçada; um casal de jovens de 21 anos, ambos apaixonados; outro, de 28, à beira do divórcio; uma mulher solteira de 35 anos que vai aos poucos perdendo a esperança de casar e a dona de casa de 42 anos, cansada de tanto trabalhar. Agora dê a cada um desses indivíduos o direito de assobiar nos pontos que lhes agrada e vaiar quando não gostam e responda-me: Quanto do diálogo se consegue ouvir?"

Muito pouco, sem dúvida. Contudo o público que assiste ao filme, mesmo com suas diferenças individuais, tem *os mesmos* instintos e emoções, quer individual, quer coletivamente, As reações pessoais existem, ainda quando não são expressas em voz alta!

Desde os primeiros tempos, os Quatro Grandes Apelos Emocionais têm constituído a ligação entre a pessoa que fala e aquela que ouve, entre escritores e leitores, autores e seu público, professor e aluno. Em qualquer situação, só eles conseguem romper a Preocupação, pois constituem o modo básico de estimularmos emocionalmente quem nos ouve. Quer o nosso público seja formado por uma pessoa, um milhão de pessoas, ou mais, é preciso considerar as reações emocionais desse público mais importantes que as nossas, se desejarmos obter sucesso na nossa comunicação.

Talvez a analogia com o "Enigma de Homero" nos ajude a guardar este fato. Há muitos séculos atrás, viveu um grego chamado Homero, que se orgulhava de ser capaz de responder a qualquer pergunta, por mais complexa que fosse. Assim sendo, Homero adquiriu a fama de ser um dos homens mais sábios de sua terra. Essa fama, diga-se de passagem, dava-lhe grande felicidade.

Um dia, apresentaram a Homero um enigma: "Alguns pescadores saíram num barco. O que conseguiram apanhar, deitavam fora. O que não conseguiam apanhar, traziam consigo. O que era?" Homero refletiu, mas não conseguiu descobrir a resposta. Analisou o problema, fez uma reconstituição do fato, saindo com pescadores num barco.

Sua reputação se desfez. Os discípulos mais chegados perderam a confiança em sua sabedoria. Infelizmente, Homero também perdeu a confiança em si e morreu sem decifrar o mistério do Enigma:

"Alguns pescadores saíram num barco. O que conseguiam apanhar, deitavam fora. O que não conseguiam apanhar, traziam consigo. O que seria?" A resposta era : PULGAS!

Como Homero, que perdeu grande parte de sua reputação por não ter conseguido descobrir o "Mistério do Enigma", podemos, nos tempos que correm, perder reputação, dinheiro, amor, a vida e muitos prazeres, se não conseguirmos encontrar a resposta para outro Mistério: o Mistério do Ponto de Vista dos Ouvintes.

Poderemos controlar, até certo ponto, as reações emocionais provocadas por nossas palavras e ações em nossos lares, nosso casamento, nossas relações pessoais, profissionais e de trabalho?

Poderemos fazê-lo, se nos lembrarmos de que o Ponto de Vista de nossos ouvintes e os nossos podem ser encontrados dentro dos Quatro Grandes Apelos Emocionais.

Poderemos fazê-lo, quando descobrirmos o Grande Apelo Emocional que vence as Preocupações e liga o Assunto à sua Audiência.

Comecemos por investigar, um por um, os Quatro Grandes.

Vejamos, em primeiro lugar, o Instinto de Conservação.

O FORTE APELO EMOCIONAL DO INSTINTO DE CONSERVAÇÃO

POUCO ANTES de meia-noite e meia, quando o sonolento público se preparava para deixar o clube, após uma conferência, o mestre-de-cerimônias apresentou novo conferencista dizendo: "Apresento-lhes agora UM ASSASSINO DE BROOKLYN!"

A audiência, aquietada, esqueceu a hora. Todos os olhares se fixaram num sujeito mal-encarado, de nariz aquilino, sobrancelhas carregadas, que conservava a mão direita ameaçadoramente enfiada no bolso do paletó.

Levantando-se, o homem tirou a mão do bolso e sorriu.

– Sou um assassino, sem dúvida – começou ele. – UM ASSASSINO DE BROOKLYN, pois é nesse bairro que desenvolvo minha atividade no ramo de exterminação de insetos. Meu nome é...

Em menos de dez segundos, o Instinto de Conservação, estimulado pelas palavras – "Apresento-lhes agora UM ASSASSINO DE BROOKLYN" – unidas à má catadura de um homem, venceram a Preocupação e transformaram a atitude de uma audiência pronta a ir para casa!

Uma tarde, o crítico literário de um programa de rádio iniciou o exame de um livro com a seguinte frase:

– A senhora gostaria, de vez em quando, de adormecer seu bebê COM UM BASTÃO DE BASEBALL?

Imaginem o efeito dessa frase como meio de vencer a Preocupação das mães e outras mulheres que ouviam o rádio!

Uma delas, que me falou sobre este meio de conseguir a atenção da audiência, contou-me que estava passando roupa a ferro quando ouviu a pergunta. Reagiu passando com maior força, mais veementemente, a peça de que estava cuidando, ao mesmo tempo que confirmava, com um gesto de cabeça, enquanto seu filhinho de sete meses continuava a chorar com toda a vontade em seu bercinho, ao lado.

Um aluno meu iniciou um discurso tirando do bolso um saco de papel. Sacudiu o saco umas três ou quatro vezes.

– Neste saco – anunciou – estão horas de repouso, ar fresco e boa saúde. Tendo boa saúde, os senhores provavelmente viverão mais vinte anos do que esperavam, neste momento. Contudo – frisou – *o conteúdo deste saco custa menos de cinco centavos!*

Atenta e curiosa, a assistência observava o orador colocar o conteúdo do saco na mão esquerda.

– Alpiste – exclamou. – Vão precisar disso se criarem pombos. Criar pombos é o meu "hobby". E pode ser, também, para os senhores uma ocupação saudável e estimulante.

A audiência estava vitalmente interessada no assunto, por causa do forte Apelo ao Instinto de Conservação. O Instinto de Conservação existe em todo indivíduo e em toda audiência.

Em noite chuvosa, a Srta. R. tomou um ônibus superlotado, dirigindo-se a um bairro pouco conhecido. Chovia forte. A chuva viera inesperadamente, de modo que a moça não trazia consigo guarda-chuva, galochas nem capa.

Quando entregou ao motorista uma nota de um dólar, pediu: – Pode fazer o favor de avisar-me quando chegarmos à rua 55?

Entregando-lhe o troco, o motorista respondeu, com um suspiro: – Escute, moça, aviso-a *se me lembrar*. Não é muito fácil, quando se tem que fazer troco, conservar os olhos na estrada e o pé junto ao freio. A noite está medonha, a chuva muito forte e, pelo menos cinco pessoas, além da senhora, pediram-me que avisasse onde tinham de descer. Como lhe disse, avisarei, *se me lembrar!*

A Sta. R, poderia deixar o assunto por aí, esperando que o motorista se lembrasse de avisá-la. Se ele se esquecesse, chegaria atrasada a seu destino, provavelmente desceria no ponto errado e, com toda a certeza, ficaria molhada até os ossos. – O senhor vai se lembrar, sim, motorista, assegurou ela. – Estão fazendo uma escavação perto da esquina. Se o

senhor não diminuir a marcha e parar antes da rua 55, *poderá ocorrer um desastre!*

Assim falando, colocou o dinheiro na caixa coletora e procurou um lugar. Embora, naquele mesmo dia, o motorista tivesse percorrido várias vezes aquele mesmo caminho, som notar nenhuma escavação, e embora se tenha esquecido de parar para os outros passageiros, ao aproximar-se da esquina da rua 55, diminuiu a marcha.

– Rua 55, moça! – gritou ele. – Mas, onde está a escavação?

A Srta. R. agradeceu e desceu do ônibus, sem responder. Sabia que o Apelo Emocional feito ao Instinto de Conservação do motorista fizera excelente trabalho do escavação em seu espírito preocupado!

Como alguns alunos fizessem perguntas à Srta. R. sobre o uso do Apelo ao Instinto de Conservação feito naquela oportunidade, sua resposta foi a seguinte: Usei a Técnica do Apelo Emocional ao falar com o motorista do ônibus porque não queria estragar um chapéu e um casaco caros e que estava usando pela primeira voz. Os passageiros que também pediram ao motorista que parasse para eles decerto teriam *suas razões* para não desejarem se molhar!

Isso mesmo! Os indivíduos *são* diferentes do ponto de vista emocional, especialmente quando se trata de sua noção do que é "certo" ou "errado".

Como os outros Quatro Grandes, o Apelo Emocional ligado ao Instinto de Conservação, quando bem dirigindo, motiva as pessoas a agir, sentir ou ficar atentas. Este Apelo Emocional contém medos, esperanças e desejos, dentro das atitudes relacionadas com satisfações pessoais, conforto, perigo, dores, doenças, saúde, morte ou mutilações.

O Apelo Emocional do Instinto de Conservação inclui o amor da criança para com os pais, dos pais para com os filhos, dos donos por seus animais de estimação e outros sentimentos protetores. Os desejos de liberdade pessoal e medo de prisão estão contidos neste Apelo: do mesmo modo, muitos aspectos das crenças religiosas e da comunicação.

É o Instinto de Conservação que faz vibrar as teclas que comandam o desejo de viver mais, de divertir-se mais, de fazer as coisas do modo mais fácil e agradável possível.

Você é uma dona de casa. Sabe o tempo e o trabalho que tem para fazer uma torta de maçã. Tem que preparar a massa, comprar, carregar, descascar e cortar em pedaços a maçã. Quando tudo estiver pronto, de acordo com a receita, leva a torta ao forno. Este trabalho leva horas e é trabalho!

Eis que vê um anúncio, ouve a conversa de um dono de mercearia ou a informação de uma amiga sobre uma nova mistura para tortas, previamente preparada. "BASTA JUNTAR ÁGUA". Estas podem ser, para você, palavras cheias de *grande* Apelo Emocional.

Essas mesmas palavras fizeram com que milhões de donas de casa se sentissem felizes, tentadas a experimentar ou comprar um produto, ao mesmo tempo que provocam, também, reação favorável nos homens.

As palavras contêm um tão forte apelo ao Instinto de Conservação que vêm sendo usadas para vender o equivalente a muitos milhões de dólares em misturas para tortas e bolos, remédios para dor de cabeça, refrigerantes, sorvetes, gelatinas, quadros, sopas, sabões em pó, dentifrícios, cola e muita coisa mais.

Aplicam às suas necessidades o Apelo ao Instinto de Conservação.

São palavras que comunicam rápida e emocionalmente a idéia de que um produto economiza tempo, trabalho e esforço. Mesmo para a mulher que cozinha para receber elogios da família ou dos convidados, e portanto movida pelo Desejo de Consideração, o Instinto de Conservação dá às palavras: "Basta juntar água" um incentivo emocional suficientemente forte para fazê-la experimentar a mistura!

Como seres humanos, movidos pelas emoções, procuramos de preferência as satisfações, antes do conteúdo. Eis por que é possível descobrir milhares de Apelos Emocionais que façam aceitar serviços, produtos e pessoas, ajustando-os ao espírito de ouvintes, amantes, pacientes, clientes e fregueses em potencial.

Quando compramos um doce, geralmente agimos movidos por um desejo ligado ao Instinto de Conservação.

Removido o invólucro, comemos o primeiro pedaço.

Enquanto mastigamos, refletimos: "Hum. . . Agora estou engolindo o chocolate... Hum... isto sabe a caramelo.., aqui estão as nozes e outros ingredientes que ligam o açúcar. . .?"

Absolutamente não!

Se pensarmos alguma coisa, será nos seguintes termos: "Hum... Gostoso!" ou "Delicioso!" ou "Serve..."

Compramos o doce para satisfazer a uma necessidade É possível que estivéssemos com fome, precisássemos de alguma coisa que nos animasse ou quiséssemos satisfazer o desejo que sentíamos por "alguma coisa doce".

Quando os fatos satisfazem, realmente, nossos desejos, sentimos *maior* prazer!

Um homem idoso usou, certa vez, o Instinto de Conservação como Apelo, ao tratar com pessoas muitos anos mais jovens que ele.

O velho Sr. Y., de oitenta e oito anos de idade, possuía uma antiga e estragada casa de campo, muito precisada de nova pintura e que ficava a. uma boa distância da cidade. Os degraus da escada já não apresentavam segurança, o alpendre era tão pequeno que mal acomodava três pessoas ao mesmo tempo. A casa tinha o dobro da idade de seu proprietário, que já pedira a vários agentes imobiliários que a vendessem para ele.

Os meses se passavam. Embora os agentes levassem mais de vinte e cinco pretendentes para visitar a casa do Sr. Y., nenhum se decidiu a comprá-la, por causa da primeira impressão, que era péssima. O preço pedido era razoável, o que levou o Sr. Y. a achar que não estava certo o sistema adotado pelos agentes imobiliários para a venda da casa.

O Sr. Y. colocou um pequeno anúncio em dois grandes jornais da cidade e recebeu seis respostas. Antes de conversar com o primeiro comprador em perspectiva, fez uma cuidadosa revisão das condições da casa. A mais importante, raciocinava, era a pequenina varanda, situada

de tal forma que lhe permitia receber sol quase o dia todo. Como o sol e a boa saúde andam sempre juntos, a primeira coisa que dizia aos candidatos à compra era:

– Esta é uma casa que só serve para quem pretende viver cem anos!

A atenção era imediatamente despertada.

– Por quê? – perguntavam todos.

– Porque esta varanda *recebe mais sol por metro quadrado que qualquer outro lugar do estado!*

Dentro de poucos dias, quatro dos pretendentes à compra da velha casa fizeram suas propostas!

O Sr. Y. não vendeu a escada caindo, a necessidade de pintura ou a pequenina varanda. As pessoas que o procuraram não colocavam essas coisas em primeiro lugar. O velho estava certo, entretanto, de que todas estariam interessadas em gozar boa saúde, ter uma vida mais longa – o Instinto de Conservação.

Vendeu primeiro o calor do sol, depois falou do preço e tanto ele como os compradores em potencial tiveram prazer em falar de negócios! Com base no Instinto de Conservação, muitas pessoas lamentam a idade que têm. Para outros, conservar boa saúde até uma idade avançada constitui razão para orgulho pessoal.

Em Winnipeg, no Canadá, uma mulher de 101 anos de idade leu o seguinte aviso, na porta de um restaurante:

SOMENTE HOJE!
REFEIÇÃO GRÁTIS PARA MAIORES DE
70 ANOS, ACOMPANHADOS PELOS PAIS

A senhora fez um gesto de desdém, foi para casa e voltou acompanhada da filha de 77 anos, Mary. Pediram o que havia de melhor no restaurante e o proprietário, boquiaberto, nada lhes negou!

A perspectiva de uma vida mais longa e de nos livrarmos da morte será sempre importante parte de nossa natureza.

Um homem lia um livro de estatística sobre longevidade. Coçando a cabeça, voltou-se para a mulher:

– Veja só que estatística interessante, Maggie disse ele. – Cada vez que respiro, uma pessoa morre.

– Sinto muito – respondeu Maggie . – Mas, por favor, *não respire para meu lado!*

Emocionalmente, ,a morte é um fato da vida, Tememos a morte, talvez já a tenhamos visto, mas não conseguimos imaginar a nossa, independentemente de nossa idade.

Um médico contou-me o caso de uma senhora idosa, afetada de grave moléstia cardíaca que requeria séria operação. A mulher não parecia preocupada com a operação, em si. Compreendia que era necessária. Seu grande medo era da anestesia.

De cada vez que era levada à sala de cirurgia, ficava apavorada, com a idéia de que ia dormir. O médico, por causa do estado do coração da paciente, não ousava insistir. Enquanto isso, a doente piorava, e o tempo do pessoal e da sala de operações era desperdiçado.

Alguém aconselhou o Dr. S., o anestesista, a ir ao quarto da doente, para nova tentativa. – Veja a chuva lá fora – disse ele. – Sabe a melhor coisa que se pode fazer num dia desses?

A mulher dirigiu-lhe um olhar interrogativo.

– Fechar os olhos e tirar um bom e profundo sono. Isto, – falou, sorrindo, o médico, – era o que eu faria, se fosse a senhora.

A velha senhora concordou com um gesto de cabeça, respirou profundamente e fechou os olhos.

Foi conduzida à sala de operações e operada com sucesso, porque o desejo de conservar a vida tornou-se mais forte que o medo.

O INSTINTO DE CONSERVAÇÃO E OS QUATRO GRANDES

O Apelo Emocional do Instinto de Conservação constitui a razão pela qual muita gente prefere divertir-se a educar-se; o motivo de uma

reunião medíocre tornar-se memorável, pelo prazer de cantarmos em conjunto; de ser mais difícil guardar as primeiras sentenças de uma peça que as últimas; de uma viúva ter menos sucesso que uma divorciada e de uma pessoa que tem a consciência carregada estar sempre sujeita a desastres.

Como os outros membros dos quatro grandes, o Instinto de Conservação abrange vasto campo, que muitas vezes se interliga a outro Apelo.

Quando alguém aponta uma arma para você e avisa:

– É um assalto! – você reage imediatamente. Mas uma situação diferente pode modificar completamente seu estímulo para agir.

Quatro fregueses e dois caixas estavam num pequeno Banco, poucos minutos antes da hora de fechar, quando entrou um homem armado. – Mãos ao alto! – ordenou. – Todos vocês!

Aterrorizados, os fregueses e caixas obedeceram. Rapidamente, o assaltante fê-los encostar-se na parede, Com o dedo no gatilho, preparava-se para dar outra ordem, quando um dos fregueses gritou:

– O revólver é de mentira! Vamos AGARRA-LO! Fregueses e caixas, voltando-se rapidamente, caíram sobre o assaltante. Jogando o revólver no chão, dominaram a murros.

O cliente que transformara em heróis seis homens apavorados inclinou-se e apanhou o revólver.

– Puxa! – gaguejou. – É um revólver *mesmo*!

Estava sem os óculos quando afirmara o contrário. . . Mas, do ponto de vista emocional, eis o que aconteceu:

"Mãos ao alto!" Essas palavras eram forte apelo ao Instinto de Conservação e tiveram resposta imediata. Evitar ferimentos pessoais, expor o corpo ao perigo e à morte eram coisas muito mais importantes que perder Dinheiro. Quando o freguês gritou: "*O revólver é de mentira! Vamos agarrá-lo!*", o desejo de salvar o Dinheiro e a propriedade tornou-se então mais importante que o medo de ser ferido ou assassinado. Foi assim que todos se atiraram contra o assaltante!

Na vida diária, o Instinto de Conservação pode-se entrelaçar com o Apelo do Dinheiro, de diferentes maneiras.

Vejamos, por exemplo, o tipo de homem ou mulher para quem ganhar dinheiro tem importância primordial.

Ofereceram a Rufus B. um emprego que lhe daria mais vinte dólares semanais que o que no momento ocupava. Discutiu o assunto com a mulher e um amigo íntimo. Ambos o aconselham a não aceitar o emprego, apesar do aumento de salário. Era bem conhecida a reputação de seu futuro patrão.

Rufus mostrou-se intransigente e aceitou o emprego. Sua principal preocupação é o Dinheiro e quer os vinte dólares a mais, cada semana.

Logo se tornam aparentes as deficiências das condições de trabalho e o aumento de responsabilidades. Tensão, infelicidade e outros elementos do Instinto de Conservação de Rufus começam a atormentar o nosso amigo à medida que as semanas se transformam em meses. Grande parte dessa frustração torna-se aparente na conduta de Rufus.

Mas o Dinheiro é seu *grande* Apelo Emocional. Rufus continua a afirmar a si mesmo e aos outros que está muito melhor, ganhando muito mais dinheiro e que isso é o que importa!

Conhece alguém assim? Pessoas para quem ganhar dinheiro parece mais importante que gozar a vida? Claro que conhece!

Outros tipos de interesses interligados ao Instinto de Conservação relacionam-se com milhões de pessoas dotadas de um desejo exagerado de satisfações sexuais, de comer, beber, de descansar e de outros prazeres, que acabam por comprometer a saúde.

Como todos os outros Quatro Grandes Apelos Emocionais, o Instinto de Conservação tem duas faces, o desejo e o medo. É sempre mais acertado conservar a balança pendendo para o lado do desejo de conservar a saúde. Se nos desviarmos muito do centro, será aconselhável consultar um médico competente. Daí por diante a comunicação controlada pela Técnica do Apelo Emocional, pode ajudar-nos a encontrar maior prazer na vida, *seja qual for* nosso estado de saúde.

Um homem que só pensava em Dinheiro provou isso, certa vez, a outro que só pensava na saúde.

O Sr. O., um homem rico, tinha 10 quilos a mais que seu peso normal. Gostava de comer, de sombra e água fresca, era notoriamente preguiçoso. Como muitos outros cuja mola-mestra é o Instinto de Conservação, vivia preocupado com a saúde. Ficava nervoso quando sentia falta de ar, depois de pequena caminhada, de subir alguns degraus ou quando se decidia a fazer um leve exercício. Embora avisado pelo médico de que deveria perder os 10 quilos, e quisesse fazê-lo, não conseguia resistir aos prazeres da boa mesa e a uma quantidade excessiva de pão, bolo e doces.

Seu amigo, o Sr. E., era jogador. Não gostava de trabalhar para os outros e dizia que a única pessoa capaz de trabalhar para ele era a "Sra. Sorte". Por que o Sr. E. jogava? Por ser este o meio mais rápido e fácil de ganhar dinheiro! Era um Adorador do Dinheiro e apostava em corridas de cavalos e de cães, jogava cartas, dados e tudo mais que pudesse dar-lhe dinheiro.

Certo dia, o Sr. E., o jogador, encontrou-se com o gordo Sr. O. "Meu amigo" – falou rindo, – "cada vez que o vejo, penso num balão que vai ficando cada vez mais cheio! Quando é que você vai começar a perder uns dois ou três quilos?"

– Não só uns dois ou três quilos respondeu tristemente o Sr. O. – São dez ou doze quilos! – suspirou. Não posso, ao mesmo tempo, comer aquilo de que gosto e perder tantos quilos!

O Sr. E. teve uma idéia. – Sou um jogador. Pois aposto com você duzentos dólares como serei capaz de fazê-lo perder esses doze quilos.

– Aceito a aposta – respondeu o outro, sorrindo.

– Quais são as condições?

– Muito simples. Primeiro, quero pesá-lo. Em seguida, você seguirá à risca minhas instruções, durante oito semanas. No fim desse tempo, se você não tiver perdido peso, eu pago. Se você tiver perdido doze quilos, você me paga.

O Sr. O. concordou.

O Sr. E. prendeu ao pulso do amigo uma pequena valise de metal e guardou a chave consigo. Três dias mais tarde, o Sr. O. estava desesperado. – Esta valise está se tornando cada dia mais pesada. Durmo com ela, como com ela, chego a barbear-me com ela. Tire-a, por favor! Isso pesa toneladas!

– Não pesa toneladas – disse o Sr. E. Pesa exatamente os doze quilos, ou seja, o peso extra que você carrega. Pois bem, siga a dieta do médico, sem falhas. Deixando a valise de metal atada ao pulso, ela lhe servirá de lembrete.

O Sr. O. estava tão aflito para se livrar daquele peso no pulso, que perdeu os doze quilos em seis semanas. O Sr. E. ganhou os duzentos dólares. Ambos estavam satisfeitos.

Esses dois homens tinham duas razões diferentes para suas diferentes ações, ambas visando o mesmo fim, contudo ambos ficaram satisfeitos com o resultado. O grande apelo, para o Sr. O. era o Instinto de Conservação. A interrupção de muitos de seus prazeres, por causa do peso que trazia no pulso, fê-lo apressar-se em atingir seu objetivo. De acordo com os termos da aposta, teria que usar a valise durante oito semanas ou perder os doze quilos antes, de modo que o Sr. O. logo compreendeu a vantagem de *perder* a aposta. O Sr. E. contava ganhar dinheiro, usando o Instinto de Conservação, Apelo Emocional certo no caso do abastado Sr. O.

Quando não existem desculpas para a preguiça, o preguiçoso é movido principalmente pelo Instinto de Conservação, que o faz encontrar desculpas rápidas para transferir trabalhos aos outros; para não ajudar ou, simplesmente para não trabalhar.

Conheço o caso de um pintor que foi pilhado, pelo patrão, quando tirava uma soneca, ao invés de estar pintando uma cerca, como devia.

– Por que não está trabalhando como os outros? perguntou o patrão.

Mostrando o lindo céu primaveril, o pintor filosofou:

– Patrão, quem, a não ser um poeta, se preocuparia em ganhar dinheiro num dia tão lindo?

Este, como podem ver, agiu movido pelo Instinto de Conservação e não por amor ao Dinheiro.

Frases como "Doem-lhe os pés?", "Alívio Imediato", "Uma terrível dor de cabaça o aflige?", "Deseja sentir-se mais forte?", "Quer ter filhos?", "Deseja maior alegria de viver?", "Como livrar-se desta terrível dor nas costas" atraem atenção, ativam o Apelo Emocional, quando o Instinto de Conservação é a mola-mestra do indivíduo. Até mesmo em se tratando de removedores de caspa, aparelhos que evitam trabalho, alfinetes de segurança ou dentifrícios dotados do poder de matar germes, o resultado de um apelo bem escolhido, dirigido ao Instinto de Conservação, será tornar a mente receptiva ao locutor, ao assunto, ao produto ou ao serviço oferecido.

O amor dos pais para com os filhos e dos filhos para com os pais é uma parte do Instinto de Conservação.

Você é pai. Imagine qual seria a sua reação se lhe dissessem: "Quer que seu filho use muletas?" ou "Não é maravilhoso ouvir seu filho dizer que gosta de você?" O medo e o desejo provocados por essas ditas frases encontram-se no Instinto de Conservação.

O Instinto de Conservação é uma das Quatro GRANDES razões pelas quais você ouve o que dizem os outros e que fazem com que os outros o ouçam! Existe um forte Apelo Emocional relacionado com o Instinto de Conservação e que pode ligá-lo à sua audiência? Se existe, use-o!

Examinemos a situação do crítico literário do programa radiofônico que usou um poderoso meio para atrair a atenção, vencendo a preocupação da dona de casa que passava a ferro.

Qual era o seu *Assunto* ? Um livro chamado: "Como educar seu filho." Sua *Audiência*? Principalmente mães.

Logo de saída, os temores e desejos provocados pelo Amor, pelo Dinheiro e Pelo Desejo de Consideração seriam de menor importância

emocional que o Instinto de Conservação contido no "amor dos pais pelos filhos."

A fim de criar a relação emocional necessária entre o locutor e as ouvintes, perguntou: *"Gostaria, algumas vezes, de embalar seu filho com um bastão de baseball?"*

Eram excelentes as oportunidades de fazer com que os ouvintes de fato *ouvissem*, porque o Apelo Emocional escolhido, o apelo ao Instinto de Conservação, fora acertado.

Já ouviram dizer, muitas vezes, que "o sangue é mais grosso que a água." Emocionalmente, isto é *uma verdade!*

É possível que você ache que seu pai, sua mãe ou seu filho estão terrivelmente *errados*, em determinada situação. Quando alguém "de fora" manifesta a mesma opinião, você tende a defender seu pai ou seu filho, já que o Desejo de Consideração favorece o Instinto de Consideração.

Um cão pode dar-lhe conforto, "compreensão" ou proteção. Quando um perigo o ameaça, quando um cão desconhecido ou maior se aproxima, você protege seu animal, não é verdade?

Você jamais lutará contra esse desejo, porque ele faz parte do seu Instinto de Conservação!

RELIGIÃO E INSTINTO DE CONSERVAÇÃO

Os adeptos de religiões usam o Instinto de Conservação mais que quaisquer outras pessoas.

Um *pecado* geralmente se relaciona com a possibilidade de castigo tanto *físico* quanto *moral*. É tão grande o medo das conseqüências de se fazer o mal, que a religião nos traz, muitas vezes, o desejo de praticar o *bem*.

O estacionamento de carros em frente à sua igreja perturbava o ministro, que entrou em contato com a polícia. Esta mandou colocar no local placas que diziam "Proibido o Estacionamento". Pouco efeito tiveram. O estacionamento continuou, desenfreado.

O ministro tirou, então, todas as placas, substituindo-as por uma que dizia: "NÃO ESTACIONARÁ" e os motoristas deixaram de estacionar em frente da igreja.

A religião pode ser um grande conforto porque nos protege emocionalmente. Para conservá-la em todo o seu esplendor, tem que ser praticada e comunicada eficientemente pelos ministros.

E. tinha idéias interessantes sobre o assunto, quando entrou para um de meus cursos, junto com a esposa. Era empregado em um dos maiores grupos religiosos da América.

Depois de algumas aulas, E. aproximou-se de mim e falou: – Como deve ter observado, minha mulher e eu somos muito devotos. Somos interessados no estudo das religiões e já freqüentamos várias igrejas de fé diferente da nossa. Chegamos agora a uma importante conclusão.

– O ministro comum – disse ele – não sabe fazer-se ouvir. Precisa de empregar muito mais o Apelo Emocional! Insta com as pessoas para ir à igreja e à sinagoga, mas, quando as tem lá dentro, faz sermões que raramente conseguem vencer a Preocupação dos ouvintes. Fala, mas as pessoas não ouvem realmente! Quando saem da igreja, cumprimentam-no: – Bonito sermão, Reverendo – mas o fazem por razões pessoais. Na verdade, o bem intencionado ministro *não os fez ouvir senão aquilo que lhes preocupava o espírito, antes de virem para a igreja*.

Da parte do ministro, pode ter havido mais "cochilos" do que parece.

Segundo a Associated Press, o ministro de Walla Walla, igreja de Washington, declarou : "Domingo, pela manhã, mandei gravar o serviço religioso. À tarde, liguei o gravador e adormeci profundamente, bem no meio do sermão!"

A necessidade de mais Apelo Emocional, para vencer a Preocupação, na religião e outras áreas de comunicação, torna-se cada vez mais óbvia. Muitos, dentre nós, tivemos oportunidade de exprimir nossa opinião.

Duas senhoras, evidentemente voltando das compras, colocaram os embrulhos no chão, perto de mim, no "metrô" .

– Vai à igreja no domingo? – perguntou uma delas.

– Claro que vou. Comprei um chapéu novo, não comprei? Além disso, *a igreja é o único lugar onde posso dormir com os olhos abertos!*

Não poderia fazê-lo, se seu pastor ou ministro soubesse falar usando Apelo Emocional!

CRIME E APELO EMOCIONAL

Uma garota de 20 anos, bem feita de corpo, respondeu a um anúncio que pedia uma recepcionista. Deu um telefonema e compareceu a um escritório de ditas salas, para uma entrevista.

Depois de alguns minutos, o entrevistador fechou a porta de comunicação das duas salas e tentou atacá-la. A moça implorou, gritou, mordeu e lutou, tudo sem conseguir livrar-se dos braços do homem.

De repente, parando de resistir, ela falou: – Minha idade verdadeira é dezesseis anos. Largue-me, ou sabe bem o que lhe acontecerá!

O medo de uma condenação por estupro mudou instantaneamente a atitude do homem! O Apelo Emocional contido no aviso fê-lo deixar a moça *imediatamente*. E ainda pedia desculpas, quando ela saiu correndo do escritório.

As pessoas que respeitam as leis possuem temores inatos, baseados no Instinto de Conservação, de serem detidas ou feitas prisioneiras. O mesmo acontece aos criminosos. O criminoso, na realidade, em geral leva mais tempo planejando a *fuga* do que planejando o crime, porque o *crime não compensa* quando ele é agarrado!

Uma grande e movimentada loja de artigos para senhoras estava tendo um prejuízo de mais de cinqüenta mil dólares par ano, por causa dos ratos de loja. Apesar dos detetives do loja estarem sempre alerta, misturando-se com os fregueses, os prejuízos e aborrecimentos aumentavam sempre. Enquanto um detetive surpreendia, seguia ou

prendia um desses ladrões, outros escapuliam com as mercadorias roubadas.

O proprietário da casa substituiu empregados, aumentou o número de detetives, e comprou um aparelho detetor, sem reduzir apreciavelmente os prejuízos devidos aos roubos.

Em desespero de causa, tentou um método completamente diferente para atacar o problema.

Tirou mercadorias, cabides e mostruários do centro da loja, no andar térreo, removendo-os para outros lugares. Nesta grande área central, que abrangia os quatro lados da loja, colocou sofás e cadeiras de plástico colorido, balcões para venda de cigarros e cinzeiros.

Mandou publicar anúncios nos jornais locais e colocou-os nas vitrinas da casa, convidando o público a usar a confortável sala de estar no andar térreo da loja. "Descanse depois de feitas as compras, marque encontro com os amigos ou... apenas descanse."

De setenta a cem pessoas, por dia, aceitavam o convite da loja. Em menos de um mês, uma média diária de 160 pessoas marcavam encontros, descansavam, conversavam, olhavam ou fumavam um cigarro, ao mesmo tempo que *dominavam, quase sem empecilhos, os outros lados do andar térreo, das mercadorias e das pessoas que ali estavam!*

As vendas aumentaram e as perdas devidas a roubos caíram verticalmente!

Os ratos de loja não agem quando observados.

Como o batedor de carteiras e outros criminosos, o rato de loja tem pavor de ser "pilhado em flagrante."

Em virtude do grande número de pessoas que ficavam no salão do andar térreo da loja, durante o tempo do expediente, mais de *cinqüenta pares de olhos* observavam os movimentos dos ladrões. Como não lhes era possível saber quais os olhos que pertenciam aos detetives da casa, roubar, ali, tornou-se arriscado e perigoso. Ao invés de expor-se a esse risco desnecessário, os ladrões se mantinham afastados.

Isso vem provar nossa tese de que a força do Instinto de Conservação deu ao dono da loja num *lucro* de mais de Cinqüenta Mil Dólares!

Vamos, agora, falar sobre o Dinheiro.

Vamos *conversar*.

As páginas que se seguem provam como é dispendioso preocupar-se demais com dinheiro!

O DINHEIRO COMO APELO EMOCIONAL EM NOSSAS RELAÇÕES COM O PRÓXIMO

JÁ VIU, alguma vez, um anúncio como este?

POR QUE VENDO BARATO

A razão pela qual posso vender mais barato que qualquer outro negociante é que sou solteiro. Não preciso me preocupar com a manutenção de mulher e filhos. É, pois, de meu dever, informar a meus fregueses que essa vantagem vai desaparecer em breve. Estou para me casar. Portanto, aconselho a que economizem seu dinheiro, fazendo logo suas compras, pelo preço antigo.

O. Kayser

Singelamente, o Apelo do Dinheiro chamou a atenção e estimulou os compradores, que afluíram à loja do Sr. Kayser, em busca de pechinchas!

Uma cidade do Texas também lançou mão do Apelo do Dinheiro, porém de modo diferente: aproveitou seu poder de vencer a Preocupação para evitar acidentes e excessos de velocidade. Era tão grande a quantidade de motoristas de outras regiões que trafegavam pela cidade, que a polícia se via incapaz de controlar inteiramente a situação.

Investigações feitas mostravam que o único aviso aos motoristas dizia:

VELOCIDADE MÁXIMA

60 Km

Alguém sugeriu uma modificação nos avisos:

VELOCIDADE MÁXIMA
60 Km ou $ 19,50

Os corredores entenderam imediatamente!

Samuel Johnson disse, certa vez: "Dinheiro e Tempo são as cargas mais pesadas desta vida; os mais infelizes mortais são os que possuem tanto dessas duas coisas, que não sabem como gastá-las."

Nós, mortais, nunca parecemos ter bastante Tempo ou Dinheiro. Queremos sempre mais e temos medo de não conseguir um nem outro.

Para muitos, Tempo é Dinheiro.

Há quem trapaceie com um ou com o outro, como há quem trapaceie com ambos, E também há quem se envergonhe nesse procedimento.

Por causa das diferenças emocionais individuais, podemos conseguir satisfação, sentimento de culpa ou conservar a consciência tranqüila, diante de nossas preocupações Monetárias.

Uma mulher no Oregon escolheu a última alternativa. Trabalhava para uma companhia de transportes. Durante um ano em que esteve empregada na companhia, gastou mais tempo do que devia, na hora do cafezinho. Depois de se convencer de que isso era desonesto, mandou um cheque de $ 95 para sou patrão, como pagamento do tempo que lhe tomara "emprestado"!

Alguns carecas, membros do Poder Legislativo de Ohio, há pouco tempo atrás, pediram inquérito sobre o preço dos cortes de cabelo! Rascunharam uma resolução que dizia: "Com base no espírito de justiça e eqüidade... achamos que deve ser feita unia redução de preços para aqueles dentre nós que – independentemente de suas próprias vontades – possuam este símbolo de experiência e capacidade que se chama careca."

Além na nos mostrar como o Dinheiro é um grande estímulo, o fato nos faz observar como o Apelo Emocional está presente na vida de todos, até mesmo na dos legisladores.

Nota-se, ainda, uma justificativa no Desejo de Consideração nos palavras : "aqueles dentro nós... possuam *este símbolo de experiência e e capacidade que se chama careca*."

Dentro ou fora da política, ganhar ou economizar Dinheiro é um Apelo Emocional universal!

Em Stuttgart, foi criada a Liga dos Altos, formada de homens de mais de 1,85 m e mulheres de mais de 1,75 m. Os membros da Liga calculavam que um homem muito alto gastava 15% a mais em alimentação e uma mulher muito alta mais 10%, comparados com as pessoas de altura e apetites comuns.

A Liga apelou para o governo, solicitando redução de impostos, alegando que seus membros comiam mais que os outros!

Se *você* tivesse de dar seu voto neste caso, qual seria a sua decisão? Levaria em consideração sua própria altura e apetite?

Claro que sim, do ponto de vista emocional.

Na hora na cobrança de impostos, as idéias e atos referentes ao Dinheiro criam toda sorte de problemas.

Os cobradores de impostos são *emotivos*: lidam com pessoas que também são!

Um homem solicitou isenção de impostos por causa de sua mãe. Os homens do Imposto de Renda descobriram que a mulher estava morta havia mais de dez anos. Interrogado sobre a razão que o levara a usar o nome de sua falecida mãe para solicitar a isenção, o homem respondeu tristemente: *"Mamãe continua viva em meu coração!"*

No Colorado, uma mulher telefonou ao Departamento de Imposto de Rendas pedindo que lhe informassem sobre o imposto que teria de pagar sobre suas rendas. – Quanto teria de pagar por uma renda de 75.000 dólares? – queria ela saber.

O técnico que a atendera fez rapidamente os cálculos.

– E sobre uma renda de 150 mil? – perguntou a mulher. O técnico deu a informação pedida e perguntou: Minha Senhora, há alguma razão especial para fazer essas perguntas?

– Uma razão especial? Claro que sim! – respondeu a mulher. – Estou querendo resolver se compro um ou dois bilhetes do Sweepstake irlandês.

O Dinheiro é forte estimulante para despertar e prender a atenção, até mesmo através da vista e no som.

Quer chamar a atenção do um grupo de pessoas Preocupadas com outra coisa? Sacuda em frente delas um maço de notas!

Nunca sentiu esperança ou agradável expectativa, ao encontrar uma carteira, um embrulho, uma bolsa ou uma moeda, numa calçada? É capaz de lembrar-se do que sentiu quando encontrou uma nota de vinte dólares esquecida no bolso de um paletó que não vestia há muito tempo?

Quantas vezes a palavra GRÁTIS lhe chamou a atenção? Nunca se viu impelido a voltar-se, ao ouvir o ruído de moedas caindo?

Milhares de outras reações ligadas ao Dinheiro fazem parte de nossa personalidade emocional, ainda mesmo que o Dinheiro não seja o nosso *grande* Apelo Emocional. Porque, quando é, somos capazes de chegar aos mais ridículos extremos.

O tipo que pergunta sempre : "Que é que eu ganho com isso?" pode ser encontrado a cada passo, entre nós. Nele ou nela o Apelo do Dinheiro, além de inato, é mais forte que no comum das pessoas. Por vezes, este apaixonado pelo Dinheiro pode ser tentado a ir longe demais!

Um fornecedor especializado em serviços de festas era conhecido, na localidade onde vivia, por sua ganância em relação ao dinheiro. As pessoas que com ele lidavam resolveram dar-lhe uma lição.

Contrataram um ator de fora da cidade, que fizeram registrar-se num hotel local, passando por importante diretor de uma companhia de alimentos para gatos. O "chefão da companhia de alimentos para gatos" procurou o comprador e pediu-lhe que planejasse elegante banquete, para a noite do próximo sábado.

– Quantas pessoas espera? – perguntou o fornecedor, tomando notas.

– Pessoas? – perguntou sorrindo o ator. – Não espero pessoas. Será um banquete para *gatos*!

Quando o nosso homem levantou as sobrancelhas, espantado, o ator fê-las baixar imediatamente, contando solenemente, em sua frente, cem dólares. – Isso é uma parte do pagamento – disse ele. – O restante será pago imediatamente após o banquete.

Isso tornou o estranho banquete mais agradável ao paladar do fornecedor, que começou a recomendar iguarias de que os gatos gostariam, sugerindo, inclusive, produtos da "Companhia de Alimentos para Gatos". O Diretor concordou e cumprimentou-o por sua delicadeza comercial...

Antes de dar por encerrada a primeira entrevista com o fornecedor, o ator encomendou um cardápio impresso em azul e vermelho. Estas, explicou, eram as cores prediletas dos sessenta gatos premiados que deveriam ser convidados.

O outro concordou, provavelmente vendo nisso mais uma oportunidade de aumentar a conta.

Na manhã de sexta-feira, véspera do banquete, o "chefe da companhia de alimentos para gatos" telefonou ao fornecedor. – Esqueci-me de uma coisa –. Disse ele. Sei que irá custar uns cem ou duzentos dólares a mais, mas estou pronto a pagar!

Antecipando maior lucro ainda, nosso herói aceitou o pedido de fornecimento de cartões para marcar lugares e comprometeu-se a colocar formalmente os gatos convidados, alternando um macho e uma fêmea!

Chegando a noite do banquete, tudo estava preparado, mas só apareceram o fornecedor, seus auxiliares e um jornalista da cidade.

O "chefe da companhia de alimentos para gatos" pagara sua conta nu hotel e saíra da cidade uma hora antes do banquete! Que motivo levou os que imaginaram a peça a contratar um ator para fazer o papel de chefe da companhia de alimentos para gatos?

Desejo de Consideração, sem dúvida nenhuma!

As pessoas que contrataram o ator tinham querido "ficar do lado", porque seu alvo emocional – o fornecedor – provavelmente se mostrara mais esperto que eles, no passado. Agora, conseguindo enganá-lo, esperavam satisfazer o próprio ego!

O fornecedor gostava exageradamente de Dinheiro, mas as pessoas desse tipo não são necessariamente desagradáveis ou desonestas. Aliás, essa afirmativa se aplica aos influenciados por todos os Quatro Grandes Apelos Emocionais. No caso, o fornecedor deve ter feito com que alguns negociantes que se consideravam "espertos" fizessem papel de "otários".

Por essa razão, arquitetaram a dispendiosa "peça", apenas para se sentirem justificados, a seus próprios olhos! O vexame sofrido pelo fornecedor ter-lhe-ia servido de lição? Não!

Não é possível alterar as características de um homem, nem as de um gato, uma vez estabelecidas!

NECESSIDADE DE DINHEIRO, RECOMPENSAS E BENS.

O Dinheiro é, muitas vezes, o mais direto de todos os Apelos Emocionais, aquele que todos compreendam e a que todos reagem.

Até mesmo nosso modo de vida e nossas comunicações com o próximo mostram até que ponto nos atingem as forcas e fraquezas ligadas às motivações do Dinheiro.

Um homem de cinqüenta anos foi conduzido ao tribunal, acusado de ser banqueiro de jogo. Foi encontrada em sua casa a soma de 16.800 dólares. Quando o homem contou sua história, entretanto, o juiz bem como todos os presentes no tribunal ficaram convencidos pela sua explicação. Conhecedor da "bela arte da economia", conseguira guardar 16.800 dólares, com um salário de 56 dólares semanais!

Como? "Nunca saindo com mulheres. . . nunca bebendo, nem fumando. . . usando roupas de baixo remendadas, cerzidas e recerzidas ... calçando os sapatos do pai para o trabalho... usando o mesmo terno

durante 13 anos... pedindo lâminas de barbear emprestadas... cobrando juros do 12% sobre um empréstimo de 15 cents feito à velha avó. . . e nunca se permitindo uma diversão que custasse mais de 56 cents!"

Apesar da vida miserável que levava, admitiu que lhe davam grande satisfação os progressos que fizera em sua "bela arte".

O Dinheiro é uma necessidade emocional. Todos nós precisamos ganhar dinheiro, ou obter o seu equivalente em recompensas, propriedades ou outros bens. E muita gente lhe dirá, sem titubear, quanto trabalho lhe deu ganhar o dinheiro que possui.

Quando uma estrela da ópera Metropolitana foi criticada por ganhar mais, em um mês, que o Presidente dos Estados Unidos em um ano, comentou: – Muito bem, ele que cante a *Norma*, na próxima temporada!

Todos querem Dinheiro e a segurança que ele parece dar. Não tê-lo ou perdê-lo inesperadamente produz temores, insegurança e revolta. Por isso, temos grande receptividade em relação à pessoa que nos sugere meios de ganhar mais.

Certa noite, um "experimentado homem de negócios" supervisionava trabalhadores que retiravam os trilhos de um desvio raramente usado de uma linha férrea de Nova Iorque. Os homens trabalhavam com afinco, munidos de alavancas e lâmpadas de acetileno, arrancando os trilhos, quando dois policiais, num carro de radiopatrulha, aproximaram-se para investigações.

O negociante, dono de uma casa de ferro velho, explicou que fizera contrato com um representante da estrada de ferro. Mandara, mesmo, registrar o contrato em cartório.

As investigações revelaram que nenhum "representante" na estrada de ferro autorizara a transação. De acordo com os termos do contrato, o vendedor de ferro velho pagara um preço baratíssimo pelas primeiras oito toneladas de trilhos, com o direito de retirar os trilhos do desvio, pagando-os quando pudesse.

A essa altura, o negociante de feri-o velho já vendera mais de dezoito toneladas de trilhos, com um belo lucro!

Que levara o negociante a comprar os trilhos sem perder tempo estudando *cuidadosamente* o assunto?

Era um "experimentado homem de negócios". O Apelo do Dinheiro fora mais forte que sua Preocupação. A compra dos trilhos era uma *pechincha*. Antes mesmo de separar-se de seu dinheiro, as palavras e ações do representante da companhia o fizeram "visualizar" o lucro que teria, revendendo os trilhos.

Seu *desejo* era ganhar Dinheiro, Sou medo era que outra pessoa fizesse o negócio, se ele não o pegasse logo! O homem que se fizera passar por "representante da companhia ferroviária" sabia qual seria a reação mais provável do negociante de ferro velho. *Era tão semelhante à sua!*

Um homem que dirige seu próprio negócio parece estar sempre especialmente interessado em ganhar dinheiro. Dessa forma, o negócio foi realizado, na "base da confiança".

As pessoas nunca mudam *emocionalmente*, daí os "golpes" preparados para despertar nossas esperanças e desejos nunca deixarem de existir. São as promoções desonestas, as idéias para "enriquecer rapidamente", os jogos "marcados", as "barbadas" e tantos outros "contos do vigário".

Serão os homens e mulheres *inteligentes* vítimas dessas ilusões? Claro que sim.

O Apelo Emocional do Dinheiro está entrincheirado no íntimo tanto dos pobres como dos ricos, do intelectual como do ignorante, do grande criminoso e do pequeno.

Uma senhora ia jogar uma moeda no chapéu de um homem que se apoiava num par de muletas, causando-lhe piedade.

– Deve ser horrível ser aleijada – falou ela.

– Sem dúvida – concordou o mendigo.

– Mas não seria pior se n senhor fosse cego?

– Muito, minha senhora, – foi a resposta. – Quando eu era cego, as pessoas costumavam me dar moedas estrangeiras!

Um criminoso "de sucesso" poderia empregar suas habilidades em empresa mais honesta? Pode, mas acontece que ser honesto dá muito *trabalho*. Em geral, o arcabouço emocional do criminoso é construído nessa maneira.

O interesse pelo Dinheiro, mesmo em forma de recompensa, está arraigado em crianças, adolescentes e adultos. Os indivíduos, casas comerciais e organizações mais honoráveis usam freqüentemente este Apelo para atrair atenção, despertar o desejo ou estimular o ato de comprar.

Nos concursos, é quase incrível a força de comunicação emocional do dinheiro. Mais do quarenta milhões de dólares são distribuídos como prêmios, nos Estados Unidos, em um só ano! Esses prêmios incluem grandes somas em dinheiro, rendas anuais, poças petrolíferos, cauções de seguros, casacos de pele, armas antigas, animais de raça, terrenos, produtos, serviços e aparelhos diversos. Os participantes dos concursos são pessoas de todas as camadas imagináveis.

Uma companhia de refrigerantes lançou um concurso nacional de 50.000 dólares. O vencedor poderia ganhar todos os dólares de prata que conseguisse juntar com uma pá, no espaço de cinco minutos. Outros prêmios consistiam em recolher as moedas de prata que o vencedor conseguisse juntar em três ou um minuto.

Os concorrentes gastaram 123.000 dólares em selos, só para enviar suas inscrições!

Para calcular quanto teria que pagar pelos três primeiros prêmios, o patrocinador do concurso usou seus próprios operários. Concluiu que o vencedor, em cinco minutos, poderia recolher cerca de 13.000 dólares, o classificado em segundo lugar, em três minutos, recolheria cerca de 9.000 dólares e o terceiro, em um minuto, chegaria a 3.000. Juntos, recolheriam cerca de 25.000 dólares.

Chegando o momento, os três vendedores conseguiram recolher cerca de 35.000 dólares!

Um dos concorrentes praticara, no porão de sua casa, durante todo o inverno, com pedaços de ferro! E a venda do refrigerante?

Direta ou indiretamente, como resultado do concurso, as vendas aumentaram cerca de 38%!

O MEDO DE PERDER DINHEIRO OU PROPRIEDADES.

Do ponto de vista emocional, o medo de perder Dinheiro ou aquilo que possuímos é tão forte quanto o desejo de ganhar mais.

É hoje prática considerada prudente, no mundo dos negócios, usar agentes e agências especializadas em investigação de crédito, a fim de se informar sobre uma companhia ou um indivíduo, antes de arriscar-se a conceder-lhe crédito. De acordo com o relatório, forma-se a opinião, os empréstimos são negados ou concedidos, os negócios e as transações realizam-se ou não.

Os Bancos e estabelecimentos bancários, que possuem muitos milhões de dólares, têm medo de perder Dinheiro. O mesmo acontece aos multi-emotivos milhões de indivíduos...

Conhece certas pessoas a quem não se apressaria a emprestar Dinheiro ou propriedades?

Sempre, através dos séculos, houve pessoas assim. Contudo, o fato de uma pessoa não ter dinheiro, não significa sempre que lhe falte caráter.

Quando Abraham Lincoln residia em Springfield, no Illinois, recebeu uma carta em que uma firma do Leste lhe pedia referências quanto ao crédito de um conhecido seu. Eis a resposta:

> Recebi sua carta do dia 10
>
> Em primeiro lugar, ele tem esposa e filho pequeno; juntos, os dois devem valer cerca de 500.000 dólares. Em segundo lugar tem um escritório, onde há uma mesa que vale 1 dólar e meio e três cadeiras valendo, digamos 1 dólar.
>
> Finalmente, a um canto, um grande buraco de ratos para quem tiver coragem de olhar.
>
> Respeitosamente,
>
> A. Lincoln

As aparências externas, ligadas ao Dinheiro e às Propriedades, não contam a história emocional íntima de uma pessoa. Por bem ou por mal, entretanto, a retenção do Dinheiro ou da propriedade sempre terá um significado emocional.

Durante muito tempo, pedi aos assistentes de minhas conferências, a grupos de estudantes, a pessoas que conheço socialmente, na vida profissional ou dos negócios, que me respondessem rapidamente à seguinte pergunta:

Se irrompesse um incêndio em sua casa e você estivesse só, qual seria sua primeira providência?

A grande maioria nas respostas indicava que as pessoas procurariam salvar certos bens pessoais, antes de tentar fugir!

Que bens eram esses?

– Minha coleção de selos estrangeiros que me levou mais de vinte anos para organizar.

– Meu novo casaco de peles. Não suportaria que algo lhe acontecesse!

– Trezentos dólares em dinheiro. Há muito venho querendo levá-los para o Banco. Isso me faz lembrar que preciso levá-los!

– Meu bandolim,. Gosto de tocar, principalmente quando estou com raiva. Ajuda a acalmar-me!

– Dois ternos novos. Todos me elogiam, quando estou com eles.

– Meus dois anéis de diamantes. Mesmo que a casa se reduza a cinzas, enquanto esperasse receber o dinheiro do seguro, poderia conseguir dinheiro com esses anéis.

– Minha carteira de dinheiro. É importante ter dinheiro em mãos; numa emergência!

– Minhas passagens para a Europa. Há anos que minha mulher e eu economizamos para comprá-las. Mesmo que a casa pegasse fogo, faríamos a viagem!

– Minha coleção de livros. Jamais poderia segurá-los suficientemente contra incêndios. Alguns não poderiam ser substituídos. E virariam fumaça num abrir e fechar de olhos!

– Tenho uma sanfona que me dá sorte e que está comigo há três anos. Se saio sem ela de casa, volto para buscá-la, mesmo sabendo que vou chegar atrasado no trabalho. Vê? Aí está!

Se um incêndio irrompesse em sua casa, e você estivesse sozinho, o que faria em primeiro lugar?

Pense! Qual de seus bens materiais tentaria salvar, antes de procurar salvar-se?

O MEDO DE PREJUÍZOS TAMBÉM ATRAI A ATENÇÃO.

Um homem entrou num posto, enquanto seu carro estava sendo revisado. Notou um mecânico uniformizado que, com muito cuidado, trocava o óleo de um sedan verde, testava o motor, limpava o estofado – depois de ter lavado escrupulosamente as mãos – verificava a pressão do ar em todos os pneus, até mesmo no sobressalente, tirava quatro teimosas manchas de ferrugem no pára-choque traseiro e duas no da frente.

Aproximou-se do dono do posto, que era seu amigo, e apontou o caprichoso mecânico que trabalhava no sedan.

– Estive observando aquele sujeito, Mike. Parece um bom mecânico, sem dúvida alguma.

– E é, – respondeu rindo o dono do posto – principalmente quando cuida de seu próprio carro!

De um lado do Apelo do Dinheiro, está o desejo de economizar e conservar em boas condições o que possuímos. De outro lado, tememos despesas inesperadas, perdas de dinheiro e estragos em nossos bens.

O proprietário do ponto de estacionamento de uma grande cidade usou os conhecimentos que possuía a este respeito para solucionar favoravelmente seu próprio problema.

Localizado a uns dois quarteirões de outros pontos mais próximos do centro, muitos motoristas que por ele passavam preferiam não ter que andar um pouco mais. Por causa disso, havia dias em que o local não ficava ocupada nem pela metade.

Para estimular os negócios, o proprietário oferecia descontos, reduzia as taxas de estacionamento, distribuía circulares e pregava grandes cartazes que diziam: ESTACIONAMENTO e ESTACIONE AQUI.

Nada disso adiantou, até que adicionou uma palavra... na qual havia o Apelo Emocional certo.

Todos os cartazes diziam: ESTACIONAMENTO PROTEGIDO.

Daí em diante, os motoristas se dispuseram a andar mais dois quarteirões, para obter um "estacionamento protegido" e havia dias em que o local não podia acomodar todos os carros que desejavam estacionar. As palavras "Estacionamento Protegido" chamavam a atenção e era um apelo Monetário que trazia ao dono do ponto grande vantagem sobre seus competidores.

O lado negativo do Apelo do Dinheiro: medo de prejuízos e de danos, pode ser tão eficiente quanto o positivo, quando se trata de atrair atenções ou vencer a Preocupação, mas deve ser usado com cuidado, de modo a podermos prever e controlar as conseqüências.

A diretoria de publicidade de uma famosa firma produtora de frutas da Costa Ocidental anunciou que estava à procura de nova agência de publicidade. Muitas foram consideradas, sendo selecionadas duas, finalmente, pela diretoria. Ambas foram convidadas para uma entrevista coletiva com os representantes dos produtores de frutas.

O diretor de uma das agências salientou o perigo de ser contratado um publicista com idéias preconcebidas. Para ilustrar seu ponto de vista, mostrou-lhes um bonito e original quadro a óleo, representando uma cesta de frutas.

Jogando o quadro ao chão e pisoteando-o, exclamou enfaticamente: – Por melhor que pareça, este quadro nada vale. Nem a nossa agência nem qualquer outra pode criar arte e texto com antecedência. Primeiro, temos que conhecer os problemas dos senhores!

Seu modo de apresentar um ponto de vista chamou a atenção dos presentes, do começo ao fim, mas a vista de um quadro valioso, jogado ao chão e destruído trouxe a idéia de danos ao espírito de todos.

Emocionalmente, a encenação teve o efeito de fazer com que os produtos de fruta "sentissem" que a agência estragava seu dinheiro e propriedades! Na hora da decisão, a outra agência obteve o contrato. Se bem dirigido, o Apelo aos prejuízos monetários pode ser tão eficiente, como meio de vencer a Preocupação, como o Apelo do Dinheiro, mesmo quando se trata de comunicação com as massas.

Cecil B. De Mille, um dos produtores de Hollywood que mais sucesso alcançaram, demonstrou isso em grande parte de seus filmes. Começou, certa vez, um filme que julgava destinado a constituir grande sucesso de bilheteria. Embora gostasse do argumento e da estrela, à medida que o tempo passava não se sentia inteiramente convencido de que o público freqüentador de cinema teria razões suficientes para se lembrar do filme e desejar assisti-lo.

Comprou, por 1.500 dólares, uma camisola de dormir guarnecida de chinchila. Mandou que a estrela a segurasse por alguns minutos, antas do arrasta-la pelo chão do quarto.

Até o pessoal de Hollywood se revoltou. – Quanto desperdício! Nunca se ouviu falar de tamanha extravagância! – Comentavam.

A história chegou aos ouvidos do repórteres e colunistas. Alguns jornais, em editoriais sobre o desperdício, citavam o caso da camisola de De Mille como um exemplo clássico. A opinião do público se dividiu. Muitos que discutiram sobre o caso foram ver o filme.

Feitas as contas, depois de terminada a exibição do filme, concluiu-se que o Apelo Emocional de uma extravagante camisola de 1.500 dólares, dissipando Preocupações e promovendo discussões, dera ao produtor do filme uma renda adicional de cerca de 250.000 dólares.

O desperdício pode interessar tanto quanto a economia.

Ambos são fases do Apelo no Dinheiro, um dos Quatro Grandes Apelos Emocionais que disfarçam as razões que nos levam a agir, "sentir" ou "escutar".

PENSAMENTOS QUE AJUDAM A REPRIMIR AS PREOCUPAÇÕES FINANCEIRAS.

Até mesmo para a porcentagem comparativamente pequena de pessoas que afirmam ter o suficiente, o Dinheiro é uma constante fonte de Preocupações, tanto aumentando-as como dissipando-as. Está tão intrincadamente emaranhado em nossa vida, que os adultos passam a maior parte da existência preocupando-se com Dinheiro.

"Oh! Dinheiro, Dinheiro, Dinheiro", escreveu Ogden Nash, "Não sou dos que te consideram coisa sagrada, mas muitas vezes paro para pensar como consegues desaparecer tão depressa, quando custas tanto a chegar!"

O Apelo Emocional no Dinheiro refere-se a economizar, comprar, ganhar, investir, e possuir. Os medos, desejos o esperanças ligados ao Dinheiro abrangem propriedades, economias e sentimentos personalizados por frases que se referem à "segurança no futuro".

Para a maioria das pessoas, o Dinheiro é o *grande* Apelo Emocional, embora salpicado, em graus diferentes, dos outros três grandes Apelos.

Nosso modo de pensar o nossas atitudes com relação ao Dinheiro nos saem dos lábios e do corpo, manifestando-se em palavras, ações e reações que vão de uma compra de ovos até aos mais complicados aspectos de nossa vida diária.

Observando com objetividade, qualquer pessoa pode certificar-se rapidamente se o Dinheiro é, para alguém, o principal Apelo Emocional e o principal meio de comunicação.

A Sra. B. é esposa, mãe e... Louca por Dinheiro. Seus pais, já falecidos, tinham sido pobres. Seu pai fora um ator frustrado, que raramente trabalhava e cujos melhores papéis eram representados em casa, de pé, no pequeno palco circular, forrado de cor-de-rosa, que era a mesa de sua cozinha. O whisky era o seu "ponto", a mulher e a filha sua mais freqüente "audiência cativa". A mãe da Sra. B. era quem sustentava a casa e vivia tão cansada com seu trabalho de lavadeira que tinha pouco

tempo ou dinheiro para cuidar das necessidades físicas ou emocionais da filha.

A Sra. B. começara a trabalhar com a idade de doze anos. Casara-se com dezenove, muito antes de se casar com o Sr. B., decidira dar à sua família, "algumas das coisas que nunca tive, quando era mocinha".

Sem ter esta intenção, apressara seu casamento, quando ensinara â mãe do Sr. B. a economizar em ovos mexidos.

– Misture com pão branco molhado no leite – aconselhara. – Basta tirar as cascas. Os ovos ficam fofos e muito gostosos. Imagine o que isso representa de economia, quando a família é grande!

Os pais do Sr. B., bem como suas duas irmãs mais velhas, em breve apregoavam entre vizinhos e amigos as qualidades de "excelente dona de casa da moça com quem ele está saindo. Faz os seus próprios vestidos, reforma roupas velhas, de modo a ninguém saber que foram reformadas. Vive com um orçamento apertado e sabe até um método para economizar sabão. Já pensaram em como será maravilhosa, dirigindo uma casa? Não se vêem mais moças como estas por aí."

Insistiam com o Sr. B. para que se casasse com ela, antes que outro qualquer o fizesse. O Sr. B,, cujo pronunciado Instinto do Conservação sempre o fizera ceder, sem resmungar, aos caprichos da família, pediu a moça em casamento. Casaram-se.

Desde os primeiros dias da lua-de-mel, a Sra. B. demonstrou o grande Apelo Emocional que sempre a dominara. Discutia por causa de um centavo, regateava, corria atrás de pechinchas, era uma adepta fervorosa do "faça você mesma".

Quando um empregado da mercearia, da farmácia ou outro qualquer vendedor dizia: – Custa um pouco mais, mas a senhora leva muito maior quantidade – fazia-a agir rapidamente. Qualquer aviso de que "Seu Dinheiro será devolvido" a fazia tomar decisões. Anúncios que diziam coisas como "Só uma vez na vida você terá oportunidade de comprar por este preço" levavam-na a comprar duas vezes mais! Um de seus armários

estava cheio até em cima de guardanapos de papel que comprara numa "sensacional liquidação".

Sua filha de doze anos pediu-lhe licença para usar o armário para guardar suas roupas e sugeriu que os guardanapos de papel fossem distribuídos entre parentes e amigos, como presente. A Sra. B. retorquira: – Cuide de sua vida. Eu paguei por esses guardanapos. Não os recebi de graça.

Não deu a mínima atenção ao pedido da filha adolescente, que precisava de maior espaço para guardar suas roupas. Repetidamente, a Sra. B. procurava, tentava instilar espírito de economia na filha, no filho de nove anos e no marido. Tornara-se tensa, repetia sempre as mesmas coisas, andava irritada com todos. Como acontece a tantas pessoas desse tipo, economizar e viver dentro de um orçamento restrito tornara-se uma compulsão, não uma necessidade, A Sra. B. estava ficando com o espírito acanhado, tornava-se egoísta, prejudicava a saúde e perdia o respeito e o amor do marido.

O Sr. B. aos poucos ia perdendo seu temperamento bonachão. Amava os filhos, mas detestava sua casa. Três vezes por semana, jantava em restaurantes. Esses jantares eram seguidos de "reuniões no clube e jogos de cartas", para evitar chegar em casa cedo, e ouvir as arengas da mulher sobre economia. Dono de uma casa de atacados, o Sr. B. ganhava bem, mas, nos últimos dois anos, ele e a mulher não encontravam prazer em suas relações íntimas.

– A única coisa que a interessa é dinheiro, mesmo quando estamos na cama, – exclamou um dia, amargurado. – Dorme a meu lado, mas é como se estivesse a cear milhas de distância!

Como milhares de outros casais, os B. apenas "iam levando". A vida era uma constante monotonia. Domingos e feriados não passavam de "outros dias iguais, na semana".

Os B. tinham pouca alegria de viver porque não usavam as palavras e os atos para obter uma comunicação efetiva que motivasse sua mútua compreensão emocional.

Depois de ouvir o Sr. B., a imagem que fiz da Sra. B. foi a de uma mulher alta, magra, de rosto comprido e cabeça miúda. A mulher que me foi apresentada era uma bonita moreninha de cerca de trinta e seis anos, bem vestida, com simplicidade, e sem pintura.

Estava furiosa. Que é que tinha seu marido de me falar sobre as relações dos dois, cada vez piores? Só porque a Técnica do Apelo Emocional ajudara a muitos outros casais, nos problemas de comunicação, não queria dizer que poderia ajudá-los também. E por aí adiante.

Depois de cerca de três memoráveis minutos de críticas ferinas e de voz em crescendo, a mulher rompeu em pranto e murmurou um pedido de desculpas. Admitiu que o Dinheiro era sua principal preocupação. Em grande parte, isso era devido à sua infância, e às experiências que tivera, começando a trabalhar muito cedo.

Depois que casara e vieram os filhos, tivera a primeira oportunidade de aplicar seu modo de pensar, relativamente ao Dinheiro, continuamente, falando a pessoas que não podiam deixar de ouvi-la. Gostava cada vez mais disso, ao passo que o marido e os filhos reagiram cada vez menos favoravelmente.

De vez em quando, qualquer pessoa pode ficar Preocupada com temores e desejos ligados ao Dinheiro, porque o Dinheiro é uma das Quatro Grandes Preocupações contra as quais não existe defesa emocional imediata!

Entretanto, quando a Preocupação com o Dinheiro se revela repetidamente sob a forma de um comportamento capaz de produzir nos outros efeito emocional negativo, é certo que está nos prejudicando também! No caso da Sra. B., como em muitos milhares de outros, tal prejuízo pode quase sempre ser afastado, logo que seja descoberto,

Compreendendo e aplicando o Apelo Emocional, você estará de *posse de dois pensamentos que o ajudarão a livrar-se das preocupações com o Dinheiro*.

1 – VOCÊ APRENDE MELHOR A VALORIZAR O DINHEIRO GASTANDO-O, QUE ECONOMIZANDO.

Quer ser mais econômico? Considere *primeiro* o que você possui ... depois como gastar o que tem de modo a conseguir maiores benefícios emocionais.

Economize cortando despesas miúdas. Como há uma tendência a se dar menor significado emocional a essas despesas, tal comportamento raramente provoca aborrecimentos. Além disso, às pequenas desposas em breve se juntam, formando grandes economias.

Quando estiver preocupado com uma compra importante, procure ouvir várias opiniões, ao mesmo tempo que você próprio investiga as condições. As opiniões dos outros podem não estar de acordo com as suas atitudes, mas certamente penetrarão no seu espírito Preocupado.

Se *não* realizar a compra, terá eliminado causas de preocupações ligadas ao Dinheiro, e sentirá que fez o que devia. Se chegar a comprar, terá *mais* satisfação com a compra, porque terá aumentado n confiança e a segurança.

De um modo ou de outro, gastando você aprendeu a economizar – ainda mesmo que só tenha gasto seu tempo. E, no momento em que seus atos culminam numa decisão, sua preocupação com o Dinheiro terá desaparecido!

2 – VIVER CINGIDO A UM ORÇAMENTO SÓ É BOM QUANDO NOS DÁ SATISFAÇÃO.

Viver de acordo com um orçamento só tem sentido quando você ajusta suas necessidades emocionais a limitações e objetivos desse orçamento.

Se esse ajustamento não lhe proporciona uma quantidade razoável de prazer, você pode perder mais, emocionalmente, do que tem a lucrar em dinheiro ou bens.

O indivíduo que se dispõe a viver de acordo com um orçamento começa com grande vontade e intensifica a esperança de atingir seu objetivo, à medida que o tempo vai passando. Isso faz com que o Desejo

de Consideração se torne um forte aliado e elimina os sentimentos de frustração que podem surgir. Considerada a coisa desse modo, é mais agradável viver sem sair do orçamento e mais proveitoso, do ponto de vista emocional, conseguir o Seu objetivo, De outra forma, por que suportar frustrações e aborrecimentos?

"Viver cingido a um orçamento" só é viver bem quando você tem prazer com isso! Através dos anos, tenho recomendado esses dois pensamentos que ajudam a nos livrar das Preocupações Monetárias. Eles têm feito muita gente compreender que as atitudes relacionadas com o Dinheiro devem ser comunicadas de acordo com nossas próprias motivações e as das pessoas com as quais interagimos.

Muitas vezes o ouvinte tem maior ou menor interesse pelo Dinheiro que aquele que fala. Mais uma razão que torna tão vital descobrir e identificar o grande "fator de interesse", quando nos comunicamos. Se não o fizer, não conseguirá "atingir" o interlocutor, nem compreender a si próprio e pode, desnecessariamente, intensificar a preocupação com assuntos de Dinheiro.

No Capítulo Oito, trataremos mais detalhadamente do modo pelo qual a Técnica do Apelo Emocional o livra rapidamente de suas preocupações monetárias. Até lá, será bom anotar cuidadosamente os Dois Pensamentos Relativos a Dinheiro, já mencionados:

1 – Aprendemos com mais facilidade a valorizar o Dinheiro *gastando-o* que economizando.

2 – Só vale a pena "viver cingido a um orçamento" quando isso nos dá satisfação.

Esses pensamentos o ajudarão a livrar-se das preocupações financeiras e fornecem "socorro emocional urgente" quando você precisar dele!

COMO APLICAR O APELO EMOCIONAL LIGADO AO AMOR EM NOSSAS RELAÇÕES COM O PRÓXIMO

JAMES D., um rapaz de trinta e dois anos, tinha uma sociedade, na base de 50%, numa pequena fábrica. Mais da metade do trabalho era por ele realizado, mais da metade do capital fora investimento seu.

Quando chegava o momento de tomar decisões, havia pouca eqüidade. Seu sócio fazia questão de dizer a última palavra e conseguia seu intento ameaçando dissolver a sociedade, caso o outro não concordasse. A dissolução da firma faria James perder quase tudo quanto possuía, já que o negócio era novo.

James cedia aos desejos de seu sócio, mas se contrariava.

Quando conheceu Grace, uma atraente loira de vinte e oito anos, encontrou um par de lindos ouvidos para escutar suas mágoas. Em menos de seis meses, decidiram ficar noivos e a mãe de Grace deu uma festa.

– Ainda não estão casados – confiou a mãe de Grace a algumas de suas amigas, em ar meio brincalhão. – Não quero dar a James oportunidade de olhar para onde não deve, por isso não haverá na fasta nenhuma moça bonita, Vou tomar muito cuidado com isso!

Bárbara, prima de Grace, que não podia competir com ela, foi convidada. Bárbara era solteira e não era bonita. Muito simples, caprichosa e nada sofisticada. A não ser por uma gola de renda, a blusa branca que usava com uma saia azul pareceria a de uma senhora idosa.

Muito complexada por causa da idade, era apenas três meses mais velha que Grace. Seu cabelo curto, fazia-a parecer três anos mais moça! Grace segurava a mão direita de James, com ares de dona. "Quando nos casarmos", disse para que todos pudessem ouvir, "faremos em tudo uma sociedade de cinqüenta por cento. Não é verdade, James?"

Bárbara falou, antes que o gesto automático de assentimento tivesse baixado o queixo de James ...

– Não é o que pretendo fazer, quando me casar – anunciou, já tendo ouvido comentários sobre os aborrecimentos de James com o sócio. – Em minha casa, o marido vai ser o chefe e a ele competirá tomar todas as decisões.

James mordeu os lábios e ergueu a cabeça, interessado.

Grace parecia chocada.

Os convidados ficaram mais atentos. Bárbara continuou: – Quando me casar, não pretendo dizer "não" a meu marido. Tudo que puder dar-lhe, será dele, sempre que o desejar. E esse *tudo* inclui meu auxílio financeiro, meu auxílio físico, meu amor e a compreensão *verdadeira* de seus problemas!

James tinha no rosto uma expressão tal, que era como se estivesse aplaudindo. Grace não sabia o que dizer.

Foi a mãe dela quem mudou de assunto: – Todos já provaram do bolo que Grace fez?

Disfarçadamente, James tirou a mão que Grace segurava. Sentia uma exaltação que jamais experimentara. Na noite seguinte, telefonou a Bárbara, convidando-a para sair.

Casaram-se na intimidade, dentro de um mês. Passado mais outro mês, James comunicou ao sócio que desejava dissolver a sociedade. Ao invés disso, o sócio vendeu-lhe sua parte.

E tudo começara *emocionalmente*!

Bárbara ouvira falar sobre a sociedade na base de 50%, e na Preocupação que isso causava a James, logo que chegara na "festa de noivado". O Amor estava sempre presente no espírito de Bárbara. Mas não ficou lá, quietinho. Ajudou-a a descobrir o Apelo Emocional acertado, para James.

Suas palavras tinham sido escolhidas, sob medida, para satisfazer ás necessidades emocionais de James, usando o Desejo de Consideração que havia nele, temperado por outros Apelos, O resultado é que James sentiu que com ela estaria pisando terreno muito mais seguro do que com Grace.

Por que James reagira às palavras de Bárbara, nessa ocasião *particular*? Porque Grace jamais conseguira atingir sua tecla emocionalmente mais sensível, seu Desejo de Consideração e suas Preocupações financeiras. Grace não era, de falo, "a única", mesmo no dia em que ficou noiva!

James continuava disponível, à espera da mulher que lhe convinha.

Mulher nenhuma é a que convém a um homem, a menos que saiba usar o Apelo Emocional certo para ele, em suas palavras e ações!

ATRAÇÃO SEXUAL E VONTADE DE CASAR.

Toda moça, bonita ou feia, pode arranjar marido. A atração que ela exerce pouco tem a ver com seu rosto, seu corpo, idade ou situação financeira. Se encontrar um homem disponível que lhe convenha, conseguirá encontrar um companheiro, se empregar o Apelo Emocional adequado.

O Amor é um bolso, em nossa indumentária emocional, que a qualquer momento pode ser roubado, quando menos esperarmos. É também um bolso que podemos "roubar" nos outros, porque o Amor faz parte de um dos Quatro Grandes grupos de emoções encontradas nas atitudes de todos nós.

Como os outros Quatro Grandes, o Apelo do Amor na comunicação é velho como o Tempo e tão certo quanto ele. Pode ocasionar prazeres e dores, desde as primeiras Preocupações, até às últimas frustrações que nos traz.

O Amor, como Apelo Emocional, consiste de:

1 – Atração sexual e vontade de casar

2 – Esperança no Futuro

3 – Novas experiências

A satisfação sexual faz parte do Instinto de Conservação; a atração sexual e o desejo estão contidos no Amor. No Amor, temores e decepções são tão importantes, como fatores de Preocupação, quanto os

desejos e esperanças. Como os aspectos positivos e negativos existentes nos demais Apelos, fazem parte de nossa vida diária.

Tomemos, por exemplo, um jornal diário de grande circulação. Vejamos a página 3.

Ali, você encontrará toda sorte de manchetes. "O PRESIDENTE VOTA NOVO ORÇAMENTO" é o título de um artigo de quatro colunas. Outro, de duas colunas, diz: "DUAS PARADAS NO DOMINGO". Uma coluna tem o título: "LUTADOR LUTA PELA VTIDA". No alto de meia coluna, lemos: "A GREVE CONTINUA".

Uma pequena notícia de poucos centímetros tem o seguinte título "RUIVA NUA ENCONTRADA MORTA".

Qual desses artigos você leria primeiro e guardaria melhor?

Está certo! A história da "RUIVA NUA". Tem mais impacto, chama melhor a atenção que qualquer dos grandes artigos da página. Para as leitoras, também.

Na vida, como nas manchetes, o que importa não é o tamanho e sim a força emocional!

Vire, agora, algumas páginas e veja aquele grupo de fotografias. Seus olhos passeiam pela página... mas onde se fixam?

Na foto das duas "gatinhas" sentadas, com as pernas cruzadas e metade da coxa à mostra!

Se a foto das duas belezas de pernas cruzadas estiver na mesma página da de uma loura de minúsculo saiote de dançarina, é para lá que seus olhos irão. Comparativamente, a loura tem mais atração sexual,

Mais *promessa*, repare bem, não realização!

Digamos que você é chefe de um escritório. Seu patrão está de pé em sua frente, explicando-lhe importantes detalhes relacionados com uma nova e complicada máquina comprada para o escritório. Você tem que aprender a usá-la, para poder ensinar seus funcionários a fazer uso dela. Sabe que o patrão não gosta de repetir instruções, por isso olha com atenção, franze as sobrancelhas e se concentra inteiramente nas palavras dele.

É o que faz, até dar com os olhos em Jessie, a recepcionista.

O patrão continua com suas explicações, mas você nota que Jessie está usando uma suéter rosa, muito justo, que lhe marca o busto, quando se movimenta. O patrão está falando, mas você estará ouvindo?

Você pode ser o homem ou mulher mais culto e fino; pode gostar ou não, deste rato, mas não resistirá a uma atração sexual, capaz de vencer suas Preocupações, a menos que, no momento, outro Apelo Emocional tenha maior importância para você, como meio de atrair a atenção e conservá-la.

Uma ladra, mulher alta e de corpo espetacular, poderia ter tido mais sorte, se soubesse desta verdade. Com vastíssimo decote, que deixa-a à mostra até... aqui, passara por cliente, nas joalherias de diversas cidades. Seu método de operações era sempre o mesmo, onde aparecia.

Vestida no rigor da moda, aproximava-se de um mostruário de anéis de brilhantes. Quando um vendedor se aproximava para atendê-la, sorria provocantemente, abria o casaco e curvava-se, como se quisesse examinar mais de perto os anéis do mostruário. Isso fazia com que a atenção do vendedor se desviasse para seu decote.

Quando o via com os olhos e o espírito assim distraídos, a mulher pedia para ver outro mostruário, onde estavam os brilhantes de maior valor, encastoados em platina. Certa de que o vendedor estava mais preocupado com seu decote que com as jóias, pegava um dos anéis verdadeiros, conservava-o na palma da mão, ao mesmo tempo que o substituía por um anel de imitação.

Depois de prometer voltar dentro de poucos dias, em companhia do marido, agradecia ao vendedor pelo "trabalho" e saía. Desaparecia, junto com o brilhante verdadeiro. Como deixasse o de imitação no mostruário, o "golpe" costumava passar despercebido durante semanas, após a visita da ladra. Por mais de um ano, a mulher prosseguiu em sua carreira de crimes. Tendo como principal cúmplice seu decote que vencia a preocupação dos vendedores, dizem que roubou mais de 50.000 dólares em anéis de brilhantes.

Um dia, a mulher entrou numa joalheria e começou sua bem ensaiada encenação. Desta vez, quem a atendeu foi um velho de 72 anos, dono da joalheria, que conservava a mão nas cadeiras e dobrava o corpo, enquanto a servia. Quando a mulher se curvou para distrair-lhe a atenção e trocar os anéis, o velho percebeu o "golpe", deu alarme e a mulher foi presa.

O mais interessante do fato é que o velho, apesar de seus 72 anos, tinha fama de mulherengo na cidade. Em circunstâncias normais, teria prestado atenção, imediatamente, ao grande decote da dama. Mas, quando a mulher entrou na loja, estava atacado de fortes dores nas costas. Para aliviar a dor, comprimia com as mãos os quadris e as costas.

Preocupação com a dor, parte do Instinto de Conservação, era, no momento, emocionalmente mais importante que uma Aventura, de sorte que a atração sexual, representada pelo decote da mulher, não o distraiu,

Se a atraente ladra de jóias tivesse escolhido um dia em que o joalheiro estivesse em melhor estado de ânimo, teria facilmente incluído seu nome na lista de suas vítimas.

Como Apelo Emocional, o Amor é algo que desejamos e *tememos* perder. É uma força que pode ser usada *por* nós ou *sobre* nós.

Aqui, o desejo sexual atuava sobre os homens, atraindo-lhes a atenção. O mesmo poderia acontecer, tratando-se de uma mulher?

Sem dúvida. Quando a atração sexual está em ação, as mulheres são tão vulneráveis quanto os homens.

Mas, afinal de contas, a atração sexual pode não ser o grande Apelo Emocional de uma pessoa. Pode significar muito para muitas pessoas, mas não é tudo, para todos, homem ou mulher.

Observe as diferenças *individuais* de quem o ouve. Use-as como indicadores emocionais. Mesmo quando conta uma anedota ou relata um fato, poderá descobrir várias reações individuais a sugestões sobre Amor e sexo. Encontrará diferenças de sentimentos e modos do encarar o Amor como desejo sexual, como encontra reações diferentes ao falar de política, de um bigode ou um par de brincos.

Para alguns, a atração sexual representa agradável onda de satisfação, relacionada com o Instinto de Conservação. Para outros, é prova de Consideração, reconhecimento do encanto pessoal ou de atrações físicas. Muita gente declara que uma de suas principais finalidades é ajudar a fechar um negócio, obter lucros e Dinheiro. Outros, ainda, afirmam que a atração sexual é o meio mais eficiente de abrir caminho para o amor e o casamento.

Sobrepujado por outras Preocupações, nosso desejo sexual, ligado ao Apelo do Amor, adormecerá silenciosamente. Como se trata de uma emoção, não podemos vê-lo, ouvi-lo nem tocá-lo.

Uma vez despertado, pulsa, palpita, deixando de lado todas as outras Preocupações!

O Amor é arma de primeira para vencer a Preocupação, capaz de soltar as amarras da razão. Quando está em mira, ultrapassa e vence os outros Apelos.

Num bairro essencialmente comercial, havia pequeno estúdio fotográfico que atendia, de preferência, as empregadas nos escritórios da vizinhança, na hora do almoço. De um modo geral, todas procuravam saber o preço das fotografias, antes de se fazer fotografar.

O preço era fator importante, a competição dura.

O dono do estúdio tinha um volume de negócios pequeno demais, para poder competir com os preços dos concorrentes. Estava pensando em fechar a casa, quando o Apelo Emocional, esta habilidade que nos faz despertar a atenção das pessoas e fazê-las querer ouvir o que dizemos, entrou em sua vida.

Reparou, de repente, que quase todas as moças que andavam indagando sobre os preços eram *solteiras*. Como o descobriu? Olhando para a mão esquerda das moças e verificando que não usavam aliança!

Pela primeira vez, compreendera grande parte da atitude emocional de suas clientes. Começou a agir rapidamente, de modo a penetrar no pensamento das clientes e fazê-las agir de acordo com sua vontade.

Quando as moças entravam em seu estúdio e perguntavam: – Quanto o senhor cobra por uma fotografia? não respondia imediatamente. Sorria e chamava a moça para junto de uma pequena escrivaninha. Abrindo a gaveta, perguntava: – Sabe por que somos chamados os "fotógrafos da sorte?"

As moças não sabiam aonde ele queria chegar. Pegando quatro fotografias de noivas que estavam na gaveta, ele as virava a mostrava à cliente, observando tranqüilamente: – *Estas moças foram fotografadas por nós menos de um ano antes de se casarem!*

Isso fazia com que as moças solteiras se fizessem fotografar várias vezes, Esse aspecto do Apelo Emocional do Amor, o desejo que toda moça tem de se casar, tornava-se mais importante que o Dinheiro ou o Desejo de Consideração, que as fazia querer uma fotografia lisonjeira! A Promessa de Futuro intensificava o Apelo.

Antes de aplicar em alguém o Apelo do Amor, preste bem atenção. Não despreze o óbvio, em sua tentativa de descobrir a *grande* razão que faz seu interlocutor *querer* ouvir o que você está dizendo.

Até mesmo as pessoas que têm visão perfeita podem estar tão Preocupadas, a ponto de olhar para um objeto perfeitamente visível e nada ver!

Uma moça solteira, em idade de casar, *quer* arranjar casamento. Há tempo, algumas delas, aos milhares, me fizeram recordar essa verdade.

Fui convidado para fazer uma conferência num grande hotel de veraneio, às 3 horas da tarde. O assunto de minha conferência era: "Apelo Emocional, chave de uma vida mais feliz".

Três dias antes da data marcada, o homem que coordenara minha apresentação telefonou-me. Estava ansioso por mudar o título da conferência.

– Mais de 80% de nossos hóspedes – explicou ele – são moças e mulheres solteiras conhecidas como "caçadoras de duas semanas". Passam os quinze dias de férias anuais num hotel de veraneio, na esperança de arranjar marido. Se sua conferência versar sobre o assunto

que as interessa, poderemos fazer boa publicidade e dobrar o número de pessoas que constituirão sua audiência.

Perguntei-lhe que título sugeria e, quando me falou, ri e concordei, Sem dúvida nenhuma, tinha muito mais Apelo, para aquela audiência, que o título original. Refiz meus planos, para melhor atingir emocionalmente a assistência.

Domingo era um dia belíssimo, sem uma nuvem.

Cheguei ao hotel pouco depois do almoço. Não só muitos hóspedes discutiam animadamente sobre a conferência a que iriam assistir, como cerca de 300 pessoas, hospedadas em hotéis vizinhos, tinham vindo também assisti-la.

Faltavam quinze minutos para as três quando o hotel resolveu que a conferência não seria feita no Salão Nobre.

A audiência foi convidada a ocupar o grande galpão de concreto que havia ao lado da piscina, Trouxeram cadeiras de armar, mesmo assim não foram suficientes e as pessoas que estavam de pé começaram a acomodar-se numa rampa gramada. Em breve ficava patente a necessidade de se instalar um microfone, o que ocasionou novo atraso. Por volta de 3,35 h cerca de 1.300 pessoas, incluindo mais de 1.100 mulheres solteiras, sentadas ou de pé, ao lado da piscina, esperavam impacientemente o conferencista.

O novo título da conferência, que havia sido amplamente anunciada pelo jornalzinho do hotel, cartazes e pequena nota no jornal local, não só duplicara, mas quadruplicara a possível assistência:

Qual era o título da conferência?

Como usar a Técnica do Apelo Emocional... para arranjar marido!

Porque havia, neste título, o Apelo Emocional que atingia mulheres de todas as idades, ali estavam elas, emocionalmente ansiosas para ouvir aquilo que queriam ouvir!

Até mesmo as distrações próprias das férias, conto tênis, golfe, tiro ao alvo, banho de sol e natação, bem como outros interesses ligados ao Instinto de Conservação tornaram-se menos importantes!

A audiência não se limitou a ouvir. A maioria tinha papel e lápis, para tomar notas!

Ficaram sabendo, os que me ouviram, que o Amor e o Casamento nunca passara de largo, quando a mulher se dispõe a empregar o Apelo Emocional certo, a fim de vencer a competição e penetrar no espírito Preocupado de um homem disponível.

Qual deve ser o importante primeiro passo para consegui-lo?

É preciso descobrir a corda emocional mais sensível do marido em perspectiva, de modo a torná-lo disposto a *querer* ouvi-la ou a ter *medo* de fazê-lo . . .

Uma vez despertada sua atenção, ele poderá ser persuadido.

O Instinto de Conservação é a preocupação principal "dele"? Ou será o Dinheiro? Amor? Desejo de Consideração?

Muitos exemplos foram dados, indicando palavras, ações e modos de proceder que poderiam dar indicação de que "ele" estava disposto a ouvir.

Mencionei o fato de ter pouca importância, para a possibilidade que tem uma mulher de arranjar ou não casamento, sua aparência física ou sua situação financeira. Tudo depende, basicamente, da habilidade em atingir o ponto fraco do homem, através de uma comunicação emocionalmente eficiente.

Tudo pode depender do modo que tem ela de dizer "Boa noite", depois de um encontro.

Você é uma moça solteira. Há muito desejava um encontro com B, Um dia ele a convida. Chegou a hora de B. levar você para casa.

– Muito obrigada pelos momentos agradáveis que me proporcionou, B. – diz você, com sinceridade – Gostei muito de sair em sua companhia.

– Fico muito satisfeito de sabê-lo. Eu também gostei muito de sair com você. Boa noite – responde cortesmente o rapaz. – Boa noite – diz você. E tudo termina por aí. Ele vai para casa, você entra.

Deseja, *realmente*, que tudo termine desta forma? Quando você e milhares de outras moças que querem casar fecham a porta, depois de se

despedir de um rapaz, também fecham, *emocionalmente*, a possibilidade de maior interesse da parte dele, por você?

Não é necessário que assim seja. Você *pode* conquistar o interesse romântico do rapaz, bastando, para isso, que se despeça usando o Apelo Emocional. . . Eis como fazê-lo:

Quando B. a levar para casa, não diga, – Obrigaria pela companhia. – São palavras definitivas. – Poderá dizer a mesma coisa, de maneira muito mais interessante, se estiver interessada em despertar o interesse romântico de B. Diga, por exemplo: – Todas as moças que saem com você passam momentos tão agradáveis?

Observe como ele sorri, satisfeito, fica meio vermelho e confuso. Você quase pode contar os segundos que leva para encontrar uma resposta.

O forte apelo ao Desejo de Consideração contido em suas palavras deram-lhe vantagem *imediata*. Você agradeceu, sem dar às suas palavras um cunho de despedida. E algo muito *diferente* aconteceu.

Você atingiu *emocionalmente* o rapaz. Disse alguma coisa que o perturbou.

E ele está começando a se interessar por você! Pode ter quase certeza de que o "Boa noite" dele não significa "Adeus!".

"*Todas* as moças que saem com você passam uma noite tão agradável?"

Uma de minhas alunas, solteira, com 36 anos de idade, usou essa técnica, no momento oportuno, com o homem que achava ser o que lhe convinha. Pela primeira vez, atingiu-o emocionalmente e foi o primeiro passo para o casamento.

O mesmo pode acontecer com *você*.

A diferença que há entre um solteirão inveterado e um noivo em perspectiva é que este é um sujeito *disposto* a ouvir o que *deseja* ouvir, *no momento oportuno*.

Portanto, empregue o Apelo Emocional que possa criar a reação favorável!

Seis ou sete meses depois da conferência, recebi cartões de agradecimento de 92 moças que assistiram à conferência e que tinham, depois disso, arranjado casamento!

Três delas estavam sentadas, durante a conferência, ao lado do homem com quem se casaram!

Dois anos depois, fui convidado para participar de um programa de rádio, no horário da tarde. Respondendo a uma pergunta, relatei este fato. Durante uma semana, à rede radiofônica, à estação local e ao meu escritório chegaram perto de 1.500 cartas, cartões e telegramas provenientes de todo o território dos Estados Unidos.

Uma das cartas fora escrita por uma solteira de 23 anos de idade e dizia: "Meu irmão ouviu sua conferência pelo rádio. Quer fazer o favor de mandar-me a frase que contém Apelo Emocional para arranjar marido? Eu bem que gostaria de arranjar um, de preferência um cowboy!".

Respondi, mandando a frase pedida, juntamente com instruções sobre o cuidado que deveria ter para usá-la no momento oportuno. Quatro meses mais tarde, a mesma moça escreveu de novo:

"Caro Sr. Garn: usei o Apelo Emocional e consegui o cowboy. O Apelo Emocional funciona, mas o cowboy não. Que faço agora?

VANTAGENS DA ESPERANÇA E DAS PROMESSAS COMO MEIO DE ATRAIR ATENÇÃO.

No início do presente capítulo, falamos sobre duas coisas:

1. Esperança no Futuro
2. Desejo de Novas Experiências

Ambas estão contidas no Apelo Emocional do Amor e podem ser utilizadas como poderosos meios de comunicação.

A Esperança e o Desejo de Novas Experiências são extremamente eficientes, quando se trata de vencer a Preocupação. Para muitas pessoas, têm o mesmo poder emocional do desejo sexual ou da vontade de casar.

A Esperança no Futuro é coisa inata.

Sempre se fizeram previsões para o futuro, embora ninguém possa dizer, exatamente, o que será o futuro, a menos que o consideremos como parte de um plano exato, premeditado e controlado.

Quantos planos existem, como esse? Poucos, certamente.

Em geral, o futuro é um período de tempo desconhecido, e só podemos desejar e imaginar como será no que diz respeito a pessoas, produtos, trabalhos e situações.

Quando uma roupa íntima, um perfume ou dieta para emagrecer promete nos tornar mais atraentes ou nos fazer sentir bem, seu Apelo Emocional é mais forte do que o preço. Se um creme facial ou um tratamento com vitaminas promete contribuir para tirar rugas, esta promessa interessa mais, do ponto de vista emocional, que uma informação detalhada sobre o creme ou o tratamento.

Um plano de economias que nos promete "segurança no futuro" é capaz de estimular-nos emocionalmente, de modo a nos fazer economizar com regularidade, apesar do esforço requerido, bem como evitar que desistamos no meio do caminho.

Seja no amor, em assuntos ligados a saúde, dinheiro, satisfação ou consideração, todos nós desejamos a perfeição. Aqueles cujas palavras ou ações nos ajudam a caminhar, mentalmente, na direção de nossas preferências pessoais, oferecem-nos, em maior grau, a felicidade que procuramos.

A esses, escutamos.

Pessoas que tenham um "Futuro Promissor", fácil de ser atingido, terão pouca dificuldade de fazer com que tenhamos prazer de executar seus desejos.

De nossa parte, temos que sintonizar o que dizemos e fazemos, de acordo com as necessidades de nossos ouvintes.

Muitas vezes, o ilícito desse contato pode ser feito através de um Apelo dirigido a uma esperança de amor e de futuro. Isso é verdade quer você seja professor, pregador, criador de cães de raça, milionário, um sujeito chamado Estácio ou uma senhora chamada Jill.

Digamos que você é milionário. Tem um negócio lucrativo, muitos investimentos, grande número de propriedades. Sua renda anual é superior a 100.000 dólares.

Você quer ficar rico? Claro que não. A idéia pode parecer-lhe falsa ou ridícula, assim você não presta atenção a ela. Tratando-se de Dinheiro, você é rico e sabe disso! Portanto, reagirá positivamente à idéia de ficar rico? Não.

Mas reagirá agradavelmente às palavras que lhe sugerem como ficar mais rico? Claro que sim! O que lhe interessa é uma promessa relacionada rim o Futuro.

Uma moça bonita, elegante, de pele perfeita, pode interessar-se em ficar bonita, elegante ou ter pele boa? Claro que não!

Já possui todos esses predicados e você pode estar certo de que tem consciência disso!

Entretanto, qualquer moça bonita ficará interessada se lhe prometerem ficar mais bonita, mais elegante e ter uma pele mais linda. Essa é uma promessa ligada ao futuro, uma Esperança para um tempo desconhecido, que todos temos hoje.

Deixe de lado os adjetivos e superlativos. Use sempre os COMPARATIVOS ! Ao invés de dizer rico, bom, agradável, bonito, use expressões que contenham maior força para vencer a Preocupação, tais como mais rico, mais bonito, melhor, mais agradável que. ..

Essas e outras expressões comparativas têm sempre forte Apelo Emocional. Nelas está a diferença entre a fé e o ridículo!

Se não quiser repetir sempre a mesma expressão, use também o *extra*.

Não seria bom ter tempo para descansar? Não.

– Não gostaria de um tempo extra para seu repouso? – Claro! Assim a pergunta é muito mais sugestiva.

– Gostaria de ter, neste momento, uma nota de vinte dólares no bolso?

Você já tem, provavelmente, e a pergunta pode parecer ridícula. Pode estar certo de que a pergunta terá muito mais força, feita desta forma:

– Gostaria de ter no bolso uma nota de vinte dólares *extra*, neste momento?

A Esperança, ou a Promessa, que fazem parte do lado romântico do Apelo do Amor, podem aumentar o impacto persuasivo de qualquer dos Quatro Grandes Apelos Emocionais.

Quando o dono do estúdio fotográfico disse às moças solteiras "Essas moças foram fotografadas por mim pouco menos de um ano antes de se casarem", a esperança e a promessa contidas em sua frase eram mais importantes que o próprio desejo Romântico de Casar.

– Gostaria de ser o maioral, no negócio de reembolsável? Aqui a esperança e a promessa estavam ligadas ao Dinheiro e ao Desejo de Consideração.

Lembra-se da mulher bem vestida que subiu na ponte, tencionando suicidar-se? O aviso do policial de que ela cairia numa *água imunda* foi uma Promessa que agiu sobre o seu Desejo de Consideração.

– Sabe que mais de 60% da fortuna dos Estados Unidos estão nas mãos de viúvas? Eis uma idéia de Futuro interligada ao Instinto de Conservação e ao Apelo do Dinheiro. Devem estar lembrados de que esta frase ajudou um aluno meu a conseguir o lugar de assistente de um presidente de empresa que não se importava de trabalhar "dezessete horas por dia, ou até mais".

Quando a moça de 21 anos, que parecia uma garotinha, estava indecisa, na compra de um "tailleur", meu amigo disse-lhe: – "Este modelo a faz parecer mais velha e ainda mais bonita!" Era uma Esperança que alimentava seu Desejo de Consideração e a fez decidir-se.

"Isto é um lugar para pessoas que desejam viver cem anos!" dizia, sorrindo, o velho Sr. Y., quando mostrava aos compradores em perspectiva sua casa antiga e a varanda que "recebe mais sol por metro quadrado que qualquer outro lugar, nestas redondezas".

Você encontrará milhares de outros meios de empregar as promessas e esperanças futuras em suas relações humanas. Uma das grandes vantagens disso é o estabelecimento instantâneo do "contato emocional".

Se não controlar o contato emocional, você jamais conseguirá comunicar-se com sucesso!

Com esse controle, será capaz de empregar" a Técnica do Apelo Emocional em *qualquer* espécie de comunicação e estar mais do que certo dos resultados.

Importante companhia de objetos de alumínio vendia grande quantidade de seu material usando vendedores que procuravam a freguesia em suas casas, trabalhando à base de comissões.

Cada vendedor tinha que supervisionar um território, e, dentro dele, tocar campainhas e bater em portas. Quando obtinha algum pedido, entregava-o a seu superior, o Gerente de Vendas. Daí até o vendedor receber sua comissão passavam-se cerca de dez dias, até que a mercadoria fosse entregue e paga.

Para que um vendedor conseguisse ganhar um salário razoável, tinha que visitar várias casas por dia, recusar-se a se sentir desanimado diante das negativas recebidas e ficar no emprego no mínimo um mês. Depois disso, tinha excelente oportunidade de futuro, dentro da companhia.

Para conseguir vendedores, o Gerente de Vendas punha anúncios classificados nos jornais e treinava funcionários para entrevistar os candidatos.

Era muito grande o número desses vendedores de porta em porta que entravam e saíam na companhia. De dez homens contratados, seis desistiam na primeira semana. Três deixavam o emprego no fim da segunda semana. O último que ficava ou era mesmo um "achado", ou saía antes de terminar a quarta semana.

Apesar de oferecer novos incentivos e benefícios, o Gerente Geral de Vendas não conseguia diminuir essa inútil e custosa modificação do

quadro de vendedores, muitos dos quais continuavam abandonando o trabalho antes do fim da primeira semana.

Investigações feitas revelaram que as palavras e atos dos entrevistadores não continham "contato emocional".

O entrevistador fazia grande propaganda da reputação da companhia e de seu progresso, exibia amostras, quadros e fotografias e assegurava ao candidato que ele poderia "ganhar um bocado de dinheiro, se fizesse uma porção de visitas e trabalhasse à nossa moda".

Esse modo de se dirigir ao candidato não era emocionalmente persuasivo. Em geral, ele já ouvira a mesma cantilena ao ser entrevistado para outros lugares que precisavam de "vendedores à base de comissão".

Mudou-se o sistema de entrevistas. Assim que o candidato chegava, o entrevistador se apresentava, convidava-o a sentar-se e perguntava: "Quer arriscar cinco meses de trabalho duro, para garantir um futuro certo, com uma renda de mais de 6.000 dólares por ano?"

Enquanto o entrevistado se concentrava na idéia de "arriscar cinco meses de trabalho duro para conseguir um futuro seguro, com uma renda de mais de 6.000 dólares por ano", o entrevistador detalhava os fatos a um espírito com o qual já entrara em contato emocionalmente, portanto mais preparado para receber a proposta.

Esta Esperança de um Futuro melhor, estabelecida desde o início da entrevista, causou sensível diminuição na desistência dos vendedores. De 10 novos vendedores entrevistados desta forma, aproximadamente quatro ficavam, venciam o "período duro" inicial e conseguiam fazer carreira na companhia. Dos seis restantes, dois ficavam até três meses. Durante esse tempo, recebiam bem merecidas comissões e aumentavam os lucros gerais da companhia. Os demais permaneciam no emprego cerca de duas semanas e meia, raramente saindo "antes de uma semana", como antes.

O resultado dessa fenomenal diminuição de desistências foi um melhor treinamento e maior constância daqueles que conseguiam ir avante.

Alguns desses homens tornaram-se chefes, dentro da companhia. Tais oportunidades jamais se teriam materializado, se a Esperança de Futuro melhor, relacionada com o Dinheiro, não tivesse criado o contato inicial, incentivando-os a trabalhar.

Alguém disse, certa vez: "*Hoje* é o amanhã de que falávamos *ontem*!" Amanhã chega sempre e com ele a oportunidade de gozarmos os benefícios das Promessas e Esperanças de Futuro.

Agora que já conhece o segredo, use-o sem temor.

É um meio de obter a reação emocional que você deseja, vencendo a Preocupação e estabelecendo o contato necessário, muitas e muitas vezes!

O mesmo acontece com os temores e desejos ligados às Novas Experiências, última fase do Apelo Emocional do Amor, que examinaremos a seguir.

AS NOVAS EXPERIÊNCIAS ROMÂNTICAS SÃO ARMAS CONTRA A MONOTONIA.

Há alguns anos atrás, S., uma aluna minha, fez uma palestra sobre "Por que a mulher usa perfumes".

Pediu a uma moça e um rapaz que se aproximassem. Estando os dois lado a lado, perguntou ao rapaz: – Nota alguma coisa diferente nela?

O rapaz balançou negativamente a cabeça: – É uma pequena bem bonita – respondeu sorrindo. – É a única coisa que posso dizer.

S. sorriu também, agradecendo, e conduziu para fora da sala a moça, que ficara muito vermelha.

– Espere! – falou ao rapaz. – Voltaremos já!

S. colocou novamente a moça ao lado do rapaz, quando voltaram, meio minuto depois.

– Alguma coisa diferente? Algo fora do comum?

As narinas do rapaz vibraram. Seus olhos brilharam, quando ele respondeu: – Bem... ela agora está com um cheirinho delicioso!

Uma demonstração visual e algumas poucas palavras concentraram nossa atenção na grande idéia que S. desejava transmitir: *"As mulheres usam perfume por razões muito pessoais – freqüentemente por razões românticas!"*

Três anos depois deste incidente, encontrei-me com ela na rua.

– Não me lembro de seu nome – confessei. – Mas sei que é uma de minhas antigas alunas de Técnica do Apelo Emocionai e que fez, certa vez, uma palestra sobre "Por que as mulheres usam perfume!"

A moça ficou espantada. – O senhor já teve milhares de alunos depois disso, Professor Garn, como é possível que se lembre de *mim*?

Ri-me.

– Você me deixou algo para recordar. É o que a maioria dos alunos não faz...

Que há de diferente em *você*? Nas coisas que faz, você passa despercebido, porque suas palavras, ações e gosto pessoal são os mesmos que os de milhares de outras mulheres ou homens da mesma idade e de seu meio?

Com um pouco de imaginação criadora, pelas suas atitudes pessoais, você pode facilmente se fazer lembrado e dificilmente esquecido! As pequenas diferenças são as que realmente importam, se essas diferenças tiverem Apelo Emocional para seu interlocutor.

Várias moças, desejando casar, interessam-se pelo mesmo homem. Qual delas o convence a comprar-lhe a aliança? Aquela que o ajuda a fazer o que ele sempre desejou.

As palavras e atos da moça fizeram-no acreditar que estava decidido!

Ela se fez diferente aos olhos dele. *Individualizou-se!* Compreendeu que a maior batalha que teria a travar era a de conseguir penetrar no espírito do rapaz! Compreendeu que ele tinha o espírito Preocupado. Disse-lhe o que ele queria ouvir – não apenas o que ela tinha vontade de falar! Descobriu a *maior* e mais sensível corda emocional do rapaz.

Estabeleceu o contato emocional!

Gostando dessas pequenas distinções, o rapaz continuou a procurá-la, repetidas vezes, pois ela lhe dera uma Nova Experiência que tornara mais interessante sua vida monótona.

"Amor é o que faz um homem achar uma mulher diferente de todas as outras", escreveu H. L. Mencken,

Amor é comunicação. Para uma perfeita comunicação, é necessário usar o Apelo Emocional. Sem um Apelo Emocional bem dirigido, não há Amor!

Vários homens com as mesmas possibilidades se candidatam a um emprego. Um deles o obtém. Será porque traz, de outros empregos que já ocupou, uma experiência muito maior? Raramente é esta a razão!

O Candidato Vitorioso, na maioria das vezes, consegue atrair a atenção do entrevistador, vencendo sua Preocupação, por causa de "qualquer coisa diferente" de seus competidores, qualquer detalhe emocional que deixe entrever a personalidade que o patrão ou o entrevistador procuravam.

Na carta em que solicitou o emprego ou na entrevista pessoal, o Sr. Candidato Vitorioso, com esse "algo diferente", conseguiu vantagem sobre os demais, fazendo-se lembrado. Na maioria das vezes, projetou uma Experiência Nova na rotina, na mesmice do trabalho e na mente do entrevistador. Usou o Apelo Emocional. Venceu a Preocupação. Conseguiu o emprego!

Um anúncio de "PRECISA-SE" pode produzir uma porção de respostas. As pessoas que examinam essas respostas concordam que as cartas recebidas são quase todas idênticas, faltando-lhes originalidade e fantasia. Depois de algum tempo, não se consegue diferençar uma de outra. Finalmente, uma diz: "Ando procurando um patrão merecedor de minha grande competência, minha lealdade e boa disposição. Quando poderei encontrá-lo?"

A jovem que escreveu esta carta solicitando emprego foi chamada a uma entrevista e seu entrevistador estava realmente interessado em conhecê-la.

Essa carta chamou a atenção do empregador, acenando-lhe com Nova Experiência e satisfazendo seu Desejo de Consideração, como "um patrão digno de minha grande competência, minha lealdade e boa disposição".

Do ponto de vista emocional, a moça fizera pender a balança a seu favor, mesmo antes da entrevista.

O Sr. C., homem de meia-idade, tivera uma doença prolongada. O patrão foi obrigado a substitui-lo, no emprego que exercia por muitos anos. Quando se restabeleceu, o Sr. C. recebeu ótimas referências, mas não o emprego.

Um anúncio, num matutino, oferecia um emprego nos seguintes termos: "Oportunidade permanente. "Peanuts" para começar. Excelente salário e outros benefícios após seis meses de treinamento".

Centenas de desempregados que regulavam em idade com o Sr. C., outros, vinte anos mais jovens, possuíam também excelentes referências. Eram todos seus competidores.

Muitos deles acorreram a atender o anúncio. O Sr. C. muniu-se de um Apelo Emocional que lhe dava vantagens, na concorrência, e compareceu à entrevista.

Quando chegou sua vez de ser entrevistado, o entrevistador já estava caceteado. Já repetira as mesmas palavras onze vezes, com os candidatos anteriores. O Sr. C. entrou na sala das entrevistas, ficou de pé ao lado da escrivaninha e esperou, enquanto o entrevistador acabava de tomar notas sobre os candidatos já entrevistados. Quando levantou os olhos, o Sr. C. sorriu amavelmente e colocou sobre a mesa um saquinho de amendoins.

– Seu anúncio dizia: "Peanuts" (amendoins)* "para começar, – observou tranqüilamente. – Trouxe-lhe então alguns, para assegurar-lhe que estou interessado. Abrindo o saquinho, ofereceu: – Aceite alguns, talvez assim se lembre de mim e tenha mais facilidade de escolha, quando chegar a hora da decisão!

---

* Nota do tradutor "Peanuts" (amendoins), também significa, em linguagem de gíria, uma coisa sem importância, uma ninharia. Era este o significada da palavra do anúncio a que se refere o texto.

O entrevistador achou graça, agradeceu e aceitou os amendoins.

Na hora de decidir, "escolheu" o Sr. C., candidato de meia-idade.

O Sr. C., com seu saquinho de amendoins, trouxera Nova Experiência e delicioso colorido no monótono dia do entrevistador!

Todos buscam, desejam e esperam o Apelo Romântico de uma Nova Experiência. Aí está outra parte da Técnica do Apelo Emocional que já *é sua, para usá-la à vontade!*

Quando usada cuidadosamente, é o que você verificará, essa nova modalidade do Apelo do Amor, melhorará suas relações com as pessoas e lhe dará vantagens em qualquer competição, pouco importando a idade que você tem.

Mike teve que arranjar um emprego para ajudar a sustentar a mãe e duas irmãs mais moças. Perdera o pai num acidente. Munido dos necessários documentos, começou a procurar trabalho.

Era começo de verão, as escolas estavam fechadas e milhares de rapazes encontravam-se disponíveis. Foi a uma conhecida fábrica que precisava de um rapaz para serviço externo. Embora lá tivesse chegado às 8:45 h, cerca de cinqüenta rapazes, em idade universitária, haviam chegado em sua frente e estavam em fila, na porta do entrevistador.

Ao lado da porta, um guarda uniformizado mantinha a ordem. O jovem Mike aproximou-se de onde estava o guarda, para ler o nome de quem iria entrevistá-los, escrito na porta. Os rapazes da fila começaram a reclamar, suponde que Mike tentava passar-lhes à frente. Quando o guarda mandou que ele se colocasse no final da fila, Mike perguntou-lhe se o nome que estava escrito na porta era o do entrevistador.

Com tantos rapazes em sua frente, Mike calculou que o entrevistador só o receberia lá pelo meio da tarde, e que não tomaria uma decisão antes de conversar com todos os candidatos.

A fila andava lentamente. Pelas 11 horas, impacientes, 10 rapazes desistiram. Mike contou o dinheiro que tinha para passagem e almoço. Não era muito, mas tinha uma idéia. Depois ele ter esperado no fim da fila por mais de duas horas, estava certo de que não perderia a vez, se

saísse um pouco. Foi a uma agência de telégrafo que ficava a dois quarteirões de distância. Depois de discutir o preço, redigiu o seguinte telegrama dirigido ao entrevistador:

"FAVOR NÃO CONTRATAR NINGUÉM ANTES FALAR RAPAZ SARDENTO FINAL FILA. MIKE."

O entrevistador recebeu o telegrama. Foi um raio de sol, no meio daquela "chuva"' de universitários! Metendo a cara pela porta, pediu ao guarda que fizesse entrar um "rapaz sardento chamado Mike".

A personalidade de Mike era uma Experiência Nova, coisa que o entrevistador muito desejava, e isso o fez acolher cordialmente o candidato. Previamente "comprado", o entrevistador gostou logo dele.

E Mike, que começara com uma vantagem emocional sobre os outros, prosseguiu brilhantemente.

Mais uma vez, o Apelo Emocional de uma Nova Experiência quebrara a monotonia mental de um interlocutor!

FORME SEU ESTILO PESSOAL.

Uma linda moça venceu um concurso de beleza e foi para Nova York em busca de fama e de fortuna. Mas qual! Existem, em Nova York, inúmeros lindos modelos, de modo que a nossa jovem tornou-se uma, entre muitas que viviam nas agências, procurando trabalho. Desiludida e desencorajada, estava a ponto de voltar para casa.

Foi quando resolveu usar a personalidade. Escolheu um nome diferente, fácil de lembrar, e começou a usar roupas com listas cor de hortelã. Mandou imprimir cartões, em estilo de bala de hortelã. Deixava este cartão nas agências e onde quer que fosse.

Com seu nome diferente, suas roupas e seus cartões, tornou-se uma novidade, uma Nova Experiência Romântica. Estava lançada a fabulosa carreira de modelo de Candy (bala) Jones.

Um homem chamado Cooper vendia jóias de fantasia havia mais de dez anos. Aparecia nas lojas pequenas e médias, com um mostruário

semelhante ao de uma dúzia de outros vendedores que trabalhavam na mesma zona. Sem sorte no trabalho, Cooper mal conseguia ganhar para o próprio sustento e tinha problemas com o patrão, por causa do baixo coeficiente de suas vendas.

Certo inverno, apanhou forte resfriado e o médico aconselhou-o a usar polainas para ajudar a aquecer os pés. Embora relutando, Cooper comprou um par. No dia seguinte, Cooper visitou uma pequena loja e o dono reparou em suas polainas.

– Ora essa! Há anos que não via polainas comentou com ironia. – De hoje em diante, vou chamá-lo de Cooper Polainas.

– Chame-me do que quiser, – respondeu Cooper, mal-humorado, - mas chame-me sempre que quiser comprar bijuterias.

Quando ia saindo, o cliente despediu-se animadamente, repetindo o que considerava uma idéia muito espirituosa: – Adeus, Polainas, pena que não tenha nenhuma encomenda a fazer hoje!

Duas semanas mais tarde, Cooper tornou a visitar a loja e o proprietário recebeu-o cordialmente.

– É o meu amigo Cooper Polainas. Como vai, Polainas?

Estendeu a mão, que Cooper apertou. – Veja só, Harry, quem está aí – disse a um de seus vendedores É o Polainas Cooper!

Cooper recebeu um pequeno pedido, mas a reação de sua visita foi grande. Durante os cinco anos que visitava aquele cliente, nunca fora tão bem recebido. Chegara até a receber um aperto de mão!

Daí por diante, Cooper cuidou de apresentar-se aos fregueses como Cooper Polainas. Vê? – dizia, ele, mostrando os pés.

O apelido pegou. O volume das vendas começou a aumentar, o mesmo acontecendo com sua renda. Em breve vencia, de longe, mais de uma dúzia de vendedores que com ele competiam, visitando os mesmos fregueses. Quando se passava algum tempo sem que "Polainas" aparecesse, o pessoal das casas com as quais negociava notava sua falta.

Chegado o verão, apresentou-se a Cooper um problema: usar ou não usar polainas? Decidiu-se pela afirmativa. Mandou fazer polainas de

um material leve, já que agora podia arcar com tais despesas. Cooper adquirira um "toque pessoal", estabelecera Nova Experiência que, emocionalmente, lhe dava vantagens sobre seus competidores. Dera aos fregueses algo para lembrar e assuntos para agradáveis piadas.

H. era um rapaz muito alto, representante de uma pequena fábrica de New Jersey que trabalhava com produtos químicos e equipamentos de calefação. Fazia contatos com as diretorias e os departamentos de engenharia e compras da multimilionária Indústria de Processos Químicos.

Poucos se mostravam interessados. Embora H. tivesse grande experiência do assunto, adquirida em emprego anterior, todos tinham fornecedores já bem conhecidos, que ofereciam maiores vantagens que a firma de H. Como poderia ele vencer a competição com os representantes dessas grandes companhias?

A Técnica do Apelo Emocional foi posta a trabalhar e um Apelo Romântico surgiu, sob a forma de um coelhinho.

Quando os patrões de H. viram o coelhinho, ficaram indignados.

– Trabalhamos em indústrias químicas, – objetaram. – Nosso tipo de mercadoria nada tem a ver com coelhos. Lidamos com técnicos e engenheiros, acostumados com diagramas e fatos. Como símbolo de nossa companhia, este coelho é absolutamente inexpressivo! É uma idéia original, mas que não pegará, com nosso tipo de freguesia.

Depois de alguma discussão, entretanto, concordaram em aprovar o plano, "contra nossa vontade".

H. seguiu as instruções recebidas. Sempre que visitava um cliente, referia a si próprio como "O Coelho". Deixava um cartão comercial, ou literatura referente aos serviços da companhia, em que um coelhinho apontava para o nome da firma ou para a relação de objetos oferecidos.

Quando se apresentava uma oportunidade, H., com o indicador da mão direita erguido, e piscando, dizia:

– Eu sou o mais esperto de todos os coelhos!

As recepcionistas, secretárias e chefes em breve se tornaram mais acessíveis e agradáveis, quando H. chegava. Ele lhes trazia uma momentânea "mudança de ritmo" e todos se divertiam pensando nele como "o coelho compridão que vende equipamentos de calefação".

Depois de um mês, ou pouco mais, começaram a chegar os desejados telefonemas, chamando H. ou solicitando orçamento. Em geral, a pessoa que chamava gracejava com a telefonista, dizendo qualquer coisa nesse gênero: Quer me ligar com seu representante, aquele altão que chamamos "O Coelhinho?".

Não se passava muito tempo e a companhia de H. começou a incluir na relação de seus fregueses, que aumentava cada dia, os nomes das mais conhecidas corporações industriais da América. Quando se aproximou o Natal, a companhia usou em seus cartões de boas-festas um Papai Noel bossa nova; um coelho vestido como o tradicional velhinho, com um chumaço de algodão absorvente no queixo.

H. contou-me que aquele Papai Noel, além de ser o mais orelhudo que já vira, foi um dos mais eficientes.

Por mais de uma vez, seus patrões manifestaram espanto diante do sucesso do Apelo Emocional junto a "gente que lida com fato".

Não há nada de "espantoso" nisso.

As pessoas, sejam quais forem sua ocupação e situação, podem apregoar o "direito" de exigir fatos, mas existe um outro dato:

Os fatos não se transformam em atos, a menos que um forte Apelo Emocional abra um espírito Preocupado, preparando-o para aceitá-los!

Justamente porque as pessoas andam sempre tão Preocupadas, uma Experiência Nova ou outra qualquer fase da Técnica do Apelo Emocional, desde que sua comunicação se faça corretamente, pode *sempre* aplicar-se a problemas pessoais, de negócios, de vendas ou profissionais... até à profissão de dentista.

Você é dos que andam atrás de um dentista? É o que faz a maioria das pessoas, quando precisa de cuidar dos dentes e não tem dentista certo: procura um e outro, indaga preços, pede orçamentos e não volta.

Essas pessoas são chamadas clientes "itinerantes". Fazem o dentista perder tempo, e nunca voltam, apesar de prometer o contrário. O pior é que muitos, depois de examinados por um dentista, procuram outro e transmitem, erradamente, as opiniões do primeiro.

Alguns dentistas tentam aceitar somente clientes recomendados, mas todos, em geral, concordam que esses "itinerantes" constituem excelente potencial para praticarem. Infelizmente, porém, muitos dentistas deixam de usar a Técnica do Apelo Emocional nesses "itinerantes", que acabam se tomando crônicos.

Dr. Z., dentista, tinha uma clientela regular. Era um homem calmo, muito tímido com as pessoas que encontrava pela primeira vez. Estabelecendo-se numa zona comercial, seus clientes eram, em grande parte, "itinerantes". Extremamente interessado em sua profissão, não observava que os pacientes tinham, também, necessidades emocionais.

Como resultado, poucos ficavam muito tempo com ele, já que a maioria era de "itinerantes" que acabavam desaparecendo!

Foi quando uma "Nova Experiência" ajudou o Dr. Z. a vencer a timidez junto às pessoas que via pela primeira vez e, simultaneamente, foi aplicada aos clientes que vinham pedir orçamentos para trabalhos dentários ou para um exame periódico. Essa Nova Experiência, adotada pelo Dr. Z., era uma FICHA PESSOAL.

Tanto os clientes regulares e recomendados quanto os "itinerantes" tinham que encher uma Ficha Pessoal, mesmo que tivessem vindo procurar o Dr. Z. para um trabalho insignificante, ou um exame de rotina.

A palavra "Pessoal" possui um apelo ligado ao Desejo de Consideração e significa confidencial, para qualquer pessoa.

Deste modo, o Dr. Z. demonstrou seu interesse profissional sincero pelos clientes. Só depois de preenchida a ficha, fazia o cliente sentar-se na cadeira. Após o exame, ele e o cliente voltavam à Ficha Pessoal, anotando onde e por que o cliente necessitava de tratamento dentário.

Com esta iniciativa, nem os "itinerantes" nem os clientes regulares poderiam enganar-se a respeito de sua opinião ou do preço, já que era praticamente impossível lembrarem-se do complexo relatório de serviços profissionais, trabalhos de laboratório ou de prótese. Com a "Ficha Pessoal", o Dr. Z. defendia sua intimidade e seu orgulho profissional. Ao mesmo tempo, adicionava um vantajoso "toque pessoal", que o fazia ser respeitado e lembrado pelos clientes.

Os que vinham só para serem examinados começaram a desejar um bom trabalho profissional, ao invés de procurar "melhor preço". Emocionalmente, desejavam que suas relações com o Dr. Z. tivessem uma base verdadeiramente pessoal e o modo pelo qual o dentista os tratava era-lhes mais agradável que aquele que recebiam em outros consultórios.

Quanto ao Dr. Z., a Ficha Pessoal fornecia excelente meio de entabular conversa. Como lhe era fácil conversar sobre os itens de que constava a ficha, livrou-se rapidamente de sua timidez e as palavras, agora, lhe vinham com facilidade, Foi-lhe possível, ainda, revelar a própria personalidade e, ao preço de seus serviços Profissionais, juntou outros, extraordinários, de grande força emocional, tais como aparência, interesse e conforto.

Atualmente, quase todos os pacientes do Dr. Z. o procuram por recomendação e o Apelo Emocional de sua Nova Experiência com as Fichas Pessoais continua contribuindo para que os clientes "itinerantes" se transformem em efetivos.

Outro dentista, residente no Oeste, inventou UMA PALAVRA dotada de tanto Apelo Emocional que atraiu milhares de clientes ao seu consultório.

Um homem chamado Parker estabeleceu-se com seu consultório de dentista num bairro onde havia vários outros. Todos tinham na porta uma placa, com "Dr." antes do nome, de sorte que não havia diferença entre eles. Para estabelecer vantagem sobre seus competidores, atrair os

"itinerantes" e dar a todos os seus pacientes algo que o fizesse lembrado, mandou fazer uma placa que dizia: *Parker "Indolor", Dentista*.

Foi tão grande a afluência da clientela, que ele se viu obrigado a contratar colegas para ajudá-lo a atender a todos que o procuravam. Em breve, abriu uma "cadeia" de consultórios com o nome de Parker "Indolor", Dentistas. O negócio prosperou de tal maneira que Parker teve que abandonar a odontologia, para se concentrar na sua supervisão.

A expressão Parker "Indolor" era uma novidade, uma Experiência Nova para aqueles que procuravam um dentista. Era um nome "diferente". Sua originalidade vencia a Preocupação, despertava curiosidade, era um marco para fazê-lo lembrado, tudo isso ligado ao Instinto de Conservação.

É exatamente o que o paciente, emocionalmente, deseja ouvir, ANTES de senta-se numa cadeira de dentista.

Como alguém dissesse que a palavra "Indolor" era inexpressiva, já que não descrevia os serviços prestados, ouvi dizer que Parker mudou legalmente seu primeiro nome para "Indolor". . .

Havia tanto tempo que o chamavam assim que já nem se lembrava rio seu *verdadeiro* nome!

A Nova Experiência Romântica é um condimento emocional muito desejável, capaz de aumentar o sabor de qualquer indivíduo, produto, companhia, situação ou ato, com relação a qualquer pessoa que nos ouça, bem como a qualquer audiência, Possui um Apelo Emocional refrescante, que atrai a atenção, alarga os espíritos e provoca sempre uma recordação.

Uma expressão terna, um gesto, um modo de falar o tipo de vestir-se ou pentear-se, até mesmo a marca registrada de um produto, um logotipo ou uma circular podem ser suficientes para despertar o interesse dás pessoas, contanto que sejam originais.

Dois rapazes estabeleceram-se com o negócio de cópias fotostáticas. Podiam ter continuado apenas como "dois rapazes que trabalhavam no ramo de cópias fotostáticas". Mas, um dia, imprimiram

dois deliciosos gatinhos no cabeçalho de suas cartas e cartões. Perto dos gatinhos, estava escrito: "Somos dois gatinhos em fotocópia e muito nos orgulhamos disso!"

O interesse despertado por essa marca registrada e o valor da mesma como meio de atrair atenção era um modo original de anunciar os serviços da casa, uma Experiência inteiramente nova!

No ensino, nas profissões, nas relações pessoais, familiares e comerciais, até mesmo no "show business", a Nova Experiência Romântica proporciona um desafio *extra* aos alunos, fregueses, clientes, pacientes e qualquer tipo de interlocutores, dando-lhes algo mais para ver, ouvir, sobre que pensar e falar!

Bing Crosby, Frank Sinatra, Perry Como, Nat "King" Cole, Pat Boone e outros serão por muito tempo lembrados, pela maneira diferente de interpretar suas canções.

Pare um instante! Procure verificar se não há '"qualquer coisa para lembrar" em seus estilos. Há mesmo, não é verdade?

Quando Al Johnson se apresentava, não era necessário vê-lo, nem ele precisava escrever o nome no peito. A audiência podia estar de olhos fechados e assim mesmo saberia que era Al Johnson quem estava presente e não Harsewhistle! Isso porque Al se apresentava com um Apelo Emocional que o *identificava*.

Uma cantora chamada Edith Piaf apresentava-se em lugares mundialmente famosos, como o Waldorf Astoria e tinha uma legião de admiradores. Usava vestidos riquíssimos, cabelos brilhantemente penteados, armações que lhe salientassem o busto, ou sapatos de saltos cintilantes? Nada disso. As audiências da maioria dos clubes noturnos esperavam tais expedientes.

Edith Piaf cantava com um simples vestido preto. Cabelos? Quase sempre soltos. Busto? Chato. Sapatos? Em geral eram sandálias abertas, de saltos baixos. Acompanhada por soberbo coro e músicos vestidos formalmente, com arranjos quase sinfônicos, suas apresentações arrebatavam as audiências, que mal ousavam respirar.

Os grupos e artistas inesquecíveis no mundo das diversões sempre marcaram sua presença com "toques individuais".

Recordam-se de Ted Lewis, com sua cartola velha, cantando "Is Everybody Happy?", ou Eddie Cantor, com seus grandes olhos redondos, seus mortos espalhafatosos, e as histórias que contava a respeito da suas filhas? O enorme nariz de Jimmy Durante e a originalidade de seu estilo de comediante conduziram-no rapidamente à fama. O estilo peculiar da orquestra de Guy Lombardo tornaram-na conhecida de milhões. O sotaque de Lawrence Welk e sua maneira de anunciar os números de sua "música-a-champagne", dizendo: "um. . . um", '"um. . . dois", quebraram todas as "regras para o sucesso" na TV, mas colocaram-no e ao seu grupo entre os preferidos do público.

Quando um apresentador dizia: "Dancem e balancem..." milhares de pessoas completavam: "Com Sammy Kay!" Durante muitos anos, a "Rhapsody in Flue", de George Gershwin, serviu de apresentação para Paul Whiteman, melhor que um cartão de visitas.

Todas as pessoas relacionais a uma dessas personalidades que criaram para si um "toque pessoal" foram também beneficiadas. Por vezes, a Nova Experiência Romântica pode se tornar mais memorável pela "naturalidade" ou pela "imperfeição".

A perfeição é um lugar comum. Raramente chama a atenção e acaba se misturando com a Preocupação.

Há anos você conhece Doris, socialmente. Seu batom é sempre correto, seu cabelo sempre muito bem penteado... a maquilagem perfeitamente aplicada... vestidos e acessórios como "mandava o figurino". É tão grande a sua perfeição, que ela dá, de certa forma, uma aparência de frieza.

Certa manhã, você passa, por acaso, pelos fundos da casa de Doris. E vê sua superperfeita conhecida despejar uma lata de lixo! Os cabelos estão presos no alto da cabeça e ela está sem sombra de maquilagem. Seria mesmo Doris? Sem dúvida. E você, de repente, deixa de pensar nela como um manequim e começa a perceber que ela é uma criatura

muito mais humana. A inesperada "'imperfeição" fez com que desaparecesse a impressão de frieza.

Um pouquinho de imperfeição numa pessoa é uma descoberta tão memorável como a de pequeno erro na primeira página de um jornal.

"GRANDE ROUBO EM BANCO!" é uma notícia interessante.

"GRANDE ROUBO EM BRANCO!". . . Hum. . . que é isso? E logo ficamos muito mais atentos.

O locutor de rádio ou TV que se refere à Cortina de Ferro como "Cortina Enferrujada" interrompe imediatamente a nossa Preocupação.

Já assisti a inúmeras apresentações da ópera *Aida*, mas a de que me recordo mais é uma na qual houve terrível *erro*. Os trombeteiros estavam todos formados no palco. O regente da orquestra atacou a famosa Marcha Triunfal. Mas *os cantores não apareceram*.

O regente parou a música e bateu com a batuta. Começou de novo... outra vez... A marcha foi tocada quatro vezes, antes que os cantores entrassem em cena! Por vezes, a sugestão de uma situação absurda constitui fortemente para o poder de uma Nova Experiência Romântica.

Os pedestres e motoristas nunca deixam de prestar atenção a um pequeno caminhão que trafega em grande cidade do Leste. Atrás do caminhão há um letreiro: "UM CEGO DIRIGE ESTE CAMINHÃO!"

É tão incrível que um cego dirija um carro, que centenas de pessoas, cada dia, se voltam para olhar o motorista. Ao fazê-lo, encontram outro letreiro, na *frente* do caminhão, que dá *o nome e endereço de uma fábrica de venezianas!* [**]

De um modo geral, nossa vida nos mergulha, cada vez mais, na monotonia mental. Vivemos tão preocupados em fazer o que é *certo*, que mal temos tempo para verificar se essas coisas são *certas para nós*. Saímos de casa e para lá voltamos pelo mesmo caminho, comemos as mesmas coisas, mais ou menos às mesmas horas. Levantamo-nos da

[**] Nota do tradutor: Trata-se de um trocadilho com a expressão **blind man** (cego), que também pode significar um "empregado de uma companhia de venezianas" (**venetian blind**).

mesma maneira, escovamos os dentes e penteamos o cabelo de modo sempre igual. Da mesma forma nos aborrecemos e empregamos de modo idêntico nossas horas de lazer.

A monotonia de tal forma perturba nossa perspectiva que um lindo horizonte nos parece vazio.

Se perturbarmos esta mesmice com um "toque pessoal", com uma Nova Experiência emocionalmente atraente, poderemos conseguir despertar o desejo de gostar, concordar, aceitar, agir ou comprar.

O *Life Magazine* publicou, certa vez, fascinante artigo sobre os doze principais modelos da América. David Scherman, que o assinou, escreveu: "Embora todas tenham lindos dentes, raramente sorriem. Embora possuam peles perfeitas, é a aristocrática estrutura óssea de origem européia a causa de seu sucesso. Pode ser antiamericanismo... mas o fato é que essas moças vendem mais sabão, sopas, rádios, esmaltes para unha, aspiradores de pó, jóias, perfumes, carros, xampus e outros produtos que quaisquer outras 12 mulheres da América!"

Os americanos estão habituados com os americanos. Mostre-lhes uma pessoa com "aparência" de estrangeira e o interesse é imediato!

Uma de minhas alunas mostrava-se ansiosa por perder seu sotaque francês. Aconselhei-a a que não o fizesse. Perdendo o sotaque, perderia um cunho individual que era uma Nova Experiência Romântica aos olhos dos outros, sendo, portanto, um poderoso Apelo Emocional de que ela podia lançar mão para interromper Preocupações.

Na parte oriental dos Estados Unidos, bem como em outros lugares, o modo de falar meio cantante dos sulistas pode ser emocionalmente vantajoso. A pronúncia áspera do ocidente, junto com um "toque" ocidental, é capaz de trazer um raio de luz a vidas insossas.

Ponha a trabalhar sua iniciativa e sua imaginação criadora! Faça coisas *originais*. Transforme-as em Novas Experiências para os outros.

Procure criar um *estilo próprio!* Ouse ser diferente, Experimente novos pratos, novos modos de vida e de pensar, gente nova e novos estilos!

Use *intencionalmente* esse Apelo Emocional.

Repare quanto essa nova atitude ajudará a refrescar suas atitudes, sua personalidade e poder de persuasão.

"Há pouca diferença entre uma pessoa a outra" disse William James. "Mas esse pouco... é muito importante!"

Faça de sua "pequena diferença" sua habilidade em usar o Apelo Emocional.

Dê à sua pessoa um pouco de *individualidade*, um *toque* pessoal.

Em pouco tempo, isso de fornecer Novas Experiências para os outros pode ser sua GRANDE diferença !

Neste ponto, já compreendemos melhor as três fases existentes no Apelo Emocional do Amor:

1. Atração sexual e vontade de casar;
2. Esperança no Futuro;
3. Novas Experiências.

Estamos agora mais aptos para examinar as motivações, atitudes, temores e desejos que cercam o Desejo de Consideração, quarto dos "Quatro Grandes" Apelos Emocionais que prepotentemente residem na nossa Preocupação.

O DESEJO DE CONSIDERAÇÃO PODE SER A CHAVE DO SUCESSO

DURANTE OS PRIMEIROS ANOS do "Theatre Magazine", Paul Meyer, seu editor, vivia em constantes apuros financeiros. Para economizar, cortava muitos gastos pessoais.

Um prazer de que não prescindia era assistir aos espetácu1os da Ópera Metropolitana.

Conhecido internacionalmente como "O Amigo de Mil Estrelas", poucos conheciam sua situação financeira. Todos conheciam, entretanto, seu forte sotaque francês, seu espírito brilhante, sua bengala característica e seu amor pelo teatro e pela ópera.

Paul Meyer contou-me que, na primeira década do século XX, os freqüentadores da ópera eram quase excessivamente gente rica, "a nata da sociedade".

– Nenhum "cavalheiro" que se prezasse ousaria lá comparecer sem traje a rigor, cartola de seda e imaculadas luvas brancas – dizia Meyer.

Com as senhoras, o caso, muitas vezes, era ultrapassarem umas as outras, numa brilhante exibição de vestidos de "soirée" caros e exclusivos, jóias e peles.

Uma vez visto, a. "dama" deixava de lado o vestido ou fazia dele presente à sua criada de quarto. Esta, por sua vez, procurava ofuscar as companheiras, quando usava o vestido, agora já de "segunda mão".

Jamais uma flama da alta sociedade seria vista usando duas vezes o mesmo vestido de noite, o que seria um prato apetitoso para as fofocas ...

Ah!... aquelas infelizes noites em que uma dama da alta sociedade, depois de gastar muitas semanas e muitos dólares preparando-se para usar uma criação exclusiva, descobria outra dama, sentada perto, usando o mesmo modelo "exclusivo"! Segundo Meyer, eram cenas fora do programa, em que dois pares de orelhas ficavam mais rubras que as brilhantes roupagens usadas no palco.

No palco, a representação era soberba e extravagante. Até mesmo as mulheres costumavam prestar-lhe atenção, já que, estando o teatro às escuras, não podiam observar umas às outras! Tudo de acordo com a atmosfera luxuosa da Metropolitan Opera House, com exceção dos programas, que eram uma só folha, em formato de tablóide, mal impressa em papel de má qualidade.

Uma noite, resplandecente em seu traje de rigor, emprestado e cuidadosamente escovado, com as habituais luvas brancas, Paul Meyer assistia a um espetáculo na Ópera. Como ficasse com o programa nas mãos, as luvas brancas tomaram-se cinzentas. Colocou as mãos no colo, com as palmas para baixo, de modo a esconder as partes sujas. Ao fazer isso, notou que outros cavalheiros da platéia, meticulosamente vestidos, faziam o mesmo.

Meyer queixou-se a John Brown, Assistente da Gerência: – Estas luvas eram brancas quando cheguei, veja como estão agora!

– Você é um editor, Paul – respondeu sorrindo o Sr. Brown, – acha que poderia imprimir um programa melhor?

Meyer concordou. No dia seguinte, telefonou para Otto H. Kahn, Assistente dos Diretores do teatro, e marcou uma entrevista para a semana seguinte. Enquanto esperava, estudou novo formato para o programa. Quando o Sr. Kahn viu o modelo apresentado, ficou encantado, mas suas palavras desanimaram Paul Meyer. Disse ele que, como o novo programa traria anúncios, o Metropolitan Opera cobraria 27.500 dólares por temporada, pelo contrato de impressão.

O rosto de Paul Meyer não demonstrou seu desapontamento. Assegurou ao Sr. Kahn que ia estudar o assunto.

Sozinho com seus pensamentos, deu vazão ao desânimo. Tinha problemas financeiros urgentes. Como poderia levantar 27.500 dólares, além do custo da impressão? A publicação era nova e não se fizera ainda nenhuma experiência no gênero.

Os anunciantes quereriam gastar dinheiro no programa? Sabia que precisava solucionar rapidamente o assunto, ou informar ao Sr. Kahn que

desistira. A Diretoria do Metropolitan House não faria negócios com um aventureiro. Era uma casa muito "exigente" para admitir esse tipo de gente ! Trabalha apenas com gente selecionada.

Selecionada!

Não havia palavra que descrevesse melhor a audiência do Metropolitan Opera House daqueles tempos. E era essa audiência que iria ler no programa.

Rapidamente, Meyer marcou entrevistas com os mais conhecidos anunciantes com que lhe foi possível estabelecer contato. Falava-lhes sobre o programa, resumindo sua idéia.

A todos eles, aconselhava: *"O senhor sabe, uma organização exigente como o Metropolitan somente aceita empresas selecionadas e estas é que estão sendo convidadas a anunciar. Esta é a sua oportunidade de ser incluído – ou ficar de fora!"*

Os resultados apareceram logo. Os Pianos Knabe, Aeolian e Haidman Peck fizeram logo seus contratos. As Pratas Gorham. A Companhia Americana de Tabacos, e muitas outras firmas prometeram comprar espaço. Companhia de Fonógrafos, como a Victor, a Columbia e a Brunswick seguiram o exemplo das outras. Na base das comissões que recebeu, Paul Meyer conseguiu levantar a quantia necessária para assegurar o contrato de publicação dos programas.

A primeira edição do novo Programa do Metropolitan Opera House foi distribuída na noite de abertura da temporada de 1911-1912. Causou tantos comentários, que os repórteres da época afirmaram que as brilhantes figuras da sociedade esqueceram-se, por algum tempo, de olhar umas para as outras! A situação financeira de Paul Meyer deu um enorme passo à frente e ele continuou a editar o Programa da Ópera por dez anos!

O programa, em si, marcou nova era das publicações congêneres. Sua idéia básica tem sido seguida, até hoje, por toda companhia de ópera, de teatros e concertos sinfônicos. No íntimo, todas as firmas procuradas quiseram, ser selecionadas como "uma das mais destacadas empresas da América..."

Este Apelo Emocional, interrompendo a Preocupação, fez com que todos se interessassem rapidamente pelo assunto. Seguiu-se a ação.

O Desejo de Consideração existe em toda companhia, como em todas as pessoas. É um ingrediente essencial no desejo de progredir.

Torna-se mais intenso no momento em que temos idade suficiente para nos comunicarmos com um grito, um sorriso ou uma cara fechada. À medida que vamos crescendo, O Desejo de Consideração torna-se tão necessário quanto a respiração, tão pessoal quanto o orgulho.

O Desejo de Consideração é inato em todos, uma parte emocional da personalidade. A comunicação, feita através desse Apelo Emocional aplicado, com propriedade, pode executar qualquer coisa, não havendo limite para suas possibilidades.

Certa vez, um letreiro escrito à mão em frente à entrada de uma casa de New Jersey despertou minha curiosidade. Observei dois garotos munidos de pás, passar pelo letreiro, dirigindo-se aos fundos da casa.

Lá, reuniram-se a quatro outros rapazinhos que se preparavam para atacar um monte de areia, enquanto um homem, sorrindo, erguia a mão, pedindo silêncio.

O homem contou-me, mais tarde, que tinha de remover aquela areia, para substituí-la por terra. Por estar doente, não podia executar pessoalmente a tareia. Colocara um cartaz em frente à casa, oferecendo um dólar para quem quisesse remover a areia dos fundos da casa.

Não apareceu ninguém. Subira o preço para dólar e meio, depois para dois dólares e contudo não obteve receptividade.

Certo dia, ficou a observar um grupo de garotos da vizinhança competindo em corridas, leituras, pulos e jogos de força. Depois disso, retirou o cartaz e substituiu-o pelo que eu vira e que dizia:

> 75 centavos para o menino que conseguir fazer o maior monte de areia na porta de minha garagem, hoje, domingo, às 3 horas, depois que eu disser:
>
> COMEÇAR!

Entre os meninos da vizinhança, o Desejo de Consideração tinha mais Apelo Emocional que o Dinheiro oferecido!

Em todo assunto existe um "fator de atenção" que pode ser determinado. Se fizermos tinia escolha acertada entre as QUATRO GRANDES razões que levam as pessoas a ouvir, a comunicação torna-se mais eficiente, mais agradável e mais persuasiva.

O Apelo Emocional bem dirigido, quer expresso em palavras, quer em atos, ajuda a ganhar tempo e a evitar aborrecimentos. Uma observação objetiva da pessoa que você deseja atingir muitas vezes indica que a escolha "acertada" está no terreno do Desejo de Consideração.

Um leiteiro aprendeu essa lição, quando sua paciência já estava atingindo o limite!

Certa madrugada, na semi-escuridão que antecede o raiar do dia, o leiteiro preparava-se para entregar dois quartos de litro numa casinha situada em local agradável, de propriedade de uma viúva de meia-idade, Levantou a tampa da caixa de leite com a mão esquerda e colocou as garrafas de leite com a direita. Quando retirou a mão, deu um grito.

Um pedaço de metal serrilhado, dentro da caixa, arranhara-lhe inesperadamente o pulso. O leiteiro pegou a lanterna, antes de retirar as garrafas vazias e voltou ao carro, lambendo o pulso ferido.

Escreveu um bilhete para a viúva e colocou-o na caixa: "Faça o favor de mandar consertar a caixa do leite. Cortei a mão hoje de manhã". (Assinado) O Leiteiro".

Dois dias depois, fez a próxima entrega. Levantando a tampa da caixa, colocou as garrafas de leite.

– Ai...! – gritou, limpando a mão no avental. O pedaço de metal cortara-lhe dois dedos da mão direita.

A viúva não consertara a caixa! Escreveu outro bilhete e prendeu-o a uma das garrafas de leite.

– Coitado do leiteiro1 – murmurou a viúva, depois de ler o bilhete. Preciso me lembrar de mandar consertar aquela caixa.

Mas não se lembrou.

Aborrecido, o leiteiro resolveu visitar a senhora, depois de terminar suas entregas. Ao ver a mão enfaixada do homem e ouvir suas queixas, ela se desculpou muito. Assegurou-lhe que mandaria consertar a caixa aquele dia mesmo.

O leiteiro agradeceu e saiu da casa, decorada com muito gosto. Na manhã seguinte, ao fazer sua entrega habitual, antes do dia clarear, não usou a lanterna. Soltou novo grito. Voltou ao carro, ruminando os piores pensamentos contra a dona da casa. Envolveu com um lenço o novo machucado no dedo e pegou, dentro do caminhão, um pedaço de papelão. Em grossas letras de imprensa, começou a escrever outro bilhete para a viúva.

O dia clareava e ele olhou para a casa. Notou a grama bem aparada, a escolha dos arbustos e a pintura externa. Lembrou-se da meticulosa decoração do interior e, rasgando o bilhete que escrevera, e no qual procurava vingar-se do desleixo da dona da casa, escreveu este outro:

"Prezada Sra. A. : sou a sua Caixa de Leite. Por favor, conserte-me! Tudo mais é tão bonito, dentro e fora de sua casa... (Assinado) sua caixa de Leite".

A senhora leu o bilhete, reprovou-se por seu esquecimento e mandou consertar a caixa. Duas manhãs depois, o leiteiro aproximou-se com cuidado da caixa, com a lanterna acesa.

Em uma das duas garrafas vazias, encontrou um bilhete: "Obrigada por ter-me lembrado, Sr. Leiteiro. A caixa está consertada agora e espero que o senhor goste de sua nova cor. Fiz o possível para combiná-la com a parte externa da casa (Assinada) Sra. A.".

COMO SE TORNAR MAIS ESTIMADO.

Um de meus alunos, rapaz alto e simpático, de cabelos pretos e maliciosos olhos castanho-escuro, fora soldado de cavalaria na II Guerra Mundial. Chamava-se Michael.

Depois que assistiu a uma conferência e a uma demonstração em aula das vantagens da Nova Experiência Romântica, para quem desejava ser recordado pelos outros, mudou definitivamente seu nome para "Mike, o Risonho." Não só mudou de nome, como fez jus a ele. E contou-me que a mudança tornara-o mais calmo, ajudando-o a ter melhor perspectiva das coisas.

Preocupado com os detalhes, até certo exagero em suas roupas combinava, com grande gosto, com o todo de sua aparência. Desta, como da escolha de suas roupas, seu senso de humor e variedade de anedotas que conhecia, Mike tinha grande orgulho. Preparava com originalidade e capricho seus trabalhos de classe e ficava ansioso para se exibir diante de uma audiência.

Os outros alunos gostavam de Mike, que se apressava em notar uma mudança de penteado ou uma roupa nova dos colegas... era sincero em seus elogios.., evitava fazer críticas.., estava sempre alerta, agradecendo os menores favores. Treinou-se a fitar nos olhos seu interlocutor, quando falava: quando lhe falavam, seus olhos e seu sorriso acolhedor denotavam atenção.

Mike, o Risonho, era o aluno mais popular da classe.

Certa manhã de segunda-feira, contou-me ele que dormira maravilhosamente e acordara sentindo-se "um milionário". O dia estava lindo, ele estava de folga e ia almoçar em companhia da namorada, um fabuloso modelo chamado Marie.

Depois do banho, saboreava tranqüilamente o delicioso pequeno almoço que a mãe preparara e começara a vestir-se para o encontro.

Decidiu-se a usar um terno cor de vinho com "pois" mais claros, que por muito tempo admirara na vitrina de uma elegante loja. Olhando-se ao espelho, fazia e desfazia o nó da gravata vermelho-claro com grandes bordados em branco, e que combinava às maravilhas com a camisa rosa-pastel.

Antes de sair, revistou a toalete num espelho de corpo inteiro, ajeitou mais uma vez a gravata dos X e despediu-se da mãe.

Chegando embaixo, abriu a caixa do correio. Lá viu um envelope branco, bastante grosso, endereçado à mãe. Trazia apenas seu nome, sem endereço nem nome do remetente. Cheio de curiosidade, abriu o envelope e encontrou quatro notas de cinqüenta dólares dentro de uma folha de papel dobrada, na qual se lia:

"Michael:
Você vai ficar surpreendido, quando receber este dinheiro. Sei disso, mas acredite que este negócio vem me amolando o juízo todos esses anos, Você foi muito camarada, emprestando-me aqueles duzentos, depois que acabei de perder, até quase a camisa, naquele jogo de pôquer, no bar do Mickey, durante a guerra. Mais uma vez, muito obrigado. Sinto ter custado tanto a descobrir onde você morava, para poder pagar-lhe os duzentos".

Os olhos de Mike brilharam, divertidos, ao lembrar-se do camarada e do incidente. Sentiu-se mais radiante ainda, como se um círculo de alegria o envolvesse.

Encontrar dinheiro! Duzentos dólares, e *seus*!

Que dia! Toda a humanidade era maravilhosa!

Mike desceu a rua assobiando. A mão esquerda não se cansava de segurar os duzentos dólares caídos do céu. Seu sorriso ampliava-se, num halo de felicidade.

Fred, vizinho e amigo de longos anos, vinha a seu encontro, com uma cesta cheia de legumes.

– Alô, Mike? – disse Fred.

– Alô, Fred, – respondeu Mike, sorridente. – Lindo dia, não?

– É verdade, uma beleza, – respondeu Fred, parando. – Gostaria de poder dizer o mesmo da indumentária que está usando. Eu o vi, quando vinha a mais de uma quadra de distância. Virgem Santa! Uma gravata com enormes X brancos? – Fred abanou a cabeça, desdenhosamente. – Francamente, Mike, você sabe escolher fantasias... !

Mike, o Risonho, parou de sorrir.

Seu estado de espírito *mudou instantaneamente!*

Enquanto Fred seguia seu caminho, abanando a cabeça desdenhosamente, Mike, o Risonho, *amuou*.

Daí para diante, passou a não gostar de Fred. Além disso, deixou de fazer compras no supermercado no qual Fred vendia legumes e frutas.

O Desejo de Consideração, sob suas formas positiva e negativa, mostrara subitamente os dentes!

Mais que qualquer outra pessoa, aquele que se preocupa demais com a impressão causada nos outros está pronto a explodir ou ferver com um "fogo lento" que é capaz de durar a vida inteira.

Já que o Desejo de Consideração, com seus anseios e temores, é parte tão vital dos sentimentos das pessoas, as palavras e atos carregados desse Apelo Emocional devem ser constantemente controlados. Expressões escolhidas ao acaso e que contenham fator negativo com relação ao Desejo de Consideração, quer para uma pessoa, quer para um grupo, podem provocar desgosto, ódio, inimizade ou violência.

Na comunicação humana, o Desejo de Consideração é um Apelo Emocional capaz de interromper a Preocupação. Penetrar no espírito ou mudar um modo de pensar. Relaciona-se com o orgulho, a opinião, a apreciação; identifica-se com o modo de vestir, a aparência e procedimento das pessoas, dos produtos, acontecimentos ou de organizações. Abrange o amor pela solidão, a popularidade e o modo pelo qual você aparece "aos olhos dos outros".

Parecer "bem" aos outros é importante para nós, E é um fato emocional, mais que uma "pose", o gesto da moça solteira, de 35 anos, que contou à tia o susto que levou, quando encontrou quatro garrafas vazias de whisky em sua lata de lixo.

– Fiquei tão embaraçada! – falou afetadamente. Tirei-as de lá imediatamente. Teria graça se o lixeiro fosse pensar que gosto de beber!

– É, não teria graça nenhuma – concordou a tia.

– E que fez com as garrafas?

– Bem, há um ministro que mora ao lado, – confessou ela. – Coloquei as garrafas na lata de lixo dele. *Todos sabem que ele não bebe.*

O Desejo de Consideração faz muita gente falsificar verdades íntimas, com expressões e aparências externas. Essas "falsas aparências podem incluir a preocupação de Proclamar o nome de família, exageros, exibicionismos, aventuras imaginárias, ou levam a pessoa a viver acima dos próprios recursos.

Não é raro ver pessoas para quem o Desejo de Consideração é particularmente importante: despejar um whisky mais barato na garrafa de outro cuja marca é conhecida como mais cara... Sabe, muitas vezes, que isso e ilegal, porque em todas as garrafas está escrito: "A Lei Federal proíbe a venda desta garrafa, ou que ela seja usada novamente." Mas... deseja causar boa impressão aos convidados...

Por razões ligadas ao Desejo de Consideração, muitas pessoas praticam a troca de etiquetas.

Um homem ou uma mulher compra roupas numa liquidação ou numa casa modesta. Em seguida, consegue uma etiqueta de uma casa ou costureiro muito conhecidos por suas roupas caras e modelos exclusivos. Essa pessoa costuma entregar à dona da casa onde vai de visita o casaco de peles com a etiqueta da casa elegante e careira ... virada para cima ... de modo a impressionar bem.

O homem que quer se mostrar, desabotoa o paletó e procura algo no bolso onde está cosida a etiqueta, de modo a que seja vista por quem deseja impressionar!

Milhares de pessoas, sem que u saibamos, exprimem seu Desejo de Consideração por atos extremos, semelhantes a esses. Haverá algo errado com essa gente? Raramente. São pessoas que vivem a seu lado, trabalham com você, com as quais você se encontra. São criaturas humanas, agindo *naturalmente*!

Se você deseja sinceramente que essas pessoas gostem mais de você, mostre que ESTÁ impressionado com suas palavras, atos ou posses!

Muito simples, não?

Quando você ajuda uma pessoa obcecada pelo Desejo de Consideração a "parecer melhor", está pavimentando o caminho para ser mais estimado; quando suas palavras ou ações fazem essa pessoa "parecer mal". Cuidado !

O componente emocional da Consideração pode ser um perigo, um explosivo verbal e ativo, ou um impulso poderoso para a realização. Pode tornar-nos aduladores e maneirosos, levar-nos a elogiar ou criticar. No calor de uma discussão, você pode dizer: – Você está louco! Você não sabe o que está dizendo!

Ou – Que tolice! Você devia mandar examinar essa cabeça?

– Se você tivesse um pingo de juízo, jamais diria unta coisa dessas!

Juízo? Sem juízo somos nós ! Essas observações nos dão poucas possibilidades de motivar, persuadir, ou nos tornar mais queridos pelo nosso interlocutor.

Estaremos usando um bom Apelo Emocional? Não! Esse modo de falar ofende o desejo vital de Consideração.

Quando nos mostramos mais espertos, ajuizados ou sensíveis que aqueles com quem nos comunicamos, diminuímos nossa oportunidade de convencer, de nos fazermos respeitados ou apreciados.

Emocionalmente, nossa atenção deve concentrar-se nas necessidades dos outros e não em nós mesmos.

Use os ouvidos! Aprenda a *ouvir* quando os outros falam. Suas palavras e atos revelam repetidamente para onde se dirige a *Grande* força que os fará ouvi-lo também, vencendo a Preocupação, bem como o Apelo Emocional que os fará interessados.

Escute com os olhos! É um meio de satisfazer o sempre presente Desejo de Consideração e ser-lhe-á muito útil. Você não precisa dizer uma só palavra.

A profundidade de seu interesse transparece nos olhos e na expressão de seu rosto. É o que todos aqueles que lhe falam desejam de você!

"O silêncio atencioso" é expressivo, impressiona e ativa satisfatoriamente o contato entre quem fala e quem ouve.

Deixe de lado seus aborrecimentos, suas operações, filhos, fracassos e queixas em suas comunicações com os outros. Se lhe fizerem perguntas sobre esses assuntos, responda com um sorriso, de modo breve e cortês.

Falar sobre defeitos físicos, tristezas, falta de sorte e saúde deficiente produz uma reação negativa em relação ao Desejo de Consideração. Embora você possa encontrar prazer nesses assuntos que provocam autopiedade, são assuntos tão pessoais, que seus ouvintes podem sentir-se de fora e logo se tornam Preocupados.

A atenção está concentrada sobre você e não sobre sua *audiência*.

– Eu não deveria ter vindo à sua festa, Harriet, diz você, à dona da casa, enquanto dois outros convidados observam. – Estou com forte resfriado de nariz e espirrei o dia todo. Veja só esta espinha arrebentando em meu queixo. Eu deveria ter ficado em casa, de cama!

Como reagem Harriet e as outras pessoas que o ouvem? Cada uma delas pensa consigo: "Teria sido melhor, mesmo, que ficasse em casa. Tenho minhas preocupações e não vim à festa para ouvir as dos outros!"

Para que você se faça estimado, seus interlocutores precisam sentir-se mais importantes que você e não o contrário.

A pessoa que fala nunca é mais importante que aquela que ouve.

Quem ouve é a razão do discurso; o leitor é o objetivo do escritor; o cliente é o alvo do vendedor; o advogado é o "muro de lamentações" do cliente. Em todos os casos, a tentativa de comunicação atua também reciprocamente.

Quando contratamos os serviços de um advogado, desejamos proteger-nos, à nossa propriedade, nosso dinheiro, ou ao bem-estar daqueles que nos são caros. Como queixosos, desejamos a satisfação de estar com a razão e vencer a causa. Com defensores, tememos perder a ação. Tal perda pode afetar nossa saúde, nossas finanças, nosso prestígio ou aspirações.

O advogado cuidadoso e de sucesso mostra grande conhecimento do Desejo de Consideração. Descobrirá nosso ponto de vista emocional e agirá de acordo com ele, fazendo-nos sentir importantes. Ganhando nossa confiança e colaboração, consegue, em geral, apresentar a causa sob melhor aspecto.

Consegue a nossa amizade.

O Apelo Emocional de suas palavras e ações nos faz sentir melhor, nos transforma em clientes mais satisfeitos que o recomendarão a outros clientes, independentemente do resultado da ação.

O uso bem feito dos ouvidos, dos olhos e do Apelo Emocional ligado ao Desejo de Consideração pode fazer com que *qualquer* advogado ou *qualquer* outra pessoa seja mais estimada e tenha maior sucesso em suas relações.

Um pintor de paredes contratou lições de dança por um ano, em uma luxuosa escola. Depois de começar o curso, verificou ser-lhe impossível pagar o preço combinado. Consultou um advogado que lhe disse ser o contrato assinado com a escola muito duro e difícil de revogar. Desanimado, o cliente, cuja roupa mostrava ainda velhas manchas de tinta, pôs-se de pé para sair.

– Espere um momento – falou o advogado.

Passou em revista, rapidamente, os Quatro Grandes Apelos Emocionais e chegou à conclusão de que a Escola de Danças seria indiferente ao Apelo do Instinto de Conservação, do Amor e do Dinheiro. Aliás, Dinheiro era, sem dúvida, a razão de querer ela manter o contrato.

Por eliminação, ficou o Desejo de Consideração, que deveria ser o mais forte Apelo Emocional a ser usado pelo pintor, e era preciso torná-lo mais forte, para a escola de danças, que ganhar Dinheiro e manter o contrato. O advogado aconselhou o pintor a comparecer às próximas aulas vestindo suas roupas de trabalho!

A diretoria da escola ficou tão preocupada com a desmoralização que a aparência do pintor poderia trazer ao estabelecimento que admitiu

sua derrota, rasgou o contrato e fez o pintor economizar cerca de 3.100 dólares!

O Desejo de Consideração é o quarto dos maiores indicadores emocionais que governam nossas atitudes, desejos, realizações ou reações. Já que existe sempre um fator emocional por trás de tudo que dizemos ou fazemos, palavras e atos ligados ao Desejo de Consideração podem constituir o estímulo para vencer a Preocupação e tornar as pessoas receptivas para nos ouvir, concordar, rejeitar ou gostar de nós.

Projetado com inteligência, persistência e reconhecimento da emoção favorável, o Desejo de Consideração representa uma força poderosa capaz de melhorar a Personalidade e o poder de Persuasão. Usado irrefletidamente, pode provocar conflito, transformar rapidamente perspectivas e atitudes, além de provocar contínuos aborrecimentos.

Controle suas palavras e ações. Caso contrário, poderão ter efeito negativo, quando você procura comunicar-se.

Lembre-se de que a pessoa que o ouve é muito importante.

Mesmo quando pedir a um menino de dez anos, seu vizinho, para levar seu terno à lavanderia, deve procurar ver o ponto de vista dele sobre a situação. Se não o fizer o garoto poderá responder prontamente: – Leve você mesmo!

Se sua personalidade não tiver tido, para ele, o Apelo Emocional adequado, ele provavelmente se recusará a fazer-lhe o furor, quer você lhe prometa dinheiro, quer não.

Outro meio de usar o Desejo de Consideração para aumentar sua popularidade é evitar muitos pedidos de desculpas, perdões e explicações.

A maioria dos álibis e das desculpas são falsos.

Na maior parte das vezes, apresentamos desculpas para "não ficar mal" perante os outros, ocasionalmente, para não ficar mal perante nós mesmos.

O álibi faz parte do Desejo de Consideração. Poucas pessoas deixam de apresentar desculpas, a menos que estejam tão evidentemente

erradas que não se julgam capazes de lutar. Se acham que ainda podem lutar, costumam blefar – só pelo prazer de vencer, enganando...

Dependendo da personalidade emocional da pessoa, da força de sua imaginação e, particularmente, da situação, estaremos sempre cercados de mentiras e de mentirosos.

Durante as temporadas de beisebol e de corridas, a mentira floresce, como um esporte nacional.

– Sinto muito, Chefe – resmunga Artur. – Estou com um zumbido nos ouvidos... Acho que peguei uma forte gripe. Posso sair mais cedo hoje?

Depois de obter a licença do chefe, centenas de "Artures" se reúnem aos amigos, nos campos de corrida ou de beisebol!

Infelizmente, todos nós desejamos causar boa impressão, e que os outros gostem de nós. Essas necessidades emocionais obscurecem muitas verdades e nos vemos envolvidos em temores e reações contraditórias.

Mentimos, tentamos salvar as aparências e conservar as boas graças dos outros, de acordo com nossa concepção particular do que é certo e errado.

No que diz respeito a mentiras e desculpas relacionadas com desejos e temores ligados ao Desejo de Consideração o uso eficiente do Apelo Emocional salienta a necessidade de nos concentrarmos nos outros, antes de pensarmos em nós mesmos. Sendo mais *verdadeiros* no que nos diz respeito, podemos dar maior Consideração aos outros e nos tornar mais estimados. *Uma vez mais estimados, aumentamos nossa iniciativa e melhoramos nossa personalidade.*

Logo nos tornamos mais persuasivos.

Por vezes, nossa língua titubeia e as palavras saem gaguejadas. Quem nos ouve acha graça.

Para que desculpar-se profusamente? Ria também! Acharam graça em você? Você tem que enfrentar este fato: você está agindo como criatura humana, sujeita a erros. Assim é que deve ser, emocionalmente. Portanto, aja com naturalidade.

Ouvi, certa vez, excelente orador misturar meia dúzia de palavras.

Apesar da seriedade do assunto, a audiência caiu na risada. Ao invés de se desculpar, com palavras pouco convincentes, o orador riu-se também. Quando a assistência se aquietou, contou uma anedota em que havia também palavras mal pronunciadas.

Todos riram novamente e apreciaram-no melhor pelo seu espírito. Nenhuma desculpa ou explicação foram dadas, contudo a assistência compreendeu que o conferencista admitia seu erro. Fez com que a assistência se sentisse grande e ele pequeno.

Errar é humano, não é?

Quando você chegar atrasado a um encontro, desculpe-se dizendo apenas: – Sinto muito tê-lo feito esperar. Estou bastante atrasado.

Mude de assunto tão rapidamente quanto possível, deixando o outro ficar com a vantagem. Ele ou ela desejam essa Consideração!

Quando você tem uma forte dor de cabeça, e deseja causar boa impressão nos outros, não chame atenção para seu problema. Seu interlocutor, paciente ou cliente quer ser mais importante que você, portanto deixe-o satisfazer esse desejo de Considerarão!

Para que chamar a atenção para uma inferioridade física, um erro ou uma fraqueza?

Fique muito tempo falando sobre seu cabelo, difícil de arrumar, sobre seus sapatos que não foram engraxados, seu nariz brilhante ou sua aparência mal arranjada e seu interlocutor sentir-se-á abandonado.

Elimine desculpas, pedidos de perdão e álibis!

Toda pessoa que ouve outra tem, pelo menos, tantas desgraças para contar como a me fala!

Se a pequena Matilde, de oito anos de idade, é disfarçadamente empurrada para o piano, a fim de dar um recital especial para a tia Ofélia, não se desculpe, dizendo: – Vocês sabem, há três anos, apenas, que Matilde está aprendendo piano!

A tia Ofélia não precisa ouvir desculpas pelos erros de Matilde. É uma mulher corajosa, capaz de ouvir, sorrindo. Nada diga e os erros de Matilde não parecerão tão graves.

Tossir, limpar a garganta, afrouxar o colarinho, dar uma olhadela ao espelho, para ver se tudo está em ordem, ajustar a roupa e coisas semelhantes constituem gestos naturais, estritamente pessoais. Não serão estritamente pessoais, quando você tiver audiência.

Tais maneirismos são considerados como nervosismo, falta de confiança ou de boas maneiras. Focalizam o lado errado do Desejo de Consideração.

Se você se considera gorda demais, magra demais, muito alta ou muito baixa, por que demonstrá-lo continuamente?

Se você tem fraquezas, pedidos de desculpas e explicações servirão apenas para torná-las mais evidentes. Quando quiser chamar, a atenção sobre si, faça-o para seus pontos *fortes*: para os fatores que fazem com que você seja ouvido, para seu Apelo Emocional.

Faça com que seu interlocutor se sinta mais importante e não você! Você conta uma anedota. "E assim, o macaco de três cabeças não sabia qual das três coçar!"

Você ri, quando diz esta frase, mas os que o ouvem não se alteram. Experimenta de novo...

"Bem, três cabeças num macaco é coisa bem estranha, sem dúvida, entenderam? Assim, ele não sabia qual delas coçar!"

Os ouvintes suspiram e você se sente mais gelado que o chão de um congelador. Sua piada não surtiu efeito e você se sente terrivelmente mal.

Bem merecido, pois você violou um princípio importante da Consideração. Quando sua piada ou trocadilho não provocar risos, como você esperava, por que explicá-la?

Mal você começa a explicar, seus ouvintes compreendem que você subestima sua inteligência. Uma vez pensando isso, não pensarão bem de você...

Seu interlocutor quer ser considerado inteligente e não o contrário. Se você tem complexo de inferioridade, use a força motriz do Apelo Emocional ligado ao Desejo de Consideração, e cure-se. *Diga* aos outros que se considera inferior.

Todos passarão a gostar mais de você, ficarão agradecidos pelo elogio indireto que lhes faz e seu sentimento de inferioridade em breve terá desaparecido.

Não chame atenção para sina pessoa. Cada fez Que o fizer, estará diminuindo seus ouvintes.

Deixe que suas palavras e atos satisfaçam a fome de Consideração de seus ouvintes, não a sua própria.

Em Providence, Rhode Island, pouco depois da Guerra Civil, um candidato a cargo político ganhou uma eleição por ter tomado essa atitude! Dois homens candidataram-se à Assembléia dos Estados Unidos. Um fora general durante a guerra, o outro soldado.

Na véspera do dia da eleição, ambos fizeram o discurso final de suas campanhas.

O general foi enfático: – Todos sabem que sou um General, um homem de grande responsabilidade. Se meu honrado adversário é realmente digno de representá-los no Congresso, por que não foi ele promovido a General? Portanto, amanhã, votem comigo, com seu General!

A multidão aplaudiu barulhentamente e o General sentou-se.

Modestamente, o ex-soldado levantou-se. Podia contradizer o raciocínio do General?

– O General disse-lhes a verdade – começou ele. – Durante a guerra, ele foi General e eu soldado raso. Amanhã é Dia de Eleição e os senhores têm o direito de votar. – Levantou a mão direita, de modo dramático e, ergueu a voz: – Todos, entre os senhores, que forem generais, votem com ele. Os soldados que votem comigo!

O "soldado" e a prova de Consideração que demonstrou pelo eleitorado ganharam a eleição, com grande margem.

Oliver Wendell Holmes fez, certa vez, uma relação das pessoas de quem não gostava: "As pessoas que sabem tudo; as barulhentas; as que falam de suas doenças e dores; as que tomam grandes ares, como se fôssemos insetos; as choronas".

Talvez você acrescente outras, na lista do Dr. Holmes. Talvez esteja se lembrando de algum conhecido seu...

Dr. Holmes não gostara especialmente das pessoas que se faziam mais importantes que seus ouvintes.

Agora você já tem mais um segredo!

A razão pela qual muitas pessoas gostam de você é sentirem-se mais importantes em sua companhia! Você se mostra interessado nelas, em seus problemas... seus filhos... seus sucessos.

Poderá demonstrar esse interesse por meio de *palavras*, pela sinceridade... por seus *atos*.., pela sua maneira de *ouvir*.

Tal consideração pelos sentimentos dos outros granjeará maior Consideração para com você.

É o meio mais certo de se fazer estimado por maior número de pessoas.

A FORÇA DO ELOGIO

Um sujeito metido a engraçado, de 29 anos de idade, foi procurar emprego numa fábrica de ferramentas.

A entrevistadora era uma mulher séria, bem vestida, de trinta e tantos anos, com espinhas no queixo e farto buço.

– Em primeiro lugar – disse ela. – Quantos anos tem o senhor?

– Estou no tempo das ilusões perdidos... – respondeu o rapaz, sorrindo. – Como a senhora.

A mulher riu. – Quer dizer que você tem a mesma idade que eu?

Ele concordou: – Mais ou menos.

Tranqüilamente, a entrevistadora perguntou: – E que idade tenho eu?

O rapaz se torceu na cadeira.

– Vamos – insistiu a entrevistadora. – Por que hesita?

– Não sei se lhe dou dez anos menos, por causa de seu bonito rosto, ou dez anos mais, pela sua inteligência, – respondeu o rapaz.

A senhora ficou muito vermelha e mudou de assunto. Em poucos minutos, deu por encerrada a entrevista.

Seja sincero em seus elogios. Ofereça-os discriminadamente. Que sejam baseados na pessoa que os recebe e nas circunstâncias.

"Tirem todos os espelhos de uma mulher" – disse Madame Pompadour – "e ainda assim os olhares dos homens dir-lhe-ão que é bonita. Tirem-lhe os olhares masculinos, e ainda assim os das mulheres e crianças ainda lhe dirão o mesmo. Uma mulher bonita e outra que não o é são coisas tão diferentes, que a própria natureza se apresenta a ambas sob diferentes aspectos."

A entrevistadora não tinha um rosto bonito e sabia disso. Para ela, o falso elogio era um insulto e uma zombaria a uma parte óbvia de seu ser emocional, isto é, seu rosto!

As palavras elogiosas são uma necessidade mundialmente reconhecida, mas é preciso prever sempre as reações individuais.

Poucas experiências são mais agradáveis, do ponto de vista emocional, que receber um elogio merecido. Poucas ocorrências serão emocionalmente mais desagradáveis que as palavras de crítica ou menosprezo.

Uma das razões pela qual muitas pessoas não conversam é não terem ninguém de quem falar.

A maioria das pessoas gosta de achar defeitos nos outros. Raramente compreendemos que estamos exagerando nossa própria importância, quando menosprezamos os outros. Se descobrimos e comentamos indevidamente os defeitos dos outros, mostramos não ter confiança em nós mesmos.

Quando fazemos um projeto, desejamos aprovação... Se preparamos um prato, experimentando o tempero, gastando tempo e esforço para servi-lo com orgulho, esperamos alguma palavra elogiosa. Se não a ouvirmos, ficaremos magoados e com razão. Nosso Desejo de Consideração foi menoscabado.

Muitas vezes, a diferença entre a boa e a má dona de casa é uma palavra de elogio sincero.

A irritabilidade e as discussões costumam ser o meio de que lançamos mão para nos compensar dessa injustiça. Somos capazes de guardar um ódio que espera a ocasião para destilar veneno.

Se não explodimos é, provavelmente, devido à presença de outras pessoas, e porque queremos parecer indiferentes às provas de Consideração.

Quando as palavras e ações violam o Desejo de Consideração podem estimular conflitos emocionais. Tais conflitos costumam manifestar-se por súbitos acessos de raiva, teimosia inesperada, aversões, violência física.

Entre maridos e mulheres, manifesta-se muitas vezes na recusa de um beijo ou de relações conjugais.

Uma mulher não gostava da cunhada porque, muitos anos antes, ouvira-a dizer a uma vizinha: – *Não sei como o marido pode suportar seus tolos amuos.*

Um homem deixou de falar com o irmão que observou, certa vez: – *Deus me livre de acordar de manhã e ver a cara da mulher dele olhando para mim, na cama!*

Emerson dizia: "Homem nenhum tem uma prosperidade tão grande e tão firme que não possa ser abalada com algumas palavras".

Muitas vezes as palavras e ações vão de encontro aos nossos sentimentos e desejos de Consideração.

Pense, por exemplo, uma mulher escolhendo um vestido verde e vermelho, para agradar ao marido; imagine um homem comprando um casaco cinza-escuro, com quadriculados que, está certo, sua mulher vai achar bonito e lembre-se do chapéu de abas quadradas que aquela moça comprou para agradar ao namorado.

Imagine agora o marido ridicularizando a mulher vestida com o vestido verde e vermelho, antes mesmo de saber o preço... a mulher debicando do marido, quando ele quer sua aprovação para o casaco quadriculado! E pense na fúria da moça quando o namorado a cumprimenta, no domingo, tão preocupado com um respingo de lama no

paletó, que nem reparara no chapéu novo. Quando ela pergunta "Que tal?", ele responde:

– Meu bem, este chapéu talvez ficasse bem numa mula de cabeça quadrada... Mas em você!

Que reação a dela!

E que me diz da vez que convidou sua amiga Ana para sua casa e antes colocou as cortinas azuis e marrons, quase caindo da escada?

É capaz de esquecer o que sentiu quando Ana, ao ver as cortinas, torceu o nariz e comentou: – Estão bonitas, mas acho que se fossem apenas azuis combinariam melhor com as paredes e os tapetes...

Você nunca mais convidou Ana com tanta freqüência como dantes, não é verdade?

Quando seu amigos escolhem roupas novas, um novo penteado, a decoração de um apartamento ou uma esposa, pode estar certo de que a escolha exigiu gosto pessoal e tempo. Seus amigos têm sentimento e desejam Consideração.

Assim sendo, mostre uma aprovação com um elogio. Peça a opinião dos amigos sobre alguns de seus problemas.

Seu poder de elogiar faz com que as pessoas desejem a sua presença... admirem-no... o defendam... e concordem com você.

As pessoas *precisam* que apreciemos seus trabalhos, sua voz, aparência, atitudes e atos.

A apreciação é uma silhueta indefinida, muitas vezes envolta no Desejo de Consideração.

Já que, como indivíduos, diferimos emocionalmente, o elogio pode ser expresso por muitos meios que vão de "Muito obrigado, é uma boa idéia, Frank!" "Devo cumprimentá-la pela sua capacidade, Cíntia. A reportagem está excelente"... até "Eu te amo!"

A não ser em casos de relações muito íntimas, o elogio feito na presença de outrem tem maior Apelo Emocional.

Para obter qualquer forma de estima pura, a persistência é uma virtude essencial. Quando tentamos sem muito afinco atingir nosso

objetivo nas amizades, no amor, na família, no casamento ou nos negócios, raramente conseguimos, realmente, obter o que desejamos. Quando tentamos *seriamente*, usando o Apelo Emocional *certo*, a estima e a Consideração nos serão dadas!

"Nada pode substituir a perseverança – escreveu Calvin Coolidge. – O talento não a substitui; nada mais comum que pessoas talentosas que não obtêm sucesso; o gênio também não. Os gênios injustiçados são quase proverbiais; também a instrução é incapaz de fazê-lo; o mundo está cheio de pessoas instruídas e fracassadas. A perseverança e a força de vontade são muito poderosas!"

"Hoje" – escreveu Cristóvão Colombo em seu diário de bordo, num frágil navio, em meio a um oceano desconhecido – "apesar de ameaças iminentes de motins e tempestades, *navegamos para Oeste, porque este era o nosso rumo*."

Para apressar reações de estima de uma pessoa, identifique, entre os Quatro Grandes Apelos Emocionais, qual o seu grande Apelo e segure com mão firme as rédeas de seu Poder de Elogiar. Mas, seja sincero.

Clarence Darrow, o famoso advogado, conta que certa vez avisou a um amigo que um dispositivo de seu testamento determinava a cremação de seu corpo, devendo as cinzas ser espalhadas de um outeiro que dá para o Jackson Park, em Chicago.

– Quando isso acontecer – falou o amigo, suspirando –, quem quiser obter um brilhante julgamento legal terá que percorrer todo o Jackson Park!

Clarence Darrow deve ter vibrado de satisfação e orgulho. Havia, no elogio, grande sinceridade.

A vontade de receber elogios existe em todos nós. Solte-a e o resultado será bom para você e seu interlocutor.

L. era estudante e viajava, como vendedor. Os barbeiros que o serviam, durante suas viagens sabiam que não tornariam a vê-lo nem conseguiriam fazer dele um cliente certo, e assim a tendência era fazerem o serviço "de qualquer jeito".

Sempre muito bem vestido, um dos maiores problemas de L., era: "Como fazer que um barbeiro desconhecido me faça um bom corte de cabelo?"

Solucionou o problema, usando o Desejo de Consideração, Apelo Emocional acertado para o caso.

Antes de sentar-se na cadeira do barbeiro, cumprimentava-o com um sorriso. O barbeiro, por sua vez, retribuía com um sorriso o cumprimento. Pouco depois de ter o barbeiro começado a trabalhar, L. dizia: – *Como o senhor tem as mãos leves! Quase não sinto que está cortando meu cabelo!*

Lisonjeado, o barbeiro procurava, depois disso, fazer o melhor trabalho possível, para não desmerecer o cumprimento. L. contou-me que os barbeiros passaram a cuidar dele tão bem que costumavam deixar os fregueses regulares à espera!

Se quer o cabelo bem cortado, experimente este Apelo Emocional em seu barbeiro, ainda mesmo que sejam velhos conhecidos!

Um elogio antecipado faz com que a pessoa deseje provar que o merecia. Se for necessário criticar, habitue-se a fazer a crítica junto com algum comentário agradável ao seu interlocutor. Sua crítica será mais persuasiva e você mais estimado.

Quando Betty chega novamente atrasada, um comentário como: – Você não consegue mesmo chegar à hora marcada! – é muito menos persuasivo e demonstra muito menos autocontrole seu que esse outro: – *Você é uma pessoa em que se pode confiar, em tantos outros aspectos, Betty. Por que essa dificuldade em cumprir horários?*

Procure o lado bom das pessoas, antes de falar sobre o mau. Para que construir uma barreira entre você e seu interlocutor? Lançando mão do Apelo Emocional, você pode perfeitamente construir uma *ponte*.

À medida que for praticando a arte de fazer elogios e de manifestar aos outros a segurança e o apreço que merecem, descobrirá que é muito mais fácil dizer coisas *agradáveis* do que descobrir erros. Para ser

agradável, é necessário usar palavras e praticar atos que contenham o Apelo Emocional acertado.

Não importa a quantidade de elogios que você faça, as pessoas com as quais se comunica não terão tempo de receber todos que merecem. Nem você de dizê-los!

Senão, veja o que diz Berton Braley sobre isso: "Se acha que uma pessoa merece elogios, faça-os AGORA... porque ela não poderá ler a pedra de sua sepultura, quando morrer!"

Faça do Poder de Elogiar importante ingrediente de Sua habilidade em motivar o interesse e fazer com que os outros atentem no que você diz. Acabará por dizer Palavras que contenham Apelo Emocional!

O DESEJO DE CONSIDERAÇÃO E A COMUNICAÇÃO.

Durante os anos em que dei aulas e fiz conferências sobre o Apelo Emocional, tenho tido grande satisfação ao tomar conhecimento dos inúmeros meios usados por meus alunos na aplicação da técnica aprendida, de modo a obter melhor compreensão de si próprios e maior sucesso na comunicação com os seus semelhantes.

Em noventa e nove por cento das vezes, as pessoas não se comunicam *verdadeiramente*, apenas tentam comunicar-se. E que diferença entre uma *tentativa* e o *sucesso*!

A diferença está no contato emocional feito. Quando o grande "fator de atenção" existente em cada um de nós é estimulado de maneira correta, é possível *penetrar* em nosso espírito e transformar atitudes. Se o contato emocional for inadequado ou se não houver contato, absolutamente, então será impossível transformar espíritos e atitudes.

O primeiro passo para que o contato produza a comunicação está em descobrir qual o Apelo Emocional capaz de conseguir a comunicação, entre os Quatro Grandes: Instinto de Conservação, Dinheiro, Amor e Desejo de Consideração. Uma vez identificado este

"fator de atenção", é mais fácil "atingir" a pessoa através de palavras e atos que contenham o Apelo Emocional acertado.

Como identificar o Apelo Emocional adequado para cada pessoa? Conhecendo as definições e os componentes dos Quatro Grandes e observando objetivamente as palavras e ações que caracterizam as pessoas que se deixam guiar por cada um deles.

Todos nós possuímos essas características, que podem ser notadas quando nos comunicamos com os outros. Usando a Técnica do Apelo Emocional, é possível identificar emocionalmente cada uma das pessoas com quem falamos.

Mesmo em situações nas quais a comunicação é extremamente pessoal, este é, sem dúvida, o caminho certo a seguir.

Meu aluno Ralph tinha um amigo, Tom, que se tornara alcoólatra.

Tom, que era contador, tentara a terapia pessoal e a de grupo, sem obter resultados.

Ralph e a mulher, June, queriam ajudar Tom. Sentiam que os especialistas por ele consultados não tinham conseguido "atingi-lo" nas suas mais profundas razões emocionais para beber ou não beber. Em geral, todos *tentavam* comunicar-se. Em particular, nenhum deles se comunicara com Tom, no que dizia respeito a suas necessidades pessoais e a seus sentimentos.

Para descobrir o GRANDE fator emocional que faria Tom ouvi-lo, Ralph procurou lembrar-se de todas as situações possíveis em que ele e Tom estiveram envolvidos, quando amigos de infância. Recordou-se dos tempos de guerra e de experiências mais recentes e fez uma lista.

Sabia que Tom era muito orgulhoso. Através dos anos, discutia e brigava com quem o ofendesse. Quando jovem, era superciumento e ficava exageradamente aborrecido quando outros rapazes olhavam para a moça que o acompanhava.

Quando arranjava uma namorada, a beleza era, para ele, qualidade importantíssima. Gostava de ser visto em companhia de bonitas pequenas e procurava certificar-se constantemente de que todos sabiam que a

pequena era sua namorada. Quando comprava roupas, a originalidade do modelo e o fato de melhorarem sua aparência tinham maior importância que o preço e Tom sempre gostara de ser elogiado pelo que possuía, por suas aventuras e importantes "relações".

Ralph sabia que Tom começara a beber demais quando estava na guerra. Em qualquer oportunidade, quando bebiam juntos, gostava de mostrar que bebia mais que todos, tornando-se centro das atenções, pela sua capacidade de beber.

Examinando esses e outros indícios, Ralph concluiu que o GRANDE Apelo Emocional de Tom era o Desejo de Consideração. Se fosse possível atingi-lo emocionalmente através da Consideração, pensou Ralph, Tom talvez começasse a tomar conhecimento, emocionalmente, da própria personalidade, a dominar e controlar sua tendência para a bebida.

Com o auxilio de Jane, Ralph planejou um meio de comunicação único, *especialíssimo*.

June e Ralph convidaram Tom e cinco outros amigos para jantar. Foram servidos os coquetéis. Depois da primeira rodada, Ralph retirou as bebidas e June anunciou que o jantar estava servido.

Havia oito lugares na mesa. Em cada lugar, pratos, talheres e guardanapos – exceto no de Tom.

No lugar dele havia apenas um copo.

Tom olhou para os outros lugares e ficou muito vermelho. Disse à dona da casa: – June, você se esqueceu de mim? Onde está o meu prato?

– Nós comemos nossos jantares, Tom, por isso usamos pratos - respondeu June. – Você, em geral, bebe o seu. Por isso mandei servi-lo num copo!

Tom estremeceu. Abaixou os olhos para a toalha, sentindo-se mais baixo que zero. – Prometo – disse em voz baixa – que você nunca mais se envergonhará de minha companhia. Agora, *por favor*, arranje-me um prato e talheres.

O incidente foi o primeiro passo para que Tom deixasse de beber. Pela primeira vez, alguém tinha conseguido comunicar-se com ele

emocionalmente, praticando uma cirurgia profunda em seus *sentimentos* e não nos seus pensamentos, fazendo-lhe ver o que havia de certo e de errado em seus atos, descobrindo um medo ligado ao Desejo de Consideração, numa pessoa para quem a Consideração era tudo.

A comunicação, corretamente *especializada* do ponto de vista emocional, atingira seu objetivo – Tom. E a reação emocional ficou gravada em sua memória, porque o "fator de atenção" escolhido estava *certo*!

Ralph e June contaram-me que Tom continuou amigo do casal e cumpriu a promessa que fizera. Continuou também a preocupar-se com a Consideração dos outros – o que foi maravilhoso –, demonstrando-o em suas palavras e ações. Cerca de três anos depois do "caso do copo", Tom casou-se. Embora vez por outra se juntasse aos amigos e bebesse um pouco, nunca mais tivera problemas para não beber demais, a ponto de chamar a atenção dos presentes.

A Srta. T., professora de uma escola superior, conseguiu uma comunicação de massas muito maior através do Apelo Emocional ligado ao Desejo de Consideração. Qual era o seu problema?

"Como usar o Apelo Emocional para aumentar o aproveitamento na minha pior turma de Francês?"

A Srta. T. andava desesperada com o baixo grau de aproveitamento de uma turma de 38 brotos. As notas eram quase todas 40. Partindo destes fatos, procurou descobrir o Apelo Emocional mais importantes, capaz de vencer a Preocupação de seus alunos e um modo de sugestioná-los. Depois de pesquisar os outros três Apelos Emocionais, decidiu que a solução de seu caso estava no Desejo de Consideração.

Foi, portanto, ao quadro-negro e, voltando-se para a turma, perguntou: – Sabem qual a nota mínima para passar de ano, em Francês? É 75 – respondeu ela própria, escrevendo o número no quadro.

– Sabem quais foram as notas que muitos de vocês tiveram no teste de ontem? – prosseguiu. – Essas notas foram muito baixas, variando de 40 a 55 e 60. Vamos escrever esses números também.

Escreveu. – Há alguma coisa de terrível, com relação a esses números? Claro que não. É uma vergonha, entretanto, ter um desses números, que correspondem a notas tão baixas, *ao lado de um nome* ... porque todos nós devemos nos orgulhar de nosso nome. Imaginem! M. Brown – 40; J. Gramme – 55; O. Zipey – 60; lamentou ela, escrevendo um nome ao lado de cada nota baixa.

– Acham os seus nomes suficientemente importantes para terem uma nota mais alta ao lado? Um número como 95, 85 ou 100? Se acham, vou dar-lhes uma oportunidade de prová-lo!

– Depois de amanhã, darei outra prova de francês. *O número escrito ao lado de cada nome mostrará a todos na classe, se este nome é importante – ou vale POUCO mais que nada!*

A Srta. T. contou-me que esse Apelo Emocional de massa aumentou as notas em 26%!

O Desejo de Consideração e o meio de perdê-la será sempre uma força emocional que resulta em realizações individuais ou de grupo, independentemente de problemas financeiros, educacionais, sociais e físicos. Muitas vezes, o Desejo de Consideração é que alimenta a firmeza das iniciativas e as ambições.

Beethoven era surdo; Lord Byron tinha um defeito no pé; Helen Keller era cega, surda e muda; Glenn Cunningham, um dos maiores corredores da história, tinha nas pernas músculos secos por uma queimadura, quando criança; Demóstenes era gago, tinha pulmões fracos e voz desagradável. Entretanto, tornou-se um dos mais persuasivos oradores que se conhece; Thomas Alva Edison, rapaz extremamente pobre, tornou-se famoso por suas realizações científicas. O popular cantor Perry Como era barbeiro de uma pequena cidade.

Esses indivíduos, e outros mais, viviam tão imbuídos do Desejo de Consideração que obtiveram maior controle emocional sobre si mesmos. Você também pode consegui-lo.

Se o Desejo de Consideração é seu GRANDE Apelo Emocional, você conseguirá mais depressa o que deseja lembrando-se do seguinte:

"Para receber Consideração, tem que dá-la também, em suas palavras e em seus atos".

Embora o grau de decisão varie com as pessoas, o desejo de conseguir o que desejamos muitas vezes nos torna impacientes.

O homem ou a mulher que têm um Desejo de Consideração especialmente forte em geral isola suas esperanças e vai em frente de qualquer maneira. Em muitos casos, acaba vencendo – mesmo contra dificuldades aparentemente invencíveis.

Carl Derose, "pitcher" do Kansas City Blues, sofria de uma dor no braço, que melhorava e tornava a voltar. Avisado de que sua carreira como jogador de beisebol estava praticamente encerrada, recusou-se a aceitar essa derrota física e emocional. Diligentemente, praticava e pedia uma oportunidade de jogar.

Impressionado com a persistência do rapaz, o treinador escalou-o para jogar contra o clube de Minneapolis, em 26 de junho de 1948. Saque após saque, Derose jogou magistralmente. Lá pelo meio do jogo, o braço começou a doer, mas o Minneapolis não conseguia marcar um só ponto.

Instigado pelo desejo de mostrar seu valor aos que dele duvidavam, Derose reuniu todas as parcelas de sua habilidade e de seu julgamento. Embora cada movimento provocasse dores cruciantes, prosseguiu sem desanimar para conseguir seu objetivo.

Inspirado nos esforços de Derose, sua equipe ganhou em cinco tempos e jogou um baseball impecável.

Quando a equipe do Minneapolis deu o nono saque, Derose, o jogador *fora de forma*, fizera o primeiro jogo *perfeito* da história da Associação Americana.

Nenhum ponto perdido, nenhuma falha, nem um só jogador do Minneapolis conseguiu alcançar a primeira base.

Confúcio disse: "Se eu estiver construindo uma montanha e parar antes de colocar no cume a última camada de terra, fracassei no meu trabalho!"

Quando o Desejo de Consideração dá o 1?npulso, a determinação conduz ao sucesso!

As pessoas que fazem um trabalho de criação, tal como escritores e artistas, são especialmente susceptíveis de se deixarem influenciar pelo Desejo de Consideração.

Muitas vezes, também, os que trabalham em ocupações menos sofisticadas consideram o valor do ordenado que recebem como indicativo da "quantidade" de Consideração que lhes dispensam.

Como os indivíduos cuja motivação principal é um dos outros Quatro Grande Apelos Emocionais, aquele que se preocupa principalmente com a Consideração revela-se, repetidas vezes, na sua comunicação com os outros. Tais indicações emocionais incluem conversas, atos, aparência e hábitos pessoais.

Se essa pessoa é ou não "um sujeito agradável" para você, depende de suas necessidades, de sua personalidade emocional e das reações da referida pessoa a suas palavras e ações, quando se comunicam.

Possuindo todos os Quatro Grande Apelos Emocionais, como toda gente, com seus fatores positivos e negativos, tal pessoa tem, entretanto, como GRANDE Apelo Emocional o Desejo de Consideração, que é o fator mais importante, quando se trata de atrair-lhe a atenção. Como conseqüência, é fácil identificá-la e comunicar mais satisfatoriamente, para satisfação mútua, e para obter maior respeito e consideração.

A comunicação característica daquele cujo principal Apelo Emocional é o Desejo de Consideração envolve grande variedade de pistas emocionais, todas apontando para a mesma direção. Pode, por exemplo, certificar-se, antes de aparecer aos outros, que está com a roupa, os sapatos, a gravata ou o lenço "em condições"... Costuma ajeitar, habitualmente, quando se senta, o vinco das calças e as mangas da camisa, especialmente se carregou algo no colo. Por quê? Porque não quer que os outros notem o amarrotado. Preocupa-se com a idade que "aparenta". Careca e cabelos brancos o aborrecem... se aparecem nele.

Exagera sempre um pouco e costuma "citar nomes importantes". Nas reuniões sociais, gosta de ser visto com as pessoas mais atraentes ou importantes... Não cabe em si de contente, quando alguém presta atenção às suas palavras... Olha disfarçadamente, mais que o normal, para todo espelho ou janela envidraçada que encontra. Costuma pentear os cabelos jogados para trás, puxando depois uma mecha sobre a testa, para melhor efeito.

É o piloto mais impecavelmente uniformizado, o orgulho é sua decolagem e sua aterrissagem...

A mulher para quem a Consideração é mais que uma necessidade mostra hábitos similares e as mesmas características na comunicação.

É das que vivem a dizer: "Este vestido me faz parecer muito gorda..." Tira da roupa caspa e poeiras imaginárias, com um gesto tranqüilizador... Está sempre querendo saber se "minhas meias estão certas na perna?"... Muitas vezes, "mora" nos salões de beleza, deseja constantemente certificar-se de que cada fio de cabelo está no lugar certo... Exemplos mais flagrantes incluem a que só pensa em "causar boa impressão", a que "se esquece" de tirar os anéis de diamantes quando usa calças compridas, "shorts" ou sandálias. Muitas têm o hábito de aguçar os ouvidos quando vão empoar o nariz... gostam de "fofocas" por causa da importância que isso lhes dá.

As pessoas desse tipo ofendem-se facilmente e adotam uma atitude de "nunca me esquecerei disso!" quando querem se livrar de alguma coisa. Muitas vezes consideram-se "em falta" com as pessoas, enquanto não retribuem convite com convite, favor com favor...

Os que se deixam dominar pelo Desejo de Consideração, mais do que os influenciados especialmente pelos demais Apelos Emocionais – Instinto de Conservação, Amor e Dinheiro –, usam indiscriminadamente o pronome EU, palavra que tem o dom de diminuir emocionalmente *qualquer* ouvinte!

A boa comunicação, do ponto de vista da Consideração, é representada pela palavra VOCÊ e não pelo EU!

Para nos tornarmos mais estimados e persuasivos, para que sejamos ouvidos, o pronome *Eu* deve ser deixado de lado sempre que possível. Ao invés dele, use pronome e expressões que contenham maior Apelo Emocional, como VOCÊ, NÓS, NOSSO problema... SUA família e a minha... Sempre ajudam a embarcar no trem da Consideração e a conseguir seus intentos.

As pessoas que possuem fino senso de humor em geral têm tendências para desejar Consideração.

Por que tanta gente gosta de contar anedotas? Procuram a Consideração que lhes dá o riso dos outros. Emocionalmente, entretanto, o riso pode levar à ação ou... à *reação!*

A filha pequena de um comediante internacionalmente famoso assistia a um filme de seu pai. Enquanto a audiência se retorcia de riso, a menina *chorava*.

Quando a mãe lhe perguntou a razão, disse que pensara que o público estivesse rindo de seu pai e não com ele!

A pessoa que o interrompe com freqüência quando você fala parece-lhe descortês e irrita-o. Na verdade, não se trata de descortesia. O indivíduo que assim procede está apertas mostrando que está pronto a receber sua Consideração.

Não é capaz de esperar que você acabe de expor o seu pensamento, porque está ansioso para que você ouça o *dele!*

Esteja atento a quem o interrompe; tenha sucesso na sua comunicação... empregando palavras e atos em que demonstre sua Consideração.

Todas essas são pistas que revelam a pessoa dominada pelo Desejo de Consideração. Existe grande variedade de outras provas que você poderá descobrir e usar, com o conhecimento que tem agora do Desejo de Consideração como fator preponderante de interesse, tanto em você como naqueles que o ouvem.

O Desejo de Consideração é, principalmente, um Apelo Emocional ao "ego" – quando não serve para perturbá-lo.

Todos nós temos o nosso "ego". "Eu sou" é uma frase que trazemos sempre no nosso íntimo. Os que não se julgam o centro do universo gostariam de sê-lo! Eis mais dois meios de melhorar a consecução de nossos intentos, usando o Apelo Emocional bem dirigido:

1. Por mais importante que você se julgar, deixe que os outros proclamem a sua importância!
2. Procure minimizar-se. Do ponto de vista emocional, esse tipo de comunicação eleva o seu interlocutor!

A freqüência às reuniões mensais de uma organização comunitária diminuíra. O presidente e seus auxiliares escreviam aos membros da organização e davam telefonemas, sem conseguir melhorar a situação.

O desapontamento foi maior, certa noite, quando um orador eminente teve que falar para meia dúzia de pessoas! Para a reunião seguinte, convidaram outro orador e, desta vez, enviaram a cada um dos membros uma carta e um distintivo para a lapela.

Na noite da reunião, a casa estava repleta. Havia mais de duzentas pessoas, entre sócios e seus convidados. Mais da metade usava, de modo bem visível, um cartão onde estava impresso o próprio nome sobre as palavras:

Vice-Presidente COMISSÃO DE RECEPÇÃO

O Desejo de Consideração atraíra e multiplicara a audiência!

Não importa quem seja você, faça-se menos importante que seu interlocutor.

Admita que não é muito esperto e granjeará a estima de um número muito maior de pessoas, uma vez que está confessando que elas lhe são superiores. Torna-se a essas pessoas mais fácil concordar com você, depois disso... É também mais fácil fazê-las agir como você deseja, bem como tornar mais agradável, para elas, a sua convivência.

Na primeira vez em que o General Eisenhower foi aclamado em Nova York, falou: *"Nova York não pode receber assim um fazendeiro do Kansas e conservar sua fama de sofisticação..."*

Com isso, tornou imenso número de pessoas mais orgulhosas de si mesmas.

Quando Presidente, Franklin D. Roosevelt começava suas "Conversas à beira do fogo" com as palavras: "Meus amigos..."

Você, eu e todos os ouvintes – AMIGOS do Presidente dos Estados Unidos?

A Consideração está constantemente a seu alcance, para auxiliá-lo a conseguir atenção, fazer-se lembrado e alcançar seus objetivos.

Quando falava, certa vez, sobre "Dick Tracy, minha história em quadrinhos preferida", um aluno meu começou perguntando: – Que tal ser reconhecido na rua e apontado como o mais esperto e inteligente detetive do país?

Este Apelo Emocional dirigido ao Desejo de Consideração interrompeu a Preocupação e, imediatamente, despertou o interesse!

Como os demais QUATRO GRANDES Apelos Emocionais, o Desejo de Consideração é um poderoso componente emocional sempre presente em toda pessoa e em todo grupo, capaz de vencer a Preocupação e de despertar atenção.

Compreendendo sua importância, você estará capacitado a identificar em si próprio e nos outros o Desejo de Consideração, e a melhor controlar este Apelo Emocional, quando usá-lo em suas palavras e ações.

Com essa compreensão e esse controle, o Apelo Emocional do Desejo de Consideração pode ser o veículo de seu Sucesso.

Quer subir?

A TÉCNICA DO APELO EMOCIONAL PODE LIVRÁ-LO RAPIDAMENTE DE TEMORES E PREOCUPAÇÕES

ERAM 6H 30M DA MANHÃ. Gladys abriu os olhos azuis e voltou-se rapidamente, quando o despertador tocou, com seu som irritante. A mão direita descreveu um círculo a que já estava muito habituada e os dedos se fecharam sobre o alarme.

Silêncio... e o chilrear dos pássaros madrugadores.

Gladys sentiu-se agradavelmente cheia de vida. Saltou da cama, puxou para um lado as cortinas e sorriu alegremente para a manhã ensolarada. Espreguiçou-se.

"Não sei o que vou usar" – disse consigo. "Qualquer coisa alegre e clara – como este dia. " Enfiou depressa o quimono côr-de-pêssego. Fez duas graciosas piruetas e cantarolava, ao enfiar os pés nas galantes chinelas. Às 7h 20m dava o último retoque no chapéu vermelho, em estilo marinheiro, depois de colocá-lo sobre os cabelos castanhos. Assobiava alegremente. Cinco minutos depois, entrava no grande ônibus verde e dava um alegre '"Bom dia !" a Gus, o motorista.

– Bom dia, Miss, – resmungou Gus, respondendo ao cumprimento de sua primeira e única passageira. "Mas não vai ser bom dia para muita gente. Hoje é sexta-feira treze, a senhorita sabe..."

Gladys parou de mexer na bolsa, onde procurava o dinheiro trocado.

– Hoje? Sexta-feira, treze? – perguntou, com o horror estampado no rosto oval. Os olhos ficaram muito grandes. A mão esquerda segurou com força a grade, enquanto deixava cair o dinheiro na caixa.

– Por favor, Gus, guie devagar. Tenha *muito* cuidado!

Timidamente, sentou-se logo depois do motorista. Gotas de transpiração formavam pérolas em sua testa. Os lábios tremiam. Levantou-se, dirigindo-se para a porta, quando Gus diminuiu a marcha na curva.

– Que foi, Miss? – perguntou ele, voltando-se ligeiramente. – Esqueceu alguma coisa?

– Não... é uma coisa de que me *lembrei!*

Gladys falara nervosamente, com voz rouca: – Cantei antes de tomar café, assobiei antes de sair de casa... – Suspirou: – sempre dou o primeiro passo do dia cola o pé *direito*. Esta manhã, levantei-me com o pé esquerdo.

Um soluço embargou-lhe a voz.

– Hoje é sexta-feira, treze, Gus. Vou voltar para casa. Estou *perdida!*

Você é supersticioso? Gladys lhe parece um caso exagerado, ou faz-lhe lembrar alguém que você conhece? Preocupa-se quando vê um gato preto? Quando alguém acende três cigarros com um fósforo, um medo súbito vence a sua Preocupação?

Milhões de pessoas têm superstições e acreditam em má sorte. Por causa das diferenças individuais, cada qual prefere uma superstição à outra, e empresta significado importante a simples coincidências.

As superstições são produto de mentes cheias de fantasias e temores. Por que um gato preto dará azar, quando os gatos de outras cores não dão? O preto, desde tempos imemoriais, representa as trevas, o desconhecido. A idéia do "gato", como todos se lembram, está em muitas canções de ninar, bem como de feitiçarias. Assim, como outras idéias que "crescem" emocionalmente em nossa experiência, os gatos pretos crescem também.

A *feiticeira* sempre teve força dramática e o vilão é capaz de despertar tanto interesse quanto o "herói". Até mesmo William Shakespeare aproveitou o tema em "Desgraça! Desgraça!" pronunciando essas Palavras sobre o caldeirão de breu fervente das feiticeiras.

A superstição dos '"três com um só fósforo" foi inventada e espalhada, é o que dizem, por um magnata dos fósforos que queria obrigar-nos a gastar mais fósforos...

Nossa "Gladys" é um tipo de ficção que talvez fosse supersupersticiosa, reagindo, como fez, à sexta-feira, treze.

O problema não é a sexta-feira. É o número treze! Atualmente, nos edifícios de Nova York e outras grandes cidades, deixam de lado o décimo terceiro andar. Os agentes imobiliários verificaram ser difícil alugar este andar. Muitas linhas de aviação também omitem a cadeira n.º 13 em seus aviões...

Num Centro Médico de Nova York, um grupo de psiquiatras estudava, certa vez, "O medo do número 13". Trabalhavam num edifício de muitos andares e, enquanto faziam seus estudos, descobriram que o andar entre o 12º e o 14º era designado como "Andar P".

Que é treze? Um número como muitos outros.

Um restaurador londrino afirma que treze é o seu número de sorte. Ganhou um prêmio equivalente a 392.000 dólares no "sweepstake" nacional da Grã-Bretanha. E justifica: "O número de minha casa é 13. Coloquei no correio o palpite vencedor numa sexta-feira 13. E foi a décima terceira linha de minha votação que me deu o prêmio!"

O desejo de conseguir "boa sorte" tem levado grande número de pessoas a comprar figas e pés-de-coelho. Parece que a única coisa que não dá sorte, num coelho, é o coelho!

Preocupada porque quebrou um espelho? Sete anos de "azar". Não! Muita gente jura que sete é o número da sorte. No jogo de dados, os jogadores costumam invocar: "Venha, sete da sorte!"

Tem superstição de abrir o guarda-chuva dentro de casa ou do escritório? Qualquer entendido em guarda-chuvas lhe dirá que não existe melhor meio de secá-lo, preservando a fazenda.

Acredita em cartomantes? Mais de 150.000.000 de dólares são gastos, anualmente, em cartomantes, quiromantes, leitura de folhas de chá, horóscopos e em consultas a "swamis" misticamente vestidos...

Livros de sonhos? Filtros de amor? Sai, para jogar para trás, depois de passar por baixo de uma escada?

Estas e outras variedades de superstições existem e continuarão a existir, porque a "sorte" significa, do ponto de vista das emoções, muitas coisas relacionadas com os Quatro Grandes Apelos Emocionais existentes em todo indivíduo.

Em razão de nossas diferenças emocionais individuais, quase todos nós temos a nossa superstição "de estimação".

TEMORES, PREOCUPAÇÕES E ABORRECIMENTOS.

Uma pessoa que conheço, cujo GRANDE Apelo Emocional é o Amor, tem o máximo cuidado de sair sempre pela porta por onde entrou. Se não o fizer, fica preocupada, até que um estímulo emocional mais agradável vença essa Preocupação, fazendo-a pensar em atração sexual, em uma esperança, uma novidade, uma pessoa desconhecida ou uma Nova Experiência...

As superstições podem ser interessantes, quando você as trata sem muita seriedade, indo-se nelas. Não lhe farão nenhum bem, se tornam sua mente mais estreita, provocam brigas, paralisam suas opiniões ou a deixam preocupada.

O simples fato de uma placa de rua cair, quase pegando-o na cabeça, *no primeiro dia em que você usou seu terno de tweed marrom*, não contém nenhuma ameaça oculta.

Você estará apenas inventando futuros temores, preocupações e aborrecimentos, quando lhe sobrevem um dia especialmente mau e você não está usando o terno de tweed marrom que lhe dá sorte... Examine suas emoções. Encare os *Quatro Grandes Grupos de sentimentos que existem no seu íntimo*. Aprenda a Técnica do Apelo Emocional que o ensinará a identificar facilmente cada um deles. Passará a compreender-se melhor – e também o modo pelo qual os outros reagirão ao Apelo Emocional existente em suas palavras e ações.

O medo costuma usar muitos disfarces, além dos que são costurados com o fio da superstição.

É impossível aos outros saber como você teme o que teme, Ninguém notará quando você sentir frio na espinha... seus lábios se contraírem imperceptivelmente... as pontinhas de seus nervos lhe fizerem sentir cócegas no pescoço... quando seu coração bater com força... a autopiedade que retumba e faz ecos... ou o fato de você deliberadamente evitar certas pessoas, lugares ou situações.

A maioria dos temores reflexos não provocam a mesma reação que provocaria uma voz ameaçadora dizendo baixinho às suas costas: "Cuidado! Estou armado!" Nem fazem sentir o que sentiria se corresse, à meia-noite, por uma floresta infestada de animais ferozes. Você terá poucas oportunidades na vida de ficar gelado de medo e não é mesmo possível que você se sinta muito à vontade, dentro de um barco que faz 70 milhas por hora...

Os temores são absolutamente pessoais.

Existem constantemente dentro de nossa Preocupação, como se fossem endereçados à individualidade emocional que os abriga. Essa individualidade depende do modo pessoal de agirem sobre você os Quatro Grandes Apelos Emocionais.

Nossos maiores temores consistem em atitudes que parecem sem importância para os outros, mas são importantes para nós. Relacionam-se com nosso ser emocional e fazem parte de nossa personalidade.

Até mesmo temores generalizados, como o de tomar chuva sem a proteção de capa, guarda-chuva e galocha, podem apresentar diferenças nas reações individuais.

Algumas pessoas preocupam-se com o resultado da chuva em sua aparência, aos olhos dos outros; muitos concentram sua preocupação na possibilidade de apanhar um resfriado ou uma pneumonia; outros focalizam suas apreensões íntimas nas "roupas estragadas", conta da lavanderia ou do médico; uma boa porcentagem abomina a chuva por estragar uma oportunidade de "fugir de tudo". E haverá sempre quem fique ansioso, com medo de estragar um chapéu de palha que dá confiança ou que lhe fica extraordinariamente bem.

Para todos esses, o medo é *emocionalmente* importante.

O medo penetra em nosso espírito e nos agarra de mil modos diferentes.

O rapaz tímido vai à festa. Junta toda a coragem que possui, para apresentar-se a uma jovem tipo "mignon", vestida de amarelo e preto.

De modo hesitante, pergunta: – Não a conheço de algum outro lugar? – A garota responde friamente: Não. E já ouvi essa frase um milhão de vezes. – O rapaz fica rubro.

A resposta inesperada abalou-lhe a confiança. Sem saber o que dizer, o rapaz recua, desarvorado. Conversando com a dona da casa, refere-se acremente à moça como "aquele tomatinho de vestido amarelo e preto".

Se o Desejo de Consideração for o maior fator emocional do jovem tímido, ele deve ter recebido um golpe profundo. A confiança no sexo oposto estará perdida para ele, por muitos meses ou muitos anos. Um medo cada vez mais profundo penetra em sua personalidade: o medo da reação dos outros às suas palavras e ações.

Nossos temores se refletem inadvertidamente, quando nos comunicamos. São indicadores emocionais.

Os pais temem por seus filhos, por suas carreiras, seu bem-estar, ou a influência dos amigos sobre eles. A filha ficará "solteirona?" "Por que não procura conhecer um rapaz direito? Está com mais de vinte e oito anos e há quase um ano que não sai com um rapaz!"

Maridos e mulheres temem perder o amor um do outro, a morte do desejo, têm medo da velhice. Outros se preocupam coma falta de capacidade para ganhai- dinheiro, com a saúde, com problemas financeiros. Outras causas de aborrecimentos e preocupações derivam-se da situação da família; de problemas de negócios e da vida social; de desejos sexuais não satisfeitos, suspeita de impotência, despeito, irritabilidade, frieza e remorso.

Há o medo de perder o emprego.. . de engravidar... da guerra.., da morte de um ente querido... de doenças ou prejuízos... de má publicidade

ou de investigação criminal... de falta de dinheiro... prejuízos financeiros... de prisão.

São acontecimentos que, de fato, nos afetariam seriamente.

Contudo, damos igual ou maior importância emocional a contrariedades derivadas de pensamentos ligados à desagradável tarefa que temos de executar... à idéia de que teremos de repetir uma rotina que detestamos.. . ao desespero que sentimos por não poder comprar algo que muito desejamos... à preocupação que nos traz a possível impressão que causaremos nos outros por nosso aspecto, nossos amigos e nossas roupas... a obrigação de "enfrentar" determinada pessoas ou circunstâncias... de fazer uma coisa pela primeira vez... à perturbação que nos causa imaginar se uma pessoa aceitará o convite que não desejamos que seja aceito, ou a tensão provocada pelo medo de aparecer em público.

"Um telegrama ? Mas... não esperara telegrama... Espero que nada tenha acontecido a Jim!..." "Que terá acontecido ? Mildred está quase uma hora atrasada para o jantar!. . . " ou "Telefone às 3 horas da madrugada? Deve ser alguma novidade!"

AS NECESSIDADES EMOCIONAIS GERAM O MEDO.

O medo de que as pessoas façam comentários desairosos sobre nós, quando nos retirarmos... medo de sermos repreendidos pelo marido ou pela mulher... por um parente, patrão, ou amigo... o medo de que o assado não seja devidamente elogiado... ou de que alguém note que "envelhecemos um bocado"... o medo de sermos enganados... de que um trabalho demore mais e não possamos concluí-lo no prazo determinado... medo de um exame para o qual não estamos bem preparados... medo de que o amor nunca chegue, em nossa vida... ou que o fio da meia corra no pior momento... que o marido, a namorada ou a noiva não correspondam ao nosso carinho, logo mais à noite...

Medos... medos... que trazem preocupação, perturbam o raciocínio e embaralham emocionalmente os fatos.

Exceto no que diz respeito ao futuro imediato, não existe o medo. Há tão-somente previsões relacionadas com os QUATRO GRANDES Apelos Emocionais, quando pensamos em palavras, ações e situações a que poderemos estar expostos.

Por que se deixar levar pelo medo? Você está apenas procurando a infelicidade, a Causa Número Um de doenças, perturbações e fracasso pessoal.

Dê as costas ao medo e verá que ele é, em geral, tolo e desnecessário!

Usando o Apelo Emocional, você se livrará rapidamente de temores, preocupações e aborrecimentos, bastando, para isso, seguir os Três Princípios Básicos que se seguem:

1 – IDENTIFIQUE RAPIDAMENTE SEUS TEMORES DENTRO DOS QUATRO GRANDES APELOS EMOCIONAIS!

Isole os temores, procurando compreender o que são e o mal que lhe causam.

Seu medo se relaciona com a saúde... doenças... prazeres? Relações entre pais e filhos? Satisfação sexual? Morte, liberdade pessoal, religiosa ou outra fase do Instinto de Conservação?

Suas preocupações estarão relacionadas com despesas e rendas? Perda ou estrago de suas propriedades? Desperdícios? Outra qualquer forma sob que se apresentam as preocupações com Dinheiro?

Seus temores estão situados na faixa das atrações sexuais... na vontade de arranjar casamento... em esperanças de um futuro melhor? Estarão ligados à monotonia, à rotina, ou a necessidade de Novas Experiências?

Ou será algum outro fator do Apelo Emocional do Amor, que agora já conhecemos, e que são poderosos motivadores de atitudes e "fatores de atenção?"

Será o seu medo ligado ao orgulho, aos elogios ou à popularidade? Necessidade de segurança ou outro aspecto do Desejo de Consideração?

Ê um temor supersticioso, também ligado aos Quatro Grandes, como: Se não beber as bolhas do café, perderá dinheiro. . . Passe debaixo de uma escada e se machucará, logo depois... Ou: Se não apanhar o "buquê" da noiva, jamais se casará.

Identifique o seu medo. Que este seja o *primeiro* passo para a *compreensão* de seus temores. E lembre-se: *É muito mais fácil temer uma coisa que não compreendemos, do que aquilo que compreendemos*.

Descubra a causa do medo, em termos de sua interligação emocional com os Quatro Grandes Fatores Emocionais.

Seja qual for o medo, aborrecimento ou preocupação, trate de identificá-lo rapidamente!

2 – CONCENTRE A ATENÇÃO EM OUTRO ASSUNTO.

Dirija os sentimentos para Outros assuntos! Trabalhe um pouco mais, cada dia. Se nunca o fez, organize por escrito uma lista de tudo que faz diariamente e *modifique* a rotina, mesmo que só seja possível uma pequena alteração.

Busque Novas Experiências... novos amigos... novas idéias... novas habilidades que estimulem a imaginação criadora. Trabalhos como escultura em madeira ou pedra-sabão, pintura e carpintaria são excelentes. Convém experimentá-los. Quando construir alguma coisa ou fizer um assado, crie um acabamento ou guarnição original.

Procure lugares novos... novas diversões... novo modo de executar suas tarefas. Tenha coragem de fazer modificações em sua aparência, mudando o estilo do penteado, as cores ou o tipo de roupas que usa. Escolha um meio diferente para seguir um caminho rotineiro.

Leia mais. Satisfaça a curiosidade sobre assuntos que o interessam, mas faça antes um plano.

Suponhamos que o assunto escolhido seja "cães". Leia sobre as raças em que está especialmente interessado... sobre suas origens e

habilidades. Procure saber onde se realizam exposições em que são apresentadas. Vá assisti-los.

Concentrando a atenção em outros assuntos, você a concentra fora de seus temores.

3 – TIRE PARTIDO DO "REVERSO DA MEDALHA".

Cada Apelo Emocional – capaz de vencer a Preocupação e afastá-la, ou seja, Instinto de Conservação, Dinheiro, Amor e Desejo de Consideração – tem dois lados opostos: o *medo* e o *desejo*. São os estímulos emocionais que exercem influência sobre todos nós.

Se você identificar e compreender melhor seus medos, preocupações e aborrecimentos, acabará reconhecendo que são infundados. Concentrando a atenção em outros assuntos, os temores começam a se afastar de seu espírito Preocupado.

São esses os dois primeiros passos. Agora, dê o terceiro, se necessário.

Elimine o *medo*, substituindo-o por um *desejo*, ou seja, pela emoção oposta, dentro do mesmo Apelo Emocional. Por exemplo, se o seu medo é de *perder* dinheiro, assuma uma atitude positiva, agindo para *ganhar* dinheiro.

W. neutralizou rapidamente um profundo medo de prejuízos financeiros, adotando essa atitude.

W. dirigia sua própria firma imobiliária. Era seu único investimento e sua única fonte de renda. Durante vários meses, os ganhos da firma não deram para cobrir as despesas e o medo começou a fermentar rapidamente tomando conta dos sentimentos de W. Pouco a pouco, começou ele a prever o fracasso dos negócios e de suas rendas.

Preocupado, ansioso, comunicou à mulher e aos dois filhos sua atitude pessimista. Gradualmente, começou toda a família a ferver de preocupação e aborrecimentos.

Quando W. estava quase dominado pelo temor sempre crescente de um desastre financeiro, um aluno meu chamou-me a atenção para ele,

definindo aquele medo como "... um problema pessoal de comunicação para a Técnica do Apelo Emocional resolver!"

O medo foi prontamente identificado pelo próprio W. Em seguida, chamei-lhe a atenção sobre os vários meios de afastar dele a atenção. Finalmente, concordou em concentrar o pensamento no *desejo de ganhar* dinheiro, e não num medo constante de perdê-lo.

W. procurou uma firma auditora. Se a firma o convencesse de que seus esforços produziriam lucros, no fim de um período razoável de experiência, continuariam trabalhando para W., recebendo uma comissão sobre esses lucros. A firma analisou os negócios de W, e recomendou certas modificações na supervisão e no modo de realizar as operações. Com a nova orientação, a imobiliária começou a dar lucros maiores do que W. jamais sonhara.

Ao mesmo tempo, enquanto tirava partido do "reverso da medalha", as atitudes e atos positivos de W. começaram a eliminar os sentimentos negativos que desnecessariamente se haviam instalado no seu espírito e nos daqueles com quem se comunicava.

A mesma regra pode ser aplicada a outros medos, aborrecimentos e preocupações.

O medo que o preocupa é ligado a assuntos de Amor? Substitua-o por um *desejo* correspondente. Consulte os Capítulos sobre o assunto e ponha-os a trabalhar para você, ajudando-o a comunicar-se e a conseguir o que deseja.

A *discórdia* está "acabando com você?" Trate de agir, procurando obter o oposto, ou seja, a *pacificação*.

Edmund Burke disse, certa vez: "Ceder não é rebaixar-se". Use o Apelo Emocional *certo* e poderá vencer, ao invés de ser vencido.

O Instinto de Conservação o traz preocupado, por causa da saúde? Faça qualquer coisa para melhorar a saúde. Procure um médico, um dentista ou um oculista, conforme o caso. Depois de ouvir a opinião do profissional, faça o que o médico não pode fazer, habituando-se a usar Apelo Emocional em suas palavras e seus atos, de modo a expulsar com

energia o que estiver prejudicando sua saúde. É este um dos muitos meios de usar "o reverso da medalha"... emocionalmente.

Medo de não receber a devida Consideração? Use o seu *Desejo* de Consideração para obter consideração. Outros o fizeram; você também pode fazê-lo. Com a Técnica do Apelo Emocional a seu favor, terá os "fatores da atenção" com que conseguirá fazer-se ouvir!

Use o "reverso da medalha"... emocionalmente.

Adquirirá mais energia e maior segurança, cada vez que se defrontar consigo mesmo, aos olhos da pessoa com a qual se estiver comunicando.

Seja você quem for... seja qual for a sua profissão, a Técnica do Apelo Emocional proporciona-lhe a compreensão e a rapidez de ação que torna qualquer pessoa mais suportável.

A felicidade é vital para sua saúde, sua perspectiva e seu sucesso. Deixe de lado os medos, preocupações e aborrecimentos, e estará abrindo as portas para a felicidade.

O PROBLEMA DOS "PROBLEMAS EMOCIONAIS".

Hoje, mais do que nunca, os homens e as mulheres de todas as condições e todas as idades são perseguidos por desnecessários "problemas emocionais".

Tensões... ansiedades... conflitos... temores... frustrações de toda sorte obtiveram prioridade sem precedentes em nossa Preocupação. Tais aflições causam enormes perdas de felicidade, saúde, habilidade de ganhar dinheiro, capacidade de produção, e perspectiva pessoal.

Um lindo modelo tinha um filho de cinco anos, do primeiro marido. Apaixona-se por outro homem, que lhe diz que a quer, mas não quer a criança. A moça se deixa enganar e acredita que o filho é a barreira que a impede de casar novamente. O amor materno se transforma, então, em ódio, que se apresenta sob várias formas, por um menino de cinco anos, que passa mais tempo chorando que dormindo!

Um engenheiro acredita. que o chefe o persegue indevidamente. Torna-se tenso, por qualquer motivo briga com a mulher e bate nos filhos. Quando não se conversa muito em casa, esbraveja; quando há muita conversa, fica extremamente nervoso. A mulher deixou de interessar-se por ele sexualmente e ele chegou a espancá-la. Resolve a situação destilando veneno naqueles com quem acredita estar seguro. Com isso, aumentou a infelicidade de todos e está a ponto de perder o emprego.

Um homem de negócios detesta a irritabilidade, a voz alta e o péssimo gênio da mulher. Pela manhã, sai de casa, levando para o escritório seus aborrecimentos, o que o leva a cometer erros; uma hora antes de sair do escritório, começa a pensar na infelicidade de ter de voltar para casa. Está tão Preocupado com o problema que passa grande tempo, no escritório, imaginando meios e desculpas para ficar fora de casa. Por razões religiosas e de família, não pode pensar em divórcio... e, por razões pessoais, está pensando em assassinato!

Os "problemas emocionais" constituem a principal causa de doença psicossomáticas e físicas, mudanças de empregados, dificuldades conjugais, perturbações financeiras, celibato, aflições, suicídios e crimes.

Um homem casado com uma mulher rica e bonita tem uma secretária pobre e sem muitos atrativos. A mulher tem mais tempo para obrigações sociais que para as conjugais; o marido recebe mais bondade, atenção e compreensão da secretária. Solicita o divórcio. A mulher sofre enorme choque e fica semiparalítica do rosto. A verdadeira razão de seu mal é "Que idéia as pessoas que conheço vão fazer de mim?"

Uma encantadora mulher de trinta e poucos anos recusou várias propostas de casamento porque tanto ela quanto seus pais achavam muito baixa a posição social dos pretendentes. Conhece um homem e fica fascinada quando ele lhe conta que é médico-residente de um grande hospital da cidade. Ofuscada pela segurança que lhe dá a profissão do namorado, entrega-se a ele, antes do casamento. Embora não fosse muito pontual nos encontros, o rapaz assegurava-lhe que era esse *"o único*

inconveniente de ser mulher de médico, como veria assim que estivessem em condições de se casar."

Uma tarde, atrasou duas horas. Contra suas instruções, a moça telefonou para o hospital. Asseguraram-lhe que não havia médico com esse nome no hospital. Investigando melhor, a pequena descobriu que o amante era casado, pai de três filhos, e que nunca fora médico, coisa nenhuma! Daí para diante, ela se tornou introvertida e descrente dos homens.

J. trabalhara dez anos em uma firma. A promoção parecia-lhe certa. Esperando-a, assumiu compromissos que só poderia saldar baseado no aumento de salário. J. tem que enfrentar o que ele acredita ser uma invencível carga financeira, quando o lugar é dado a um novo funcionário. Começa a roubar a firma, a fazer lançamentos falsos nos livros. Depois de um mês de luta com a própria consciência, convence-se de que o novo funcionário desconfia dele. Cada dia cresce mais a sua ansiedade. Por três vezes, esteve a ponto de atirar-se debaixo de um trem, perdendo a coragem no último instante.

A pessoa que tem uma sério "problema emocional" torna-se especialmente Preocupada. Essa Preocupação pode causar embaraços, erros, acidentes de trabalho e em casa, na hora das refeições, ao andar na rua ou dirigir um veículo motorizado.

O pai de um adolescente era "ocupado demais" para interessar-se pelas atividades do filho e dos amigos deste. O rapazinho, negligente nos estudos, continuamente arranjava desculpas para chegar tarde em casa. O pai enche-se de remorsos, quando o filho é detido pela polícia, como suspeito do crime cometido por uma quadrilha de adolescentes. Sempre dirigira com cuidado, mas agora, constantemente preocupado, o homem leva duas admoestações da polícia de trânsito, por guiar como um louco. Isso nos dias que se seguiram à prisão do filho. Na primeira ocasião, escapa miraculosamente de colidir com um carro da polícia; na segunda, por pouco ia matando duas crianças.

Falta de atenção aos "problemas emocionais" de chefes e empregados custa aos negócios, na América, muitos milhões de dólares por ano. E milhares de pessoas aparentemente bem sucedidas cada vez mais começam a se dar conta de que as tensões emocionais podem significar o fracasso de suas vidas particulares.

K., por exemplo, dedica, ano após ano, sete dias por semana ao progresso de seus negócios. Vence obstáculos, corre riscos e torna-se rico. De vez em quando, lembra da mulher e lhe dá peles caras e diamantes. A Sra. K. aceita graciosamente esses presentes e usa-os para atrair outros homens. Desejava ser *desejada* pelo marido, mas a Preocupação principal de K. é ganhar mais dinheiro. Seu mundo se esboroa, quando a mulher anuncia que deseja pôr um fim ao casamento, A divisão dos bens custa-lhe quase tanto quanto ganhou, mas K. não sabe como compensar a perda emocional que sofreu,

Algumas pessoas falam de seus "problemas emocionais", mas pouco fazem alguma coisa para livrar-se deles. Os progressos, quase sempre, são demorados, complexos, custosos e incertos.

Quando o embaraço nos faz esfregar as mãos, em situações vexatórias, então a coisa fica ainda mais difícil.

Muitas pessoas suportam em silêncio seus "problemas emocionais". Minam a própria felicidade, frustram os prazeres e escurecem o horizonte daqueles com quem entram em contato.

Apesar desse "silêncio", é impossível às pessoas deixar de comunicar-se. E, quando nos comunicamos, nossas palavras e nossos atos podem provocar reações emocionais que afetarão nossa vida, para melhor ou para pior... afetando da mesma forma as vidas daqueles com quem interagimos.

Quem diz: – *Ora, você não deve se preocupar...* – não sabe o que está dizendo. As preocupações, grandes e pequenas, são reações naturais.

Ninguém pode combatê-las.

Repetidamente um Apelo Emocional inadequado, em palavras ou atos, pode causar desespero e infelicidade e é a maior causa de muitas dores e de muitas doenças que intrigam os médicos.

A infelicidade depende da força ou da fraqueza do indivíduo diante dos Quatro Grandes.

Pode estar relacionada com situações no trabalho, com preocupações financeiras, com os vizinhos, com barulhos, com o meio ambiente, com parentes indesejáveis em casa, Por ciúmes, brigas, implicância, pelo cerceamento da liberdade pessoal dentro do casamento, excesso de trabalho, solidão ou tédio, temores ou insatisfação ligados ao sexo, falta de consideração, "dias em que nada sai certo", até mesmo choques de personalidades.

Muitas vezes o corpo transforma essas tensões emocionais em males físicos.

Os médicos sabem que os "problemas emocionais" contribuem para as moléstias cardíacas e circulatórias, dores musculares e nas juntas, doenças de pele, alergias, problemas digestivos, como úlceras gástricas e colite, dores de cabeça, pressão alta e muita coisa mais.

A família e os amigos de uma jovem senhora abusam constantemente de seu bom gênio e de seu tempo. Ela se queixa de que às vezes é com dificuldade que "engole" sua infelicidade. *Aparentemente sem nenhuma causa, começa a ter dificuldade em engolir*.

Quando um médico consegue descobrir e remover a causa emocional desse distúrbio psicossomático, a dificuldade de engolir desaparece.

Um homem que é uma "dor de cabeça" para outro acabou sendo realmente a origem da dor física que o outro sentia na cabeça!

De diversos outros modos, as insatisfações emocionais podem manifestar-se em sintomas dolorosos, agravantes e visíveis, que escapam ao diagnóstico dos médicos.

Um nutricionista conta a história de um homem que sofria de urticária somente em *um* dedo. Consultava médico após médico. Testes

alimentares nada revelaram e a urticária não sarava. Um métrico, alerta às moléstias de fundo emocional, fez-lhe perguntas relativas à sua vida conjugal. Ficou sabendo que o paciente desprezava a mulher e fazia tudo para divorciar-se. Olhou novamente para a urticária, *no terceiro dedo da mão esquerda!*

Os "problemas emocionais" são, principalmente, problemas de comunicação. Surgem por não conhecermos bem as motivações do nosso próprio sistema emocional, nem os componentes emocionais das pessoas com as quais nos comunicamos... *antes* de nos comunicarmos.

Experiências feitas com milhares de homens e de mulheres, incluindo os que possuíam defeitos físicos, convenceram-me de que perdemos maiores oportunidades de diversão, satisfações e felicidade por causa do que nos sai dos lábios – do que pelo que nos escorre pelos dedos.

Os "problemas emocionais" começam quando, crianças ou adultos, sofremos certas reações perturbadoras procedentes de determinadas pessoas. Depois de muito calejados emocionalmente, tornamo-nos mais solidamente pregados à parede das frustrações.

Não são as emoções em geral que causam os "problemas emocionais", e sim o modo pelo qual nossas necessidades emocionais são dirigidas ou perturbadas.

Os "problemas emocionais" não afetam "uma pessoa em dez"... "uma em vinte"... nem em outras percentagens igualmente absurdas.

Os "problemas emocionais" afetam DEZ pessoas em cada DEZ! Enquanto as pessoas se comunicarem através de atos e palavras, haverá sempre reações emocionais que dêem origem a tais problemas.

Baseando-se na própria personalidade, as pessoas devem decidir o que é mais importante para elas, do ponto de vista *emocional*.

Com a Técnica do Apelo Emocional, é mais fácil fazê-lo rapidamente, após uma sondagem dos pesos relativos dos Quatros Grandes Apelos Emocionais que contribuem para a formação da personalidade.

Depois de compreendermos melhor os impulsos que nos acionam, será mais fácil ajustar nossas necessidades emocionais às dos outros. Depois disso, ser-nos-á possível dirigir com maior sucesso nossas comunicações, nos tornarmos mais estimados e mais persuasivos.

Ao mesmo tempo, poderemos evitar mais facilmente o ataque dos "problemas emocionais".

Como começar?

Convencendo-nos, de uma vez por todas, que nossa mais preciosa arma e nossa melhor "medicina preventiva" é o Apelo Emocional, ou seja, nossa habilidade de motivar e fazer com que os outros queiram nos ouvir e reagir mais favoravelmente às nossas palavras e atos!

DOMINE AS SITUAÇÕES POR MEIO DE PERGUNTAS

SE FALARMOS APENAS pelo prazer de mover os lábios, estaremos perdendo tempo, não é verdade? No entanto, quantas vezes "ouvimos" alguém falar, com o espírito muito, muito longe? E quantas vezes estivemos tão Preocupados, "voltando depois bruscamente à terra", para perguntar: "Hum. . . Como?..." ou "Quer fazer o favor de repetir?"

E que me dizem das centenas de conversas em que nossa participação não vai além de um *gesto de assentimento*. . . um "Sim. . . " "É. ., " ou simplesmente "Hum... rum... "

Outras Pessoas falavam, mas. . . estávamos *realmente* ouvindo?

As perguntas que contenham Apelo Emocional, feitas no momento oportuno, imediatamente fazem com que os outros *queiram nos ouvir*.

Se contiverem Apelo Emocional, são capazes de dominar situações, melhorar a personalidade, aumentar a força de persuasão e ajudar os outros a se lembrarem de você... de seu *produto* ou de sua *empresa*.

Daqui a pouco vamos aprender seis Regras para Fazer Perguntas. Antes, porém, precisamos compreender as:

VANTAGENS DAS PERGUNTAS.

1 – AS PERGUNTAS INTERROMPEM A PREOCUPAÇÃO E CONSEGUEM ATENÇÃO IMEDIATA.

Até mesmo uma pergunta como "Bonito dia, não?" interrompe a Preocupação e exige resposta." Este é o 2º andar?"... "Você gosta de ser empurrado?" Por bem ou por mal a mais simples pergunta lhe dá vantagem sobre o interlocutor.

2 – AS PERGUNTAS COLOCAM NA DEFENSIVA SEU INTERLOCUTOR OU SUA AUDIÊNCIA,

"Seu nome é Connie?"... "Que prefere? Chá ou café?..." "Bonita pulseira. Posso examiná-la de mais perto?"... "Por que esta é mais cara?"

Antes de responder, seu interlocutor tem que pensar na resposta. Isso o coloca na defensiva, você ganha tempo e tem oportunidade de organizar o que vai pensar e fazer em seguida.

O *tempo* necessário para obtermos respostas pode ser decisivo. Você pode aproveitá-lo para dirigir, identificar, confundir, fazer esperar, salvar a vida ou a propriedade – até mesmo para mudar a mente de um criminoso.

Uma de minhas alunas foi assaltada em pleno dia, por um homem armado de revólver, o rosto coberto por um lenço. Enquanto satisfazia suas exigências, a moça permaneceu calma, sorrindo e bombardeava-o com perguntas: *"Este é o único meio que o senhor tem de ganhar dinheiro?"* – perguntou ela. *"Não é perigoso usar revólver no trabalho?... "Já foi, alguma fez, pego pela polícia?"... "Este revólver é do tipo usado pelos cowboys?"*

Procurando concluir o roubo o mais rapidamente possível, responder as perguntas da moça e repreendê-la, *ao mesmo tempo*, o assaltante ficou confuso. Deu um passo atrás, resmungando: "Diabo, moça, a senhora me faz ficar atrapalhado... !"

Nada roubou da moça. As perguntas dela puseram-no na *defensiva*. Ela perturbara emocionalmente a ofensiva do assaltante, isto é, a execução do crime. Fazendo-o pensar nas respostas, ganhara tempo, enquanto ele o *perdera!*

A moça conseguira *penetrar* em seu espírito, e ele *mudou* de idéia.

Em geral, os criminosos são pessoas comuns, no que diz respeito às emoções. Não podem fazer *duas* coisas ao mesmo tempo, nem ter dois *pensamentos* simultâneos. As perguntas têm o poder de pôr na defensiva aquele que nos ouve... e conservá-lo nesta posição!

3 – AS PERGUNTAS DÃO AO INTERLOCUTOR OPORTUNIDADE DE FALAR

As pessoas em geral gostam de responder a perguntas, principalmente quando sabem respondê-las.

"Teve dificuldade para achar nossa casa" ?... "Onde prefere morar? Numa grande cidade, ou numa cidadezinha do interior?" "Se tivesse outro filho, gostaria que ele também fosse professor?"

As Regras para Fazer Perguntas demonstrarão como o método de perguntar aumenta a força de persuasão de seu Poder Emocional e freqüentemente faz do óbvio seu invencível aliado.

4 – AS PERGUNTAS MANTÊM O INTERESSE PELO ASSUNTO.

Estimulando as respostas, as perguntas mantêm ou tornam a captar a atenção, ainda mesmo quando a conversa, o discurso ou a demonstração de venda estão começando a esmorecer.

"Já notou que este aparelhozinho tem apenas três parafusos?" "Não é o menor que o senhor já viu?" "Quanto pensa que ele daria no varejo?"

"Por que resolveu ir ao Havaí?"... "Será porque não vê, nos Estados Unidos, tantas lindas dançarinas de hula?"... "Por falar nisso, as refeições são muito caras, no Havaí?"

5 – AS PERGUNTAS VENCEM A RESISTÊNCIA, PONDO A DESCOBERTO AS OBJEÇÕES

Eliminando as conjecturas, as perguntas diminuem o tempo necessário para persuadirmos o interlocutor. Dirigem as palavras e atos para o que existe, realmente, em seu espírito.

Pergunta: – *Por que você não quer ir jantar em casa de Eleanor?*

Resposta: – *Por que ela só nos convidou para que a filha conheça o nosso filho*.

Esta resposta pôs a descoberto a verdadeira objeção e você poderá planejar um comentário mais persuasivo.

Por mais sujeita a controvérsias que uma situação possa parecer-lhe, muito pior seria ter de conjeturar que a resposta poderia ser: – Não gosto de sair em noites frias... – Teríamos que comprar-lhe um presente e isso ficaria muito caro... – Ela já me viu tantas vezes com este vestido... – Minhas jóias estão na caixa-forte...ou: – O marido dela é tão cacete...

6 – AS PERGUNTAS LEVAM OS OUVINTES A CHEGAR À CONCLUSÃO QUE QUISERMOS.

"Quando não progredimos, é mais fácil de regredir. É ou não verdade?"

Qual é a reação de seus ouvintes?

"Sim, claro."

"Qual de Vocês já ouviu falar naquela regra de ouro: – Não faça aos outros..."?

Cada um de seus ouvintes responderá, mentalmente, ou em palavras: – Eu já.

"Devemos ficar sentados e de braços cruzados diante desta situação?", você pergunta a um grande auditório. *"Sabemos que tal negligência pode significar a morte ou sérios perigos para nosso filhos e para nós próprios, não sabemos? Devemos ficar tranqüilamente sentados, sem nada fazer?*

Suas perguntas levam os ouvintes a responder: – Não!... Sim!... Ou – Certamente que não!

Você está deixando que a assistência seja levada a seguir o caminho para o qual você a quer conduzir.

Uma vez *deixando-se levar*, concordará com você. Você penetrou nas mentes de seus ouvintes e as dirigiu com suas perguntas; eles mudarão de modo de pensar, ao responder!

7 – AS PERGUNTAS PERMITEM AOS SEUS OUVINTES ACREDITAR QUE AS IDÉIAS ERAM DELES

Provocando respostas, você assegura a reciprocidade. Por que isso é tão importante? Porque prova que você está atingindo emocionalmente os seus ouvintes!

O Desejo de Consideração é um dos pontos altos dos Quatro Grandes. Com as perguntas, podemos atingir o cume.

Você tranqüiliza os ouvintes... e eles a si *próprios!*

As pessoas gostam que lhes dêem crédito pelos sons pensamentos. É o que fazem as perguntas.

8 – AS PERGUNTAS SOBREPUJAM AS DISTRAÇÕES.

Uma distração é um meio de vencer a Preocupação, que não lhe interessa.

Você pode fazer com que a atração venha em seu auxílio, por meio de perguntas!

A entrevista está bem encaminhada... a cena de amor está quase levando-o a fazer "o pedido"... aquela importante linha pontilhada já vai ser assinada. .. quando ZÁS!

O telefone toca inesperadamente... Um abajur se quebra... uma batida na porta transforma o ambiente e a situação!

Quando tentava convencer a indecisa Susie a aceitar o lugar de agente local de sua companhia de seguros, o filhinho dela, de 5 anos de idade, entra correndo, contando, aos gritos, que um companheiro de brinquedos lhe dera um soco na cabeça.

O espírito de seu interlocutor se desvia para a distração, mas você pode atraí-lo novamente.

Como fazê-lo?

Não combata a distração, misture-a à sua próxima pergunta.

"Os telefones são maravilhosos, mas às rezes tocam no meio de uma entrevista, não é verdade?" "Sabe em que eu estava pensando, quando bateram à porta?" "Gostava muito deste abajur?" "Você sabe, Susie, que os Seguros de Vida têm muita relação com a educação dos filhos?"

Uma pergunta cheia de tato ajuda imediatamente a recapturar a atenção do interlocutor. Muitas vezes evita um aborrecimento!

Para ganhar de novo o controle da situação, sobrepuje as distrações com perguntas inteligentes.

9 – AS PERGUNTAS APARAM AS ARESTAS DE UMA ORDEM DIRETA.

Cinco pessoas estão à sua frente.

"Dê-me este livro!" – diz você à primeira. "Gostaria de experimentar seu relógio de pulso. Passe-o para mim!" fala, dirigindo-se à segunda. "Posso ver seu anel?" pergunta à terceira. "Pegue este papel", ordena à quarta. "Entregue-me esse lápis!" é o que diz à quinta.

Quatro das cinco pessoas ficam ofendidas e pensam: "Quem este sujeito pensa que é, para me dar ordens?" A terceira, entretanto, não fira ofendida e até gosta de você. Foi a única pessoa a quem você fez uma pergunta.

Às demais, disse o que deveriam fazer. Não dê ordens. Pergunte! As perguntas contém Apelo Emocional. Seu interlocutor toma a decisão. Quando você dá *ordem*, a decisão é *sua*.

Ajude seu interlocutor a *sentir*-se mais importante, fazendo-lhe perguntas. Para que criar resistência e conflito, dando ordens a torto e a direito?

Na conversação, o ponto de interrogação é muito mais persuasivo que o ponto final.

As pessoas gostam que lhes peçamos opiniões. Por isso, tornam-se mais dispostas a fazer o que lhes perguntamos se podem fazer.

Deixe que as Perguntas aparem as arestas de uma ordem direta. Faça Perguntas que contenham Apelo Emocional e será mais estimado e mais persuasivo.

10 – AS PERGUNTAS AUMENTAM SUA AUTOCONFIANÇA.

As perguntas podem *começar* uma conversa, "controlar" um encontro ou sugerir o próprio. Dão início a amizades, romances, vendas, empregos, oportunidades, satisfações e discursos.

Se souber fazer perguntas oportunas, você aumentará imediatamente seu autocontrole e confiança em todas as fases da comunicação com os outros.

Ainda mesmo quando surge um assunto que não lhe é familiar, as Perguntas, feitas com Apelo Emocional, virão em seu socorro.

Você e mais quatro pessoas gozam, certa tarde, os prazeres de um café e de uma boa prosa. O assunto agora são livros.

Embora seja uma pessoa que lê muito, você apenas correu os olhos pelo último romance de Skipdunk: "Ele voltou para casa sete vezes".

De repente, alguém lhe pergunta: – *Que acha de Ofélia, a empregada do quinto marido dela?*

Você mal sabe da existência de Ofélia, mas não quer envergonhar-se diante dos outros, especialmente da língua afiada de Minnie J., que está a seu lado. Sensatamente, busca o socorro urgente que as Perguntas lhe oferecem.

– *Ofélia, a criada?* – responde, então. – *Não sei ainda. Mas, será que me podem responder a uma pergunta importante?*

– Que é? – adiantou-se Minnie J...

– *Acham que é este o melhor romance de Skipdunk?*

Isso desvia a conversa para outra direção. O uso da Pergunta forneceu-lhe maravilhosa oportunidade de "despistar" os ouvintes. Seguindo a Regra, você aproveitou-se do óbvio e deu aos outros a impressão de que conhecia melhor o livro do que realmente conhecia.

Do ponto de vista emocional, isso pode ser muito importante para você! Formuladas e feitas com cuidado, as Perguntas podem ajudá-lo a adquirir confiança em si, de modo certo e rápido, em centenas de oportunidades.

Juntamente com as Regras Para Fazer Perguntas, que se seguem, elas lhe proporcionarão arma poderosa, para qualquer situação em que você precise mostrar sua força de persuasão.

REGRAS DAS BOAS PERGUNTAS

É verdade que você, para comunicar-se com alguém, continuará usando palavras e atos, não é?

Use Perguntas. Com isso, poderá fazer com que as pessoas ajam exatamente como desejam. Mas não se esqueça das Regras.

São seis Regras Para Fazer Perguntas, que você deve saber *de cor e salteado*, para usar no momento oportuno.

Faça as Perguntas Certas e prepare-se para descobrir sua nova personalidade. Até mesmo os ouvintes mais rebeldes começarão a ver as coisas sob o mesmo prisma que você!

São as seguintes, as Regras:

1. FORMULE A PERGUNTA DE MODO A OBTER A RESPOSTA QUE DESEJA.

Diga a uma jovem mãe: – *Não seria ótimo que você tivesse mais tempo para descansar?* É uma pergunta que certamente terá resposta afirmativa. Contém Apelo Emocional dirigido ao Instinto de Conservação.

Pergunte ao presidente de uma firma que faz negócios pelo reembolso postal: – *Quer ser o maioral no terreno das encomendas pelo reembolso postal?* Claro que ele não responderá negativamente. Repare no Apelo ao Dinheiro e ao Desejo de Consideração existentes nessa pergunta, capaz de vencer qualquer Preocupação.

Lembram-se da primeira Pergunta do chefe de vendas ao candidato ao lugar de vendedor por comissão? – Quer arriscar cinco meses de trabalho duro, para construir um futuro seguro e ganhar mais de 6.000 dólares por ano?" O candidato logo pensa: "Claro!". A Esperança contida na pergunta fez contato, imediatamente, com o Apelo do Dinheiro, num espírito receptivo.

2. CERTIFIQUE-SE DE QUE SUA AUDIÊNCIA PODE RESPONDER

Aborrecem às pessoas as perguntas que não sabem responder. Por outro lado, as perguntas têm grande Apelo Emocional, quando dão oportunidade de mostrar conhecimentos. Quando usar esta Regra, aproveite *sempre* as vantagens do óbvio.

Pergunte a um pescador de trutas: "Tem preferência por alguma isca para as trutas?"

A um chefe: *"Que qualidades acha mais importantes para um homem vencer na vida?"* Ao entrevistador de uma agência publicitária: "O senhor é o encarregado destas entrevistas?" – "Não" – responde o rapaz.. – "Trabalho no departamento de arte." A moça, que estiva à procura de emprego, usa novamente o óbvio: – "Acha que a arte estilizada atrai mais a atenção, num anúncio que a fotografia?"

Apesar de ocupado, o homem sorri e aceita a oportunidade de exprimir sua opinião, para ouvidos que se mostram prontos a ouvi-lo. Sabe responder? Claro que *sim*! O resultado é que ele presta mais atenção na moça que nas outras candidatas, *porque ela lhe deu, do ponto de vista emocional, algo para se fazer lembrada*. A pequena obteve o emprego. *O uso desta Regra, ligado a outras Para Fazer Perguntas, deu-lhe grande Vantagem na competição com as demais candidatas*.

3. SEMPRE QUE POSSÍVEL, FAÇA "PERGUNTAS SUGESTOVAS"

As "perguntas sugestivas" transmitem a resposta à mente do interlocutor e dão *maior* impacto ao que você está dizendo. É fácil fazer perguntas desse tipo. Basta pegar uma afirmativa e transformá-la em pergunta.

"Quer um homem que conheça os problemas locais, não é verdade?"

"Muito boa escolha, não acha?"

"Hoje é terça-feira, dia 16, não é?'"

"Você estava usando um "tailleur" marrom, da última vez que nos encontramos, não estava?"

4. SUA PERGUNTA DEVE SER OBJETIVAMENTE RELACIONADA COM A SITUAÇÃO, OS OUVINI'ES E A OCASIÃO.

"Que tal livrar seu jardim, para sempre, de ervas más, percevejos e insetos?" Eis uma pergunta destinada a impelir o interlocutor a comprar, e que contém a maior parte das Regras para fazer perguntas,

extremamente eficiente quando feita a um cliente pelo vendedor da seção de jardinagem de uma loja de departamentos. Se feita a uma cliente, na seção de chapéu ou de sapatos, seria um disparate!

A República Suíça, única nação européia que impede as mulheres de entrar na política, fez um plebiscito propondo emenda constitucional que daria às mulheres o direito ao voto. Os eleitores eram todos homens. Antes do dia da eleição, foram colocados cartazes por todo o território nacional, em pontos bem visíveis, com duas perguntas persuasivas: *"Se uma mulher é feliz, que lhe importa a política?"* e *"Se é infeliz, que diferença fará, para ela, a política?"* Os eleitores, em massa, votaram contra a emenda e até hoje as mulheres não votam, na Suíça.

Como foi observado antes, o Apelo Emocional é uma força que tanto pode ser empregada para o bem, como para o mal!

Lembram-se do exemplo do proprietário de pequeno estúdio fotográfico onde as moças solteiras iam especular o preço das fotografias? Obteve o sucesso usando a presente regra ligada a algumas outras. Quando entrava uma cliente, perguntava: *"Sabe por que somos chamados os fotógrafos da sorte?"* Quando as moças riam e respondiam: – Não... – Mostrava quatro ou cinco fotografias de noivas e observava: *"Essas moças pousaram para nós menos de um ano antes de se casar!* Zás! Emocionalmente, a pergunta e a respectiva resposta atingiam em cheio as moças, justamente no ponto de maior receptividade. Estavam devidamente relacionadas com o Ouvinte, a Situação e o Momento. Combinadas com outras Regras Para Boas Perguntas, fizeram as moças esquecer completamente o problema do Dinheiro, como principal razão para efetuarem ou não o negócio.

5. VERIFIQUE SE EXISTE CORRELAÇÃO EMOCIONAL ENTRE A PERGUNTA E O QUE VOCÊ TEM A DIZER

"Você gostaria de ser mais sofisticada?" (Instinto de Conservação)

"Já viu, algum dia, um cartão de Natal igual a este?" (Romance (Amor), Novidade).

"Gostaria de ter uma filha famosa em todo o país?" (Desejo de Consideração).

"Não é horrível quando alguém chega atrasado para um encontro, deixando você à espera? (Instinto de Conservação).

"Uma mulher com um nariz de 10 cm de comprimento?" (Nova Experiência).

"Quer ganhar 50 dólares facilmente, depressa e de modo legal?" (Dinheiro).

"Já desejou, alguma vez, ser linda e inteligente conto Miss América?" (Consideração).

"Não é aquela garota "sexy", de "maiô" decotadíssimo, Harry?" (Amor-Romanee).

"Que tal economizar cinqüenta centavos num par de meias?" (Dinheiro).

"Já ouviu falar do novo produto para lavar louças, gastando metade do tempo normal?" (Amor (Novidade, Nova Experiência) e Instinto de Conservação).

"Como consegue conservar-se tão jovem?" (Instinto de Conservação, Consideração).

"Você recebe sempre tantos telefonemas de rapazes solteiros?" (Amor).

"Quer ganhar tempo?" pergunta o gerente do supermercado. *"Mandaremos levar em casa, sem cobrar mais!"* (Instinto de Conservação).

"Os contatos feitos com nossa organização podem ser muito proveitosos para seus negócios, não é verdade?" (Dinheiro).

6. USE O TRUQUE DA ALTERNATIVA EM SUAS PERGUNTAS, QUANDO QUISER OBTER CONCORDÃNCIA OU AÇÃO IMEDIATA.

Dê a seu interlocutor a alternativa de concordar com você de um modo ou de outro...

"Quando prefere que seja feita a entrega, no princípio da próxima semana ou no fim?"

"Como deseja pagar – tudo de uma vez, ou 10 dólares agora, 10 no próximo mês?"

"Vai telefonar para mim segunda-feira, ou terça-feira de tarde é melhor para o senhor?"

Certifique-se de que as duas alternativas lhe convêm – antes de fazer uma pergunta deste tipo. A escolha tem que ser feita entre duas modalidades de ação. Não se trata de escolher entre fazer ou deixar de fazer determinada coisa.

Diz a pessoa que pede uma contribuição para obra de caridade: *"Quer contribuir com 1 dólar ou prefere dar mais?"*

Não se trata de escolher entre contribuir ou não, mas de determinar a quantia com que você vai contribuir. Outra modalidade igualmente eficiente desta Regra consiste em oferecer uma escolha entre *uma coisa boa* e outra *horrível*, sabendo muito bem que o interlocutor escolherá a boa.

"Prefere fazer hoje um seguro, ou ter que mover uma ação judicial amanhã ou depois?"

"Que vai ser, um futuro tranqüilo ou nenhum futuro?"

"Não vale mais proteger hoje a saúde de seu filhinho que vê-lo aleijado mais tarde?"

O uso desse truque da alternativa nas perguntas requer um pouco de prática, mas verá que é surpreendentemente persuasivo.

Decore e aplique as seis Regras Para Fazer Perguntas. São todas interligadas e prestar-lhe-ão serviço constantemente.

O melhor meio de conseguir que as pessoas façam o que você deseja é *persuadi-las a se convencerem de que devem fazê-lo*. As Perguntas ajudam a conseguir isso.

Controle as perguntas. Faça-as no momento oportuno.

Arme-se com a pergunta defensiva: *"Por quê?"* É difícil ao seu interlocutor esquivar-se a responder essa Pergunta e assegura-lhe muitas das Vantagens das Perguntas, quando você mais precisa delas!

Lembre-se:

A Pergunta que você faz pode obter-lhe a Resposta que deseja.

Observe as Regras. Podem tornar mais fácil para os outros concordar com você.

Quando as pessoas concordam com você, será maior sua autoconfiança, melhor sua iniciativa, seus terrores desaparecerão e você adquirirá personalidade mais vibrante.

Igualmente importante é o efeito das Perguntas que contenham Apelo Emocional: ajudá-lo-ão a melhor dominar situações, numa extensão que você jamais julgaria possível!

A TÉCNICA DO APELO EMOCIONAL AJUDA A VENCER DISCUSSÕES E A SOLUCIONAR CONTENDAS

O MELHOR MEIO DE VENCER, numa discussão, é não tomar parte nela.

Você *pode* conseguir isso, aplicando corretamente a Técnica do Apelo Emocional.

Esteja sempre alerta às oito nuvens emocionais que pairam sobre sua vida diária. Compreenda que elas tanto podem transformar-se no mais delicioso chuvisco, como na mais terrível tempestade.

Essas "nuvens"' são Oito Assuntos de Discussão.

Sobre cada um desses assuntos, todos temos atitude preconcebida e opinião irredutível. Quem discute sobre tais assuntos tem os olhos bem abertos e o espírito quase inteiramente fechado.

MOTIVOS DE DISCUSSÕES E ARMADILHAS VERBAIS

São os que se seguem, os Oito Assuntos de Discussão:

1. Religião
2. Política
3. Gosto pessoal
4. Aparência
5. Inteligência
6. Escolha de amigos
7. Realizações
8. Família

Quando alguém ventila um desses assuntos, siga as três sugestões seguintes e sairá "vitorioso":

Primeiro: Descubra o ponto de vista dos ouvintes a respeito do assunto. Não se esqueça de nenhum!

Segundo: Sorria e reserve seus comentários, a menos que você concorde!

Terceiro: Siga a primeira sugestão!

Se não agir dessa maneira, perderá prestígio, estará procurando aborrecimentos e diminuindo sua Força de Persuasão e sua Personalidade.

Tratando-se desses Oito Motivos de Discussão, as atitudes são sempre extremadas e prejudiciais.

"Raciocinar contra um preconceito é o mesmo que lutar contra uma sombra" – diz Mildmay. "Cansa a quem raciocina, sem afetar visivelmente o preconceito."

Mude de assunto, tão rápido quanto possível, fazendo uma pergunta bem feita.

Não se deixe levar para um dos outros Oito. Seria o mesmo que calçar sapatos apertados quando está com dor de cabeça: consegue apenas desviar a dor, da cabeça para outro lugar!

Mude de assunto fazendo a pergunta certa.

Já conhece as Vantagens das Perguntas. Certifique-se de que está seguindo as Regras para fazê-las.

Seja como a coruja. Dizem que a coruja tem fama de sensata porque parece sensata quase sempre. Só muito raramente solta o seu grito...

Vamos agora estudar os Oito Assuntos de Discussão, á luz do Apelo Emocional.

A Religião, no que diz respeito aos Quatro Grandes, está enquadrada no Instinto de Conservação e no Desejo de Consideração. Assim também a Inteligência, a Escolha de Amigos, e as Realizações. O assunto de Família está também emocionalmente ligado ao Instinto de Conservação e ao Desejo de Consideração. Reparou no denominador comum?

O Desejo de Consideração está integralmente relacionado com TODOS os Oito!

Antes de morder esta isca perigosa, do ponto de vista emocional, pergunte sorrindo: '"Que acha VOCÊ?", ou "Qual é a SUA opinião?"

Por quê? Porque essas perguntas são controladas, procuram sondar a atitude do interlocutor, emocionalmente ligada ao Desejo de Consideração. A resposta lhe permitirá descobrir quais são os sentimentos dele e servir-lhe-ão de pista, esclarecendo-o como deve agir, antes de exprimir o próximo pensamento.

Há muitos outros assuntos de discussão, fora dos Oito mencionados.

O Dinheiro, por exemplo, é excelente provocador de brigas e envolve nossos maiores desejos, preocupações e medos. Usando as Regras para fazer perguntas, é possível discutir sobre Dinheiro mais amigavelmente de que sobre qualquer um dos Oito. O mesmo podemos dizer sobre assuntos relacionados com desejo e satisfação sexual.

Entrar numa briga é facílimo. Sair dela já não é tão fácil.

A seguir, daremos uma relação de Assuntos de Disputa e Armadilhas Verbais. Vão muito além dos Oito. Constituem a origem de inúmeros choques de personalidades, da perda de amigos, negócios fracassados, divórcios, separações, e até mesmo assaltos.

Evite usar frases desse tipo. Há nelas um Apelo Emocional que vence a Preocupação, mas não ofensivas para os ouvintes. É fácil identificar a razão, entre os Quatro Grandes Apelos Emocionais. (Abreviações: IC - Instinto de Conservação; A - Amor; D - Dinheiro; DC - Desejo de Consideração.)

"Você não é mais o homem que costumava ser! (IC-DC).

"Gostaria que você economizasse de vez em quando!" (D),

"Jane, não adianta tentar esconder seus cabelos grisalhos!" (IC-DC).

"Como você patina ma!" (DC).

"Este presente me custou caro. Pensei que VOCÊ fosse dar a ele maior valor." (DC-D).

"Você não pode deixar ninguém mais ganhar dinheiro?" (DC-D) .

"Puxa, como você está com o rosto cheio de rugas!" (IC-DC).

"Estas idéias são extravagantes demais para mim!" (A - Novas Experiências).

"Nunca abocanho mais do que posso engolir!" (DC).

"Puxa, você está quase completamente careca!" (IC-DC).

"Por que não cuida de sua vida?" (DC).

"O dinheiro é assim tão importante para você?" (D).

"Eu nunca deveria ter-me casado com você. Por que não refleti antes?" (A).

"Sabe quanto lhe custará perder esta demanda?" (D).

"Você está num beco sem saída, fazendo sempre a mesma coisa, dia após dia!" (A - Novas Experiências).

"Você gosta mais do espelho que de mim!" (DC).

"Sua mãe está gorda demais, para usar roupas de malha!" (IC-DC).

"Você não terá vantagem nenhuma casando com ele!" (A-IC)

"Por que será, Dolores, que as outras moças têm uma porção de namorados, só você não tem nenhum!" (A-DC).

"Você não tem outro assunto, além de suas operações?" (DC).

"Você nunca será uma criatura feliz!" (IC).

"Comprei o mesmo artigo e paguei 10 dólares menos!" (D-DC) .

Essas Armadilhas Verbais são verdadeiras bombas, no meio de urna discussão!

Procure afastar-se de brigas e discussões. Podem custar-lhe muito caro.

Muitas brigas? Tanto sua saúde como seu gênio podem sofrer com isso. Aí, então, terá realmente razão de se queixar.

Você pode ficar tão obcecado pelo que o preocupa, a ponto de se tornar fácil presa de complicações, ao pregar um prego, subir uma escada, andando, guiando seu carro, falando com seu chefe ou comendo ervilhas com a faca...

Como é que você procede quando o aborrecem?

UM: Se se afastou da pessoa com quem discutiu, não deixe a raiva se concentrar e ficar guardada no fundo do coração. Faça alguma coisa,

ainda que seja bater as mãos, uma contra a outra, dez vezes, e não uma... faça exercício... dê um passeio, andando bem depressa... toque uma tuba... escreva números de trás para diante, a partir de duzentos... Ou *desabafe*, contando seus aborrecimentos a um amigo, sabendo perfeitamente que ele está tão preocupado com os próprios aborrecimentos, que nem sequer ouvirá os seus.

DOIS: Se estiver com a pessoa que o aborreceu, para que tornar as coisas piores, com uma resposta desaforada? Poupe-se a desnecessária continuação da briga. Faça sua pressão voltar ao normal... ou quase. *Use a Técnica do Apelo Emocional*.

Discussão é discordância. O melhor meio de evitar uma discussão é CONCORDAR com seu interlocutor. Diga: "Você tem toda a razão!", e diga-o com sinceridade.

A pessoa que grita com você, que o critica, insulta ou implica com você, está agindo desta forma por razão pessoal, emocional. O Desejo de Consideração a faz acreditar que está com a razão.

Mostre que é isso mesmo. Diga-o, também!

Como? Acha injusto dizer ao outro que ele está com a razão?

Diga-o *assim mesmo!*

A menos que o assunto se prenda a um problema de autoridade, quando a insubordinação estiver em jogo, você só terá a lucrar, emocionalmente, vencendo essa relutância.

Desta forma, conservará amizades, melhorará a imagem que os outros têm de você e evitará muitas das doenças que a infelicidade pode provocar.

Experimente!

O melhor meio de cultivar o tato é cultivar o respeito pela opinião alheia – mesmo que você não concorde com ela. Hão de lhe retribuir a cortesia, pois as pessoas com as quais convive são tão emotivas quanto você!

O APELO EMOCIONAL O FARÁ LEMBRADO, RESPEITADO E ESTIMADO

UMA DAS PRIMEIRAS ANEDOTAS que me lembro de ter ouvido contar é a do bêbado de cartola, cachecol branco solto no pescoço e paletó desabotoado, que anda em volta de um poste de luz, à meia-noite.

Um policial curioso aproxima-se, fazendo girar o cassetete.

– Perdeu alguma coisa? – pergunta ele.

– Perdi - respondeu o bêbado. – Uma nota de dez dólares. . . Perdi-a na próxima rua!

O policial coçou a cabeça.

– Se perdeu na próxima rua, por que está procurando aqui?

– Muito simples – respondeu o bêbado, com um soluço. – É que aqui está mais claro. . .

Durante muitos anos, tive curiosidade de saber por que sempre tive facilidade de lembrar desta velha história. Agora, já sei.

Quando eu era aluno do terceiro ano primário, um homem se apresentou em nossa classe e explicou o valor de uma conta de banco. – Economizem! Economizem, nem que sejam alguns centavos por semana – aconselhou ele. – Antes que vocês o percebam, os centavos já se transtornaram em dólares. Assim, como num passe de mágica!

Um garoto que sentava a meu lado começou a chorar. – Como é que eu posso economizar, moço? – perguntou entre lágrimas. – Eu não tenho centavos para economizar...

O homem pôs a mão no queixo, numa verruga redonda de cor puxando para o marrom, e de onde saía um tufo de cabelos pretos. Voltou-se para nossa professora:

– Srta. Faulkner – disse ele – este pequeno me faz lembrar uma anedota. É sobre o pai que resolveu experimentar a honestidade do filho de dez anos. – Meu filho, – disse ao menino – pegue a jarra marrom e traga-me um pouco de vinho.

O garoto pegou a jarra e pediu dinheiro ao pai.

– Ah! – replicou o pai. – Com dinheiro, qualquer um compra vinho. Mas só as pessoas espertas conseguem vinho sem pagar!

O menino refletiu um instante, pegou a jarra e saiu de casa, voltando dez minutos mais tarde.

– Pai – disse ele – faça o favor de pegar o copo.

Admirado, o pai estendeu-lhe o copo.

O menino destampou a jarra e aproximou-a do copo. – Beba, papai – disse sorrindo.

– Beber? – perguntou o pai. – Como posso beber? Não há nada no copo!

– Ah! – disse rindo o pequeno. – Qualquer um é capaz de beber, quando há vinho no copo. Mas só as pessoas espertas conseguem beber quando o copo está vazio!

Lembro-me dessas duas histórias e de muitas outras, porque há nelas um elemento que me "atingiu", fornecendo-me algo para lembrar. Sou capaz de *sentir* e de *visualizar* essas historietas, porque há nelas Apelo Emocional, que fez com que ficassem gravadas em minha memória.

Quais são esses elementos? Especialmente o Apelo de uma Nova Experiência e do Instinto de Conservação, capazes de vencer a Preocupação e prender a atenção.

O bêbado de cartola, cachecol branco solto no pescoço, paletó desabotoado... o poste de luz... o sujeito, tonto, andando em volta... o policial fazendo girar o cassetete... o homem do banco com uma verruga marrom de onde saía um tufo de cabelos pretos... a idéia de transformar centavos em dólares num passe de mágica... o garotinho chorando... Por que será que me recordo de que a professora se chamava Srta. Faulkner? Um colega dissera-me certa vez: – Ela é uma das professoras mais camaradas da escola, mas o nariz dela parece um garfo...

O homem do banco contando a história... "carregando" a jarra... "despejando" o vinho... imitando o pai e o filho, virando a cabeça de um lado para outro, quando imitava um ou outro...

Essas histórias eram claras... visíveis... emocionalmente atraentes.

A memória visual e outros estímulos emocionais nos afetam mais que acreditamos. Acontecimentos alegres e tristes, certos rostos, palavras e atos, certas paisagens nos trazem vivas associações de idéia e despertam lembranças profundamente adormecidas.

Infiltram-se em nosso pensamento quando estamos acordados e perturbam as tentativas que fazemos para adormecer.

Essas reações são favoráveis ou desfavoráveis. Não podemos combatê-las, mas, com a Técnica do Apelo Emocional, podemos começar a identificá-las e controlá-las.

Depois de falar por dez minutos num Clube de Chefes de Vendas, percebi que os olhares da audiência não se dirigiam para meu rosto. Cerca de cinqüenta dedos apontavam para meu peito e minha perna esquerda.

Interrompi a conferência. – Que há? – perguntei.

Houve risos, cabeças baixas e já todos apontavam para mim de modo mais claro. Meu paletó estava aberto e uma aba da camisa saíra da calça e estava solta, por cima da perna esquerda!

O inesperado efeito visual desviou imediatamente a atenção de minha audiência! Foi necessário juntar-me imediatamente à distração, e não combatê-la. Peguei a carteira e tirei uma nota de vinte dólares.

– Estão vendo esta nota de 20 dólares? É de quem se lembrar da última frase que eu disse imediatamente artes de terem visto minha camisa de fora! O auditório franziu a testa, num gesto coletivo, tentando *com afinco* fazer jus aos 20 dólares.

Embora a frase tenha sido pronunciada menos de trinta segundos antes, ninguém se lembrou do que eu havia dito!

Minha silenciosa aba de camisa falara mais claramente, mais eficientemente e com maior Apelo Emocional do que eu!

A audiência *ouvira* melhor a aba de camisa do que minhas palavras, porque ela tinha maior habilidade de vencer a Preocupação. A aba de minha camisa continha grande dose do Apelo Emocional ligado ao

Instinto de Conservação e era uma Nova Experiência, ligada ao Romance, ou ao Amor.

As pessoas preferem ver a ouvir. É *mais fácil* prestar atenção no que vemos, do que naquilo que ouvimos.

Há sempre em nós um desejo, ligado ao Instinto de Conservação, de fazer as coisas pelo método mais fácil, mais agradável. É o que requer menor esforço!

A audiência abrira o espírito Preocupado, ao ver a aba de minha camisa fora da calça. Já que a sentença que precedera este incidente não continha qualidades que lhe permitissem romper a Preocupação, os espíritos continuaram Preocupados.

Acreditavam ter ouvido alguma coisa, mas de fato nada do que eu disse penetrara em seus espíritos, para ficar.

A preferência do Instinto de Conservação pelos estímulos visuais é um ponto vulnerável de todos os ouvintes... até mesmo tratando-se de crianças.

A Srta. R., uma de minhas antigas alunas, tornara-se professora. Ela e várias outras professoras receberam a incumbência de dar aulas, na presença de um superior, sobre países da América do Sul. O assunto de sua aula seria o Brasil.

Pedindo às crianças que se aproximassem, a professora estendeu na mesa limpa enorme folha de papel branco. Com um sorriso, levantou acima da cabeça uma lata de conhecida marca de café. – Sabem o que contém esta lata, não sabem?

Os alunos concordaram: – Sabemos!

Enquanto as crianças olhavam, interessadas, a Srta. R. abriu a lata de café e despejou o conteúdo no papel.

– Sabem também que o Brasil é o país da América do Sul que mais produz café?

Assim falando, espalhou o café pelo mapa do Brasil desenfiado no papel.

– Sabem quanto pesa este café?... Isso mesmo... 1 quilo! Sabem o que este quilo de café vai fazer para nós, agora mesmo? Vai nos ajudar a

estudar a geografia, a história e as produções do Brasil! Estão todos prontos para aprender? Muito bem. Vamos começar!

Com o café, as pontas dos dedos, sincronizando as palavras com o estímulo visual, tão ligado ao Instinto de Conservação e à Experiência Nova do Apelo Emocional romântico (Amor), foi traçando fronteiras, localizando as principais cidades e outros assuntos interessantes relacionados com o Brasil. Quando a aula terminou, as crianças tinham no rosto um sorriso satisfeito.

O observador esperou que os alunos saíssem da sala para discordar do método empregado. Admitiu que a Srta. R. tocara em todos os fatos importantes, mas achara a aula mais uma brincadeira... que uma aula.

Durante os dias seguintes, as crianças receberam aulas de várias outras professoras. Em seguida, foram submetidas a um teste.

A Srta. R. contou-me que as crianças haviam aprendido mais coisas sobre o Brasil que sobre outro qualquer país e a atitude crítica do diretor se transformara em ininterrupto interesse pelo Apelo Emocional.

A Srta. R. provocara nos alunos a vontade de ouvi-la, relacionando o Assunto com a Audiência, por meio da Técnica de Comunicação do Apelo Emocional, que utiliza uma equipe invencível, quando se trata de motivar a reação dos ouvintes: palavra e ação.

As crianças *ouviram* ... e *aprenderam*!

Em todas as fases do ensino, temos, ainda hoje, muitos professores que não sabem ensinar. Aprenderam seus métodos de ensino com outros professores que, raramente, sabiam ensinar também... O resultado é que grande parte do que se aprende normalmente é desnecessário e inútil.

Uma coisa é conhecer o assunto; outra, muito diferente, é vencer a Preocupação dos ouvintes, para transmitir nossos conhecimentos.

Este pensamento pode ser multiplicado pela soma de todos os trabalhos e profissões!

Quando um professor ensina, quantos alunos estão *realmente* ouvindo? Não será possível fazer com que um número *maior* de pessoas sejam, ao *mesmo tempo*, intelectualmente receptivas?

Durante mais de dezessete anos, fiz a mais de 15.000 pessoas, entre alunos, clientes e ouvintes, em minhas conferências, a seguinte pergunta:

– De todos os professores que tiveram, de quantos conseguem se lembrar?

A resposta mais freqüente era: – De muito *poucos*!

De um modo geral, de que professores nos recordamos? Daqueles de quem mais gostamos ou que mais gostavam de nós.

Aprendíamos *mais* nas aulas daqueles de que mais gostávamos? Tínhamos *preferência*. pelas matérias por eles ensinadas? Nossas notas eram mais altas nessas matérias?

Sim, sem a menor dúvida!

A educação pouco significa se não ensina os professores a comunicar aos alunos aquilo que sabem.

Quando empregam o Apelo Emocional para transmitir conhecimentos, conseguem seu intento.

Ainda mesmo que as palavras, sozinhas, falhem, será possível recapturar e manter o interesse, com o uso bem dirigido de métodos de comunicação que contenham o apelo da novidade (Novas Experiências) ou da visualização (Instinto de Conservação).

B., pai de dois filhos, contou certa vez uma fascinante variação do que acabo de dizer.

Tendo morrido uma pessoa da família, em outra cidade, B. e a mulher queriam ir assistir ao enterro. Combinaram que a mãe da mulher viria tomar conta das crianças, enquanto estivessem ausentes.

O filho de nove anos não apresentou problema, mas a menina de cinco anos chorava sem cessar. Não queria aceitar as explicações que lhe dava a mãe.

B. sugeriu então à mulher, que não sabia o que fazer: – Por que não lança mão do caderno dela, fazendo desenhos que mostrem para onde vamos, o que faremos e como estaremos vestidos, ao voltar para casa? Enquanto estivermos fora, a vovó mostrará a ela os desenhos e deste modo ela não se sentirá sozinha.

B. e a mulher eram maus desenhistas, mas mesmo assim, por meio de traços, conseguiram fazer quadros e descrições, enquanto a menina olhava e fazia perguntas.

Enquanto B. e a mulher estiveram fora, a menina e a avó examinaram o caderno mais de doze vezes. Isso acalmava a menina e tornava a ausência dos pais e sua volta muito mais compreensíveis que uma simples *conversa*.

B. assegurou-me que o Apelo Emocional e o caderno com os desenhos de risquinhos tornaram-se um tesouro nas recordações de família.

O uso do método visual na comunicação torna-a muito mais eficiente. A razão? O Instinto de Conservação, um dos Quatro Grandes fatores de motivação para todos nós.

É mais *fácil* ver que ouvir, Como é mais fácil *olhar* que prestar atenção... isso para os adultos, também!

Um conhecido ministro usava o processo audiovisual para que seus sermões se fixassem melhor.

Certa vez, mostrou aos ouvintes uma caixinha. "A coisa mais importante desta vida não pode ser guardada nesta pequena caixa, por mais fortes que sejam as amarelas" – falou.

A atenção foi imediata.

Pegando um vidro de conservas, prosseguiu: – Poderá este vidro ou outro qualquer, por mais firme que seja a tampa, conter essa coisa tão preciosa?

Abanou a cabeça. Enfiou a mão no bolso do hábito e virou-o para fora, acrescentando: – Nenhum bolso, mão ou cofre pode conter esta preciosidade... esta coisa misteriosa... Que será ela, afinal?

Depois de uma pausa, falou: – Trata-se da paz de espírito, que só a presença de Deus nos assegura! Com uma teatralização adequada, prosseguiu usando o Instinto de Conservação, através de projeções visuais e perguntas emocionalmente controladas. Para concluir, voltou-se para a caixinha, o vidro e o bolso virado – símbolos de possessões

tangíveis... "muito menos importantes que a paz de espírito, que não precisamos tocar para sentir!"

Pela expressiva reação dos ouvintes, compreendeu que conseguira comunicar-se realmente com a congregação, quando os fiéis lhe disseram, mais tarde: "Bonito sermão, Reverendo!"

A partir daí, o Reverendo R. tem tanto cuidado na escolha de métodos visuais que contenham Instinto de Conservação e outros Apelos Emocionais que serão usados em seus sermões, como no assunto dos mesmos.

Toda comunicação humana é emocionalmente realçada pela personalidade de quem fala e de quem ouve. Cada pessoa tem sentimentos individuais que sobressaem com maior precisão, quando aquele que fala consegue verdadeiramente "atingir" seu interlocutor.

O Apelo Emocional de nossas palavras, nossos atos e nossa presença deve ter uma mistura bem dosada de comunicabilidade, no que diz respeito aos nossos ouvintes, leitores ou assistentes. Todas as porções – especialmente dos elementos visuais – devem ser bem dirigidas e cuidadosamente controladas.

Conhecendo os principais fatores apropriados para vencer a Preocupação, poderemos verdadeiramente escolher o Apelo Emocional a ser usado e não fazer uso dele ao acaso. Do contrário, a imagem que as pessoas fazem de nós nos será prejudicial, ao invés de favorável.

Um vendedor conseguiu uma entrevista com importante cliente, depois de esperar cerca de três meses. Planejou cuidadosamente o modo de apresentar-se e preparou-se para praticamente toda pergunta técnica que o comprador poderia fazer sobre seus produtos e facilidades de venda.

No dia da entrevista, usou um terno muito correto, azul-marinho, e uma gravata também azul, com grandes pontos de exclamação em vermelho, pintados a mão. Terminada a entrevista, não estava satisfeito. O comprador mostrara-se cortês e atento, mas não mencionou nem de longe a possibilidade de fazer uma encomenda.

Quando o vendedor se retirou, o homem se lembrava da gravata com enormes pontos de exclamação em vermelho, mas esquecera-se do vendedor. Nunca vira uma gravata tão vistosa. Chamou-lhe de tal modo a atenção, que nos dias seguintes percorreu várias casas de artigos para homens, procurando uma igual!

As gravatas, muitas vezes, falam mais alto do que aquele que a usa. Decotes exagerados, maquilagem muito carregada e maiôs exageradamente reduzidos têm, muitas vezes, o mesmo resultado.

Como acontece com as abas de camisa acidentalmente expostas...

Os efeitos visuais devem ser usados para atrair, não para repelir. Emocionalmente, são mais fortes que a palavra. Sem querer, podem prejudicá-lo, ao invés de ajudá-lo.

O uso que você faz das mãos, do rosto ou do corpo podem fazê-lo lembrado de modo "errado" ou "certo". Os gestos podem exprimir ridículo, ansiedade, aflição, aborrecimento, desejo, felicidade, Dramatizam remorso, satisfação, entusiasmo ou calma.

Seu aperto de mão combina o contato táctil com o visual, seu significado faz parte de todo o seu Apelo Emocional.

As palavras calorosas não terão significado quando acompanhadas de um frio aperto de mão.

Os gestos são expressões exteriores de seus sentimentos íntimos e revelam sensibilidades emocionais.

Os gestos refletem a alma. Não consinta que sejam desordenados. Controle-os constantemente. Podem ajudar muito, quando se trata de fazer com que os outros o estimem e respeitem e que gostem de você.

Um de meus alunos, E., era advogado. Falou-me, certa vez, durante uma aula no Instituto de Apelo Emocional, de como os advogados observam os gestos das testemunhas.

Quando uma testemunha abaixa a cabeça ou limpa os lábios antes de responder determinada pergunta, é forte indicio de que preferiria não ter de respondê-la. Um advogado esperto imediatamente pegará a pista e se desviará do assunto que o gesto da testemunha indicou ser preferível

deixar de lado. Muitas vezes, disse-me E., os gestos de testemunhas e clientes lhe permitiram ganhar questões legais!

Quando falar com os outros, que seus gestos e outros efeitos visuais falem a seu favor. Controle-os, sincronize-os com suas palavras e atos. Que eles, suave e naturalmente, se tornem uma parte integrante da personalidade externa que os outros vêem em você.

Os efeitos visuais, gestos e movimentos são especialmente vantajosos quando:

1. Você conta uma anedota ou uma piada.
2. Faz um discurso.

Quer que um maior número de pessoas o aprecie, respeite e se lembre de você, quando conta outra anedota?

Escolha uma anedota que a maioria dos ouvintes gostará de ouvir. Não insista na que você gosta de contar!

Como saber a anedota que mais agradará aos outros?

Em primeiro lugar, use a técnica do Apelo Emocional, para relacionar o assunto com a audiência.

Descubra os "fatores de atenção", emocionalmente tão importantes, entre os Quatro Grandes, para saber o que cada pessoa *deseja* ouvir ou *tem medo* de ouvir. São esses, sempre, que indicam as motivações emocionais irresistíveis a cada pessoa. Um deles, entretanto, em breve se revelará o GRANDE Apelo Emocional, capaz de vencer a Preocupação, em qualquer fato ou anedota que contar!

TRÊS TÉCNICAS DE COMUNICAÇÃO

Certifique-se, pois, de que sua comunicação com o próximo contém uma ou mais de um dos elementos seguintes:

1 – EFEITOS VISUAIS.

"Ela estava escrevendo com um lápis que mais parecia uma salsicha com afiada ponta preta!"

"Nunca viram um bebê rir, com a boca bem aberta e dando pontapés no ar?"

2 – PALAVRAS E AÇÕES SINCRONIZÁVEIS COM MOVIMENTOS E GESTOS NATURAIS.

"Segurando uma escova em cada mão, ele fazia mensagem no couro cabeludo, logo acima das orelhas... assim... !"

"Agora vou rasgar esta nota de dólar em quatro partes. Uma... duas... três... quatro!"

3 – O EXTRAORDINÁRIO.

Emocionalmente, uma novidade, uma Nova Experiência, é sempre bem recebida pelos ouvintes.

"Seus centavos se transformarão em dólares, como num passe de mágica!"

Comprar alguma coisa sem dinheiro... Beber com o copo vazio...

"Como é, então o homem mais alto do Texas tem só 3 metros de altura?"

Depois de saber o que dizer, escolher uma anedota e contá-la com Apelo Emocional, isto é, com a habilidade de fazer com que os outros lhe prestem atenção, é muito mais fácil.

Experimente. Veja como seus ouvintes reagirão melhor, quando você contar um caso!

Se suas palavras e seus atos tiverem maior motivação (Apelo Emocional), será mais fácil aos outros lembrar de você, ouvi-lo e respeitá-lo em suas comunicações, qualquer que seja a situação.

As pessoas que o cercam têm suas Preocupações. Vivem com o espírito cheio de esperanças, temores, desejos, aflições, até mesmo de tabus, frustrações e confusões. Acham que tudo isso é muito mais importante que aquilo que se passa na sua cabeça.

"ABRINDO" ESPÍRITO FECHADO

Um espírito Preocupado é um espírito *fechado*. É necessário "abrir" de modo positivo esses espíritos fechados, se quer ser estimado, respeitado e lembrado.

Como conseguir este difícil objetivo?

A Técnica do Apelo Emocional lhe fornece três meios de conseguí-lo.

1. FALE COM AS PESSOAS EM SUA PRÓPRIA LINGUAGEM.

O ouvinte é a nossa razão de falar.

Como indivíduo, seu ouvinte quer ouvir apenas em termos de suas necessidades emocionais. Para chegar até ele, é necessário usar o Apelo Emocional *certo*. Tem sido assim sempre, através da História.

No início do ano de 1730, James Oglethorpe solicitou ao Rei George da Inglaterra perdão para as pessoas que haviam sido presas por dívidas, e financiamento para sua viagem ao Novo Mundo, onde fundariam uma colônia, sob sua liderança. Raciocinou que, enquanto presos, não poderiam pagar suas dívidas; aconselhou ao Rei que desse a esses homens e mulheres nova oportunidade, em outra terra. Argumentou que seria proveitoso para a Inglaterra ter mais uma colônia.

O Rei George deu pouca atenção ao Assunto. Respondeu, impacientemente; que a Inglaterra já tinha muitas colônias. Para que mais uma?

Defendendo seu ponto de vista, Oglethorpe replicou: – É Verdade que a Inglaterra tem muitas colônias, mas nenhuma delas recebeu o nome de Vossa Majestade! Meu plano é dar à nova colônia *o nome de Geórgia ... em vossa honra!*

Pela primeira vez, o poderoso Rei George tornou-se interessado. Foi finalmente "atingido". O Desejo de Consideração era o Apelo Emocional do Rei!

Ninguém lembra, respeita ou estima a outrem, a menos que a Preocupação seja interrompida pelo Apelo Emocional acertado.

O Rei George financiou a expedição, libertou os prisioneiros e o resto pertence à História. Oglethorpe e seus companheiros fundaram a Geórgia em 1733.

O Rei George, depois do incidente, passou a estimar, respeitar e melhor lembrar de Oglethorpe? Claro que sim!

Fale com as pessoas usando sua própria linguagem.
Elas o ouvirão, já que estão *interessadas em ouvir!*

2. OBSERVE E DESCUBRA "FATORES DE ATENÇÃO PARTICULARES".

Lembre-se sempre dos Quatro Grandes Apelos Emocionais. Releia esses capítulos de vez em quando. Podem ser a sua *chave* de comunicação, em qualquer circunstância.

A menos que você relacione suas palavras e seus atos a um dos Quatro Grandes, não haverá razão para que os outros *queiram* ouvir o que você está falando. E quando as pessoas não querem ouvir, não *comprarão*, não concordarão, nem lhe darão a receptividade emocional tão importantes a seu amor próprio, sua felicidade e seu bem-estar.

Procure o GRANDE fator do atenção que liga seu Assunto à Audiência. Ele existe, mas saberá você descobri-lo?

James Oglethorpe usou o Dinheiro e outros apelos na sua conversa com o Rei George. Obteve resultados? Não! Estava claro que o Rei não precisava de dinheiro e o Apelo ao Instinto de Conservação e ao Amor (Novas Experiências) também pouco interessavam ao monarca, que acabou se impacientando.

Foi quando James Oglethorpe falou: – Minha intenção é dar à nova colônia o nome de GEÓRGIA, em honra de Vossa Majestade.

O Desejo de Consideração era o "fator de atenção" acertado, por isso o Rei George ouviu Oglethorpe e... agiu imediatamente.

Quando o GRANDE "fator" de atenção" não for descoberto logo, faça Perguntas para identificá-lo. Como já sabemos, as Perguntas são dotadas de forte poder emocional. Bem dirigidas, conseguem dominar a situação, proporcionando ao seu interlocutor a oportunidade de revelar-se, através das respostas.

Usando a Técnica do Apelo Emocional, você não precisa desejar que isso *aconteça*. Os Quatro Grandes Apelos Emocionais – Instinto de Conservação, Dinheiro, Amor e Desejo de Consideração constituem a

motivação das características emocionais das pessoas que o cercam... e *suas* também.

Contêm os GRANDES "fatores de atenção" que relacionam *qualquer* assunto a qualquer audiência.

Por vezes, são óbvios, outras não. Observe e identifique-os, se deseja ser lembrado, respeitado e estimado!

3. USE TRÊS APELOS EMOCIONAIS QUE DESPERTAM O INTERESSE DE TODOS.

Os indivíduos diferem, no que diz respeito à proporção da influência dos Quatro Grandes sobre eles. À medida que passam os anos, em desses Apelos Emocionais se toma o GRANDE "fator de atenção". Para persuadir as pessoas a se lembrar de você, a respeitá-lo e estimá-lo. este GRANDE Apelo Emocional deve ser pesquisado individualmente,

Essa observação objetiva demanda tempo. Poderemos diminuir o tempo gasto?

Existe um processo que permite usar a Técnica do Apelo Emocional em *qualquer* pessoa que nos ouve... em qualquer situação... antes de descobrirmos o GRANDE Apelo Emocional individual? Certamente!

Três componentes dos Quatro Grandes Apelos Emocionais farão *qualquer* pessoa "ouvir", a qualquer momento!

São eles :

A. *Elementos visuais ligados ao Instinto de Conservação*. O desejo de fazer as coisas pelo método mais simples, mais agradável, é um componente infalível do Instinto de Conservação. Não importa quem seja os seus ouvintes: todos preferem *ver* a ouvir, porque requer menos esforço. Do ponto de vista da interrupção da Preocupação, o método visual é mais satisfatório, emocionalmente. Portanto, use tantos elementos visuais quantos quiser, quando se torna o GRANDE "fator de atenção". Para persuadir sejam bem escolhidos. São eles dotados de um Poder Emocional universal.

B. ***Novas Experiências e Promessas*** ligadas ao apelo do Amor (Romance). São uma espécie de "refrigerantes" no processo de interromper as Preocupações e fazem um contato emocional *instantâneo*, conduzindo os ouvintes para o caminho emocional que você escolher.

A. era professora de inglês e sentia-se desanimada pela pouca receptividade dos alunos, quando ensinava gramática. Sentia que poucos gostavam de gramática e que era necessário usar maior quantidade de Apelo Emocional, para atrair e manter a atenção, ao mesmo tempo auxiliando a memorização.

Usando iniciativa e imaginação, criou dois fantoches, que manipulava com os dedos, conservando os cotovelos por detrás da mesa. Além de valiosos como efeitos visuais, os dois bonecos eram uma novidade na aula, fornecendo aos alunos interessante Experiência Nova.

Um dos bonecos representava um homem de bigodes, de fraque e cartola; o outro, uma mulher com vestido de noite.

Apresento-lhes o Sr. e a Sra. Melhor Inglês – falou a professora aos alunos atentos e fascinados. – Vão tornar mais fácil para vocês o estudo da gramática. – foi a Esperança que deu à classe. – Estão todos prontos para começar?

Com a voz da professora fazendo ginástica vocal, a "dama" corrigia os erros de gramática do "homem". Os alunos gostaram da aula e a professora tomou-se mais persuasiva... melhor lembrada, mais respeitada e estimada.

C. ***Desejo de Consideração e Perguntas*****.**

Nunca subestime o poder de perguntas bem formuladas. Embora possam ser dirigidas a qualquer um dos Quatro Grandes Apelos Emocionais, visando ao Desejo de Consideração, as perguntas são infalíveis, se se trata de motivar a vontade de ouvir, e isso independentemente das diferenças emocionais individuais.

Como já foi dito, até mesmo perguntas aparentemente simples, ligadas ao Desejo de Consideração, tais como: "Qual é a sua opinião?" ou "O que acha você?" podem ser de valor inestimável, quando se trata

de fazer com que outra pessoa o estime e respeite e se lembre de você. Despertando nos outros a *vontade* de ouvir, através da emoção, depois conduzindo-os, pela persuasão, ao Apelo Emocional certo, essas perguntas eliminam o choque de personalidades. Perguntando a opinião dos outros, você fará com que acatem a sua, ao mesmo tempo que se impõe, fazendo-se lembrado e respeitado.

Repararam o que fez a professora A. com os alunos que não se interessavam pelo estudo da gramática? Depois de atrair a atenção da classe, com a novidade representada pelos fantoches "Sr. e Sra. Melhor Inglês", perguntou: Estão todos prontos? Podemos começar?

Antes de fazer a pergunta, sabia que *todos* os seus ouvintes dariam resposta afirmativa... portanto, a pergunta tinha grande Apelo ao Desejo de Consideração, dirigido a cada um dos ouvintes!

Por mais que tentemos nos fazer lembrados, estimados e respeitados pelos outros, só o conseguiremos na base da *reação* dessas pessoas aos "fatores de atenção" existentes em nossos atos e em nossas palavras. Com a Técnica do Apelo Emocional, poderemos controlar essas reações emocionais à nossa comunicação.

Nunca se esqueça destes Três Componentes Emocionais. Use-os sempre que necessário.

1. FALE COM AS PESSOAS USANDO SUA PRÓPRIA LINGUAGEM.
2. OBSERVE E IDENTIFIQUE OS FATORES DE ATENÇÃO INDIVIDUAIS
3. USE OS TRÊS APELOS EMOCIONAIS QUE ATINGEM A MAIORIA DOS OUVINTES:
    a. Elementos visuais ligados ao Instituto de Conservação.
    b. Novas Experiências e Promessas.
    c. Desejo de Consideração e Perguntas.

Assim fazendo, pode esperar que as pessoas prestem atenção no que você diz... se lembrem de você, o *estimem* e *respeitem*!

COMO PREPARAR UM DISCURSO EM QUE ENTRE O APELO EMOCIONAL

Um aluno contou-nos, certa vez, a história de um menino gordo que passeava num parque, mastigando um sanduíche.

Um pedaço do sanduíche caiu no chão e um pintarroxo comeu-o. Ao invés de ficar calado e satisfeito por ter a barriga cheia, o pintarroxo começou a chilrear bem alto, sem parar. O barulho atraiu a atenção de um gato que logo abocanhou o pintarroxo.

Moral da história: *"Nunca abra a boca, só por estar de barriga cheia..."*

E acrescentamos: *Concentre-se nas necessidades emocionais de seus ouvintes e não nas suas!*

Damos, a seguir, quatro regras para preparar um discurso que interesse aos ouvintes. Elas o farão concentrar-se nas necessidades emocionais da Audiência e evitarão que você fale... só por estar com a barriga cheia...

1. CONHEÇA BEM O ASSUNTO SOBRE O QUAL VAI FALAR.

O que leva as pessoas a quererem ouvir é o Apelo Emocional, e este, na maioria das vezes, se apóia em *fatos*. Em certas situações, os fatos constituem o melhor meio de interromper a preocupação de seus ouvintes.

Os elementos visuais também são fatos. Deixe de lado as expressões faciais, movimentos e maneirismos, a menos que os use deliberadamente, para reforçar o que está dizendo. Por melhor que você controle as palavras, os gestos ou movimentos disparatados servirão para distrair os seus ouvintes.

Mesmo o seu modo de vestir deve ser sincronizado com o que você diz ou faz. Caso contrário, você estará *distraindo*, ao invés de atrair. Lembre-se de que as distrações levam a atenção do ouvinte para bem longe de você!

Conheça as características emocionais de sua Audiência – não tente adivinhá-las. Descubra o que seu ouvinte quer... não o que você quer. Fale aquilo que as pessoas desejam ouvir – não insista em falar o que você quer dizer.

Observe primeiro – fale *depois*! Do contrário cometerá gafes que só poderão prejudicá-lo.

Uma enfermeira-chefe fazia a sua ronda diária. Parou junto ao leito de um homem que fora operado na véspera. Sem lançar sequer um olhar para a papeleta do doente, falou, tranqüilizando-o com um tapinha no ombro!

– Ânimo, meu filho. Dentro de dois dias você nem se lembrará mais de que foi operado. Fiz a mesma operação há dois anos atrás, portanto sei bem o que estou dizendo.

O homem enrubesceu e suas orelhas pegavam fogo, tão embaraçado ficou. Fora *circuncidado!*

A enfermeira julgara que ele fora operado das amígdalas! Não adivinhe. Conheça sua Audiência e o que tem a dizer.

Sempre que falamos, estamos "falando em público", mesmo que o ouvinte seja apenas *um!*

2. DESCUBRA O APELO EMOCIONAL QUE ADAPTE O ASSUNTO À AUDIÊNCIA.

Essa concordância entre Assunto e Audiência é a *verdadeira* razão das pessoas se interessarem em ouvir o que você diz. Encontrará sempre esses "fatores de atenção" dentro dos Quatro Grandes Apelos Emocionais.

O Instituto de Conservação poderá estabelecer o contato inicial entre você e seu Auditório? Ou será o Dinheiro? O Amor? O Desejo de Consideração? Faça uma lista... mentalmente, ou por escrito.

Quando não houver pelo menos um GRANDE Apelo Emocional, entre os Quatro Grandes, que adapte seu Assunto à Audiência, por que falar? *Não existe uma única razão para as pessoas se interessarem em ouvi-lo!*

Os Apelos Emocionais são poderosos meios de vencer a preocupação.

Em todo assunto, pessoa, produto ou situação, você pode descobrir um Apelo Emocional que fará com que as pessoas se interessem em ouvi-lo. Procure-o! Adquirir a habilidade de descobrir esses Apelos Emocionais pode ser o mais proveitoso objetivo de sua vida.

Ponhamos a nossa Técnica a trabalhar.

Assunto: *Por que os freios de seu carro devem ser examinados duas vezes por ano*.

Audiência: *Pais*.

Apelo Emocional: *Instinto de Conservação. Acidentes, ferimentos, morte, prisão, condenação, tudo que diga respeito aos filhos*.

Amor? Não cabe aqui, exceto se for usado o Apelo das Esperanças e Promessas ou de alguma Nova Experiência.

Dinheiro? Perfeitamente. Você poderá falar sobre *prejuízos, despesas extraordinárias com médicos e hospitais, aumento da taxa de seguro, propriedade danificada e coisas semelhantes*.

Desejo de Consideração? Tem pouca importância, no caso.

Os dois Grandes Apelos Emocionais ligados ao Assunto são Instinto de Conservação e Dinheiro. Dos dois, o Instinto de Conservação é o GRANDE Apelo Emocional.

Vejamos a terceira Regra:

3. TIRE PARTIDO D0 MAIOR APELO EMOCIONAL ENCONTRADO, USANDO-O COMO MEIO PODEROSO DE VENCER A PREOCUPAÇÃO.

Empregue-o na primeira frase que disser, na primeira pergunta que fizer, em seu primeiro ato... ou numa combinação dos três.

"Os senhores sabem que dois de nós estaremos mortos dentro de oito meses? Quais serão esses dois? A resposta depende dos senhores e dos cuidados dispensado aos freios de seu carro, que devem ser testados duas vezes por ano. . ."

Com isso, conseguiu interromper imediatamente as preocupações de seus ouvintes!

Baseie nos fatos seu Apelo Emocional. Quando você mete muita estatística no discurso, a atenção dá o fora.

Dramatize, visualizando os fatos mais importantes. Faça com que seus ouvintes estejam atentos, desde as primeiras palavras que pronunciar, ou seus primeiros gestos. É sempre possível fazê-lo.

Exponha o assunto no menor espaço de tempo possível. Combine elementos visuais com Novas Experiências e Promessas de Futuro, tudo sincronizado com palavras e atos.

"Os freios de seu carro devem ser testados duas vezes por ano!"

Diga e repita esta frase, faça dela a GRANDE idéia que vai desenvolver.

No final, seus ouvintes terão mesmo ouvido o que você disse e *concordarão* com você, porque soube conservá-los vitalmente interessados. Além disse, todos se lembrarão de você, e lhe terão maior estima e respeito.

Adquira o bom hábito de empregar o Apelo Emocional preponderante num grupo para manter a atenção de seu auditório. Terá maior facilidade de falar e essa prática lhe será útil, seja qual for o tipo de pessoa ou grupo a que se dirigir.

Dirigindo-se a um grupo interessado em plásticos, um orador conseguiu rapidamente atrair as atenções, dizendo: "Pela primeira vez, na história deste hotel, os senhores verão um martini com uma azeitona no alto do copo. E é um martini que os senhores poderão comer! Prontos? Aqui está ele!

Um dos alunos do Instituto do Apelo Emocional fez, certa vez, fascinante conferência sobre "O Correio dos Estados Unidos – Amigo certo que trabalha para milhões".

"Gostariam de conhecer um homem que trabalha mais depois de morto do que quando estava vivo?" começou ele, em tom de provocação. "Seu retrato pode ser visto neste selo postal. Seu nome? Abraham Lincoln"

Conseguira um meio poderoso de interromper as Preocupações de seus ouvintes, usando o maior Apelo Emocional ligado ao Assunto.

4. TERMINE COM UMA OBSERVAÇÃO INTERESSANTE QUE AJUDE A CHEGAR À CONCLUSÃO DESEJADA

As pessoas que estiveram interessadas e atentas desde o começo receberão com facilidade novo impacto emocional derivado do que viram ou ouviram.

Quando a palestra for variada, os ouvintes guardarão melhor o que ouvirem por *último*, do que aquilo que ouviram no começo.

Seja como for, não deixe de dinamizar o final, para que seja sempre lembrado.

Uma universitária pouco conhecida, chamada Bassoff, apresentou-se candidata para o lugar de Secretária da Organização Geral de Estudantes de sua Faculdade. Havia mais três candidatos para o cargo. Além disso, seriam eleitos os ocupantes de dois outros cargos e para cada um deles os candidatos eram quatro.

Como cada candidato tinha um representante que devia falar perante os alunos reunidos no auditório, antes da eleição, os eleitores seriam obrigados a ouvir doze oradores martelando em suas cabeças, convencendo-os a votar nos seus candidatos. Dentro de poucos minutos, os alunos mostravam-se impacientes, pouco à vontade e confusos.

Foi quando a oradora que falava por Bassoff subiu ao palco. Mostrou à audiência três elementos visuais – um peixe em baixo relevo, um diapasão e um cartaz com o nome de Bassoff.

Depois que terminou seu discurso de dois minutos, sincronizou esses elementos com as últimas palavras que pronunciou, de modo enfático e contundente:

"Dentro de alguns minutos vocês estarão de volta a suas salas, para votar. Quando o fizerem, lembrem-se do BASS (baixo) relevo deste peixe." Exibiu o peixe: "Lembrem-se também de BASSO (baixo) no canto..." Assim dizendo, mostrou o diapasão... "E lembrem-se da

BASSOFF... para Secretária da Organização Geral!" Assim falando, mostrou o cartaz com o nome de Bassoff e sentou-se.

Bassoff ganhou facilmente a eleição!

Prontos a recapitular as quatro regras para organizar um discurso ou um debate de grupo, contendo Apelo Emocional? Vamos lá:

1. Conheça bem o assunto de seu discurso.
2. Descubra o Apelo Emocional que adapte o Assunto à audiência.
3. Tire partido do mais forte Apelo Emocional encontrado, usando-o como meio poderoso de vencer a Preocupação.
4. Termine seu discurso com uma observação interessante que ajude a chegar à conclusão desejada.

Aplique estas quatro regras.

Observe como o ajudarão a melhorar sua habilidade de empregar o Apelo Emocional em tudo que você disser?

A TÉCNICA DO APELO EMOCIONAL ASSEGURA RELAÇÕES CONJUGAIS MAIS SATISFATÓRIAS

À NOITE, O SR. E A SRA. SMITH estão sentados na sala de estar.

– Veja que notícia engraçada esta, aqui no jornal – diz o Sr. Smith. – Uma mulher de menos de um metro e sessenta de altura espanca o marido, um lutador que pesa mais de oitenta quilos?

– Ele deve ter merecido a surra... – comenta a Sra. Smith, erguendo os olhos do livro – Que fez ele?

– Escondeu uma caixa de meias de mulher na gaveta de suas camisas. A mulher achou e acusou-o de andar às voltas com outras mulheres.

– E que disse ele?

– Disse que comprara as meias para ela, para o dia de seu aniversário – respondeu rindo o Sr. Smith – o aniversário dela é no mês que vem, por isso ela não acreditou...

– Você acreditaria? – perguntou a Sra. Smith.

– Claro! Talvez o homem tivesse medo de esquecer o aniversário dela. – Riu novamente. – Decerto a mulher dele não é igual à minha!...

– Que quer dizer com isso?

– Você não me deixa esquecer, meu bem! Começa a me lembrar de seu aniversário seis semanas antes e continua até o último momento!

– Você tem coragem de dizer uma coisa dessas! comenta asperamente a Sra. Smith.

– Coragem? Mas é a pura verdade, meu bem!

– Não me chame de "meu bem"! – replica ela, de mau humor. – Acho que é muito justo que eu economize e aperte a bolsa durante seis meses, para comprar-lhe um presente de aniversário... E, se não lhe lembrar o meu, jamais ganharei um presente seu. E sabe disso!

– Mas...

– Não negue! Antes de nos casarmos, você inventava pretextos para me dar presentes!

– Bem... as coisas, agora, não são exatamente como quando éramos solteiros... – retorquiu o marido.

– Pois eu bem desejaria que fosse! Hoje eu me sinto uma prisioneira!

– Quer dizer que eu a desiludi?

– Exatamente! Mamãe sempre me dizia que você não valia grande coisa...

– Não meta sua mãe nisso! – diz ele com um suspiro que deixa perceber uma irritação cada vez maior. Você está cansada de saber que ela não gosta de mim.

– E por que haveria de gostar? Você a insultou em frente dos amigos, dizendo que ela é gorda demais para usar brincos pequenos!

– Insultei? Ora, eu apenas... – o Sr. Smith levanta-se, dá as costas à mulher e comprime os lábios. – Pensei que já tivéssemos resolvido este caso! Mas você insiste em falar no assunto, sempre que pode! Não há razão nenhuma para você agir como... como uma bruxa!

– Bruxa! Os olhos da Sra. Smith desprendiam chamas azuis como de uma tocha de acetileno.

– Isso mesmo! Conto-lhe o caso de uma mulher que dá uma surra no marido lutador e você torce tudo, com vontade de brigar!

– *Eu* é que torci tudo...

A luta torna-se cada vez mais feroz.

O Sr. e a Sra. Clark, vizinhos do lado, entreolham-se sem ar de quem já conhece o assunto.

– Os Smiths começaram outra vez... – observa a Sra. Clark. – São tão emotivos!

– São mesmo, – concorda o Sr. Clark. – Acho melhor fechar a janela que dá para a casa deles. Preciso de tranqüilidade, quando estou fazendo contas.

– Por favor, não feche a janela – fala a Sra. Clark. – Vamos ver qual é o motivo da briga, desta vez.

– Nada disso.

A resposta do Sr. Clark é enfática.

– Quero fechar a janela e vou fechá-la. Além do mais, há uma corrente de ar nesta sala e não posso pegar outro resfriado!

– Não pode deixar a janela aberta um instantinho só?

– Não! Você quer ouvir para ter assunto para mexericar!

O Dr. Clark fecha a janela.

– Já não era tempo de você agir como pessoa adulta e cuidar do que é de sua conta?

A Sra. Clark põe as mãos nas cadeiras. – Isso é um desaforo! – Gosto de ouvir para me distrair. Infelizmente você não se preocupa em me proporcionar um pouco de distração. Vivo chateada, fazendo as mesmas coisas, entra dia, sai dia, Os Smiths podem ser emocionais, mas, pelo menos, saem, fazem programas. O Sr. Smith não é miserável como você!

– Miserável? – O Dr. Clark se levanta de um pulo. – Veja estas contas! Você gasta mais que qualquer outra mulher, neste quarteirão! Tem seu carro e...

– Só tenho carro porque seu cliente não tinha dinheiro para pagar-lhe o que lhe devia. Você nunca me deu coisa alguma que não fosse resultado de seus negócios sujos!

– É mentira! E não gosto de gente mentirosa! gritou ele, entre acessos de raiva cada vez mais fortes.

A Sra. Clark retesa o corpo e seus dedos agarram com força os braços da cadeira.

– Mentirosa, eu? Você é que é uma imitação barata de marido... Não cumpriu nada do que prometeu antes de casar, exceto a intenção de encher cada vez mais sua carteira recheada! Você...

A discussão retumbava, como o bater de tambores...

Madge e Max, os dois recém-casados que se tinham mudado recentemente para o andar de cima da casa de dois pavimentos, ao lado dos Clarks, balançam a cabeça.

– A coisa desta vez está feia, meu bem, – diz Max, num tom vinte anos mais velho que seus vinte e seis anos. – É pena que o Dr. Clark e a mulher sejam tão emocionais!

– Quem *não* é? – ponderou Madge, olhando de esguelha para o marido.

Madge tem razão. Nem os Smiths são "'um casal tão emocional", nem o Dr. Clark e a mulher "são tão emocionais".

Todo ser humano é emocional.

Pouco importa o que dissermos, estaremos dirigindo nossas palavras a Alguém. Esse Alguém vai reagir, de acordo com o Apelo Emocional existente em nossas palavras e nosso atos... ou pela falta dele!

Essa reação pode ser um sorriso, uma cara fechada, desejo, medo, aversão, concordância ou discussão.

No casamento, são inúmeras as oportunidades que temos de obter relações mais satisfatórias, bastando para isso relacionar o que tivermos observado objetivamente, em nosso cônjuge, de acordo com a Técnica do Apelo Emocional. Sendo muito íntimas as relações matrimoniais, torna-se *mais* fácil descobrir os verdadeiros sentimentos, pela observação e identificação de suas manifestações exteriores.

O Amor não é cego, é míope. De fato, são muitas as probabilidades contra um casamento reciprocamente feliz. Quase todos os casamentos acabam obscurecidos pela infelicidade. Em muitas grandes cidades, é maior o número de casamentos desfeitos, que dos realizados.

As mulheres, em geral, têm mais cuidado na escolha de uma ondulação permanente para os cabelos que na de um marido "permanente"... Quanto aos homens, refletem mais, quando se trata de arriscar numa "barbada", do que quanto têm de escolher esposa.

Antigamente, dizia-se que "casamento e mortalha no céu se talha". Hoje, a maioria dos casais vive no inferno, para tentar provar essa afirmativa. Quando a força tantalizante do desejo sexual diminui, serão tão poucos os laços emocionais que ligam os casais, a ponto de não bastarem para fazer com que sejam apenas *amáveis* um com o outro?

Muitos maridos e mulheres vivem desesperados, porque têm mais medo da língua maliciosa das convenções que da destruidora erosão do desrespeito mútuo. Cerca de um terço de casamentos termina em

divórcio. É quase impossível calcular quantos mais terminariam do mesmo modo, se não fossem as razões sociais e religiosas.

Vêm então os entendidos e relacionam as causas do fracasso do casamento: sexo, dinheiro, parentes, gênio ou outras razões, que não passam de filigranas e fases da MAIOR causa do fracasso de um casamento: a falta de comunicação!

A principal razão do fracasso de muitos casamentos é marido e mulher NÃO saberem falar um com o outro! Sem Apelo Emocional bem dirigido, nenhum casamento pode dar certo!

As pessoas não gostam de pensar, preferem *sentir*. Quando conseguimos manobrar emocionalmente os *sentimentos* de uma pessoa, teremos conseguido maior sucesso mútuo em nossa comunicação. Quando ferimos os sentimentos de alguém, é maior o fracasso.

Também no casamento, as Preocupações se impõem, formando invisível barreira entre marido e mulher... entre quem fala e quem ouve. Quando conseguimos vencer a Preocupação e provocar a reação certa, por meio do Apelo Emocional, conseguiremos obter relações muito mais satisfatórias no casamento.

Quando usamos, em relação ao nosso cônjuge, um Apelo Emocional errado, não precisamos procurar aborrecimentos no casamento; os aborrecimentos virão ao nosso encontro!

Pat e Lorraine estavam casados havia três anos. Lorraine continuara trabalhando durante dois anos, mas Pat quis que ela praticasse no seu único ponto fraco: a direção da casa. Embora sentisse falta de seu emprego – de compradora para uma loja de departamentos, resolveu deixar de lado o egoísmo e atender o marido, que era contador. Embora sem gostar dessas atividades, freqüentou aulas de economia doméstica, colecionou receitas e fez enormes progressos em muitos dos trabalhos do uma dona de casa. De todos, orgulha-se especialmente de sua habilidade "natural" na cozinha.

Uma noite, Pat chega em casa depois de um aborrecimento com um cliente. Lorraine, muito linda e elegante em seu avental, recebe o marido

com um sorriso e um beijo. "Deixe de lado os aborrecimentos, Pat, – avisa ela. – Temos hoje seu prato especial para o jantar: um cozido à irlandesa, feito de acordo com uma receita minha!

Os olhos de Pat brilharam. – Puxa, que bom! Cozido à irlandesa é mesmo meu prato favorito e você não se esqueceu disso!

Pouco depois, Pat aspira o aroma do cozido, enquanto a mulher o serve. Sentada em frente dele, Lorraine observa, quando ele come a primeira garfada. – E então, Pat? – pergunta, ansiosa. – Que tal o cozido?

Pat mastiga, pensativo, por alguns instantes, e diz: – Está muito bom, Lorraine... *mas não tão bom como o que minha mãe fazia!*

PRONTO!

Lorraine explode. Começa a briga... que continua... e continua... e continua... Naquela noite, dormem de costas um para o outro. Durante quatro dias, não se falam.

Na segunda-feira, Pat telefona para casa ao meio-dia. Pede desculpas. – A culpa foi minha, Lorraine. Sinto muito o que houve. Nunca deveria ter dito o que disse!

A mulher aceitou a desculpa, mas Pat continuou:

– Lorraine, vamos jantar fora hoje. Vamos fazer algo diferente. Que tal encontrar-se comigo às seis horas, no Restaurante Royal? A comida lá é boa e variada. Que me diz?

– Bem, Pat, é uma ótima idéia. Será uma delícia não ter que fazer compras, nem preparar o jantar – diz ela, muito animada.

Às seis e cinco, os dois estão sentados à mesa. Um garçom impecavelmente vestido os atende. Pat examina cuidadosamente o cardápio, enquanto Lorraine se aconchega a ele.

Ela pede um filé "mignon".

Diante da grande variedade de pratos, que pensam que Pat escolheu? Adivinharam... *cozido à irlandesa*.

O garçom traz os pedidos e destampa a caçarola do cozido. Pat aspira, cem exuberância.

- Hum... – diz ele, enquanto Lorraine o observa, desconfiada.

– E então, Pat, que tal o cozido? – pergunta ela, finalmente.

– Delicioso! – disse ele, com gestos de aprovação. – *Igualzinho ao que minha mãe fazia!*

Bummm! Lorraine levantou-se de um salto... resmunga algumas palavras de indignação... joga o guardanapo em cima da mesa... e sai do restaurante.

Muito cuidado! Quando descobrir o "ponto fraco" emocional do outro, não torne a tocar nele, propositadamente. Se o fizer, estará comprando aborrecimentos.

Muito melhor é descobrir os "sentimentos íntimos" do outro, por meio da Técnica do Apelo Emocional. Deste modo, poderá escolher palavras e atos, de modo a promover relações harmoniosas, ao invés de provocar desarmonia.

No casamento as "pequeninas coisas" muitas vezes têm graves conseqüências. Um desacordo emocional pode começar na mesa, prosseguir no quarto de dormir e provocar sérios erros ou acidentes no trabalho! Quanto mais íntima for a sua comunicação com uma pessoa, tanto maior deve ser o seu respeito pelos sentimentos dela.

Conheça os "Pontos fracos" de seu cônjuge... e os seus também! Recapitule seus conhecimentos dos Quatro Grandes Apelos Emocionais que formam o ponto de vista de seu cônjuge. Compreenda que, como no seu próprio caso, há temores e desejos em cada um deles.

Em todo ato ou em toda palavra existe sempre uma motivação emocional. Trate de descobri-la! Desta forma, poderá fazer com que a Técnica do Apelo Emocional trabalhe para você!

Com a Técnica do Apelo Emocional, você não se limitará a reagir às palavras e ações, mas poderá também enxergar além delas.

Quando começamos a identificar as motivações das pessoas, podemos compreendê-las melhor. Dentro da estrutura dos Quatro Grandes Apelos Emocionais, com seu poder de interromper as Preocupações e manter a atenção, poderemos ainda obter melhor compreensão de nós mesmos.

No casamento, como em qualquer outra relação humana, isto constitui a pavimentação recíproca de uma estrada harmoniosa!

Os seres humanos são movidos pelas emoções. Com temores e desejos encontrados nos Quatro Grandes, tecem uma camuflagem protetora para seus atos e suas palavras. O resultado é que existem, em geral, duas razões que levam as pessoas a dizer ou fazer alguma coisa:

1. A razão confessada.
2. A verdadeira razão.

Esta razão verdadeira é, muito freqüentemente; a profunda relação emocional entre o indivíduo e a percentagem de cada um dos Quatro Grandes Apelos Emocionais que o impulsionam.

ESTÍMULOS REMOTOS E REAÇÕES ESPONTÂNEAS

No casamento, as comunicações são de tal forma íntimas que um estímulo remoto pode explodir numa reação emocional, que terá grande repercussão a pequena distância. Por ser o motivador e o "fator de atenção" de toda comunicação, o Apelo Emocional pode significar o "bem" para algumas pessoas e o "mal" para outras, dependendo da noção de bem e de mal que cada uma delas tem.

Isso explica por quê:

- Uma esposa diz: "Ninguém pode agradar a todos – especialmente à sogra."
- Os homens sempre se apaixonam pelas mulheres que sabem ouvir e não pelas que gostam de ser vistas.
- O pecado mais comum no casamento é a intolerância.
- A noiva mais calculista é a que sabe de dois fazer três, o mais rapidamente possível.
- Quando o divórcio se faz tranqüilamente, o Dinheiro fala mais alto que as palavras.
- A moça que foi "colocada num pedestal" no tempo do noivado recusa-se a pegar na vassoura depois de casada.

- Há certas esposas que se ocupam tanto com atividades externas que não lhes sobra tempo para cuidar das necessidades internas – do lar e do marido.
- O tempo nunca pára quando um homem se casa com uma mulher muito mais velha... ou muito mais moça.
- Muitas mulheres criticam os maridos diante de estranhos.
- Muitas esposas assistem a programas de TV até muito tarde, como desculpa para não ir para a cama.
- A mulher que se deixa convencer por estranhos a comprar coisas de que não precisa não se deixa convencer pelo marido a devolver o que comprou.
- A criança cujos sentimentos são respeitados em casa saberá respeitar os sentimentos dos outros, foi-a de casa.
- A mulher que se finge de doente para atrair a atenção do marido está, realmente, precisando de cuidados médicos.
- Um casamento jamais dará certo, quando um dos cônjuges é "muito difícil de contentar".
- As mulheres mais solitárias são aquelas cujos maridos têm por elas pouca consideração e a manifestam ainda mais.
- A mulher que toma decisões importantes para a família sem consultar o marido não será consultada, quando ele resolver "dar o fora".
- Quando um homem muito grande casa com uma mulher muito pequena, tem uma razão muito grande para fazê-lo.
- O marido que se envergonha de ser visto em público com a mulher, deve ter culpa no cartório.
- Quando a mulher fica esperando bebê, alguns homens caem de joelhos e outros simplesmente caem fora!
- Poucos casamentos resistem à tempestade de constantes brigas.
- O homem casado que se vangloria de suas posses materiais não tem confiança em si.
- O homem ou mulher que busca compreensão nos bares e nas festas precisa de maior compreensão em casa.

- O casal que não sabe o que fazer quando o sexo deixa de ser muito importante em breve deixará de ser um casal.
- A beleza pode atrair um homem, mas o que o prende são as boas palavras e as boas ações.
- Uma mulher "fria" é a infeliz conseqüência da frieza na comunicação.
- Os casados que não saem juntos procurarão distrair-se separadamente.
- Uma esposa que concentra muita atenção nos filhos e muito pouca no marido não sabe concentrar-se...
- A mulher que para conceder favores ao marido precisa que ele lhe prometa recompensas, não o ama, realmente.
- O homem que faz todas as vontades da mulher torna-a dominadora, ditatorial e ... infeliz.
- A "esposa vitoriosa" é a que deixa o marido vencer em quase todas as discussões.
- O homem sensato não acusa a esposa pelo mau procedimento dos filhos.
- A mulher que sabe fazer perguntas será sempre capaz de impressionar o marido com sua habilidade de manobrar o dinheiro.
- Muitas esposas confessam: "Só por pouco tempo consigo me comunicar com meu marido. Logo ele se cansa de me ouvir."
- A mulher quer que o marido seja bondoso, decidido e protetor; a idéia de que o casamento é uma sociedade na base de 50 por 50 acaba fracassando 100%.

Também nas relações entre pais e filhos a necessidade de palavras e ações que contenham bem dirigido Apelo Emocional é muito clara. As crianças, como os adultos, estão sempre encerradas dentro de um invólucro de Preocupações. E, naturalmente, também nelas se percebem as diferenças emocionais individuais.

Os pais se queixam de que a coisa mais difícil do mundo é fazer com que os filhos os ouçam. Para que uma criança – ou qualquer outra pessoa – nos ouça, é necessário penetrar em suas Preocupações, com o Apelo Emocional certo.

Muitas vezes, o Apelo Emocional certo é tão evidente, que não nos apercebemos dele.

Uma de minhas ex-alunas era enfermeira e tinha uma filha de seis anos, do primeiro casamento. Quando se casou novamente e teve outra menina, a filhinha mais velha ficou cheia de ciúmes. Fazia o que podia paira atrair sobre si as atenções. Quebrava tudo quanto encontrava, chegava tarde para as refeições, e desaparecia, causando grande preocupação à sua mãe. Pancada pouco adiantava. Castigos e promessas de recompensa também de nada serviram para melhorar seu procedimento.

Com grande impertinência, a garotinha disse um dia á sua mãe: – É melhor você me dizer, Mamãe, de qual das duas você gosta mais! A mãe poderia ter provocado na criança sério problema emocional, se tivesse dado uma resposta errada. Ao invés disso, sorriu, abriu os braços e respondeu: Você é a menina de que mais gosto no mundo. Sua irmãzinha é apenas meu bebê favorito!

As palavras e os atos da menina deram-lhe a chave de seu espírito fechado e indicaram ser o Desejo de Consideração sua maior necessidade emocional. *"É melhor você me dizer, mamãe, de qual de nós duas você gosta mais!"*

Alerta, à procura de uma pista, a mãe compreendeu logo qual era e disse à menina o que ela desejava ouvir, emocionalmente. Depois disso, a menina e o *bebê* fizeram amizade, pela primeira vez!

No caso, o Instinto de Conservação, através de ameaças, pancadas e privação de brinquedos não era o caminho certo para atingir a criança. Tampouco o Dinheiro, sob a forma de recompensas. O Apelo Emocional certo teria que ser o Amor ou o Desejo de Consideração. A mãe descobriu que o GRANDE "fator de atenção" da filha naquela situação, era o Desejo de Consideração.

Mesmo com a idade de seis anos, as crianças começam a revelar suas forças e fraquezas, relacionadas com os Quatro Grandes Apelos Emocionais. Trate de procurar conhecê-las, se quiser ser atendido e respeitado. E a verdade é que a criança precisa de um ambiente emocional bom, para que nela se desenvolva uma personalidade sadia.

Uma criança é um ser emocional. Como seus pais, possui, em proporção que lhe é peculiar, os componentes positivos e negativos dos Quatro Grandes Apelos Emocionais: Instinto de Conservação, Dinheiro, Amor e Desejo de Consideração.

Os Pais devem determinar o GRANDE Apelo Emocional de seus filhos assim que ele começar a se tornar aparente. Trata-se de interesse por recompensas – um dos aspectos do Apelo do Dinheiro? Aspectos que definem o Instinto de Conservação, do Amor ou do Desejo de Conservação? A reação a certos assuntos, a certas palavras, ações ou situações tornam cada vez mais evidente o interesse principal que impulsiona uma criança. Use a Técnica do Apelo Emocional para interpretar o que vê e ouve.

Aquilo que uma pessoa *quer* ouvir ou *tem medo* de ouvir será sempre o GRANDE fator que, além de vencer a Preocupação, faz essa pessoa nos ouvir atentamente. Com a Técnica do Apelo Emocional, você poderá usar seus conhecimentos sobre o Apelo Emocional, para descobrir e identificar essa razão.

Se o fizer, estará aumentando suas possibilidades de lidar melhor com crianças, adolescentes e adultos, de modo firme, justo, respeitoso e amigo. Ainda mesmo quando surgirem situações "difíceis", relacionadas com sexo, felicidade pessoal, dinheiro, orgulho, parentes e propriedades, você identificará o "fator de Atenção" capaz de estabelecer o contato emocional desejado.

À medida. que os anos vão passando, seu reconhecimento do Apelo Emocional dominante – que motiva as reações dos outros e as suas – assegurar-lhe-á melhores e mais persuasivas formas de comunicação.

Quando desejamos casar, preservar o casamento e a felicidade conjugal, nossa maior força está na habilidade de conhecer o efeito emocional de palavras e ações.

As relações sexuais, por exemplo, só podem ser satisfatórias quando o Apelo Emocional contido nas palavras e ações de um dos parceiros for agradável ao outro. No casamento, as reações sexuais se confundem com as reações emocionais à comunicação. Aqui também a diferença entre uma tentativa de comunicação eficiente e sua consecução está na escolha do tipo *certo* de Apelo Emocional.

A falta de compreensão da maioria dos casais está no terreno emocional e não no físico. Sabendo aplicar a Técnica do Apelo Emocional, ambos os parceiros podem gozar os benefícios de relações sexuais perfeitamente satisfatórias.

A Sra. E., uma de minhas alunas, era escritora. Casada havia nove anos, era mãe de dois filhos. Embora tivesse freqüentes relações com o marido, não sentia prazer nelas. Em todos os seus anos de casada, nunca atingirá o clímax do prazer e estava certa de que jamais o conseguiria.

Considerava as relações conjugais uma parte de seus deveres de esposa e um meio de evitar que o marido "saísse da linha".

Nos últimos tempos, entretanto, cansada de não obter satisfação em sua vida sexual, começara a inventar repetidas desculpas para evitar as relações com o marido. Muito pesarosa, confessava que a sua nova atitude o tornara violento e brigão, e que seu casamento estava seriamente ameaçado.

Logo ficou estabelecido que a Sra. E, não encarava as relações sexuais com medo ou hesitações secretas, nem tinha anomalias físicas. Como tantas outras mulheres casadas, dizia ter bastante "conhecimento" do assunto e um desejo "normal" de conseguir completa satisfação na vida conjugal.

Seu prazer, entretanto, fora tantas vezes incompleto, que suas relações se tornaram "tão rotineiras quanto o ato de espanar os móveis. E detesto espanar móveis...", dizia ela.

A Sra. E. falou-me pela primeira vez de seu problema depois da segunda aula de um curso de 13 lições sobre Técnica do Apelo Emocional. No final do curso, naturalmente, teria por si só encontrado parte da resposta que buscava. Mas acontece que, no seu caso, o tempo era fator importante, sendo bem clara sua ansiedade.

Tivemos duas horas de consulta, durante as quais tomou notas, cuidadosamente, concordando em seguir ao pé da letra as instruções recebidas. Em seguida, a meu pedido, rasgou as notas tomadas e jogou-as na cesta.

A Sra. E. começou a aplicar a Técnica do Apelo Emocional na vida diária com o marido. Aprendeu as vantagens das Perguntas e as Regras para fazê-las. Ficou alerta, para descobrir as particularidades de comunicação do marido, suas opiniões e necessidades, colocando seu próprio desejo em *segundo plano*, em relação ao dele. Sorria mais, tornou-se mais feminina, eram mais freqüentes seus olhares convidativos.

Como era de se esperar, o marido ficou desconfiado... e atento. Aquela, sem dúvida nenhuma, era uma Nova Experiência romântica para ele! Foram precisos vários dias, para que esse comportamento da mulher, a que não estava habituado, o *atingisse*. Mas acabou acontecendo...

À medida que sua atitude áspera ia perdendo as arestas, aumentava seu desejo pela esposa. Com a paixão estimulada, procurou-a e teve outra deliciosa Experiência Nova: a mulher não se entregou passivamente, não se esquivou, nem aceitou o ato como se quisesse "ver-se livre daquilo o mais depressa possível". Ao invés disso, *comunicou-lhe* uma reação positiva, demonstrando gostar de suas carícias.

O procedimento e as expressões da mulher o fizeram crer que seu amor lhe estivesse dando maravilhosa satisfação... *embora tal não acontecesse*.

Dando mais importância ao prazer *dele* que ao seu próprio, a esposa fez com que em breve o marido começasse a prestar mais atenção às suas necessidades. O resultado da reação dela ao amor do marido é que este

se tornou mais imaginoso nas tentativas de despertar-lhe o desejo o que eliminou grande parte da "monotonia" e da rotina de que ela se queixava.

Alguns meses mais tarde, a Sra. E. confessou-me, corando que conseguira satisfazer-se completamente pela primeira vez!

Nas relações conjugais, o conhecimento total e profundo da comunicação emocional é um paralelo necessário da paixão. Para obter tal conhecimento, é preciso usar corretamente o Apelo Emocional.

O desejo sexual faz parte do Amor. A satisfação deste desejo é uma necessidade do Instinto de Conservação. Para obter o clímax mais satisfatório, para que a arte do amor atinja o cume do deleite físico e emocional, é necessário que as palavras e ações dos dois parceiros satisfaçam o Desejo de Consideração um do outro.

Aí está nova forma do infalível Apelo Emocional, na qual o Desejo de Consideração exige que os dois interessados abandonem suas inibições, *exprimam* sua satisfação e ... *lembre-se* da importância do *senso de oportunidade*.

O casamento é um estado de espírito envolto em sentimentos. Para penetrar satisfatoriamente nesse estado de espírito, é preciso vencer a preocupação que o protege, usando a arma do Apelo Emocional, sob a forma quer de palavras, quer de atos.

DEZ REGRAS PARA EMPREGAR O APELO EMOCIONAL E SER FELIZ NO CASAMENTO

A seguir, dez regras para ajudá-lo a ser feliz no casamento. Você pode confiar nelas!

1. ANTES OU DEPOIS DO CASAMENTO, TRATE DE DESCOBRIR, O MAIS RAPIDAMENTE POSSÍVEEL, O GRANDE APELO EMOCIONAL DE SEU CÔNJUGE.

É o meio mais seguro de duas pessoas se compreenderem, quer nas coisas *importantes*, quer nas *sem importância*. Se não conseguir compreender uma pessoa *antes* do casamento, é muito difícil conseguir

depois essa compreensão. Evite a infelicidade, Use a Técnica do Apelo Emocional. Descubra o GRANDE "fator de atenção" de seu cônjuge, bem como as características de suas reações! O entendimento mútuo ainda é o fundamento das mais felizes relações humanas.

2. COLOQUE ANTES DAS SUAS AS NECESSIDADES EMOCIONAIS DO SEU CÔNJUGE.

Pense e aja tendo em vista os desejos e o conforto de seu cônjuge. Que o seu fique em segundo plano, Não exija excessos de atenção. No casamento, como fora dele, dê, se quiser *receber*. Com amizade e paciência, em breve os dois estarão se entendendo melhor.

3. DEIXE SEU MARIDO SENTIR QUE É ELE QUEM MANDA.

Desta forma, ele se tornará mais decidido, bondoso e protetor. Mostre-lhe que concorda com suas decisões, particularmente na presença de outras pessoas. As mulheres que querem mandar em casa, em breve se arrependem.

4. QUANDO QUISER PERSUADIR, FAÇA PERGUNTAS... NÃO DÊ ORDENS!

Quem faz perguntas delicadamente, ao invés de gritar ordens, torna-se mais simpático e persuasivo. Lembre-se de que os pontos de interrogação têm mais Apelo Emocional que os pontos de exclamação.,.. ou o ponto final.

5. ESCUTE! ESCUTE! ESCUTE!

Sempre que possível, olhe bem nos olhos o seu interlocutor. Demonstre real interesse nas observações de seu cônjuge, em suas opiniões e problemas. Livre-se daquele "olhar distante, Preocupado!" Muitos homens vão a um barbeiro de preferência por serem "bons sujeitos", antes de o procurar por serem bons cabeleireiros. Parece que os barbeiros ouvem melhor que a maioria das esposas...

6. FAÇA PRONTAMENTE OS ELOGIOS MERECIDOS.

Um elogio sincero tem forte Apelo Emocional. Elogie o modo de proceder, a aparência ou as realizações de seu cônjuge. Os elogios, quando merecidos, criam um clima de agradável contato emocional, mesmo quando feitos à limpeza de um carro ou a um jantar bem servido.

7. PONHA MAIS CARINHO EM SEU OLHAR, EM SEUS ANOS E EM SUAS EXPRESSÕES.

Guarde para quando estiverem a sós aquele olhar especial que demonstra seu desejo. Um sorriso, um presente, um prato especial e até mesmo uma piscadela, no momento oportuno, constituem delicioso e íntimo Apelo Emocional.

8. AJA DE MODO OPOSTO, QUANDO O OUTRO ESTIVER COM RAIVA.

Quando seu cônjuge elevar a voz, zangado, fale mais baixo. Não retruque, a menos que a resposta seja essencial. Fale, entretanto, em voz baixa, dê uma resposta sincera. A maioria das brigas *pode* ser evitada. Aquelas que não são não devem deixar cicatrizes emocionais incuráveis. Evite assuntos que por diversas vezes se têm mostrado irritantes para seu cônjuge.

9. NÃO QUEIRA PARECER MAIS JOVEM DO QUE É.

Suas tentativas neste sentido são mais óbvias para seu cônjuge do que para outra qualquer pessoa. O Apelo Emocional, usado em palavras e ações bem dirigidas... sua habilidade de interessar ao parceiro e fazer com que ele preste atenção em você é o que o fazem mais atraente. A idade importa pouco, quando você usa com acerto o Apelo Emocional.

10. EVITE A ROTINA E A MONOTONIA.

Empregue em maior dose o Apelo romântico de Novas Experiências em sua vida diária. A variedade renova o interesse nas relações conjugais, mesmo nas mais intimas. O mesmo prato, servido

constantemente, perde o sabor. Evite a rotina e a monotonia na aparência, nos assuntos, atos e situações!

Antes do casamento, e depois dele, o Apelo Emocional não só o ajudará a conhecer-se melhor, mas a acreditar em si, como ser humano, em relação a seu cônjuge, bem como aos filhos e aos parentes.

Emocionalmente – você depende em grande parte dos outros. Eis por que é possível melhorar as relações humanas – mesmo entre marido e mulher.

O casamento é uma relação *humana*.

Com a Técnica do Apelo Emocional à sua disposição, nunca será "desumano", coisa de que tantos casais se queixam!

EFEITOS DO APELO EMOCIONAL NO TRABALHO E NOS NEGÓCIOS

– COMO VAMOS DE TRABALHO, GERT?

– Ora, deixei o emprego na semana passada. Não pude mais suportar aquela supervisora!

– Mas, Gert, você não estava há muito tempo na companhia?

– Quase sete anos!

– Que houve, então?

– Ah! Aquela supervisora... Não conseguia me concentrar no trabalho, quando ela estava por perto. Você gostaria de ser destratada regularmente, na frente de todos? E por quem? Por uma mulher que nunca sorri, adora criticar os outros e nem sequer agradece quando você a ajuda em seus trabalhos urgentes fora do horário, ainda por cima!

Não é uma lástima que choques de personalidades sejam culpados de que empregados competentes e práticos sejam despedidos ou abandonem o emprego? Diariamente, milhares desses choques, absolutamente desnecessárias, ocasionam a mudança de pessoal. Se somarmos os prejuízos que essa mudança dá a patrões e empregados, chegaremos a muitos milhões. E ninguém calculou ainda "o preço" das perturbações emocionais causadas à mente, no corpo e à família das pessoas envolvidas

A Sta. Sadie Brown, Diretora do Instituto Comercial, um dos maiores e mais antigos de Nova York, disse-me certa vez: – Quando nossos alunos voltam a procurar nossa agência de empregos, solicitando novas colocações, a razão que apresentam por terem perdido ou deixado o emprego é geralmente a mesma: – Não me dei bem com as pessoas com quem trabalhava... – ou: – O gerente era insuportável! – ... – Meu chefe não respeitava os meus sentimentos! – É necessário que um número muito maior de chefes e patrões aprenda a Técnica do Apelo Emocional, para bem dos negócios. Um sem-número de empregadores

perdem dinheiro e empregados categorizados por causa de choques de personalidades, perfeitamente evitáveis.

Leva tempo, gasta trabalho e energia o treinamento de novos empregados, quer o negócio seja grande ou pequeno. Na maioria das vezes, são necessários de um a cinco meses para que um novo empregado se torne suficientemente produtivo para merecer o salário que ganha.

Nos Estados Unidos, onde a palavra "venda" gira em torno de grandes interesses econômicos, são necessários enormes gastos extraordinários para cobrir a "invisível" despesa líquida ocasionada por choques de personalidades perfeitamente evitáveis.

Por vezes, o desentendimento não resulta na saída do empregado, quer por ser despedido, quer por conta própria. A conseqüência, então, será uma atitude de desinteresse ou irritação, tipo de Preocupação que pode provocar enormes prejuízos.

Nunca encontrou essa atitude num vendedor... numa telefonista... numa recepcionista? Talvez tenha sido destratado pelo caixa de um banco, por um caixeiro ou pelo profissional de um instituto de beleza.

Lembra-se de sua reação?

Ao invés de expor-se à desagradável possibilidade de encontrar-se novamente com quem o ofendeu, você preferiu fazer seus negócios em antro lugar!

Existem, atualmente, mais de 20.000 empregos ocupados por pessoas que se consideram a pessoa "certa" no lugar "errado"; empregos que não oferecem estímulo nem satisfação; empregos que provocam a atitude de "podia bem já ser hora de ir para casa"; empregos no setor da comunicação, tais como publicitários, vendedores, agentes de relações públicas e relações humanas, desenhistas e vitrinistas, ocupados por pessoas que não sabem comunicar-se com seu próximo!

Muitos empregados e chefes pensam: "Este emprego não serve para mim, mas que hei de fazer?"... "É sempre a mesma rotina, entra ano, sai ano!"... Já não basta que o Sr. C. me ofenda durante o dia. Meus

sentimentos em relação a ele têm que estragar também as horas que passo em casa?"

Aprender um ofício ou uma profissão não tem significado, a menos que você aprenda também a comunicar o que aprendeu. E para se comunicar com sucesso, você tem que "atingir" emocionalmente os outros!

Tanto nos negócios, como nas comunicações pessoais, profissionais ou comerciais, é vitalmente importante, nos dias que correm, um comportamento melhor e mais enérgico. Tanto aquele que fala como aquele que ouve tem sentimentos. Com o uso da Técnica do Apelo Emocional, esses sentimentos podem ser identificados, adequadamente ativados e objetivamente controlados, a fim de conseguir reações mutuamente mais satisfatórias.

É muito raro uma pessoa ser demitida por não saber executar o seu trabalho. Pesquisas nesse sentido revelaram que 85% do sucesso de uma pessoa é o resultado de uma "personalidade agradável", e apenas 15% dependem de habilidades, especialização e treinamento.

Em quatro casos em cinco, a verdadeira razão pela qual um empregado vive mal satisfeito, é despedido ou deixa o emprego é uma razão de personalidade – ou seja, sua incapacidade de conviver com os outros.

A personalidade é uma reação ao Apelo Emocional existente nos atos ou nas palavras de alguém. Se gostarmos do Apelo Emocional que provocam tais atos ou palavras, gostaremos da personalidade desse alguém. Quando o Apelo Emocional nos desagrada, não gostamos da pessoa.

As reações às palavras e aos atos são *reações emocionais* capazes de agradar, perturbar ou ferir. Permanecem em nosso espírito, Preocupando-nos.

As relações de trabalho são especificamente relações de comunicação. Quando a comunicação se faz bem, o emprego nos é agradável. No trabalho, a pessoa entra em interação com outras e suas

atitudes: algumas amistosas e interessantes, outras que aborrecem e perturbam.

Muitas vezes o choque de personalidades provoca "o dia horrível" no trabalho, causando Preocupação que se prolonga numa noite pior, em casa.

G., um de meus alunos, dirigia um caminhão numa empresa de construções. O trabalho era duro, segundo G., mas tornou-se insuportável depois que foi nomeado para o lugar de mestre-de-obras um sujeito rude, chamado Desmond. Em quatro dias, Desmond criara problemas com todos os seus subordinados.

Os empregados detestavam tanto Desmond, que se referiam a ele desdenhosamente como o "Desesperado Desmond" e desejavam que ele caísse "acidentalmente de cima de um telhado."

G., então, estava especialmente aborrecido, Tomou-se de tal modo tenso, que chegava em casa irritado, depois de um dia de trabalho, sempre pronto a brigar com a esposa e gritar com os dois filhos. Não tinha coragem de deixar o emprego por causa da responsabilidade de família. Deste modo, tornou-se cada vez mais irritadiço e tão infeliz, que nem conseguia dormir direito.

Perguntou-me se havia meios de usar a Técnica do Apelo Emocional para "fazer com que o "Desesperado Desmond" não continue a implicar comigo". Embora estivéssemos começando o curso, sugeri a G. que expusesse seu problema perante a classe. Poderíamos assim, coletivamente, descobrir as palavras e ações emocionalmente persuasivas que "atingissem" o "Desesperado Desmond", ao mesmo tempo sem deixar G. mal, em relação aos companheiros.

Quatro alunos, D. L., um psicólogo, E., produtor de TV., K., secretária, e F., vendedor, ventilaram a hipótese de Desmond estar querendo ganhar as boas graças dos patrões. Outros achavam que, sem dúvida, sua responsabilidade era muito grande, que ele vivia sob constante "pressão", para terminar a construção no tempo marcado. Como grande parte de outros chefes, pouco sabia sobre como

particularizar as comunicações humanas e, ao invés de "liderar" seus subordinados, limitava-se a "empurrá-los".

Interrogado, G, admitiu que Desmond era um empregado eficiente e tinha, de fato, grande responsabilidade, em razão de uma cláusula geralmente incluída nos contratos de construção, relativa ao tempo de entrega. Revelou, também, que ele e outros homens haviam formado um "grupo de defesa" que não tornava as coisas mais fáceis para Desmond.

Baseados nas informações de G., os alunos empregaram a Técnica do Apelo Emocional e procuraram, entre os Quatro Grandes Apelos Emocionais, aquele que vencesse a Preocupação do "Desesperado Desmond" e o tornasse apto a ouvir. Havia pouco contato emocional no Instinto de Conservação, no Dinheiro e no Amor. Assim, o grande apelo de Desmond seria o Desejo de Consideração.

Partindo daí, os alunos estabeleceram um método de ação e uma frase básica que G. concordou em experimentar no mestre-de-obras, já no dia seguinte.

G. deveria aproximar-se de Desmond, depois de algum tempo de trabalho, olhando-o diretamente nos olhos, e dizer com sinceridade: "O senhor pode ser um homem duro para seus subordinados, mas a verdade é que o senhor sabe fazer o trabalho andar!"

Depois de dizer isso, deveria sorrir...

G. agradeceu a cooperação da classe e prometeu contar-nos o que aconteceria. Uma semana mais tarde, tivemos outra aula, no Instituto de Apelo Emocional. Sorridente, G. se viu cercado dos alunos, curiosos, desde o momento em que chegou. Muito sensatamente, deixou para falar depois que estivéssemos todos sentados na sala de aulas.

Disse-nos que *fizera exatamente* o que deveria fazer.

– Aproximei-me do Sr. Desmond e falei: "O senhor pode ser um homem duro para seus subordinados, Sr. Desmond, mas não há dúvida de que sabe fazer o trabalho andar!" Depois de falar, sorri.

– O Sr. Desmond me olhou firme nos olhos, e vendo que eu falava com sinceridade, sorriu também. Em seguida, disse: – Obrigado!

"Quando voltei para meu caminhão, pensei, pela primeira vez, que talvez o "Desesperado Desmond" não fosse um camarada tão ruim assim. Talvez fosse apenas um homem encarregado de um trabalho difícil e que estivesse desempenhando suas funções o melhor que podia.

G. coçou o queixo, pensativo: – Sabem de uma coisa? Por vezes, penso que não deveria ter usado a Técnica do Apelo Emocional com Desmond. Desde que começamos a nos entender melhor, tenho trabalhado mais, para agradá-lo, pois não gostaria que ele perdesse o respeito que começa a sentir por mim.

– Pouco a pouco – prosseguiu ele – os outros homens começam a compartilhar de meus sentimentos a respeito das relações entre empregados e supervisor, que considero uma estrada de duas mãos, com boa quantidade de sentimento adicionada ao asfalto. No fim de um dia de trabalho, estou morto de cansaço, mas o ódio que sentia de Desmond deixou de influenciar minha vida de família ou meu trabalho. – E concluiu: – Além disso, é uma delícia dormir bem, novamente!

Não há dúvida de que melhores atitudes dos supervisores podem contribuir sensivelmente para aumentar a satisfação e a eficiência dos empregados – mas uma boa direção sem um bem dirigido Apelo Emocional é como uma lua sem céu...

Para as pessoas "se darem bem", precisam compreender melhor e melhor controlar o Apelo Emocional existente em sua comunicação além da habilidade de fazer com que os outros *desejem* ouvir o que têm a dizer.

Ao procurar melhorar as relações humanas no trabalho e nos negócios, os chefes devem aprender a traduzir, emocionalmente, atitudes em atos. De outra forma, a porta permanecerá aberta para os choques de personalidades, que podem prejudicar empregados, chefes e o próprio negócio.

É sempre proveitoso usar as vantagens da Técnica do Apelo Emocional em suas comunicações, tanto no trabalho como nos negócios.

TRÊS IDÉIAS IMPORTANTES PARA SEUS NEGÓCIOS

Eis três idéias importantes que lhe serão muito úteis:

1. EVITE CHOQUES DE PERSONALIDADES.

Para haver um choque de personalidade, é necessário que duas ou mais personalidades se comuniquem. As palavras ou os atos de uma pessoa podem ter o Apelo Emocional *certo*... ou *errado*... como podem também não conseguir interromper as Preocupações.

Quando o Apelo Emocional nos *agrada*, *gostamos* da pessoa que nos fala e a tendência é fazermos com prazer aquilo que ela nos pede. Quando o Apelo Emocional nos *desagrada*, o mesmo acontece em relação a quem nos fala, e nos rebelamos emocionalmente contra ela, embora façamos o que nos pede "a voz da autoridade". Quando ouvimos sem escutar... a pessoa que fala bem poderia *não* ter falado!

Se, num determinado período de tempo, uma pessoa – talvez mesmo um superior – bate repetidamente num ponto desagradável, nossos sentimentos íntimos tornam-se de tal forma virulentos, que é iminente o choque de personalidades. E, na maioria das vezes, esses choques, no trabalho, têm sua origem em coisas aparentemente sem importância!

Vincent era chefe de um escritório. Homem grandalhão, trabalhara oito anos no escritório de uma firma distribuidora, em Nova York.

Uma das pessoas sob sua direção era R., homem muito compenetrado, de menos de 1,60 m de altura.

Apesar do embaraço que isso causava a R. e de seus constantes e corteses pedidos para o outro "deixar disso!", Vincent se referia constantemente a R. como "O Curtinho", "Miudinho", "Infinitesimal"... "Metade de Gente" e coisas semelhantes. As variações deste tema continuavam quase diariamente, na presença do pessoal do escritório.

R. ficava aborrecido com as "gracinhas" de Vincent. Como tantas outras pessoas baixas, desde a infância lutara emocionalmente com a falta de altura. E estava agora com trinta e poucos anos. Sujeito

sossegado, fervia por dentro, nada dizia e procurava concentrar-se no trabalho. Preocupado com a aborrecida situação, cometia erros e esquecia-se das coisa, sendo publicamente criticado pelo chefe, que logo se apercebia desses erros e omissões.

Por mais de uma vez, o patrão ouvira o que se passava e aconselhara o chefe a parar com a brincadeira.

– Ora, não passa de um gracejo – assegurava Vincent. – O bom humor faz bem ao moral do escritório. Não se preocupe, sei lidar com R.!

Passavam-se alguns dias e Vincent recomeçava: "Meio Metro"... "Tampinha", e coisas parecidas, sempre de modo a que todos pudessem ouvir.

Uma tarde, R. decidiu que não podia mais suportar aquelas bofetadas emocionais. Esperou até que todos os colegas saíssem e pediu novamente a Vincent que deixasse de lado suas ofensivas observações.

Quando Vincent, sorrindo sarcasticamente, negou-se a atendê-lo, R. deu-lhe uma bofetada na cara. Vincent caiu para trás e logo o olho ficou preto...

Louco de raiva, prometeu despedir R. no dia seguinte.

Quando falou sobre isso com o patrão, encontrou pronta repulsa.

– Sinto muito, Vincent – falou com firmeza o patrão – R. vai ficar e quem vai sair é você. Você provocou esta complicação e não é o administrador que nos convém.

Em seguida, ficou de pé e falou: – E agora, que já não trabalha mais aqui, talvez queira me olhar mais à vontade. Está vendo?

Enquanto Vincent, ainda aturdido, olhava para ele, o patrão falou: – Sou *um pouco* mais baixo do que R., mas você estava tão Preocupado em ridicularizar o rapaz, que nunca reparou realmente na *minha* altura!

A história me foi coutada pelo próprio dono da firma, que era aluno meu.

Um choque de personalidade é capaz de provocar perturbações cujo terrível preço é a infelicidade, perda de emprego ou de rendas, doenças, bem como relações mais tensas no trabalho ou em casa. Por que tomar-se vulnerável a tudo isso?

Quer você seja empregado, supervisor, chefe ou profissional, terá oportunidade de se aborrecer. Muitos aborrecimentos, entretanto, são evitáveis.

Agarre-se ao Apelo Emocional das Perguntas, tratado no Capítulo Nove. Familiarize-se com a Técnica dó Apelo Emocional usada para evitar aborrecimentos, descrita no Capitulo Dez. Faça, da força pessoal que ali encontrar, parte importante de sua personalidade. Conserve-a sempre à mão, para ser usada em todas as suas relações profissionais.

Evite o choque de personalidades, que só servirá para fazer com que você seja desrespeitado, para diminuir suas possibilidades de melhoria e sua capacidade tanto de persuasão, como de direção.

2. IDENTIFIQUE EMOCIONALMENTE AS PESSOAS COM QUEM TRABALHA.

Os empregados são pessoas. O mesmo acontece com os supervisores, chefes, fregueses e cliente.

Como indivíduo, todos eles possuem os Quatro Grandes Apelos Emocionais, que vencem a Preocupação. A fim de ter mais prazer no trabalho, aumentar a produção e evitar choques de personalidades, as pessoas têm que considerar-se e àqueles que os cercam como *indivíduos*!

Enquanto "estima e consideração"... "à sua inteira disposição'" e outras frases feitas, freqüentemente usadas nos contatos comerciais, possam ser muito necessárias, não passam de generalidades. Os problemas que surgem do choque de personalidades têm suas raízes nas *particularidades* emocionais – nos "sentimentos" das pessoas.

Muitas vezes, uma crítica delicada, feita particularmente a uma pessoa cujo Grande Apelo Emocional é o Desejo de Consideração, produz reação muito maior que uma admoestação pública feita à pessoa que se deixa guiar pelo Apelo do Amor. Por quê? O homem ou mulher cujo Grande Apelo Emocional é o Desejo de Consideração é muito mais sensível às críticas.

Para conseguir "vencer" num emprego, você não precisa ser "untuoso", nem concordar com tudo. Quer uma prova? Experimente "adular" uma pessoa cujo Apelo Emocional é o Instinto de Conservação, Dinheiro ou Amor. A "vaselina" derreterá, diante de sua própria perturbação...

Compreenda, também, que até mesmo quem se deixa levar pelo Desejo de Consideração rapidamente identifica a insinceridade. Todo indivíduo – empregado, profissional, supervisor ou chefe – é susceptível de se deixar influenciar, em maior ou menor escala, por todos os Quatro Grandes Apelos Emocionais, de acordo com as características pessoais. Um deles, entretanto, se destaca.

Qual deles? Está tentando "atingir" alguém cujo grande "fator de atenção" é o Instinto de Conservação? Ou será Amor, Dinheiro, Desejo de Consideração o Apelo Emocional dominante do homem ou mulher com quem você está tentando se comunicar?

Trate de descobri-lo! Sua possibilidade de obter uma promoção ou um aumento pode depender disso! Sua habilidade de melhor dirigir os outros e criar agradáveis relações entre você e seu chefe certamente está ligada a essa descoberta.

L., um de meus alunos, trabalhava havia cinco anos para uma grande casa de móveis. Seu chefe, o Sr. B., era desses homens sempre preocupados com a saúde, que possuía um estoque de capas e outras proteções contra a chuva, agasalhos e vitaminas, mais numeroso que o número de parentes de certas famílias...

Segundo L., ele e outros empregados costumavam gracejar, uns com os outros, sobre o medo de doenças do Sr. B. Nunca, antes de L. se inscrever no Curso de Apelo Emocional, havia ele compreendido que os atos e atitudes do patrão indicavam que seu Grande Apelo Emocional era o Instinto de Conservação.

Logo depois de identificar emocionalmente o Sr. B., L. achou mais fácil "atingi-lo". Com muito tato, aproveitava toda oportunidade de ajudar o patrão, quando surgia um caso difícil ou complicado.

– O senhor já tem muitas preocupações, Sr. B., dizia L. – Uma ajudazinha extra, de vez em quando, pode ajudar a diminuir sua carga!

Pouco a pouco, L. começou a encontrar no trabalho maiores satisfações. Aumentava a iniciativa, tomava decisões e desenvolveu a imaginação criadora, em comunicação com outros empregados e com o Sr. B. Não demorou muito e o patrão começou a notar a vontade de L. em ajudar... teve oportunidade de observar a habilidade que tinha o empregado de fazer julgamentos... e ficou satisfeito vendo que L. tinha boas possibilidades de chefia.

O Sr. B., guiado por seu Instinto de Conservação, ficava satisfeito por saber que podia contar com um empregado interessado e ativo, que pode "livrar-me de muita dor de cabeça desnecessária".

L. obteve um aumento, um título ressonante e uma posição de responsabilidade, tudo porque soube identificar em uma pessoa – seu patrão – o Instinto de Conservação como Grande Apelo Emocional.

Com isso lucraram ele, o patrão e os negócios!

Ninguém consegue um emprego, uma promoção ou um aumento sem antes conseguir que alguém queira ouvi-lo. E as pessoas ouvem sempre, quando sua Preocupação é interrompida e sua atenção centralizada. O Apelo Emocional *certo*, repetido em suas palavras e ações, tem o poder de abrir *qualquer* espírito fechado.

Nas relações profissionais, de trabalho ou negócios há um sem-número de oportunidades de se descobrir o *grande* Apelo Emocional que faz com que determinada pessoa se interesse em nos ouvir. Para um chefe cujo grande Apelo Emocional é o dinheiro, até mesmo o fato de você ser econômico e evitar desperdício de tempo, tinta ou eletricidade pode tornar-se um "fator de atenção" que o faça interessar-se por você.

Para o interessado em Consideração, um elogio merecido, uma palavra de conforto ou um pouco de reconhecimento podem ser o primeiro elo de uma cadeia que tirará maiores vantagens para você, na concorrência com os seus competidores, quando se tratar de obter uma oportunidade, fazer uma venda ou receber um favor. Se o Amor, com

suas variantes de Atração Sexual, Promessas para o futuro ou o Desejo de Novas Experiências for o interesse dominante, você poderá tirar partido disso para aumentar sua popularidade, seu poder de persuasão e sua individualidade.

Você e as melhores pessoas de suas relações são sempre responsáveis pela comunicação que bate na tecla certa do *grande* "fator de atenção" capaz de despertar os sentimentos íntimos.

Ponha a trabalhar suas idéias! Ajude-se, de vez em quando, recapitulando os capítulos deste livro que o ajudam a identificar os Quatro Grandes Apelos Emocionais... um a um. Observe objetivamente palavras, atos, aparências, atitudes e outros indicadoras de comunicação das pessoas que o cercam.

Identifique emocionalmente as pessoas com quem trabalha.

Conseguirá chegar até elas... ao ponto de influir em suas decisões!

3. TOME NOTAS E GUIE-SE POR ELAS.

Aquele com quem você fala e os que falam com você estão Preocupados. Você também está.

Enquanto o uso da Técnica do Apelo Emocional pode, infalivelmente, ajudá-lo a vencer a preocupação dos outros, a pessoa que lhe fala talvez *não* tenha bastante Apelo Emocional para interromper a *sua* Preocupação e fazer com que *você* lhe preste atenção. O resultado é que você pode não ouvir, realmente, ainda que *pareça* estar escutando!

Para que sobrecarregar a memória? É muito mais fácil e vantajoso *tomar notas*.

a. Tenha sempre um lápis ou caneta e um caderno de notas à mão.
b. Anote instruções e idéias sobre um trabalho ou negócio e aja de acordo com elas.
c. Termine uma coisa, antes de começar outra.

Com isso, economizará tempo, evitará erros... e até dará a impressão de ser eficiente!

Se seu chefe ou patrão estiverem à procura de eficiência seus atos e suas atitudes farão com que você sobressaia... primeiro passo para ser *escolhido* na próxima oportunidade.

Tome notas e siga-as. Com isso seu trabalho será mais variado, você terá maior confiança em si, maiores qualidades de chefia, e se lembrará melhor do Apelo Emocional que poderá influenciar as pessoas que deseja "atingir".

Incorpore a seu trabalho ou a seus negócios essas Três Idéias Importantes:

1. Evite choques de personalidades.
2. Identifique emocionalmente as pessoas com quem trabalha.
3. Tome notas e aja de acordo com elas.

Seja qual for seu trabalho, essas idéias o ajudarão. Elas o farão:

1. Obter maior prazer no trabalho.
2. Aumentar o poder de persuasão.
3. Ter maior sucesso como supervisor.
4. Desenvolver a iniciativa e a imaginação criadora.
5. Estimular os superiores a escolhê-lo para promoção.

A comunicação é necessária – ainda mesmo quando se quer fazer uma venda, ou nas relações profissionais. Aqui, também, o Apelo Emocional predeterminado, em suas palavras e ações, é o caminho mais direto para o sucesso pessoal e para a felicidade.

Dr. V. era especialista em lentes de contato. Grande número de clientes seus eram artistas. Para eles, a aparência era uma razão emocionalmente importante para o uso de lentes de contato e o Desejo de Consideração mais forte que o preço e outros fatores emocionais.

A maioria dos clientes do Dr. V., entretanto, não era de artistas. Seus meios de vida eram mais comuns e vinham recomendados por médicos oculistas. Muitas vezes o Dr. V. tinha dificuldade em persuadir

os pacientes das vantagens das lentes de contato sobre os óculos que estavam habituados a usar.

Não é fácil vencer um hábito, mas você pode fazê-lo... usando o Apelo Emocional certo.

O Dr. V. pedia aos clientes que o procuravam pela primeira vez que lessem algumas linhas numa papeleta, com os óculos. Enquanto o paciente lia, o Dr. V. retirava-lhe os óculos e perguntava: – *Que tal ler estas linhas perfeitamente – mesmo sem óculos?*

O paciente, como é natural, gostaria muito...

– Pois isso é possível – tranqüilizava o Dr. V. – *com o uso de lentes de contato*. Vê como é fácil colocá-las?

As duas frases do Dr. V. e o ato de colocar as lentes faziam com que seus clientes se decidissem a deixar os óculos pelas lentes de contato. A pergunta: *Que tal ler estas linhas perfeitamente – mesmo sem os óculos?*. . . continha uma esperança e uma promessa ligada ao Apelo Emocional do Amor e era enunciada de tal maneira que o médico recebia sempre a resposta desejada. Era uma pergunta diretamente dirigida ao Apelo Emocional *certo*, isto é, ao Instinto de Conservação, sob a forma do desejo de ter uma visão melhor!

Quando as pessoas *ouvem*, podem ser persuadidas. Ouvir, entretanto, pouco tem a ver com as faculdades auditivas. Tem a ver, isto sim, com o Apelo Emocional adequado.

Warren, um de meus alunos, era proprietário de uma agência de vendas de famosa linha de aparelhos auxiliares da audição. Contou-me ele que, apesar dos progressos feitos no ramo, muitas pessoas que precisavam usar aparelhos para melhorar a audição se recusavam a comprá-los.

Por quê? As pessoas que nunca usaram um desses aparelhos têm medo de que, usando-os, fossem consideradas *surdas*.

O resultado é que Warren perdia muitos clientes, por não conseguir modificar-lhes a mente, no que dizia respeito a esse medo.

Quando não conseguimos modificar a mente de uma pessoa, a razão é não termos podido penetrar nela. ... com o Apelo Emocional *certo*!

Confiando no seu conhecimento da Técnica do Apelo Emocional, Warren desenvolveu seu espírito de iniciativa, baseando-se na melhor compreensão dos sentimentos de seus clientes. Adicionando ao seu método de trabalho um pouco de imaginação criadora, conseguiu um meio seguro de vencer a Preocupação dos clientes.

Em primeiro lugar testava a audição de uma pessoa que nunca usara aparelho.

– Tenho uma boa notícia para o senhor – anunciava Warren, num tom que o cliente pudesse ouvir.

– Boas notícias?

– Sim. O senhor *não* é surdo!

– Não?!

– Não! *As pessoas surdas não usam aparelhos!*

O cliente respirava, aliviado, e tornava-se imediatamente receptivo à compra de um aparelho de surdez, de que muito precisava.

As palavras de Warren – *"Os surdos não usam aparelhos!"* – agindo emocionalmente, afastavam o medo de ser considerado *surdo* e abriam o espírito do cliente para as vantagens de usar um aparelho para melhorar a audição.

Escolhendo suas palavras e ações de modo a satisfazerem os sentimentos dos fregueses, Warren aproximava-se deles através do Instinto de Conservação, sob a forma do desejo de aproveitar mais a vida, ouvindo melhor!

Z., um de meus alunos, ocupava um cargo de chefia. Queixava-se de que outros chefes menos categorizados que ele viviam a aborrecê-lo com decisões que eles próprios deveriam tomar. Para solucionar o problema, para tranqüilidade de seu Instinto de Conservação e para sua paz de espírito, imaginou um Apelo Emocional que, segundo disse, era infalível.

Quando um dos chefes que lhe eram subordinados vinha trazer-lhe um problema de seu departamento, fazia grande economia de tempo, dizendo: *"Resolva da maneira que achar melhor, que para mim estará bem."*

Z. contou-me que o Apelo Emocional existente nesta frase era tão persuasivo que fazia o chefe em questão esforçar-se, a fim de demonstrar que o seu modo de solucionar o problema era, de fato, o melhor. Em toda relação humana, interagimos com as pessoas. Ainda mesmo quando procuramos um emprego ou tentamos melhorar de situação, o entrevistador a quem agradarmos com a nossa presença poderá ser da maior utilidade para nós.

Sabia qual a parte mais importante de uma proposta de emprego nem chega a ser notada pela maioria dos candidatos? É a parte de *Observações* ou *Comentários*.

Observações ou Comentários de quem? Do entrevistador!

Na maioria dos casos, o candidato é aceito pela sua personalidade – e não somente pela experiência que tem. Quando o Apelo Emocional do candidato agrada ao entrevistador, este escreverá nas suas Observações ou Comentários: "X não tem a experiência que desejaríamos, mas é esperto e inteligente. Parece ter interessante personalidade e pode desempenhar muito bem suas funções."

O entrevistador, seja ele o patrão ou um empregado, é uma criatura humana, tem sentimentos, emoções... e Preocupações.

Quem compete com outros candidatos a um emprego está competindo para penetrar num espírito preocupado. Conseguindo vencer a Preocupação do entrevistador, com auxílio do Apelo Emocional adequado, você poderá controlar a entrevista e obter vantagens para si!

Ethel, uma de minhas alunas, era uma moça magra, tímida e reservada. Ao contrário do que faz a maioria das mulheres, não desperdiçava palavras. Essa "fragilidade" causava, à primeira vista, uma impressão de frieza.

Antes de iniciar o curso, Ethel perdera um emprego de muitos anos, em conseqüência de questão com um superior. Muito exigente, queria um emprego que satisfizesse seus interesses e de acordo com sua experiência, e havia quase cinco meses que estava desempregada.

Usando seus novos conhecimentos da Preocupação e do Apelo Emocional, organizou uma campanha para procurar emprego, escrevendo cartas interessantes, e marcou quatro entrevistas.

Uma dessas entrevistas interessava-a especialmente. Sabendo que haveria forte concorrência para obter o lugar, preparou cuidadosamente um meio de interromper a Preocupação do entrevistador. Na primeira oportunidade, perguntou-lhe: – O senhor sabe que as mulheres falam demais, não?

O entrevistador concordou com um gesto, como se estivesse se lembrando de alguma coisa.

Ethel sorriu-lhe: – Pois eu não! – Enquanto o entrevistador olhava atentamente para ela, escreveu rapidamente, numa folha de bloco onde estavam seu nome, endereço e o número de seu telefone, as seguintes Palavras: *"Meu apelido é Ethel-boca-fechada."*

– Quer fazer o favor de se lembrar de mim como tal? – perguntou, destacando a folha de papel e entregando-a ao entrevistador.

Sorrindo, aquele respondeu: – Com muito prazer!

– *Sabe por que lhe faço este pedido?*

– Não...

– Porque, se o senhor me der o emprego e me encarregar de uma parte do trabalho de sua firma, verá que *Ethel-boca-fechada* cuida, realmente, do trabalho que lhe compete.

Ethel-boca-fechada proporcionou uma Nova Experiência ao entrevistador já causado das entrevistas. Fez com que ele se lembrasse do nome dela, e de suas qualidades.

Satisfazendo as necessidades emocionais do entrevistador... Ethel conseguiu o emprego. Conseguira transformar sua riqueza em força!

CINCO REGRAS PARA O SUCESSO DAS ENTREVISTAS

A Técnica do Apelo Emocional, aplicada quando se deseja obter uma colocação, será mais eficiente se você se lembrar dos seguintes conceitos:

1. NA COMPETIÇÃO PARA OBTER UM EMPREGO, VOCÊ ESTÁ TENTANDO PENETRAR NUM ESPÍRITO PREOCUPADO.

O espírito a que nos referimos é o de seu entrevistador.

Além de outros preparativos, certifique-se de que está bem equipado com algo que possa atrair a atenção sobre você, isto é, uma Nova Experiência que consiga interromper a Preocupação. Antes de qualquer entrevista, faça uma revisão do significado de uma Nova Experiência, no capítulo que trata do Apelo Emocional do Amor e em outras partes deste livro. Um dia, talvez *amanhã*, este conhecimento poderá ser de inestimável valor para você, e fazê-lo conseguir um "emprego de futuro".

Se você tem algum defeito ou fraqueza física, transforme isso em força! Ligue esse defeito ou essa fraqueza a uma individualidade que ofereça ao entrevistador uma Experiência Nova. A tímida e reservada Ethel conseguiu isso, chamando atenção sobre *a vantagem que pode ter, para um patrão, uma funcionária que fala pouco e só cuida de seu trabalho!*

Outra aluna, uma linda moreninha, sofria de uma gagueira que a desanimava de procurar emprego. Conseguiu excelente cargo de chefe de vendas de um grande Hotel do Nova York quando disse ao entrevistador: Sou a única gerente de vendas, no ramo hoteleiro, que faz bons negócios, *apesar de gaguejar!*

Uma Nova Experiência Romântica pode lhe dar vantagens porque desvia a atenção do entrevistador dos outros candidatos, focalizando-a em você.

2. FAÇA DA ENTREVISTA UMA EXPERIÊNCIA NOVA PARA VOCÊ TAMBÉM!

Assim como o entrevistador, que recebe com agrado qualquer novidade que o faça esquecer "de tudo isso" por alguns minutos, você também precisa de uma Nova Experiência.

Espere com *ansiedade* o momento de ser entrevistada para um emprego. Pense nisso como num desafio pessoal! Enfrente o entrevistador com segurança e tranqüilidade!

Sorria! Lembre-se de que pode controlar rapidamente a situação, com a Técnica do Apelo Emocional e um pouco de imaginação criadora, ainda mesmo que você depare com o entrevistador mais carrancudo do mundo! Proporcionando ao seu entrevistador e a si próprio uma Nova Experiência, dobrará o impacto de sua personalidade... e suas esperanças!

3. FAÇA COM QUE O ENTREVISTADOR DIGA O QUE VOCÊ QUER OUVIR... LOGO QUE PUDER.

Não assuma uma atitude passiva... de defesa.

Entre no jogo e entreviste o entrevistador! Se você usar o Apelo Emocional certo, ele o apreciará por isso.

Na primeira oportunidade, faça uma pergunta, de modo a obter uma resposta que o leve a outra pergunta...

Conheça e use as Vantagens e as Regras Para Fazer Perguntas.

Observou como *Ethel-boca-fechada*, com uma pergunta, controlou a situação? Repare como a pergunta feita por ela levou o espírito Preocupado do entrevistador a atentar nela... plantou a semente do Apelo Emocional... e conduziu o entrevistador para a conclusão desejada...

Foram dela as perguntas e as ações; *dele* foram as *respostas*! Numa entrevista para obter colocação, você tem tanta necessidade de respostas quanto o entrevistador.

Obterá as perguntas arte *deseja*, se souber fazer as perguntas *certas*.

Anime seu entrevistador a falar tanto quanto possível. Quando suas palavras e ações conseguirem "atingi-lo" emocionalmente, ele gostará mais de você e começará a *falar a sua linguagem.*

4. MANTENHA ATENTO SEU ENTREVISTADOR.

Inclua elementos visuais no que estiver dizendo ou fazendo. Asseguram-lhe a vantagem de satisfazer o Instinto de Conservação.

Os entrevistadores – como todas as pessoas, em geral – preferem ver a ouvir. É mais fácil. Use palavras que despertem imagens, sincronizando-as com suas ações.

Logo no início da entrevista, Ethel-boca-fechada pegou o bloco *onde escrevera seu nome e endereço e o número de seu telefone* – elementos visuais. Escreveu, em seguida: – Meu apelido é *Ethel-boca-fechada* – outro elemento visual. Entregou a folha de bloco ao entrevistador – outro elemento visual...

Esses elementos visuais prenderam a atenção do entrevistador, fazendo-o reparar no que ela dizia e fazia. Além disso, foram uma "deixa" natural para as perguntas que venceriam a Preocupação e chamariam a atenção sobre sua pessoa.

5. PARE! OLHE! PRESTE ATENÇÃO NO ENTREVISTAOOR!

Use os olhos e os ouvidos. Faça com que seu interlocutor *ouça* realmente o que você diz!

Com a Técnica do Apelo Emocional, você se apresentará a qualquer tipo de entrevista ou outro qualquer tipo de comunicação munido de uma Nova Experiência romântica... de um elemento visual que interesse ao Instinto de Conservação... e do Apelo das Perguntas, dirigidas ao Desejo de Comunicação.

Agora, sirva-se de tudo isso e de muito *mais!*

O que é que você vê, do ponto de vista emocional, quando olha para seu entrevistador? Observa sua aparência, sua escrivaninha, seus atos, seus maneirismos? Por acaso ele "se trai" por uma expressão inesperada,

uma opinião ou uma observação casual? Interrompe freqüentemente o entrevistado?

Aprenda a identificar os Quatro Grandes!

Há indícios de que seu entrevistador se preocupa essencialmente com Dinheiro? Com Amor? O que você "viu e ouviu" o levou a identificar o Instinto de Conservação como principal Apelo Emocional dele? Ou seria o Desejo de Consideração?

Pare!

Agora prossiga. Termine a resposta a uma pergunta dele com uma ou duas perguntas feitas por você. As observações dele tendem a reforçar sua primeira impressão sobre o Grande Apelo Emocional dele?

Caso contrário – e lembre-se de que, aqui, o tempo é essencial – limite-se às vantagens, sempre presentes, da Nova Experiência, dos elementos visuais ligados ao Instinto de Conservação e, o que é muito importante, do Apelo Emocional ligado ao Desejo de Consideração, e que você encontra nas Perguntas bem dirigidas.

Se a resposta tiver sido afirmativa, mãos à obra! Concentre-se em utilizar, nas suas palavras e ações, o grande Apelo Emocional por você descoberto. Faça dele sua arma para vencer a Preocupação e seu mais precioso meio de afastá-la do caminho?

Lembre-se de William, que foi entrevistado para o lugar de Assistente do Presidente de uma empresa não muito grande. O Presidente afirmava. que "não precisava, realmente, de um Assistente." Disse a William: "Tenho ótima saúde... fundei esta companhia... só minha mulher é que acha que não posso cuidar de meus negócios. Na verdade, não me importo de trabalhar dezesseis horas por dia."

Finalmente, William teve uma pista que o levou ao grande Apelo Emocional do Presidente. O homem tinha Dinheiro. Amor e Desejo de Consideração não pareciam preocupá-lo muito. O *grande* Apelo, por exclusão, tinha de ser o Instinto de Conservação.

William perguntou, então: – O senhor sabia que mais de 60% da fortuna dos Estados Unidos está nas mãos de viúvas?

O Presidente fora emocionalmente "fisgado"... e William tornou-se seu Assistente!

Durante uma entrevista – seja ela profissional, social, pessoal ou para fazer uma venda, habitue-se a parar... olhar... e prestar atenção no interlocutor. Esteja alerta... e ele muitas vezes lhe entregará nas mãos a chave emocional de sua Preocupação. Todos nós temos um Apelo Emocional dominante até mesmo os entrevistadores.

Parei Olhe! Escute! Acabará por encontrá-lo.

Lembre-se dos Cinco Conceitos:

1. Na competição para obter um emprego, você está tentando penetrar num espírito preocupado.
2. Faça da entrevista uma Experiência Nova para você também!
3. Faça com que o entrevistador diga o que você quer ouvir... logo que puder.
4. Mantenha atento seu entrevistador.
5. Pare! Olhe! Preste atenção no entrevistador!

Quanto mais você conhecer e praticar esses Cinco Poderosos Conceitos, mais compreenderá como podem ser persuasivos.

Numa entrevista, para obter um emprego ou uma promoção, há sempre pelo menos duas pessoas preocupadas. Tanto quem ouve como quem fala tem atitudes e defesas que bloqueiam emocionalmente uma comunicação eficiente.

O Apelo Emocional – sua habilidade em provocar e obter a atenção dos outros para o que você tem a dizer pode derrubar esta barreira, estabelecer vantagem na competição em que está empenhado e trazer maior respeito e compreensão ao seu trabalho ou a seu negócio.

Esta é, sem dúvida, a dica de conseguir empregos, promoções e aumentos. Como é este, também, o caminho mutuamente satisfatório para a realização de vendas e para a solução de problemas entre empregados e empregadores. É Técnica do Apelo Emocional em ação... o "segredo" de um melhor entendimento com nossos semelhantes!

VANTAGENS DO APELO EMOCIONAL – QUANDO ADICIONADO À SUA VOZ

QUANDO O TOM DE SUA VOZ se harmoniza com a situação e o ambiente e sua comunicação toca na atitude emocional do interlocutor, você consegue fazer que os outros *queiram* ouvi-lo!

Diga: "Responda-me – neste instante!"

Role nos lábios esta frase, uma ou duas vezes.

Varie agora o modo de pronunciá-la. Diga: "Responda-me – neste instante!" em tom de medo... com hesitação... com raiva... naturalmente... com ironia... diga-o com ódio... ou com esperança.

Diga-me. .. neste instante!

Faça de conta que está dizendo a frase de diversos modos, diante de um pequeno auditório, no palco de um grande teatro, para um grupo de seis pessoas a pequena distância... a uma pessoa mais alta e mais próxima.

Murmure: "Responda-me, neste instante!" à pessoa que quer beijar, estando ele ou ela a meio centímetro de seus lábios!

Notou como o tom de sua voz se harmoniza dramaticamente com as várias situações?

Diga agora, duas vezes: – Oh, Jack, por favor, não me beije!

Imagine circunstâncias...

Você é uma moça. É a primeira vez que ele tenta beijá-la. Você deseja, realmente, ser beijada. Os dois estão a sós. Pronuncie a frase, muitas vezes cada uma delas retirando a última palavra.

– Oh, Jack, por favor, não me beije!
– Oh, Jack, por favor, não me ...!
– Oh, Jack, por favor, não ...!
– Oh, Jack, por favor...!
– Oh, Jack, por ...!
– Oh, Jack...!
– Oh...!

Pronunciou com firmeza cada palavra? Variou, de acordo com o sentido, o tom de sua voz e a maneira de falar?

Sua voz, agora, parece ter mais Controle, Colorido e Clareza, não é mesmo? Lembre-se destes "3 C". Não há dúvida de que o ajudarão a adicionar Apelo Emocional à sua voz.

Sua voz é um instrumento musical. Quando tocado, pode causar aborrecimento ou alegria a quem ouve.

O bom musicista *controla* seu instrumento; o bom orador *controla* a voz. Ambos têm que ser ouvidos com clareza, com interpretação e colorido individuais.

Kreisler, Heifetz e Stern são considerados grandes violinistas, mas seu vizinho do lado, aquele que começa a estudar "justamente quando a gente quer dormir"... também é um violinista. A única diferença é que o violino do vizinho soa como seis gatos miando atrás do muro dos fundos!

O tom de voz deve estar sincronizado com o Apelo Emocional – capaz de interromper a Preocupação e atrair atenção – existente em suas palavras e ações. Uma voz semelhante a um mugido não contribui para o bom êxito de uma cena de amor; uma voz suave não identifica o locutor que descreve uma luta...

Os tons de voz são agradáveis e convincentes quando satisfazem o gosto e as necessidades dos ouvintes.

Muitas vozes não são naturalmente bonitas. São, em geral, muito altas ou muito baixas. Através do rádio e do telefone, essas particularidades podem ser desagradavelmente ampliadas.

É hora do café da manhã e você está acabando de fazer a barba. O telefone toca e sua mulher diminui o fogo, onde está preparando os ovos.

Corre ao telefone. – Alô! – diz ela.

– Alô, Mary – responde uma voz esganiçada. Posso falar com Mike? – Pois não, Elsie, um momento.

Voltando aos ovos, sua mulher anuncia: – É Elsie. Fale com ela, antes que os ovos fiquem estragados!

Você pega o fone e diz: – Alô, Elsie, eu...! Interrompe-se, muito atrapalhado. Mas a perturbação, do outro lado da linha, é ainda maior.

Quando sua mulher volta da cozinha, você resmunga aborrecido: – Não era Elsie, e sim *John*, marido dela! Também, com essa voz fina e esganiçada...

Quer adicionar mais Apelo Emocional à sua voz, independentemente de sua qualidade tonal?

Para isso, terá que transformar três idéias em ação.

1. Considere-se como OUVINTE - não como aquele que fala.
2. Adicione à sua voz os Três C - Controle, Colorido e Claridade.
3. "Construa seu Controlador de Voz".

O "CONTROLADOR DE VOZ"

Controle é o C que indica o tom de voz. Quando esta é controlada, nunca "sairá da linha".

Se sua voz é muito alta, muito baixa ou não muito agradável, você poderá construir um Controlador de Voz que o ajudará a melhorar não só o tom como também o alcance de sua voz, *em menos de cinco minutos*.

Em cinco semanas, se você se firmar nos princípios do Controlador de Voz, na conversação de cada dia, poderá modificar *permanentemente* sua voz para melhor!

O Controlador de Voz contém oito graus – quatro abaixo do tom de voz médio, quatro acima.

Todos nós temos tons de voz alto, médio e baixo, quando falamos. Entretanto, quase toda frase que pronunciamos contém em si *Meios Tons*.

Diga, por exemplo, em voz alta: – *Fale com Apelo Emocional. . . e alcançará sucesso!*

Diga outra vez.

"Fale com Apelo Emocional... e alcançará sucesso!"

Ótimo, Este é o seu Meio Tom. Conserve-o!

Agora, pronuncie a mesma sentença quatro vezes. De cada vez que o fizer, abaixe o tom de sua voz mais um grau, até atingir o seu Tom Mais Baixo, no Controlador de Voz.

Repita agora, neste tom mais baixo a mesma frase pouco importando como soa em seus ouvidos. Vá em seguida, alimentando o tom, até atingir o Tom Médio... um grau de cada vez.

Quando atingir o Tom Médio, repita a frase.

Em seguida diga a mesma coisa: "Fale com Apelo Emocional e alcançará o sucesso!" *aumentando grau por grau o tom*, até atingir o Tom Mais Alto, sem se preocupar com o resultado.

Se, a partir do Tom Médio, você não conseguir altear mais a voz, é sinal de que sua voz é alta demais. Se o mesmo acontecer em relação ao Tom Médio e ao Tom Mais Baixo, quer dizer que seu Meio Tom é muito baixo, *como Sua voz!*

Milhões de pessoas necessitam melhorar a voz com que falam. Com o auxílio do Controlador de Voz e alguma prática, você pode melhorar a sua.

Eis o modo de fazê-lo:

Sua voz é *baixa demais?* Eleve-a e procure adquirir um Tom Médio mais alto. O Controlador de Voz e a prática, na conversação diária, serão poderosos auxiliares.

Sua voz é *muito alta?* Adquira um Tom Médio mais baixo. Fale mais d-e-v-a-g-a-r . Com persistência, conseguirá um tom de voz melhor controlado e mais agradável, maior profundidade e uma voz *verdadeiramente* mais baixa.

O usa do Controlador de Voz melhora rapidamente e com facilidade seu modo de falar.

Depois de conhecer mentor o Tom Médio de sua voz, você não terá dificuldade em controlar os sussurros e as expressões tranqüilas, nem os mais altos tons. Adicionará melhor som ao aspecto que apresenta aos outros. O que você fala será mais agradável de ouvir... se tiver Apelo Emocional na voz. Experimente com qualquer frase, até mesmo com esta...

Centenas de alunos meus usaram, com sucesso, o método do Controlador de Voz, para sereia melhor ouvidos.

OS "TRÊS C" QUE DÃO À VOZ APELO EMOCIONAL

Você pode fazer o mesmo, Com o primeiro C-Controle, podemos dominar completamente as palavras que preanunciarmos.

Estamos agora prontos para adicionar à voz o segundo C-Colorido.

Dê gradações à sua voz, como faz o pintor habilidoso, colorindo um céu ou um oceano, esbatendo tintas da mesma cor. Dê à sua voz coloridos diferentes, se com isso a fizer mais agradável a quem o ouve. Acrescente-lhe mais um pouco de s-o-r-r-i-s-o. Sua disposição, toda a sua atitude ficarão, também, mais alegres.

S-o-r-r-i-a a palavra "Alô!"

Diga novamente: "Alô!"

Agora *sorria* Alô! de três modos diferentes.

– Alô!...

– Alô!...

– Alô!...

Notou o diferente colorido de sua voz?

Lembre-se... sempre que você fala, está falando em público, a menos que fale sozinho? Dê Colorido à sua voz e adicione-lhe mais encanto, de modo a ser ouvida melhor, aumentando o seu Apelo Emocional. O importante é o som que sua voz tem para os outros!

Quanto mais monótona for sua voz, mais depressa seus ouvintes estarão cochilando. Eles já estavam suficientemente Preocupados, antes de você começar a falar. Para que conservá-los assim?

A monotonia jamais vence a Preocupação. Serve apenas para torná-la mais profunda. Não fale num só tom de voz. Para que imitar os hipnotizadores que induzem ao sono, espalhando monotonia?

Com *variedade* e "nuances", você conseguirá dramatizar suas palavras e ações.

– Que dia bonito!

– É... ou *não* é?

Pronuncie a frase dando-lhe as duas significações. Que diferença nas mesmas palavras, dependendo do modo de sua voz interpretar as duas situações! Sabemos que nossos ouvintes gostam de Novas Experiências. Dê-lhes bastante Apelo Emocional, para vencer-lhes a Preocupação. Esteja certo de que há, em sua voz, tonalidades e coloridos diferentes.

Pense em si mesmo como se fosse aquele que ouve – nunca como aquele que fala. Caso contrário, poderá adquirir a fama de um erudito professor de Faculdade entre seus alunos.

– Vamos matar a aula de filosofia hoje? – perguntou um aluno a um colega de turma.

– Não posso! – respondeu o outro. – *Preciso dormir...*

Temos agora maior conhecimento do Controle e do Colorido da Voz, os dois primeiros C que dão Apelo Emocional à sua voz.

O terceiro "C" é Clareza.

A Clareza envolve perfeita compreensão, da parte de seus ouvintes, do que você lhes deseja transmitir através de sua voz, gestos e aparência.

Um sujeito muito magro, candidato a um cargo eletivo, ilustrava seu discurso agitando os longos braços acima da cabeça, num movimento muito mais rápido que o da boca. Notou, na primeira fila um senhor bem vestido que seguia atentamente seus movimentos. Animado por esse interesse, continuou a movimentar os braços, durante todo o discurso.

Aproximou-se depois do ouvinte atencioso.

– O senhor parecia muito interessado no meu discurso. Gostou?

– Não ouvi muito bem, senhor, de modo que acho que não entendi direito o que o senhor estava dizendo... – foi a resposta. – Por exemplo, o que é que esta eleição tem a ver com *moinhos de vento?*

Falando com Clareza, você dará a impressão que deseja"

Use uma voz clara e de tons contrastantes. Que suas palavras e seus gestos formem um todo bem definido, bem focalizado e bem integrado!

Eis um exercício que milhares de alunos de Apelo Emocional já usaram, de que gostaram e que continuam a praticar. Serve para *sincronizar* suas palavras e ações e assegurar-lhe que suas palavras são absolutamente claras para quem o ouve.

Diga as palavras: *"Não importa de onde você vem – do Norte, do Sul, do Leste ou do Oeste ... existe apenas uma coisa de que você deve se lembrar. .. e aqui está ela!"*

Repita algumas vezes, de modo a decorar a frase.

Vamos agora combinar essa frase com gestos relacionados às palavras, e capazes de vencer a Preocupação.

Quando disser: *"Não importa de onde vem"*, faça um gesto amplo, largo, com uma das mãos, da esquerda para a direita.

"Quer do Norte... " aponte para CIMA *"do Sul..."*, faça um movimento para BAIXO; *"de Leste..."*, faça um gesto para a DIREITA; *"ou do Oeste"*, e seu gesto indica a ESQUERDA.

"Existe unta coisa de que você deve lembrar-se...", Levante UM dedo – o indicador, conservando-o nesta posição até concluir o pensamento.

– *"E aqui está ela..."* Feche agora a mão e bata com ela na palma da outra, uma... duas... três vezes, quando falar as palavras *"aqui... está... ela...!"*

Repetindo: que suas palavras, seus gestos e sua aparência formem uma unidade – VOCÊ – que os ouvintes gostem de ver, ouvir e lembrar, sendo para isso um conjunto *bem definido, claramente focalizado e bem integrado*.

Não importa de onde você venha, do Norte, do Sul, do Leste ou do Oeste, há uma só coisa de que você deve lembrar-se. . . e é esta!

Quer melhorar seu Apelo Emocional? Pratique este exercício quando falar diante de um grupo, quer numa reunião social, quer em oportunidade ligada à política, a seu trabalho ou a negócios. Com isso, estará aumentando a confiança em si, flexionando os músculos vocais e adquirindo maior pose, para quando enfrentar uma audiência.

Uma de minhas alunas, atriz de sucesso e personalidade muito conhecida na TV, disse-me certa vez: "Até mesmo pensar no exercício do Norte-Sul-Leste-Oeste, com suas palavras e ações, prepara-me para o que der e vier. É como uma dançarina que pratica pontas e piruetas, antes de entrar no palco.

O exercício, como devem ter reparado, sublinha sutilmente o Controle e o Colorido, ao mesmo tempo que fornece poderoso ponto de apoio para a Clareza de suas palavras e ações.

Faça da Clareza a base para se fazer compreendido pelos outros.

Emmett Kelly, o famoso palhaço, costumava dizer: "Se você for um Joey na estrada da Grande Berta, poderá bancar o Garoto Bobinho em cima de um touro e a vida é como se estivesse no Grande Lote!"

As pessoas enfronhadas na vida circense compreenderiam que esta "linguagem de circo" queria dizer: "Se você for palhaço no Circo Barnum & Bailey, poderá fazer seu ato em cima de um elefante – e será como o Céu na Terra"

Você compreenderia?

Não é preciso que seus ouvintes sejam superinteligentes nem tenham ouvidos superapurados para compreender suas palavras e ações.

Existe um meio de sabermos que nossa voz é suficientemente alta e agradável, quando falamos para uma audiência bastante grande, sem um microfone? Perfeitamente.

Fale para a pessoa mais distante de você. Desta forma, os que estiverem no meio ouvirão bem.

Em qualquer situação, o tom de voz serve para delinear emocionalmente os sentimentos pessoais de quem fala. Quando uma pessoa apresenta alguém a um conhecido, dizendo: – Dot, quero que conheça Kenneth – o Controle, o Colorido e a Clareza da voz de Kenneth informam imediatamente a Dot se foi para ele um prazer ou um aborrecimento ser-lhe apresentado.

Seja qual for a mensagem de sua voz, certifique-se de que ela está envolta no Apelo Emocional certo para seu interlocutor e se há nela os "3 C" de Controle, Colorido e Clareza.

Conta-se a anedota de um orador que, durante quase uma hora, lia monotonamente seu discurso. Os ouvintes começavam a conversar e se mexer, impacientemente. O orador, entretanto, prosseguia com uma voz que mais parecia o ruído de uma carruagem rodando vagarosamente por uma estrada longa e reta.

Para aquietar a audiência, o presidente da mesa tocara sete ou oito vezes a campainha. De repente, esta escapou-lhe das mãos e foi bater com força na cabeça de um homem, na platéia.

Toda a sala se movimentou e o presidente da mesa, horrorizado, ia desculpar-se, quando o homem atingido limpou os lábios, abanou a cabeça e falou:

– Pode jogar outra vez, amigo. *Eu ainda estou ouvindo o discurso!*

Seus ouvintes jamais pensarão o mesmo a seu respeito, se você não se esquecer de considerar-se como um Ouvinte, não como aquele que fala. Para conseguir maiores benefícios do que aprendeu e dar à sua voz maior Apelo Emocional, faça os exercícios do Controlador de Voz, com qualquer frase deste livro que o tenha particularmente agradado. E não se esqueça dos "3 C" em sua conversação diária.

O *modo* de você dizer o *que* diz é que faz com que seus ouvintes sintam que você tem Apelo Emocional.

Pondo na voz Controle, Colorido e Clareza, poderá fazer uso de palavras, gestos e expressões faciais que tenham o poder de vencer a Preocupação e conservar qualquer audiência vital e agradavelmente interessada!

O APELO EMOCIONAL APERFEIÇOA A PERSONALIDADE E AUMENTA A PERSUASÃO

TALENTO, HABILIDADE E APARÊNCIA pessoal pouco importam, muitas vezes, sem "personalidade".

É um fato muitas vezes comprovado na vida de cada dia.

Existem pessoas de quem gostamos, outras que não nos agradam. Com as que gostamos, não nos importa gastar mais dinheiro, tempo e esforço. Para as outras, nada disso fazemos.

Já lhe aconteceu, por exemplo, esperar, numa loja muito movimentada, só para ser servido por determinado vendedor?

Por que tantos homens esperam por *determinado* barbeiro, quando outros estão parados? Por que a maioria das mulheres têm *preferência* por um cabeleireiro, uma manicure e outros profissionais dos salões de beleza? Qual a razão que o leva a esperar *animadamente* a visita de certas pessoas, e *detestar* a presença de outras, quer entrem em sua casa através do rádio, da TV, de discos ou em pessoa?

A resposta está na "personalidade" e na significação pessoal que tais indivíduos têm para você. As palavras e ações dessa pessoa têm o dom de agradar ou desagradar... emocionalmente.

Usando a Técnica do Apelo Emocional, você pode adquirir uma personalidade melhor e mais persuasiva e projetá-la melhor – de vez que *sua* personalidade é, de fato, a reação dos outros ao Apelo Emocional existente em suas palavras e ações!

Melhorando seu Apelo Emocional, você poderá adquirir *melhor* personalidade. Melhorando a personalidade, estará adquirindo *maior* força de persuasão.

A força da Personalidade e da Persuasão constituem os dois maiores trunfos de que um indivíduo pode dispor. Ajudam-nos a conseguir a maior parte dos objetivos pelos quais lutamos, inclusive melhor saúde e mais ampla visão.

Para atingi-lo, entretanto, é preciso saber compreender e controlar nossas próprias reações e as reações emocionais daqueles com quem entramos em contato diante de nossas palavras e de nossos atos. A Técnica do Apelo Emocional nos ensina a adquirir tal controle!

DOZE MEIOS DE MELHORAR A PERSONALIDADE

Damos, adiante, Doze Meios de Melhorar a Personalidade e Alimentar o Poder de Persuasão, pelo aumento de seu Apelo Emocional:

1. FAÇA PERGUNTAS.

Conheça a opinião do interlocutor, antes de manifestar a sua. É importantíssimo e relaciona-se com os Assuntos de Discussão mencionados no Capítulo Dez... e o modo de afastar-se deles.

Aprenda as Regras Para Fazer Perguntas e as Vantagens de usá-las. As Perguntas *certas* provocam as respostas *certas* que lhe permitem assumir o comando das pessoas e das situações – quer nas relações pessoais, quer nas profissionais, conjugais ou sociais.

2. DIGA AQUILO QUE OS OUTROS DESEJAM OUVIR.

Empregue, para cada pessoa, sua própria linguagem e diga-lhe aquilo que deseja ouvir. Quando conseguir que o ouçam... todos o estimarão, respeitarão e se lembrarão de você, o que os fará agir de acordo com suas sugestões.

As pessoas raramente gostam de *pensar*. Apenas *sentem*. Tais sentimentos são reações emocionais provocadas por assuntos, indivíduos e situações. Constituem o prolongamento de um fato: emoções e pensamento são inseparáveis. É importante reconhecê-lo, quando se trata de vencer a Preocupação.

Todo pensamento e toda ação têm uma base emocional e uma implicação tonal. Para que a comunicação se faça com maior sucesso, é necessário haver empatia entre a pessoa que fala e aquela que ouve. Para

que você consiga melhorar sua Personalidade e sua Força de Persuasão, é preciso que suas palavras e ações *atinjam* mais eficazmente seu interlocutor, *tocando-lhe* os sentimentos.

A despeito das diferenças individuais, esses sentimento são "fatores de atenção" relacionados com os Quatro Grandes Apelos Emocionais, ou seja: Instinto de Conservação, Dinheiro, Amor e Desejo de Consideração.

Um destes é sempre o GRANDE "fator de atenção", numa pessoa ou assunto. Em todas as relações baseadas na comunicação, inclusive no casamento, pode ser ativado... para melhor ou para pior!

N., um engenheiro conhecido meu, surpreendeu a esposa – mulher muito gorda – presenteando-a com um casaco de vison, no 10º aniversário de seu casamento. Ao ver o magnífico casaco, os olhos da Sra. N. brilharam e tornaram-se maiores, de alegria. Radiante, vestiu o casaco.

– Meu bem – falou cheia de entusiasmo – nunca sonhei possuir um "vison" tão lindo. É o presente mais maravilhoso que já recebi!

Deu três beijos estalados no marido e correu para o espelho de corpo inteiro. O marido também estava felicíssimo. – Fico todo satisfeito por ver que você gostou do presente.. . – disse ele.

– Gostei? *Adorei!* – falou a Sra. N. envolvendo-se no casaco e virando-se, diante do espelho. – Já estou imaginando a reação das amigas, quando me virem usando esta maravilha? Fico tão sofisticada... e tão mais fina!

– Foi o que disseram as vendedoras, quando lhes falei de sua gordura, meu bem... – começou a dizer N. Mas não teve oportunidade de concluir a frase.

– Falou sobre minha gordura? – perguntou horrorizada a Sra. N. – Desde quando...!

Quando a raiva abrandou, garantiu ao marido que "jamais sentiria prazer em usar o casaco, embora fosse de vison legítimo." E o que poderia ter sido um feliz aniversário estava definitivamente estragado.

Imaginem só! Um homem compra para a mulher um casaco que custa muitos milhares de dólares e ela se sente feliz; em seguida, o mesmo homem pronuncia algumas palavras que nada lhe custaram... e a mulher fica *uma fera*.

Livre-se de melindrar o *grande* Apelo Emocional daquele que o ouve. Em um instante, pode transformar a alegria em tristeza! Cultive o hábito de dizer às pessoas aquilo que elas querem ouvir. Com isso, estará desenvolvendo sua observação objetiva, aumentando sua força de persuasão e tornando-se capaz de melhor compreender os sentimentos alheios.

Quando as pessoas não estão falando, estão Preocupadas com seus problemas e sentimentos íntimos e "ouvindo a si próprias". Usando o Apelo Emocional *certo*, você conseguirá penetrar nesta barreira de Preocupação e as pessoas ouvirão o que você tem a dizer.

Existe sempre um Apelo Emocional persuasivo que, uma vez descoberto, mistura-se com o que a pessoa *deseja* ouvir... ou *teme* ouvir. Tal Apelo poderá ser encontrado no Instinto de Conservação – que já sabemos ser "fator de atenção" existente em todas as criaturas humanas ou então no Dinheiro, no Amor ou no Desejo de Consideração. A você compete procurá-lo.

Quando Connie Mack administrava o Philadelphia Athletics, Max Bishop era um dos principais jogadores do clube. Houve uma temporada em que Bishop se pôs a comer demais e a ganhar tanto peso, que começou a fracassar.

Max tentou vários meios para convencer Bishop a deixar de lado os alimentos que engordam. Avisou, ameaçou e implorou, tudo em pura perda.

Uma tarde, Max fez uma jogada aparentemente segura, visando a atingir a terceira base, mais foi facilmente rebatido, antes de atingir o alvo. Ouviram-se vaias, quando Max, dando novo golpe, perdia novamente.

Connie Mack aproximou-se dele e, num tom de voz que podia ser ouvido pelos demais jogadores, falou: – Max, da próxima vez que *repetir* uma jogada, não se esqueça de parar, antes da segunda base!

Max Bishop compreendeu e, daí por diante, parou de comer demais. O treinador atingira-o, finalmente! Não diga aquilo que você quer dizer, e sim aquilo que as pessoas desejam ouvir. . . *emocionalmente*!

3. SEMPRE QUE POSSÍVEL, DEIXE DE LADO O PRONOME EU.

Seu interlocutor é mais importante que você. Quando pronuncia o pronome *EU*, você está centralizando suas comunicações em torno de sua pessoa, o que constitui Apelo Emocional fraco.

Use palavras e expressões como "nós – você – nosso – seu problema e meu – nós dois". Tal modo de agir torna o interlocutor mais ligado a você. Cria imediatamente um elo comunicativo e constitui excelente Apelo Emocional.

O modo mais persuasivo de usar o pronome pessoal na primeira pessoa está nas expressões: "Recomendo... sugiro... creio..."

Eu é uma palavra que desagrada, ao passo que você e outras da mesma família têm calor, amizade, generosidade... e estão repletas de contato emocional e persuasão.

Deixe de lado o *EU*, sempre que possível. A pessoa que o ouve é a razão de seu discurso!

4. RIA DE SI PRÓPRIO, NÃO DE SUA AUDIÊNCIA

Se alguém tem que ser a vítima de uma piada ou brincadeira, que este alguém seja você?

– Errado? Mais que eu é impossível! Imaginem que passei os seis melhores anos de minha vida na sexta série...

As pessoas que o ouvem gostarão da piada, pois você as fez julgarem-se mais inteligentes que você.

Todos apreciam aquele que enfaticamente admite os seus erros ou confessa que "não é muito esperto".

Contou-me uma aluna que, sem segundas intenções, confessou a um "solteirão inveterado" que não era muito entendida em determinado assunto e pediu-lhe sua opinião sobre como solucioná-lo. Foi como começou o interesse romântico do rapaz por ela! Emocionalmente, ela o fizera sentir-se mais inteligente e *muito mais importante*. Acontece que o Desejo de Consideração era o grande Apelo Emocional do rapaz, o meio mais eficiente de minar sua Preocupação.

Se você não resistir ao desejo de fazer uma observação desairosa, ainda assim siga a Regra: – Sam, você é um idiota... mas acho que eu também sou!

Sam ouviu o que você queria dizer, mas não ficará aborrecido por sua pouca caridosa opinião.

Ria de si próprio... e não de sua Audiência. Emocionalmente, aquele que o ouve é uma Pessoa Muito Importante!

5. QUANDO FALAR, DIRIJA-SE A T0DOS AQUELES QUE O OUVEM.

Procure captar todos os olhares – mesmo das pessoas mais afastadas do grupo. Não deixe ninguém de fora! Seus ouvintes devem saber que você os considera importantes.

Quando a conversa começa a desfalecer, termine a frase com uma pergunta. Deixe que outra pessoa "pegue a bola". Do ponto de vista emocional, a mudança interessa visivelmente a todos.

Use o nome de seu interlocutor – especialmente quando há outras pessoas por perto. Não há quem não goste de ouvir o próprio nome favoravelmente mencionado. Se não se recordar do nome, use o pronome. "Como vai você?"... "Prazer em vê-lo"...

Quando falar, dirija-se a todos que o ouvem. É uma questão de etiqueta e de Apelo Emocional1

6. NÃO SUBESTIME A INTELIGÊNCIA DE QUEM O OUVE.

Quando suas palavras, ações, anedota ou vocabulário não causarem a reação desejada, para que dar explicações?

O senso de humor e a zona de interesse são absolutamente individuais. Quatro pessoas ouvem a piada que você contou. Uma delas ri gostosamente, outra sorri ligeiramente, a terceira força um sorriso cortês e a quarta resmunga e continua tão Preocupada como quando você começou a falar.

Na maior parte das vezes, as pessoas parecem não compreender, porque seu interesse não foi suficientemente despertado, a ponto de fazê-los ouvir.

Conta-se que um professor de Ciência queixou-se ao Diretor de John, um de seus alunos.

"Sempre que começo a explicar nova matéria, John é o primeiro a interromper-me e a fazer perguntas. Não haverá um meio de coibi-lo?"

"Não faça isso, por favor! – respondeu sorrindo o Diretor. "Talvez John seja o único aluno da classe que está realmente ouvindo o que você diz!"

Use métodos audiovisuais. Inclua tais ingredientes nas anedotas que vai contar e no meio usado para comunicar suas idéias. Na Técnica do Apelo Emocional, o Instinto de Conservação indica, entre outras coisas, que as pessoas procuram os meios mais simples e agradáveis possíveis para executor suas tarefas. Como é mais fácil ver que ouvir, ilustre suas palavras com efeitos visuais.

Duplique e triplique a atenção e o interesse dos ouvintes com o recurso infalível de Novas Experiências Românticas, incluídas no Apelo Emocional do Amor, bem como usando Perguntas, ligadas ao Apelo do Desejo de Consideração.

Se não conseguir comunicar-se, tome a si a culpa, ao invés de lançá-la sobre o leitor, a assistência ou ouvinte. Em geral, a pessoa que ouve é tão inteligente quanto a que fala, quando não é mais...

Não subestime a inteligência do interlocutor. "Atinja-o" usando o Apelo Emocional certo.

7. DÊ A DEVIDA IMPORTÂNCIA AO ELOGIO.

Por que deixar de fazer o elogio que as pessoas merecem? Por que não dizer "Muito obrigado" mais freqüentemente?

La Rochefoucauld disse, certa vez: "Acreditamos, às vezes, que detestamos a adulação; na realidade, o que detestamos é o *modo* de nos adularem."

Seja sincero. Ficará espantado com a reação favorável das pessoas diante de algumas palavras elogiosas!

A esperança é a última que morre. Muitas vezes, o que esperamos é apenas uma palavra bondosa, de elogio, ou que nos tranqüilize.

Dê às pessoas o devido apreço e verá como será mais apreciado também!

8. NÃO TOQUE EM RECONHECIDOS "PONTOS FRACOS".

A opinião de uma pessoa sobre o que é *certo* ou *errado* constitui o fundamento de sua personalidade emocional.

Se suas atitudes ofenderam alguém unta vez, pode contar com novos aborrecimentos.

Muito cuidado! Trata-se de um sinal de perigo nas relações diárias, tanto de marido e mulher como de enfermeira e paciente, patrão e empregado, pais e filhos, vendedor e comprador. Conseqüências: destruição de intimidades, respeito, amizades, relações sociais e familiares.

Lembre-se do marido que achava o cozido à irlandesa feito pela mulher inferior ao que fazia sua mãe? Lembra-se de Vincent, o chefe grandalhão, que vivia aborrecendo um dos rapazes do escritório, chamando-o de "Encolhido"... "Meia-porção"... "Tampinha" e coisas semelhantes?

Preste atenção! O "ponto fraco" de uma pessoa pode ser, para você, a pista para a descoberta de seu grande Apelo Emocional – o "fator de atenção" que o fará chegar até ela, tornando-o mais estimado e mais persuasivo!

Cultive esta Recomendação.

Para melhorar sua Personalidade e sua Força de Persuasão, evite tocar num reconhecido "ponto fraco" das pessoas com as quais convive. Fazê-lo é o mesmo que brincar com dinamite emocional!

9. OUÇA MAIS ATENTAMENTE.

Assim fazendo, atingirá três importantes objetivos!

a. Mostrará Consideração para com quem fala.

b. Adquirirá conhecimentos.

c. Ajudará a descobrir o *grande* Apelo Emocional que lhe conquistará o interesse de quem fala.

"Ouça" com os olhos. Olhe *profundamente*. Seus olhos devem *refletir* seu interesse, não o olhar longínquo da Preocupação.

A pessoa que fala só o faz por *desejar* que você ouça.

Ouça mais atentamente e quem fala há de prestar-lhe também mais atenção.

10. SORRIA MAIS.

Quer fazer rapidamente um contato emocional? Sorria!

Um sorriso é um excelente elogio silencioso... mudo voto de boas-vindas... uma atitude em ação.

Um sorriso argumenta em agradar. Acompanhado de um aperto de mão ou de uma pancadinha no ombro, é mais expressivo que simples palavras e estimula a reação emocional desejada na pessoa com a qual nos comunicamos.

Sorria mais. Embora contenha precioso Apelo Emocional, um sorriso é um presente que você pode dar-se o luxo de oferecer gratuitamente.

11. PRATIQUE O "RELAX" EMOCIONAL.

Saúde perfeita, bons hábitos de higiene e bons cuidados médicos constituem um trio inseparável. Sem o devido "relax", entretanto, é difícil obter boa saúde.

O "relax" é uma atitude emocional. Por causa das diferenças individuais encontradas nas reações e necessidades físicas e emocionais das pessoas, o "relax" tem significados diversos para cada uma delas.

Quer, adormecer mais facilmente e evitar a insânia? Procura *alívio* para tensões? Deseja *sentir-se* melhor e ser melhor pai, amigo ou amante? Tem necessidade de *melhorar* no emprego, nas relações pessoais e familiares?

R-E-L-A-X!

Quanta gente diz ou pensa: "Seria tão bom repousar... Mas como? O "relax" exige tanto tempo!"

Realmente, é necessário *preparar-se* para o "relax". Isto se torna simples, entretanto, se você usar o Apelo Emocional para a *autocomunicação*.

Trata-se de uma Técnica de Repouso criada e desenvolvida no Instituto de Apelo Emocional. É uma Técnica de comunicação baseada no Apelo Emocional e que requer um pouco de prática... desenvolve a imaginação criadora.., e é surpreendentemente eficiente.

Para obter o "relax" é necessário que consigamos nos comunicar conosco mesmos, vencendo a própria Preocupação e controlando nossas principais emoções.

Eis como fazê-lo:

a. Compreenda claramente os Quatro Grandes Apelos Emocionais capazes de vencer a Preocupação e evitá-la: Instinto de Conservação, Dinheiro, Amor e Desejo de Consideração.
b. Identifique seu grande Apelo Emocional, e o mais importante dos quatro, que vem logo em seguida.
c. Concentre a atenção em todos os aspectos dos outros dois Apelos Emocionais.

Por exemplo, se o Desejo de Consideração e o Amor é que despertam mais rapidamente suas reações, são estes os dois Apelos Emocionais dominantes, no que lhe diz respeito. Deixe de lado esses dois apelos e concentre-se nos restantes – Dinheiro e Instinto de Conservação.

Imagine que achou um objeto de valor, como um diamante ou um relógio, em circunstâncias extraordinárias, que ganhou a sorte grande na loteria ou num concurso, obteve um prêmio, está planejando economizar ou "esticar" pequena quantidade de dinheiro. Pense em comer alguma coisa de que gosta, em fazer algo que lhe desagrade usando um método mais simples ou um novo aparelho, que está dormindo numa esteira, sob palmeiras agitadas pelo vento – ou outras situações relacionadas com o Instinto de Conservação.

Como a Técnica do Apelo Emocional, o hábito de repousar profundamente é um bom hábito de higiene. Infelizmente, entretanto, a maioria das pessoas que possuem melhores condições para repousar acha difícil praticar o "relax". Por quê ?

Porque *um espírito Preocupado não consegue repousar*.

Vença a própria Preocupação e repouse sempre que quiser, concentrando-se nos "fatores de atenção" menos ativos para você, entre os Quatro Grandes – aqueles que mais *dificilmente* provocarão suas reações.

Verá com que facilidade se descontrairá! Já que você se interessa menos pelos dois Apelos Emocionais escolhidos, não levará muito tempo e eles terão saído de seu espírito. Você poderá fazer o seu "relax" dormindo, exercitando-se, trabalhando ou divertindo-se.

O repouso diário, bem feito, é uma necessidade.

Use a Técnica do Apelo Emocional para repousar pelo menos dez minutos, cada dia, ou antes de se deitar. Disporá, certamente, de dez minutos ainda que seja no fim de sua hora de almoço, para conseguir um sono melhor, melhor aparência, saúde e disposição!

R-E-L-A-Z ... emocionalmente. Obterá o alívio de suas tensões e a revitalização de seu Apelo Emocional!

12. DÊ MAIOR DESTAQUE AO APELO EMOCIONAL QUE À PRÓPRIA APARÊNCIA.

Sua aparência só é importante pelas relações que tem com as necessidades emocionais das pessoas com quem convive e as suas próprias.

A escolha do vestuário, do penteado ou dos enfeites pode passar despercebida, ofender, estimular a maledicência ou provocar um elogio de acordo com a personalidade emocional do observador. Nem todos reagem de maneira idêntica, mesmo diante de um programa de TV.

Na tela, uma cantora famosa sorri para nós, esperando o momento de cantar, enquanto milhares de espectadores fazem comentários, indiferentes à tentativa de comunicação da artista, com observações como estas: "Repare no penteado dela!" ou "Está gorda demais para usar um vestido tão curto!"

A cantora, preste bem atenção, nem sequer começou a cantar! Ou já?...

Aos olhos dos outros, somos todos atores que competimos pela atenção, pelas reações e pelo reconhecimento dos espectadores. Se nossos atos e nossa aparência não formarem um conjunto, seremos *distração*, ao invés de sermos uma *atração*.

Sejam quais forem seus atos e palavras, cuide de relacionar sua aparência às necessidades emocionais do interlocutor, antes de relacioná-las às suas próprias. Para facilitar, empregue o Apelo Emocional adequado. Não tente sobrepujar os outros pelas palavras, ações ou pela aparência. Conseguirá apenas colocar-se em situação esquerda.

A aparência é importante, mas não tão importante quanto o seu Apelo Emocional. O Apelo Emocional é a habilidade que você tem de despertar reações e de controlá-las – a capacidade de fazer com que os outros *queiram* prestar-lhe atenção. Esta é a chave da Personalidade, da

Persuasão e de uma melhor Visão. A aparência pode conduzir a grandes caminhos, mas pode, também, ser o atalho certo para se obter um cumprimento.

Se você tiver um defeito físico aparente, o uso da Técnica do Apelo Emocional poderá ser-lhe duplamente vantajoso. Conseguindo identificar as necessidades emocionais que provocarão nos outros reações mais prontas, prestará *mais* atenção aos sentimentos do próximo e menos na sua própria deficiência. Experiências feitas com milhares de pessoas portadoras de defeitos físicos provam essa afirmativa.

Lee, um estudante de origem chinesa, tinha um defeito de linguagem pouco comum. Apesar dos anos que gastara tentando corrigir-se, continuava gaguejando terrivelmente. Quando falava, ficava com o rosto todo retorcido, as palavras saíam aos borbotões, os gestos se descontrolavam, enfiava as unhas nas palmas das mãos. O tempo como que pairava à beira de um precipício de impaciência antes que Lee conseguisse pronunciar uma frase de quatro palavras!

Da primeira vez que Lee falou, numa de minhas aulas, seus gestos e os sons que emitia eram tão enervantes que toda a classe como que se encolheu, sentindo forte mal-estar. Quando ele acabou de falar, o alívio que se espalhou pela sala era como se ouvíssemos as palavras "Graças a Deus que ele terminou?" pronunciadas em voz alta...

Ao invés de tornar a sentar-se, entretanto, Lee foi ao quadro-negro e pegou um pedaço de giz. Enquanto todos o observávamos, escreveu: "Espero que minha gagueira não os faça menosprezar-me. Meu pai e meus dois irmãos envergonham-se de mim, porque sou gago. Por favor, não se envergonhem de mim também!"

Instantaneamente, vinte e oito ouvintes mudaram a opinião que haviam feito de Lee e abriram para ele seus corações? Lee conseguira transferir a atenção focalizada em sua pessoa para os sentimentos íntimos dos que o ouviam.

De repente, *todos gostavam dele!*

Lee sentou-se, sem compreender que acabara de revelar o *grande* Apelo Emocional capaz de curar sua gagueira.

Uma semana mais tarde, a classe estava novamente reunida. Todos os alunos, inclusive Lee, deviam falar algumas Palavras. Antes de chegar a vez dele, segurei-lhe o braço.

– Está vendo aquela cadeira vazia, na terceira fila? – perguntei. É o *meu* lugar. Quando falar, olhe para mim. Sou seu pai e os outros alunos seus irmãos. Vamos nos envergonhar de ouvi-lo falar, ou nos sentir felizes por tê-lo na família. Agora, pare de gaguejar e fale conosco!

Os olhos de Lee quase saíram das órbitas. Por um momento, ficou, a olhar para mim, quando me sentei no meu lugar. Em seguida, endireitou o corpo, dirigiu-se para a frente da classe, moveu os lábios com determinação e pronunciou com clareza sua primeira frase, vencendo a Preocupação.

Não gaguejou naquele momento, nem nunca mais!

O Apelo Emocional *certo* – no seu caso o Desejo de Consideração – transformara-lhe o espírito, depois de nele penetrar. E Lee nos dissera como haveríamos de "atingi-lo", ao escrever: "Meu pai e meus dois irmãos envergonham-se de mim porque sou gago. Por favor, não se envergonhem vocês também!

Não nos envergonhamos de Lee. Orgulhamo-nos dele, que também se sentiu orgulhoso pelo que conseguira fazer.

Esteja atento aos "fatores de atenção" de seus ouvintes. Ajudá-lo-ão a dirigir o seu Apelo Emocional e dar-lhe ênfase – coisa muito mais importante que a aparência.

Uma pessoa que não se considera "bonita" pode tornar-se muito atraente aos olhos dos outros, dependendo do Apelo Emocional bem dirigido existente em suas palavras e seus atos.

Mas a beleza, sem um melhor Apelo Emocional, pode atrapalhar mais do que se imagina.

Jean, morena de vinte e oito anos, aluna do Instituto de Apelo Emocional, era uma das mulheres mais belas que eu já vira. Seus olhos

luminosos, de um cinza profundo, pareciam líquidos; os dentes, muito brancos, brilhantes e perfeitos; o corpo era tão bem modelado como belo era o rosto; quando estava atenta, a boca formava um sedutor arco de cupido e, quando sorria, era um tentador convite. A voz? Bem modulada, intercalada de suaves ondas de calor.

Pois Jean era infeliz!

– Tenho recebido propostas e assobios de desconhecidos, as mulheres falam mal de mim, diretores de empresas ofereceram-me emprego sem se importar com minhas referências, nem com a experiência que tenho do trabalho, os homens me convidam para sair somente para serem vistos pelos amigos em minha companhia – lamentava-se ela. – As moças a quem sou apresentada têm inveja de mim e se mostram arredias. Tenho apenas uma amiga – uma solteirona com idade suficiente para ser minha mãe!

Jean suspirou. – Quero gostar de alguém e me casar, mas isso parece impossível. Minha beleza me torna intocável... ou tocável demais para os homens. Seja como for, há uma barreira entre nós. O senhor poderia ajudar-me?

Amor é comunicação; o mesmo pode-se dizer do Apelo Emocional. O verdadeiro amor só acontece quando as pessoas conseguem comunicar-se repetidamente, através de palavras e atos em que exista o Apelo Emocional *certo*.

A bela Jean era uma mulher *bonita demais*, mas seu Apelo Emocional não era *suficientemente bom*.

Aprendeu a dar maior destaque aos fatores que motivam a comunicação do que à aparência. O emprego da Técnica do Apelo Emocional tomou mais brilhante sua iniciativa e sua imaginação criadora, ensinou-lhe a dirigir suas palavras e ações aos Quatro Grandes meios de vencer a Preocupação das pessoas com quem entrava em contato!

Controlando o próprio Apelo Emocional, você pode atrair atenções – ou desviá-las de sua pessoa, para os sentimentos íntimos daquele que o ouve. Não importa a sua aparência! Você pode ser estimada ou amada

por aqueles a quem diz "Alô!" pela primeira vez, ou pela qüinquagésima milésima vez...

Em suas comunicações, concentre-se mais no Apelo Emocional que na aparência. Será assim mais agradável â vista, mais estimado e mais persuasivo!

Estas Dozes Regras não são para ser usadas esporadicamente. São Recomendações para obter Sucesso em suas Comunicações, sua *Vida Diária*. Como outras fases da Técnica do Apelo Emocional, foram formuladas depois de experiências feitas com reações pessoais, estudos de palavras e atos, projetos desenvolvidos em aulas, observações pessoais e consultas feitas a alunos, educadores, pessoas que assistiam a conferências e clientes.

Vamos repeti-las:

1. Faça perguntas.
2. Diga às pessoas o que desejam ouvir.
3. Sempre que possível, deixe de lado o pronome *EU*.
4. Zombe de si próprio – não de sua audiência.
5. Quando falar, dirija-se a todos aqueles que o ouvem.
6. Não subestime a inteligência de quem o ouve.
7. Dê a devida importância aos elogios.
8. Não toque em reconhecidos "pontos fracos".
9. Ouça mais atentamente.
10. Sorria mais.
11. Pratique o "relax" emocional.
12. Dê maior destaque ao Apelo Emocional que à própria aparência.

Ponha essas Dozes Recomendações a trabalhar para você. Elas terão o dom de melhorar rapidamente sua Iniciativa, sua Visão, sua Personalidade e sua Persuasão.

Com o auxilio da Técnica do Apelo Emocional, você terá melhor compreensão de si mesmo... descobrirá os sentimentos de quem o ouve e se moldará a eles... particularizará suas comunicações e poderá melhor

controlar as *reações emocionais* provocadas por suas palavras e seus atos.

A Técnica é sua. Use-a, até mesmo para ajudar os outros a ver as coisas sob o mesmo ponto de vista que você...

Já que surgirão constantemente problemas de comunicação em suas relações pessoais, matrimoniais, familiares, sociais e profissionais, sugerimos que releia este livro e o conserve como uma revitalizante fonte de referência, seja qual for a situação que o futuro possa apresentar-lhe.

Hoje e sempre, a diferença entre *tentativa de comunicação* e *comunicação eficiente* está no Apelo Emocional *certo* contido em suas palavras e ações.

A razão? É que V-O-C-Ê e seu Apelo Emocional possuem a habilidade de motivar a atenção do próximo e de fazer com que os outros *desejem* ouvir o que tem a dizer!