



Orlando Pavani Júnior ^{CMC}
Diretor Presidente

Tel.: +55 (11) 97605-5470
Skype: orlando.pavani



Siga os perfis da Gauss



www.gaussconsulting.com.br



Siga os perfis da OT



www.olhodetigre.com.br

Rua José Versolato, 111 - Bloco B - Sala 703 Centro Comercial DOMO BUSINESS
São Bernardo do Campo - SP - Brasil CEP 09750-730

Newsletter da Semana (25) - 18/06 a 24/06/2017

CURSO DE VENDAS COMPLEXAS

Um curso on-line que vai fazer com que você saiba como vender B2B de uma forma diferente

PIC - PROGRAMA DE INTELIGÊNCIA COMPORTAMENTAL

Quer receber por e-mail mais informações do PIC? [Sim](#) ou [Não](#)

PORTAL DE MEMBROS

[artigos](#), [cases](#), [entrevistas](#), [palestras](#), [sumarizações](#), [cursos on-line](#), e [cardápio de indicadores](#) - tudo free

Artigo da semana 25: A LEI DA CORDIALIDADE



**CLIQUE AQUI PARA COMPRAR
DIRETO COM O AUTOR**

A adoção de princípios de cordialidade é o equilíbrio entre a autenticidade radical (“sincericídio”) e a educação pasmamenta (“capachosidade”). Compreender esta LEI vai mudar a sua forma de ser interpretado na sociedade em que vive.

Nunca, mas nunca mesmo, perder a calma e o tom cordial no trato com as pessoas é uma atitude que valha seu esforço. Não deixe escapar a oportunidade de agradecer pessoalmente, quando de algum favor ou até mesmo quando de alguma obrigação para com você, ter sido realizada a contento. Jamais enfrente alguém de maneira abrupta, enfrente se tiver que enfrentar, pois isto é importante (vide LEI DA CORAGEM), mas não enfie os pés pelas mãos e haja com calma, mesmo que você esteja coberto de razão e ninguém tenha sido capaz de enxergar isto (vide LEI DA DISCIPLINA onde valorizamos muito o autocontrole).

A pessoa cordial sabe contrapor uma outra característica muito valorizada entre alguns menos informados: a AUTENTICIDADE.

Muitos se intitulam, com muita ênfase e orgulho, como pessoas AUTÊNTICAS e que, se precisam falar alguma coisa para alguém, vão falar “diante da cara” deste alguém, sem medo de retaliações ou de reações menos previsíveis. Intitulam-se transparentes em excesso, como uma de suas incontáveis virtudes. Cuidado! Cordialidade pode ser resumida com o equilíbrio entre a AUTENTICIDADE e a SIMPATIA.

AUTENTICIDADE máxima significa SIMPATIA mínima. Imaginem se fôssemos totalmente autênticos. Alguns de nós homens não seríamos capazes de coibir a vontade de fazer sexo com alguém interessante que passasse próximo aos nossos olhos. Imaginem, que situação constrangedora e indigna.

Da mesma forma, AUTENTICIDADE mínima também não é recomendável, pois significaria SIMPATIA exacerbada, quase que um “capacho” vivo e de uma falsidade indiscutível.

O equilíbrio entre estas duas características é o que define a LEI DA CORDIALIDADE, que exigirá do leitor o desenvolvimento da capacidade de COOPERAR com as pessoas de forma bastante significativa. A COOPERAÇÃO entre pessoas que se reúnem num grupo ou formam alianças com o fim de atingir um determinado PROPÓSITO unificando o consciente e o subconsciente que habilita o homem a ligar-se, comunicar-se é a munição da LEI DA CORDIALIDADE.

Vivemos numa era de esforço cooperativo. Todos os negócios que triunfam são conduzidos sob qualquer forma de cooperação. O mesmo acontece no campo da indústria e das finanças, bem como no domínio profissional. Os médicos e advogados se aliam com fins de auxílio mútuo e proteção, na forma de Associações Médicas e Sociedades de Advogados. Os banqueiros têm associações locais e nacionais, para auxílio mútuo e progresso nos negócios. Os proprietários de automóveis se agrupam em Clubes e Associações. A cooperação é o objetivo de todas essas Associações. Os trabalhadores têm as suas uniões, assim como os que fornecem o capital e superintendem os esforços dos que trabalham têm também as suas alianças. As próprias Mídias Sociais funcionam como um ambiente virtual de cooperação mútua em diversas causas.

É sabido que todos os homens que conseguiram acumular grandes fortunas são conhecidos como bons organizadores. Isso significa que eles tinham a habilidade necessária para pôr a seu serviço o trabalho de outros homens dotados de talento e de habilidade, mas muitas vezes estes se prontificam a realmente trabalharem juntos com estes homens dada a CORDIALIDADE com que este líder trata a todos indistintamente. Desenvolver esta característica permitirá muito maior excelência quando se trabalha junto com outras pessoas e ainda se conquista a COOPERATIVIDADE.

É a CORDIALIDADE que faz com que as pessoas aprendam a elogiar em público e repreender em particular. Tanto o elogio como a repreensão são fundamentais, mas tomar o cuidado de fazer ambas as coisas em ambiências diferentes é um requisito que a LEI DA CORDIALIDADE desenvolve.

Gosto muito de uma palavra nova que é uma mistura de COMPETIÇÃO com COOPERAÇÃO gerando assim a COOPETIÇÃO (neologismo de minha parte, mas que já vi diversas pessoas a utilizando). COOPETIR é estar proposto a ganhar, mas não de qualquer forma, assegurando que assim o será por meio da COOPERAÇÃO CORDIAL.

Quer uma pessoa ganhe a vida com o seu trabalho diário, ou viva da fortuna que acumulou, sempre encontrará menos oposição se cooperar e utilizar de extrema cordialidade com os

outros. Além disso, o homem que baseia a sua filosofia de vida obedecendo a esta dualidade conceitual, em vez da competição, não só conseguirá o necessário e o supérfluo com menor esforço, como também gozará de uma recompensa extra que reside em compreender que a COOPETIÇÃO é muito mais efetiva.

As fortunas conseguidas pelo esforço cooperativo e cordial não deixam cicatrizes no coração dos seus possuidores, o que já não se pode dizer acerca de fortunas adquiridas por métodos que chegam quase à EXTORSÃO ou a COAÇÃO. É o que se chama de LUCRO RUIM ao invés do LUCRO BOM (vide livro: A PERGUNTA DEFINITIVA - Fred Reicheld – Ed. Campus). Fred defende que todas as vezes que um cliente se sente enganado, maltratado, ignorado, explorado ou coagido, e os lucros obtidos desse cliente são ruins. Embora isto também dependa da maturidade do cliente em compreender do que, de fato, foi vítima, uma vez que existem uma enormidade de pessoas “ditas” satisfeitas (e compartilham isto de forma publicitária) apenas para contar com algum tipo de contrapartida, ou seja, ganham algo em troca de depoimentos positivos em relação a sua experiência. Claro que este tipo de depoimento vazio e “pago” (de alguma forma, seja ela qual for), não cabe na abordagem de Fred Reicheld em sua proposta do Indicador NPS (Net Promoter Score).

EXTORSÃO nada mais é do que ato de “forçar” alguém a fazer ou deixar de fazer alguma coisa, por meio de ameaça, violência ou apelo à emoção, com a intenção de obter vantagem, recompensa ou lucro. COAÇÃO é o encorajamento emotizado para que alguém faça (ou não) alguma coisa.

A meu ver configura EXTORSÃO / COAÇÃO as chamadas vendas de impulso, onde se “força” a pessoa a comprar com certa urgência sob a alegação de que os preços vão aumentar (o que de fato não se constata posteriormente), ou aquelas abordagens nitidamente mentirosas (mentirinha comercial) que prometem aquilo que não podem cumprir, ou ainda as inúmeras abordagens SENSACIONALISTAS (uso de argumentações capazes de causar impacto, de chocar a opinião pública, sem que haja qualquer preocupação com a veracidade).

Muitas vezes esta EXTORSÃO / COAÇÃO não vem com a violência e força típicas, e assim são chamadas de abordagens meramente PERSUASIVAS.

PERSUASÃO é uma estratégia de comunicação que consiste em utilizar recursos emocionais ou simbólicos para induzir alguém a aceitar uma ideia, uma atitude, ou realizar uma ação. É o emprego de argumentos (legítimos ou não, é importante que se frise), com o propósito de conseguir que outros indivíduos adotem certas linhas de conduta, teorias ou até crenças. Segundo Aristóteles: *A retórica é a arte de descobrir, em cada caso particular, os meios disponíveis de persuasão.*

A PERSUASÃO pode ocorrer de maneira pacífica (verbalmente) ou até mesmo de maneira quase coercitiva (com o uso de ameaças e/ou uso de violência, o que caracteriza a EXTORSÃO / COAÇÃO propriamente ditas). O ato de persuadir alguém nem sempre depende de uma mente "superior" em detrimento de outra "inferior". Pode acontecer para fins inocentes, mas, dependendo do seu objeto e forma de manipulação, pode acarretar efeitos jurídicos e configurar crime. De acordo com o preceito primário: *Quem, de qualquer modo, concorre para o crime incide nas penas a este cominadas, na medida de sua culpabilidade* (caput do artigo 29 do Código Penal Brasileiro - Dec. Lei 2.848/1940). Por isto é perfeitamente possível que alguém responda por crime alheio, uma vez que houve "nexo causal" (relação entre causa e efeito) entre a persuasão e o delito. Vale ressaltar, ainda na seara jurídica, que persuadir (em forma de extorsão / coação) alguém a fazer algo que a lei não permita ou que ela não obrigue, também é crime, portanto constranger alguém induzindo-lhe a não fazer o que a lei permite, ou a fazer o que ela não manda.

Desta forma a ostentação para com o acúmulo de riqueza, seja qual for o seu objetivo, além

do próprio auto endeusamento (*deify*, em inglês, que em português pode ter como sinônimos: se mostrar, se achar, se gabar, gargantear, embandeirar, se agigantar, extremar, heroificar) toma a maior parte do tempo de muitas pessoas. Se não posso modificar esta tendência materialista da natureza humana, posso pelo menos transformar os métodos usados para a sua obtenção, adotando a COOPERAÇÃO e CORDIALIDADE como base.

É prática frequente na ambiência do MMN (Marketing Multi Nível – assunto que estudo com cuidado há mais de 20 anos) a ostentação de riqueza financeira para justificar que a adoção do sistema de Multi-Nível é uma decisão para pessoas com inteligência superior (argumento que tem a nítida intenção de constranger os que discordam, caracterizando assim a extorsão / coação).

Já fiz cursos e participei de alguns grupos para exercitar a LEI DA ELASTICIDADE, podendo constatar in-loco as intenções “podres” de muitas pessoas que são relativamente respeitadas no mercado. Ensinam por vezes que é importante postar vídeos gravados em locais inusitados (fora do país, por exemplo, o que não tem nada demais) apenas para passar uma imagem de sucesso efêmero. Jogam golfe apenas para passar imagens que não refletem a sua real personalidade. Postam fotos com pessoas influentes apenas para dizer a todos que estão se inspirando presencialmente com este ou aquele guru.

E o pior de tudo, as pessoas gostam deste tipo de “*deify*” e os seguem exatamente por conta deste posicionamento. Defendem que suas propostas farão os que o seguirem a trabalharem menos, viverem preponderantemente de lazer, descansar mais, enfim tudo que todos querem na vida, mas que configura promessas vazias e oportunistas. A preguiça (traço típico de pessoas que querem trabalhar menos, estudar menos, divertir-se mais e ainda assim ganhar muito dinheiro), não é mais do que a inanição de praticar a LEI DA INICIATIVA e a LEI DA DISCIPLINA. Preocupação, inveja, ciúme, ódio, dúvida e medo são estados de espírito fatais à ação. Esta influência é puramente física, mas o seu efeito desastroso não para aí, pois esses estados de pensamento efêmero destroem o mais importante dos fatores da conquista da PLENITUDE: de que só vale o lucro BOM (vide conceito de renda válida das LEIS DO DINHEIRO).

Um homem que pode induzir outras pessoas à cooperação e a cordialidade, sem utilizar-se das tentações de extorsão, coação ou “falar o que todos querem ouvir”, e se assim se comportar de forma sistemática estará aplicando a LEI DA CORDIALIDADE integralmente. Dê-se a um homem a espécie de trabalho que mais se harmonize com a sua natureza, e ele revelará o que tem em si de melhor. Uma das maiores tragédias da humanidade é o fato de que a maioria das pessoas nunca se ocupa do trabalho para o qual melhor se adapta. Muito frequentemente, o erro está em escolher um trabalho que pareça mais proveitoso, do ponto de vista monetário, sem consideração pelas suas habilidades naturais. Ceder a esta tendência é um erro crasso além de um auto flagelo, uma falta de COOPERAÇÃO e de CORDIALIDADE consigo próprio.

Se o dinheiro fosse o único fator do triunfo (vide LEIS DO DINHEIRO), esse modo de agir estaria certo, mas o triunfo, na sua forma mais nobre e mais elevada, exige a paz de espírito, o prazer e a felicidade que só possuem aqueles que encontram o trabalho que mais aprender a gostar. A cooperação e a cordialidade podem produzir um poder considerável, que, entretanto não se compara ao que pode resultar de um grupo de pessoas que submetem os seus interesses pessoais ao interesse geral e coordenem os seus esforços com os dos outros membros da aliança, em perfeita harmonia.

Você pode estar se perguntando porque então o título desta lei prepondera a CORDIALIDADE e não a COOPERAÇÃO. A resposta é bem simples. Porque existe COOPERAÇÃO sem CORDIALIDADE (diversos exemplos de joint-ventures, associações, parcerias, etc.) sustentadas apenas pelos interesses comuns, mas a CORDIALIDADE gera COOPERAÇÕES de forma muito diferenciada e sustentadas pela afinidade, graça e

generosidade. As sociedades que se estruturaram apenas nos interesses comuns aos sócios, e não a todas as partes interessadas (em inglês: *stakeholders*) mais cedo ou mais tarde vão carecer de cordialidade, mas uma sociedade que detém de admiração mútua, afinidade, respeito será permeada de cordialidade que trará uma ambiência muito mais agradável e promissora. Esta constatação me fez batizar esta LEI como foco na CORDIALIDADE, diferentemente de Napoleon Hill que a chamou de LEI DA COOPERAÇÃO.



[Baixe o PDF institucional da Olho de](#)

[Tigre – Inteligência Comportamental](#)

[Baixe o PDF Institucional da Gauss](#)

[Consulting Group – Inteligência de](#)

[Negócios](#)

