

Golfinho

Informativo de PNL

ANO 5 Edição 1 nº 47

dezembro/1998



MENSAGEM DE NATAL

Neste NATAL, desejamos a todos os amantes da PNL que, nos momentos de reflexão e confraternização, alinhemos nossos níveis neuro-lógicos, para um ANO NOVO de realizações e plenitude:

ESPIRITUAL - despertarmos para uma visão de um mundo ao qual as pessoas queiram pertencer.

IDENTIDADE - sermos patrocinadores de uma missão de contribuirmos para nossa evolução e das outras pessoas.

CRENÇAS E VALORES - acreditarmos em que todas as pessoas são capazes de alcançar seus objetivos.

CAPACIDADES - mantermos firmes nessa visão e missão, percebermos se estamos conseguindo nossos objetivos e flexibilidade para alcançá-los.

COMPORTAMENTO - estudarmos e praticarmos continuamente a PNL para o bem comum.

AMBIENTE - zelarmos por todos os contextos de nossa vida, durante toda existência.

*SALVIO TADEU C. DE BARROS & LUÍZA DAURA F. DE BARROS, Médicos e "Master Practitioner" em PNL.
Rua Prof. Ulisses Braga Jr. 311 - Farol 57050-530 - MACEIÓ - AL.
E-mail: stcb@sistecnet.com.br Fone/Fax: (082) 241-4447 e (082) 9331-3233.*



**Esta mensagem nos foi enviada pelos nossos leitores acima.
Gentilmente nos permitiram publicá-la para compartilhar com você.
Agradecemos a todos que conosco colaboraram durante 1998 e desejamos**

Boas Festas!!!

Nesta edição		
1	Artigo: A Difusão da PNL	pág. 2
2	Revisão de Livro: Hipnose...	pág. 10
3	Metáfora do mês: A Cerca	pág. 11
4	Agenda de cursos e workshops	pág. 12

A Difusão da PNL

Por Jay Arthur

Considerando que a PNL é uma tecnologia muito poderosa, sua aceitação na aldeia global parece estar demorando demais. O período médio para adoção de uma inovação é de 25 anos, e a PNL já completou seu 25º ano. A pergunta é: “Existe uma maneira de apressar isso? Existe uma forma de tornar a PNL mais contagiante?” Acredito que a resposta seja: “Sim!” Portanto, gostaria de oferecer à consideração do leitor algumas informações sobre a maneira como as idéias se alastram, o que podemos aprender disso tudo, e como aplicá-lo à PNL.

Por mais de 50 anos, os pesquisadores têm estudado (i.e., modelado) a maneira como as mudanças são adotadas, adaptadas ou rejeitadas pelas sociedades e culturas. Essa pesquisa está disponível na obra *The Diffusion of Innovations*, de Everett Rogers (Free Press, 1995). A difusão é um modelo para o entendimento da mudança social. Existem diversas características de “inovações”, como a PNL, que podem ser adaptadas a fim de aumentar a velocidade de sua adoção – vantagens, compatibilidade, complexidade, experimentabilidade, observabilidade... Pode-se pensar sobre essas características como uma forma de desenvolver o *rapport* com qualquer grupo de pessoas que represente uma cultura: profissionais da PNL, corporações, associações, cidades, países, e assim por diante. Existe uma estratégia clara de decisão que as pessoas usam para adotar, adaptar ou rejeitar uma inovação. E existem diversos canais de comunicação, através dos quais uma inovação “infecção” pode difundir-se, embora o campeão seja a divulgação de pessoa para pessoa (boca a boca). E o agente da mudança (profissionais da PNL) exerce um papel muito importante na velocidade dessa adoção.

No presente artigo, proponho que examinemos a maneira como a PNL tem abordado as diversas culturas, com maior ou menor sucesso, usando esse modelo de difusão como um filtro para nossa experiência. Vou sugerir, também, algumas maneiras possíveis de adaptar nossa abordagem para aumentar a difusão da PNL.

Características das Inovações

1. Vantagem relativa da PNL

A essência da PNL é a modelagem da excelência humana. Os profissionais da PNL podem estudar, modelar e transferir habilidades altamente desenvolvidas de uma pessoa para outra com eficiência e eficácia máximas. Na época em que fiz meu treinamento, no início dos anos 90, a maior parte do treinamento em PNL era feito sobre o aprendizado de aplicações terapêuticas, modeladas de Erickson, Perls e Satir. Isso é PNL aplicada à saúde mental. Tim, Suzi, e Robert têm aplicado a PNL à saúde física. E assim por diante: a PNL num contexto, mais do que na sua essência, que é a modelagem. Contudo, recentemente houve uma mudança, visando incorporar mais modelagem nos cursos *practitioner* e *master practitioner*.

Quando vemos outras pessoas fazendo as coisas elegantemente, muitas vezes sentimos inveja, desejando fazê-las tão bem, mas duvidando de que isso seja possível. Para tornar a PNL mais contagiante, devemos voltar às nossas raízes e empregar a modelagem, a fim de compreender e transferir habilidades humanas excelentes. E devemos ajudar a todos com quem falamos para que entendam que a PNL não tem nada a ver com consertar pessoas que estejam defeituosas (mecânica mental) mas sim com a compreensão daquilo que faz o ótimo desempenho, de tal forma que possamos partilhar isso com outros (mestres modeladores).

Finalmente, a maior parte do marketing da PNL é feito sobre suas “características” ao invés de seus “benefícios”. Eu tenho visto muitos anúncios sobre o “Treinamento de *Practitioner* em PNL”, mas muito poucos sobre o que isso proporcionaria aos participantes: domínio da comunicação escrita e falada, habilidade de absorver a maestria de outra pessoa e depois transferi-la a outras, etc. Para promover a adoção da PNL, devemos enfatizar as suas vantagens e podemos fazê-lo focando nos benefícios, ao invés das características da PNL.

2. Compatibilidade.

Para ter sucesso, qualquer inovação deve buscar compatibilizar-se com os seguintes elementos de cada cultura:

.....continua na página 4



Sociedade Brasileira de Programação Neurolingüística

Os cursos de PNL são independentes, porém, com conteúdos sinérgicos. Isto significa que cada curso representa uma etapa completa que pode ser ampliada nos cursos seguintes.

Muitas pessoas preferem iniciar pelo módulo "Conhecendo a PNL" e, após vivenciar os conceitos básicos da técnica, escolher a combinação de módulos mais adequada aos seus interesses específicos.

A SBPNL está à sua disposição para ajudá-lo a escolher a melhor combinação de módulos para você ou sua empresa.

Cursos de Aplicação Específica

Conhecendo a PNL
Atingindo Objetivos
Como eliminar o Stress
Auto-estima
Liberando a Criatividade
A Magia da Linguagem
Ferramentas para o Autoconhecimento
Negociação e Vendas
Inteligência Emocional
Liderança
Gerenciamento de Pessoas
Frente a Frente com os Filhos
Cursos para Adolescentes

Cursos de Formação

Practitioner

- ❖ 1ª parte - dia 19 a 27 de março
- ❖ 2ª parte - dia 16 a 24 de abril

Master Practitioner

A Essência da Identidade

- ❖ Data: de 12 a 16 de junho

Trainer Training

- ❖ Data: de 15 a 22 de maio

Cursos Novos

PNL para Médicos

PNL para Professores

PNL na Prática Terapêutica

Hipnose, Metáforas & Histórias

Leitura Fotográfica

- ❖ 3 módulos: (6 e 7), (13 e 14), e 20 e 21 de março

A SBPNL conta com uma equipe de 15 instrutores qualificados para garantir a qualidade de seus cursos.

Veja mais informações em: <http://www.pnl.com.br>

Informações e inscrições (011) 820-1616

- Valores e crenças.
- Idéias introduzidas anteriormente. “As idéias antigas são as principais ferramentas mentais que as pessoas usam para ter acesso às novas.”
- "Sentir" necessidade

Talvez a crença mais difundida que tenho encontrado seja a das pessoas que afirmam: “Eu sou assim. Eu não posso mudar quem eu sou.” Essa é uma crença “consciente da realidade” que limita a adoção da PNL. Talvez ela tenha sido criada pelos testes de personalidade como os de Myers Briggs que nos dizem para acostarmos a viver em um pombal. Quando Greg e eu criamos o *NLP Personal Profile* (Perfil Pessoal de PNL), dispusemo-nos deliberadamente a ajudar as pessoas para que vissem o instrumento como uma maneira de determinar sua longitude e latitude atuais numa jornada de crescimento e evolução pessoal por toda a sua existência.

A PNL tem sido geralmente apresentada como algo “novo” e “diferente”, como uma abordagem alternativa para tudo, desde a terapia até a medicina. Esse metaprograma de “diferença” restringe sua adoção por pessoas com metaprograma de semelhança ou progresso, as quais, de acordo com Roger Bailey, são mais de 70% da população. **Recomendação:** Como diz Shelle Rose Charvet, fale com os dois lados de sua boca - “A PNL é uma maneira nova e melhor de compreender e transferir capacidades de alto desempenho, e o faz por meio da transformação do treinamento comum em um aprendizado mais dinâmico.”

O "sentir necessidade" das pessoas é exatamente o oposto ao que se diz no número 1: As pessoas sabem que suas vidas poderiam ser melhores se apenas elas soubessem como. As pessoas querem ser mais bem sucedidas. Elas sabem que Donald Trump pensa de uma maneira desconhecida por elas, mas não pensam que elas sabem como adquirir as estratégias dele. Esta crença inconsciente encoraja a adoção, especialmente por aquelas pessoas que não compartilham da crença “eu não posso mudar”.

3. Complexidade: o grau em que uma inovação é percebida como difícil de entender e usar.

Porque a maioria das pessoas não possui um conjunto de filtros de PNL, elas percebem pessoas e seus comportamentos como complexos e impenetráveis.

A PNL, para muita gente, é indistinguível da mágica. E nós, como *practitioners*, não tornamos as coisas mais fáceis para elas, porque freqüentemente estamos totalmente enamorados da próxima técnica, a aquisição pessoal de poder, mais do que a aplicação ecológica daquilo que já sabemos. Para ter êxito, devemos simplificar e dinamizar a PNL e criar um caminho a ser seguido pelas pessoas no seu próprio ritmo.

De modo semelhante, a “linguagem” é mais complexa do que muita gente admite. As pessoas se perguntam: Como poderei aprender isso, pelo menos em parte, quando há tantos subdialetos de linguagem visual, auditiva, cinestésica, metáforas e metaprogramas para aprender? Penso que podemos responder a isso apresentando somente pequenas “partes” de cada vez.

4. Experimentabilidade: novas idéias, experimentáveis, são mais fáceis de adotar porque você pode aprender fazendo.

As pessoas gostam de experimentar as coisas na privacidade de seu próprio lar e depois decidir. A maioria dos consumidores têm um metaprograma “interno” com relação à PNL. Em contraste direto a isso, a PNL tem tentado promover a necessidade da presença de um profissional da PNL para qualquer transformação (metaprograma externo), como um catalizador no sistema de exaustão do carro. Quando Greg Engel e eu criamos o *NLP Personal Profile* (Perfil Pessoal de PNL), tínhamos a idéia sutil de encorajar as pessoas a experimentar de que maneira elas pensam e como o seu pensamento pode mudar, sem nenhuma outra pessoa por perto. Nós sempre mantemos disponível em nosso site (<http://rmii.net/~lifestar>) um formulário com a classificação das respostas para que as pessoas possam “ter uma experiência” da PNL.

A “prova grátis” tem sido um método fundamental para as pessoas experimentarem a PNL. Que mais podemos fazer para aumentar a experimentabilidade?

5. Observabilidade: habilidade de ver os resultados e que outros os vejam também.

Isso é difícil, porque quando as pessoas integram uma mudança pessoal ou uma idéia nova com rapidez, sua neurologia se reorganiza rapidamente para restabelecer a estabilidade. É difícil perceber os resultados da mudança, a menos que você esteja assistindo a uma demonstração. Freqüentemente, essas mudanças aparecem após um certo período de tempo, de modo que nenhuma mudança imediata, ou que esteja ocorrendo, pode ser detectada, uma vez que ela nunca excede à capacidade mínima do observador

para detectar o padrão.

Recomendação: Coloque na *ponte ao futuro* que as pessoas reconheçam o *feedback* dos outros como sinal de que fizeram a mudança pessoal.

Essas são as características que podem tornar a PNL mais contagiante – vantagens, compatibilidade, complexidade, experimentabilidade e observabilidade. Agora, vejamos o processo de decisão usado para adotar, adaptar ou rejeitar uma inovação, bem como os diversos tipos de adotantes.

A Inovação - o processo de decisão

Em primeiro lugar vem o conhecimento, que é uma consciência / compreensão do problema. Para mim, ele veio durante uma conversa, quando mencionei que meu cérebro às vezes fazia coisas bobas e que eu desejava dirigir meu próprio cérebro. Alguém falou: “Ah, então você deve aprender sobre a PNL.” Depois, eu li alguns livros, assisti a um curso de dois dias e, finalmente, me inscrevi no treinamento *practitioner* da *NLP Comprehensive*. Essa consciência inicial sempre envolve:

- O que é a PNL?
- Como aplicar a PNL (o que é mais importante na experiência de inovações)
- Por que PNL? Princípios fundamentais de como ela funciona.
- Onde podemos aplicá-la em nossa vida?

Após estudar a ciência da mala direta, eu cheguei a algumas conclusões sobre a mala direta da PNL: É muito curta. As cópias mais longas vendem melhor do que as mais curtas. A maior parte dos folhetos sobre PNL não trazem informações suficientes para embasar uma decisão de comprar algo que custa de 2 a \$3.000. Explicando o **que, porque, como e onde**, mais pessoas serão capazes de abraçar a PNL.

.....continua na página 6



Instituto de Programação Neurolinguística Aplicada

Drª Clô Guilhermino

PROJETO DE ENGENHARIA HUMANA

A mais nova criação de Richard Bandler, gênio criador da PNL, é o Projeto de Engenharia Humana (PEH)

Enquanto que, com os conhecimentos da PNL, podemos contextualizar e otimizar recursos, resolvendo situações-problemas e otimizando o que já está bem, com o PEH torna-se possível, não só remediar e otimizar, como também CRIAR recursos e implantá-los.

Enquanto a PNL se baseia no ambiente DOS, o PEH está baseado no ambiente Windows.

- ❖ **Abrir "janelas" com recursos ótimos, tais como** – motivação, segurança, coragem, criatividade, etc.
- ❖ **Gravar em tapes (audio) sons que reproduzem estratégias ótimas** – de criatividade, motivação, tesão (nas 3 linguagens, com submodalidades e localizadas temporalmente).
- ❖ **Implantar estratégias** – no repertório daquelas pessoas que não as possuem ou não as possuem ótimas.

Pré-requisito: Practitioner (ou conhecer muito bem Estratégias)

Data: de 27 à 31 de Janeiro de 1999, das 14 às 21 horas.

Preço: Inscrições até 30/12/98 → R\$ 300,00 e após 30/12/98 → R\$ 350,00

* **Preço especial para grupos de mais de 3 pessoas: desconto de 10% cada**

Inscrições: Tel.: (011) 277-7999 R. 247 ou (011) 277-0208 ou fax (011) 277-8141

E-mail: gaia@dialdata.com.br

Depois, vem a persuasão. Eu persuadei a mim mesmo (interno) a aprender PNL. Outras pessoas precisam ser persuadidas (externo). Como poderemos novamente “falar com os dois lados de nossa boca” para influenciar mais pessoas a abraçarem a PNL?

A seguir, vem a decisão. Cada pessoa procura informações (interno) para tomar a decisão de adotar ou rejeitar, passiva ou ativamente, a mudança.

Em seguida, presumindo-se que a pessoa decidiu adotar a mudança, começa a implementação. Isso às vezes exige a adaptação da mudança (ex.: aplicar a PNL no contexto de interesse).

Finalmente, após um período de tempo, as pessoas atingem a confirmação. Elas confirmam para si mesmas (interno) que a mudança é boa e que merece permanecer.

A velocidade da adoção pode ser afetada pela forma como a coisa é feita e por quem tem autoridade para fazer acontecer. As decisões de adoção (pela ordem de rapidez da adoção) podem ser:

Mais rápida: Opcional - escolhas feitas pelo indivíduo (ex.: participação em treinamentos de PNL).

Média: Autoridade - feita por uma ou várias pessoas com poder, status, ou experiência técnica.

Mais lenta: Coletiva - feita por consenso de membros.

Variada: Combinação das situações acima.

Esse processo de decisão torna-se mais complexo quando funciona num sistema, grupo ou organização, ao invés de um indivíduo.

Primeiro vamos olhar os vários tipos de adotantes.

Estes podem ser individuais ou companhias.

Categories de adotantes

Inovadores (empreendedores):

Buscam ativamente novas idéias. Metaprogramas: futuro, interno, em direção a, opções, proativo, diferença. São intuitivos (dependem do conhecimento interno, não de informações externas). Seguidamente são considerados afastados dos padrões do sistema social. Alguns tornam-se líderes de opinião (campeões) sobre a inovação (John Grinder e Richard Bandler).

Adiantados (Respeitosos):

São rápidos em perceber as mudanças e começam a implementá-las e melhorá-las. Seus metaprogramas são: interno, em direção a, opções, proativo, progresso. Para o pessoal de vendas é essencial ser adotante adiantado. Robert Dilts, e outros.

Maioria adiantada (Deliberados):

Essas pessoas confiam nos adotantes rápidos e nos líderes de opinião para decidir adotar. Elas são: externo, em direção a, procedimentos, progresso, proativo. Essas pessoas precisam de um orientador.

Maioria demorada (Céticos):

Interno, afastando-se de, progresso, ativo-passivo. Vizinhos da maioria adiantada são importantes para os adotantes demorados.

Retardatários (Tradicionais):

Semelhanças, procedimentos, detalhe, interno, afastando-se de, passivos. Essas pessoas podem ser tão influentes quanto os adotantes adiantados. Nas empresas, eu as chamo de “sistema de imunidade” da corporação, porque elas procuram evitar uma nova *infecção memética* da difusão. Uma introdução suave da PNL para os adotantes adiantados evitará o disparo dessa reação de imunidade.

Agora que sabemos quem são os adotantes e como é tomada a decisão, vamos analisar os diversos canais de comunicação disponíveis para divulgar a PNL e como usá-los para aumentar sua difusão.

Canais de comunicação

Um canal de comunicação - seja de massa ou interpessoal - é um meio pelo qual as mensagens são enviadas de uma pessoa a outra. Isso envolve a ciência emergente da *memética* - a maneira como as idéias se multiplicam, passando de uma mente para outra. Essas mensagens e idéias fluem de uma fonte, através dos canais de comunicação de massa, até os líderes de opinião que, por sua vez, passam-nas adiante aos seguidores. A mensagem da PNL tem-se espalhado lentamente devido à falta de princípios de integridade de alguns *practitioners*. Eu já encontrei diversas pessoas que me disseram que eu as fiz mudar sua impressão sobre a PNL, porque, inicialmente, as pessoas envolvidas lhes pareceram invasoras e manipuladoras. A idéia sobre a PNL tem sido mais a de um parasita a ser evitado do que a de uma relação simbiótica a ser abraçada.

O Golfinho

Informativo de PNL

Para um amigo

ANO 5

divulgação

"O Golfinho" é uma Newsletter de publicação mensal por assinatura, circulando há quatro anos. Sua finalidade é divulgar a PNL, artigos, livros, cursos, workshops realizados no Brasil e no exterior.

Prezado Colega:

É com grande satisfação que estamos lhe enviando este formulário para assinatura do Informativo de PNL - "O GOLFINHO", primeira e única publicação brasileira de PNL, para que possa assiná-lo.

Sabemos que a PNL em nosso país ainda necessita de mais divulgação, e esta tem sido a nossa meta: divulgar informações sobre a PNL para que mais pessoas a conheçam e os que a conhecem possam se manter atualizados e tenham onde divulgar seus trabalhos, cursos e workshops.

Por esta razão, em 1994 iniciamos a publicação deste informativo "O GOLFINHO", newsletter mensal com a finalidade de divulgar a PNL, seus livros, cursos, seminários, workshops, etc., dirigida aos profissionais, estudantes e interessados em PNL.

Também com a intenção de divulgar mais a PNL, mantemos há mais de dois anos uma página na Internet: Informativo de PNL - "O GOLFINHO ON-LINE". Lá você encontra Centros, Institutos e os profissionais que trabalham com PNL, artigos, livros, agenda de cursos, seminários, e links para praticamente todas as páginas sobre PNL no Brasil e no exterior.

Acreditamos estar atingindo a nossa meta de facilitar a todos uma atualização constante sobre a PNL. Após mais de três anos, O GOLFINHO já é uma referência para se obter informações sobre PNL no Brasil.

Por isso, prestigie também "O Golfinho" com a sua colaboração e assinatura.

Envie seus comentários, sugestões, artigos de sua autoria ou de outros profissionais que você julga serão do interesse dos que procuram se manter informados.



Lembre-se de que para divulgação da PNL, junto ao público em geral, precisamos de um canal, e este canal é hoje: "O GOLFINHO", tanto impresso como principalmente On-Line.

Você pode fazer a sua assinatura e colocar seu nome e sua empresa na Internet com o cupom que se encontra no verso.

Para dar continuidade a este trabalho que beneficia a toda a comunidade da PNL, seu apoio e colaboração são muito importantes.

Assinando, você estará recebendo "O Golfinho" com informações novas todos os meses em sua casa ou escritório, por R\$5,00 ao mês.

Retornando esse formulário permitamos dar-lhe as boas-vindas como assinante de "O Golfinho".

Nossa missão:

Ajudar a construir um mundo onde todos possam desenvolver suas potencialidades e viver melhor.

Dentro deste princípio, procuramos cada vez mais divulgar a PNL, para que mais pessoas possam conhecê-la e usufruir dos benefícios que ela pode proporcionar a todos que a utilizam.

Este informativo é um órgão independente, não estando ligado a nenhum instituto ou centro em particular.

Estamos abertos a divulgar o trabalho de todos, na medida de nossas possibilidades.

Já estamos circulando em todo o Brasil, e também em Portugal e vários países de língua espanhola.

M. Helena Lorentz - Editora

Atenção:

Criamos e mantemos sua página na Internet

<http://www.pnlbrasil.com.br> pnlbrasil@pnlbrasil.com.br

acessos até 29/10/98 **023936** **acessos até 29/11/98**

26457

Mais de 2.500 acessos em um mês !!!

Sugestão: Suponha que todas as pessoas que você encontra necessitam mudar sua impressão sobre a PNL. Ninguém é tão “infectado” como você, mas você pode aprender a ser “contagante” – um convite à PNL.

Comunicação de massa

A TV, o rádio e a imprensa são geralmente os meios mais rápidos e eficientes para informar uma audiência de adotantes potenciais sobre a existência de uma inovação. O principal aplicador da comunicação de massa à PNL é Tony Robbins (o que podemos modelar dele?)

A comunicação de massa pode:

1. Atingir grandes audiências rapidamente.
2. Criar conhecimento e disseminar informações.
3. Liderar a mudança de atitudes fracas.

Além disso, as mensagens da PNL devem começar a aparecer em outros periódicos além da *Anchor Point*. Onde estão os artigos para *USA Today*? *Business Week*? *The Harvard Business Review*? Você está lendo este artigo na *Anchor Point*, não é? Eu também sou culpado, mas isso já está mudando.

Devido a algum problema de integridade de alguns *practitioners*, mais pessoas foram desencorajadas do que encorajadas a explorar a PNL. Essa é a razão porque as pessoas, seguidamente, dão outro nome à PNL, a fim de evitar as âncoras negativas associadas a ela ou, simplesmente, evitam mencioná-la, enquanto a usam para criar soluções.

Canais interpessoais

Esses são meios mais lentos, porém mais eficientes, de persuadir os indivíduos a adotar uma idéia nova. Tal acontece porque “as avaliações subjetivas de uma inovação, derivadas de experiências e percepções pessoais e transmitidas pela comunicação interpessoal, dirigem o processo de difusão”. Muitas pessoas dependem da avaliação subjetiva de uma inovação, transmitida por alguém de confiança, que tenha adotado essa inovação. (Se não confiarem em você, não poderão receber sua mensagem). Usada no estágio de persuasão, a comunicação interpessoal pode:

1. Oferecer a troca mútua de informações.

.....continua na página 8

Holoterapia

PROMOVE O WORKSHOP

EMAGRECIMENTO E COMPORTAMENTO

Com Karim Khoury

Introdutor no Brasil da **Holoterapia** - técnica natural de emagrecimento que associa massagens e dieta sem remédios. Empresário, terapeuta holístico (CRT 25579), holoterapeuta, Master em Programação Neurolingüística pela Sociedade Brasileira de PNL e autor do livro sobre este tema a ser publicado pela Editora Senac início de 1999.

O Programa

- ◆ Formulação de Objetivos
- ◆ Influência do stress num programa de emagrecimento
- ◆ Técnicas de PNL (não é necessário nenhum conhecimento prévio) aplicadas à identificação do seu Perfil e Reprogramação do seu comportamento alimentar
- ◆ Reeducação alimentar
- ◆ Administração da Compulsão
- ◆ Auto-estima
- ◆ Uso da Linguagem para mudança comportamental
- ◆ Orientações a serem seguidas após uma dieta alimentar

A Quem se Destina

A todas as pessoas que estão interessadas em melhorar a qualidade de vida, em mudar de comportamento, em se alimentarem sem culpa e/ou que desejam emagrecer.

Quando e Onde Acontece

05 e 06 de dezembro (Sáb. e Dom.) das 09:00 às 18:00h
Centro de Orientação para Emagrecimento situado à:
Av. Brigadeiro Luis Antonio, 4211.

Informações e inscrições: fone: (011) 885-6613 e-mail: kkhoury@uol.com.br

Valor: R\$200,00 que poderá ser parcelado em duas vezes. Para melhor aproveitamento o número de vagas é limitado, por este motivo faça sua reserva o mais breve possível.

Participação do Dr. Albert Boutros El Khoury (CRM 20849) que dará destaque especial ao programa de reeducação alimentar, os fatores que influenciam este processo e orientações a serem seguidas após o alcance do peso desejado.

2. Permitir que um indivíduo forme ou mude atitudes ou crenças arraigadas.

Portanto, usando as habilidades da PNL, como você pode começar a influenciar as pessoas para que reconsiderem seu apego à crença de “Eu não posso mudar”?

Conseqüências

Agora, vejamos as possíveis conseqüências para alguém que adote a PNL:

◆ **Desejável vs indesejável** – A PNL pode ajudar as pessoas a curar-se e a crescer, mas também pode manipular ou até causar dano quando usada sem a devida ecologia.

◆ **Direto vs indireto** – As conseqüências diretas da PNL podem ser a mudança pessoal (resultado) enquanto as indiretas podem ser uma renda mais alta (efeito) originada por melhores relacionamentos pessoais e profissionais.

◆ **Esperado vs inesperado** - A diferença entre ricos e pobres poderá aumentar, uma vez que os ricos usam a PNL para desenvolver mais habilidades enquanto os pobres não têm sequer o tempo ou o dinheiro para investir nesse aprendizado?

Recomendação: Amplie os benefícios e prepare-se para os problemas potenciais. Se nós não previrmos, acompanharmos e ressignificarmos as preocupações das pessoas sobre as conseqüências indesejáveis, indiretas e imprevistas da adoção da PNL, não estaremos realmente preocupados com a ecologia da mudança, não é mesmo?

Fatores essenciais de uma boa Campanha de Propagação

1. Segmentar a audiência (via metaprogramas, sistemas representacionais, etc.)
 - Semelhança, progresso, diferença
 - Interno, externo
 - Em direção a, afastando-se de
2. Pesquisar sua “linguagem.”
3. Apresentar a inovação visando as necessidades e exigências deles, na linguagem deles.
4. Manter o preço baixo para mudar o comportamento, não para obter lucros.

Mudança do papel do agente

Qual é seu papel na difusão da PNL? De que maneira você poderá torná-la mais contagiante?

1. Evitar a “adoção” excessiva (i.e., adoção por pessoas que poderão rejeitar ou atrasar a implementação), o que apressará a difusão.
2. Desenvolver a necessidade de mudança – um estado de riqueza desejado.
3. Estabelecer uma relação de troca de informações.
4. Diagnosticar problemas.
5. Criar a intenção de mudar no cliente.
6. Traduzir essa intenção em ação.
7. Estabilizar a adoção e evitar a descontinuidade.
8. Levar o cliente a atingir um comportamento de auto-renovação.

“A principal resposta à mudança de papel do agente ocorre quando os líderes de opinião adotam, o que acontece geralmente entre 3 e 16 por cento da adoção na maioria dos sistemas.” E, se observarmos a aldeia global, a PNL ainda não está perto de 3% de adoção. Nós temos a oportunidade de influenciar o futuro, mas somente se decidirmos servir à mensagem da PNL ao invés de pilhá-la.continua na página 9

Confira Novidades na Internet !!!

Pensamento do Dia: Uma sugestão diária para você
Metáfora da Semana: Toda semana uma nova metáfora
Artigo do Mês: um novo artigo a cada mês
<http://www.pnlbrasil.com.br>

Problemas possíveis:

Quando o agente de mudança (profissional da PNL) é mais competente do que o cliente, pode ocorrer a ineficiência da comunicação, porque eles não usam a mesma linguagem. Ao invés de construir o *rapport* com as pessoas menos treinadas, alguns profissionais da PNL preferem demonstrar sua perícia e tentar ganhar discípulos que o sigam. A PNL não é uma religião, é um campo de estudo, uma ciência emergente.

Eu tenho observado, ao longo do tempo que, quando alguém experimenta uma mudança pessoal repentina através do uso da PNL, geralmente torna-se um evangelizador do evangelho da PNL. Uma mudança rápida apaga a crença inconsciente de que “ Eu sou quem sou; eu não posso mudar” . “Renascidos” de repente, os novos discípulos apadrinham e até fomentam a imagem de devoção que os profissionais da PNL adquiriram.

Sugestão:

Se você não gosta da maneira como outras pessoas propalam suas novas idéias, aprenda como suavizar sua abordagem. Use uma linguagem que influencie internamente: “Considere o quanto a vida pode ser melhor, quantas dificuldades você pode evitar, quando decidir fazer tudo o que for preciso para alcançar o sucesso.”

Conclusões

Nós cobrimos mais de 50 anos de pesquisa a respeito de como as inovações (ex.: PNL) são adotadas pelas culturas e sociedades. Analisamos as maneiras de ajustar nossa apresentação da PNL para acelerar sua adoção e aplicação, por meio de:

1. Melhor apresentação dos atributos percebidos da PNL.
2. Compreensão das decisões sobre inovação e seu efeito sobre a adoção.
3. Poder dos dois principais canais de comunicação, de massa e pessoal.
4. Mudança no papel do agente (i.e. profissionais da PNL).

De muitas maneiras, a comunidade da PNL tem atraído pessoas com o mesmo perfil – adotantes adiantados. A fim de expandir o impacto da PNL, nós precisamos começar a burilar nossas comunicações de maneira a convidar a maioria adiantada a participar na transformação da sociedade. Somente você pode decidir se essa flexibilidade de escolha é correta para você, e com que brevidade você pode colocar seus notáveis talentos a serviço das necessidades de nossa “aldeia global.”

Jay Arthur é Master Practitioner em PNL, Practitioner em saúde, e Xamã Empresarial, especializado em acelerar a evolução empresarial. Ele é co-autor do NLP Personal Profile. Pode ser contactado em (303) 757-2039 ou lifestar@rmii.com ou <http://rmii.net/~lifestar>



Tradução: H. Cadore – Fone/fax: (051) 330-4963

Revisão: M.Helena Lorentz

Publicado na Anchor Point de OUT/98

Atenção assinantes:

**Para colocação de seus dados na Internet
é preciso preencher e enviar o formulário anexo.**

Criamos e mantemos sua página na Internet

<http://www.pnlbrasil.com.br> pnlbrasil@pnlbrasil.com.br

acessos até 29/10/98

023936

acessos até 27/11/98

LE

26254

Mais de 2.300 acessos em menos de um mês !!!

REVISÃO DE LIVRO:

Por João Nicolau Carvalho*

HIPNOTERAPIA ERICKSONIANA PASSO A PASSO é o nome do livro que a médica e hipnoterapeuta Sofia M. F. Bauer acaba de lançar pela Editorial Psy, de Campinas, São Paulo. Sem dúvida alguma é a obra mais completa de hipnose ericksoniana jamais lançada por especialista brasileiro. A Dra. Bauer, que também é psicanalista, treinou hipnose com o Dr. Jeffrey K. Zeig em Phoenix, Arizona, EUA, na Milton H. Erickson Foundation, além de estudar hipnoanálise com o professor Malomar Lund Edelweiss, com Erika Fromm e Daniel Brown. Os ericksonianos Stephen Gilligan, Stephen e Carol Lankton e Ernest Rossi também foram seus professores. Atualmente é dirigente do Instituto Milton Erickson, de Belo Horizonte, ministrando cursos de formação ericksoniana em várias partes do Brasil.

O livro é criativamente didático. É na verdade um curso de Hipnoterapia Ericksoniana. Nos dois capítulos iniciais desfilam a história da hipnose, a mitologia, conceitos, fenômenos hipnóticos, etc. No capítulo 3 a autora apresenta o modelo de hipnoterapia ericksoniana num cadenciamento tal que o leitor-aluno, sem perceber, vai sendo induzido a uma leitura hipnótica do modelo, melhor dizendo, dos modelos de Erickson e discípulos. A leitura é uma metaleitura.

...Uma vez perguntaram a Buda como ele fez para andar 2.000 Km. Ele respondeu que bastou dar o primeiro passo, os outros vieram a seguir, um depois do outro... Estamos agora, eliciados, trilhando caminhos metafóricos. É o capítulo 4 em que você aprende o uso de metáfora, uma das ricas ferramentas da linguagem ericksoniana. Entremeando histórias, conceitos e teorias, a autora vai nos ensinando a construir, reconstruir, transfigurar metáforas de acordo com o desafio que se nos apresenta. Também aprendemos a mergulhar na fonte original:

"O que é Tao?

Uma árvore imensa nasce de um pequeno broto,

Uma torre de nove pavimentos erige-se de um monte de terra,

Uma viagem de mil milhas inicia-se com o pé de alguém".

No capítulo 5 estão as técnicas hipnoterápicas, roteirizadas passo a passo, até chegar a um roteiro completo, desfilando, diante de nós, técnicas de progressão e regressão de idade, técnicas para a dor, para controle de hábitos limitantes, de auto-hipnose, etc. etc. E no próximo capítulo a Dra. Sofia Bauer descreve casos clínicos. No sétimo lembra-nos que também pode haver insucessos. Um capítulo-conclusão, uma ampla bibliografia em que os livros de Bandler & Grinder sobre as técnicas de Erickson estão ausentes, e um belo Glossário de Hipnose, preparado por José Roberto Fonseca, contemplam esta importante obra de 317 páginas.

*Advogado, professor universitário, master em PNL.



TESTES E LIVROS DE: PSICOLOGIA, PEDAGOGIA, ADMINISTRAÇÃO (RH), PNL E FONO.



LIVROS À VISTA 10% OU CHEQUE PÓS-DATADO PARA 30 DIAS

**TRABALHAMOS COM TODAS AS EDITORAS
BASTA INFORMAR O TÍTULO E A EDITORA
CONSULTE-NOS - REMESSAS POR SEDEX**



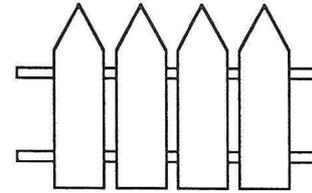
Agora com tele-entrega

TAMASA Rua Félix da Cunha, 360 lj105 - B.Floresta - P.Alegre/RS Fones: (051) 222-1997/9695 Fax: 222-1997

TEMPO Av. Pernambuco, 2623 cj. 405 - B.Floresta - P.Alegre/RS Fone: (051) 222-9609 Fone/fax: 222-6667

A CERCA

Era uma vez um menino com temperamento muito forte. Seu pai deu-lhe um saco de pregos, dizendo-lhe que cada vez que ele ficasse furioso (bravo) pregasse um prego na cerca do fundo da casa.



No primeiro dia o garoto pregou 37 pregos, mas gradualmente ele foi se acalmando. Descobriu que era mais fácil "segurar" seu temperamento do que pregar os pregos na cerca.

Finalmente chegou o dia em que o garoto não se enfureceu nenhuma vez. Contou ao pai o que havia sucedido e pai sugeriu-lhe que, de agora em diante por cada dia que conseguisse segurar seu temperamento retirasse um dos 37 pregos.

Passou-se o tempo e o garoto finalmente pode dizer ao pai que tinha retirado todos os pregos.

O pai tomou o filho pela mão e levou-o até a cerca dizendo-lhe:

–Você fez muito bem meu filho, mas a cerca nunca mais será a mesma. Quando você diz coisas quando está furioso, elas deixam uma cicatriz assim como as marcas da cerca. Você pode fincar e retirar uma faca em um homem. Não importa quantas vezes você possa dizer; "desculpe", a ferida mesmo assim permanecerá. Uma ferida verbal é tão ruim (maligna) quanto uma ferida física. Amigos são uma jóia muito rara. Eles fazem você sorrir e estimulam você a ter sucesso. Eles emprestam um ouvido amigo, repartem uma palavra de elogio, eles querem sempre abrir seus corações para nós."

Mostre a seus amigos o quanto você se importa com eles.

Envie esta história a todos que você considerar um Amigo.

Recebida pela Internet, de autor desconhecido.

PROGRAMA

1ª fase

- Expandindo seu Q.E. (coeficiente emocional)
- Intuição prática - Poder pessoal
- Profundidade Emocional - Missão de Vida
- Metas de realização pessoal e profissional para 1999.

2ª Fase

- Relacionamentos Emocionalmente Inteligentes.
- Participação nos projetos em rede latino-americana de Inteligência emocional.

O encontro será Teórico-Vivencial.

Inscrições e Informações no Nordeste:

Salvador
Instituto Quantum - Telfax: (071) 353.7909
e.mail: quantum@institutoquantum.com

Realização:



Pioneiro na promoção de cursos de desenvolvimento da Inteligência Emocional, o Instituto de Pesquisas Científicas Quantum, hoje orgulha-se em ser a única instituição em formar EDUCADORES EMOCIONAIS.

I ENCONTRO LATINO-AMERICANO DE INTELIGÊNCIA EMOCIONAL



A OPORTUNIDADE de reunir-se com as pessoas da América Latina interessadas NO DESENVOLVIMENTO DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL.

O nosso objetivo é estabelecer, formalmente, uma rede, criando projetos específicos aplicados nas áreas de educação, empresas, saúde, famílias, ecologia, artes, esportes e outros.

dias 27 a 31 de janeiro de 1999
Fazenda Ponte da Felicidade - Bahia - Brasil

VENHA FAZER PARTE DESTA REDE!

AGENDA DE CURSOS WORKSHOPS E EVENTOS

DEZEMBRO

1 - Inteligência Emocional em Campinas

Filial CAMPINAS - Sociedade Brasileira de Programação Neurolingüística

Dias 14, 15, 16 e 17 de dezembro * à noite

Informações e inscrições: Fone/fax (019) 253-3030

2 - Emagrecimento e Comportamento - com Karim Khoury em São Paulo

Holoterapia - Rua Brigadeiro Luís Antônio, 421

<http://www.pnlbrasil.com.br/Holoterapia>

Dias 5 e 6 de dezembro das 9:00 às 18:00 h

Informações e inscrições: fone (011) 885-6613

e-mail: kkhoury@uol.com.br

JANEIRO 1999

1 - Projeto de Engenharia Humana - da PNA - Dra. Clô Guilhermino - em São Paulo

Pré-requisito: Practitioner (ou conhecer muito bem Estratégias)

Data: de 27 à 31 de janeiro de 1999

Inscrições: (011) 277-7999 r. 247 ou (011) 277-0208 - fax: (011) 277-8141, e-mail: gaia@dialdata.com.br

2 - Practitioner em PNL - São Paulo com Dra. Elaine Gomes Martins

Dias 23, 24 e 25 de janeiro

Informações e inscrições: fone: (011) 889-8944 ou (011) 889-8389

3 - Hipnose Clínica Ericksoniana I e II- da Metaprocessos Avançados em Florianópolis

Data: de 23 a 29 de janeiro com George Vittorio Szenészi, MSc.

Informações: fone/fax: (048) 234-5555 e-mail: pnl@metaprocessos.com.br <http://www.metaprocessos.com.br>

4 - O Desafio da Consultoria Organizacional - da Metaprocessos em Florianópolis

Data: de 16 a 21 de janeiro com George Vittorio Szenészi, MSc. & Nildes Pitombo, MSc.

Informações: fone/fax: (048) 234-5555 e-mail: pnl@metaprocessos.com.br <http://www.metaprocessos.com.br>

5 - I Encontro Latino-Americano de Inteligência Emocional - na Bahia

Data: de 27 a 31 de janeiro - Fazenda Ponte da Felicidade - Bahia

Informações e inscrições: tel/fax: (071) 353-7909

e-mail: quantum@institutoquantum.com

<http://www.institutoquantum.com>

FEVEREIRO 1999

1 - Practitioner em PNL da PNA - Dra. Clô Guilhermino - São Paulo

Datas: 6 Módulos - Todos os primeiros sábados e domingos dos meses de fevereiro à julho

Inscrições: (011) 277-7999 r. 247 ou (011) 277-0208 - fax: (011) 277-8141, e-mail: gaia@dialdata.com.br

MARÇO 1999

1 - Practitioner em PNL da SBPNL (1ª parte) em São Paulo

Dias 17 a 27 de março no Centro de Treinamento da SBPNL <http://www.pnl.com.br>

Informações e Inscrições: (011) 820-1616

e-mail: pnl@pnl.com.br

2 - Leitura Fotográfica na SBPNL em São Paulo com Dr. Tom Chung

Em três módulos, dias: (6 e 7), (13 e 14) e (20 e 21) de março <http://www.pnl.com.br>

Informações e Inscrições: (011) 820-1616

e-mail: pnl@pnl.com.br

ABRIL 1999

1 - Practitioner em PNL da SBPNL (2ª parte) em São Paulo

De 16 a 24 de abril no Centro de Treinamento da SBPNL <http://www.pnl.com.br>

Informações e Inscrições: (011) 820-1616

e-mail: pnl@pnl.com.br

MAIO 1999

1 - Trainer Training da SBPNL - em São Paulo

De 15 a 22 de maio com Gilberto Cury, Lara Ewing e Rebeca Lamm Frenk (Biby)

Local: Centro de Treinamento da SBPNL <http://www.pnl.com.br>

Informações e Inscrições: (011) 820-1616

e-mail: pnl@pnl.com.br

2 - Master Practitioner - em São Paulo com Dra. Elaine Gomes Martins

De 13 a 16 de maio

Informações e inscrições: fone: (011) 889-8944 ou (011) 889-8389



Envie sua colaboração para as diversas seções para:

"O GOLFINHO" - Diretora: M. Helena Lorentz

Tel/fax (051) 330-2005

Rua Cel. Aurélio Bittencourt, 110/101
90430-080 PORTO ALEGRE-RS - BRASIL

E-mail: pnlbrasil@pnlbrasil.com.br
INTERNET: <http://www.pnlbrasil.com.br>

ENTRE EM CONTATO CONOSCO