

RESULTADOS COMPROVADOS • VINTE ANOS DE EXPERIÊNCIA

EXCLUSIVO

CURSO ONLINE

90% DESCONTO

LEITORES

PARA
DESCOBRIR
...

Como
PENSAM
as pessoas

Como
PREVER
atitudes

SUSANA AREAL
apresenta

OS SEGREDOS DO PROFILING

PARA
CONSEGUIR
...

Relações
FAMILIARES
duradouras

Resultados
PROFISSIONAIS
excelentes





TÍTULO: *Os Segredos do Profiling*

AUTORIA: *Susana Areal*

EDITOR: *Luís Corte Real*

Esta edição © 2024 Susana Areal e Edições Saída de Emergência

COORDENAÇÃO EDITORIAL: 4M/Letras & Canudos

DESIGN DE CAPA: *Edições Saída de Emergência*

DESIGN DE INTERIOR: *Rui Magalhães*

IMAGENS: ©Susana Areal e Letras & Canudos: César Oliveira (Fotógrafo) | iStock | Dreamstime | Vecteezy | Freepik. Nos casos em que não foi possível identificar o detentor dos respetivos direitos, solicita-se o contacto para: augusto.correia@letras&canudos.pt

IMPRESSÃO E ACABAMENTO: *Cafilesa – Soluções Gráficas, Lda.*

1.ª EDIÇÃO: *maio, 2024*

ISBN: *978-989-9138-81-0*

DEPÓSITO LEGAL: *531298/24*

Desassossego é uma chancela do Grupo Saída de Emergência

Apartado 35

Loja CTT S.P. Estoril

2766-501 S. Pedro do Estoril

⌂ www.sde.pt | Ⓛ [facebook](https://www.facebook.com/edicoes.saidaemergencia) Ⓜ [instagram](https://www.instagram.com/edicoes.saidaemergencia) | Ⓛ [twitter](https://www.twitter.com/saidaemergencia)

SUSANA AREAL

apresenta

**OS SEGREDOS DO
PROFILING**



PREFÁCIO

O **Profiling Areal** é uma poderosa ferramenta que ajuda a desconstruir os obstáculos à comunicação em qualquer contexto.

O seu conteúdo é o reflexo do conhecimento adquirido pela Autora com os melhores especialistas da área, complementado por quase duas décadas de sucessos na formação de milhares de quadros de empresas das mais distintas áreas.

Escrito numa linguagem direta e suportada em casos práticos que complementam de forma harmoniosa as abordagens teóricas, este é um livro que nos orienta e faz refletir sobre as nossas atitudes e de que forma podemos melhorar a comunicação com os outros.

A leitura desta obra remete-me para as centenas de horas de formação ministrada pela Susana Areal, que acompanhei de perto, ao longo de mais de 15 anos, e que se traduziram em verdadeiras transformações ao nível do comportamento.

A empatia, que gera no contexto em que desenvolve o trabalho, a dinâmica, que transfere nos processos interativos criados, e as vivências únicas, que arrebatam os diferentes públicos-alvo, são algumas das memórias que fui retendo ao longo destes anos e que encontro vertidas neste livro.

A sua universalidade, no âmbito do conhecimento do comportamento humano, faz deste livro um excelente guia para quem quer ver melhoradas as suas competências ao nível da comunicação, quer a nível profissional quer a nível pessoal.

Carlos Valentim

Diretor da Divisão de Após-Venda – Toyota

Docente no Departamento de Mecânica do Instituto Superior de Engenharia do Porto

ÍNDICE

NOTAS BIOGRÁFICAS	10
<i>PROFILING</i> – Síntese histórica	14
<i>Profiling AREAL</i> – Conceitos gerais.....	16
Módulo 1 – NECESSIDADES HUMANAS	
Autodiagnóstico.....	19
NECESSIDADES HUMANAS	28
Necessidade Principal e Hierarquia de Necessidades.....	34
AS 4 NECESSIDADES PRINCIPAIS.....	37
1. Necessidade de Segurança	37
2. Necessidade de Diversidade	44
3. Necessidade de Reconhecimento	54
4. Necessidade de Relacionamento.....	66
<i>QUIZZES</i>	76
Módulo 2 – PADRÕES DE PENSAMENTO	
PADRÕES DE PENSAMENTO	82
A. Padrão de Pensamento da Motivação	94
Sonho.....	97
Medo	102
B. Padrão de Pensamento da Tomada de Decisão	116
Próprio.....	121
Outros	127
C. Padrão de Pensamento da Comparação.....	133
Semelhanças.....	134
Semelhanças com Diferenças.....	137
Diferenças.....	139
Diferenças com Semelhanças.....	141
D. Padrão de Pensamento da Quantidade de Informação	144
Geral.....	146
Detalhe	147
<i>QUIZZES</i>	150

Módulo 3 – SISTEMAS DE REPRESENTAÇÃO	
Autodiagnóstico	155
SISTEMA DE REPRESENTAÇÃO PRINCIPAL	159
A. Cinestésico	167
B. Auditivo	177
C. Visual	188
QUIZZES	198

Módulo 4 – TIPOS DE COMPORTAMENTO	
Autodiagnóstico	203
TIPOS DE COMPORTAMENTO	205
A. Passivo	212
B. Agressivo	219
C. Passivo/Agressivo	229
D. Assertivo	242
QUIZ GLOBAL	252

Saiba mais em:

www.susanaareal.pt



MÓDULO I

Necessidades Humanas

- Como primeiro contacto com o *Profiling AREAL*, comece por conhecer-se melhor através do AUTODIAGNÓSTICO e, antes de ficar condicionado pelo que vai aprender, saiba à partida qual é a sua Necessidade Principal.

Basta colocar uma cruz (x) numa das alíneas – a), b), c) ou d) – com a qual mais se identificar, em cada um dos 17 itens.

- Então, encontrará um quadro, no qual identificará qual a Necessidade Principal correspondente à alínea de cada uma dessas suas 17 escolhas;
 - Em RESULTADOS, à frente de cada Necessidade Principal mencionada, assinalará com um traço a sua correspondente escolha;
 - A sua Necessidade Principal, neste momento da sua vida, corresponderá àquela que tiver assinalado mais vezes!
-
- Gostaria de conhecer, em detalhe, cada uma dessas **4 Necessidades Principais?**
 - 1. Segurança 3. Reconhecimento
 - 2. Diversidade 4. Relacionamento
-
- Por certo, ser-lhe-á também muito benéfico passar a entender e memorizar a **Hierarquia de Necessidades**, que existirá em cada fase da sua vida e da dos seus interlocutores (com a ajuda da "Metáfora dos Copos").
- Utilizando estes conhecimentos nas empresas, será notório o acréscimo da **Taxa de Retenção e de Recomendação de Clientes**.
-
- Assim, despertará para novos conhecimentos que o acompanharão ao longo da vida.

AUTODIAGNÓSTICO

Necessidade Principal

1 Recebe um convite para uma festa em casa de amigos à última hora.

Qual a sua reação mais provável?

- a) Se for em cima da hora, não aceito. Não estava programado(a) para isso.
- b) Aceito e vou todo(a) contente, afinal, festa é festa.
- c) Primeiro quero perceber porque só me convidaram em cima da hora.
Se a festa tiver sido marcada nesse momento, muito bem, caso se tenham esquecido de mim, nem pensar em ir!
- d) Mesmo que não me dê jeito nenhum, vou. Afinal, são amigos, é sempre bom estar com eles e não os quero magoar.

2 A empresa, para a qual trabalha, fez 25 anos e entregou um prémio a todos os trabalhadores que integram o quadro de pessoal desde a sua fundação.

Mas, esqueceu-se de uma pessoa (de si)...

O que pensa?

- a) Pode ficar triste, mas lembra-se logo que, por vezes, acontecem falhas...
Rapidamente, desculpa a organização e pensa: "Tiveram muito trabalho a organizar esta festa, é normal que possa ter esca-pado um pormenor ou outro."
- b) Fica indignado(a)! "Como é que foram capazes de se esquecerem de alguém como eu?"
- c) Considera uma falha inadmissível. Trata-se de uma questão de planeamento e organização. Se tudo fosse tratado com o devido tempo e atenção, nunca aconteceria um erro destes.
- d) Paciência, o que interessa é que a festa foi fantástica e muito animada. A empresa, irá entregar-me o prémio, mais cedo ou mais tarde.

16 Quando vai ter com os seus amigos, o que mais lhe agrada?

- a) O facto de saber com o que conta. Já se conhecem muito bem, têm os vossos hábitos e rotinas instalados, o que lhe dá conforto.
- b) Sentir que está em família. Os amigos são a família que escolhemos e, tal como deve ser numa família, cuidamos uns dos outros.
- c) A liberdade! Com amigos não existem compromissos, podemos fazer o que nos apetecer, sem planos.
- d) Sentir-se bem tratado e a sua opinião ser valorizada. Conhecem-no(a) bem e sabem lidar consigo.

17 Vai marcar férias com a sua família ou amigos... Como procede?

- a) Para si, o mais importante é que todos estejam bem e felizes para aproveitar as férias. Se ninguém puder ou quiser organizar, pode fazê-lo, mas, se alguém tratar, por si está tudo bem... Mostra-se disponível para ajudar no que precisarem.
- b) Toma sempre a iniciativa de organizar as férias, pois quer garantir que as coisas corram como planeado. Inteira-se de tudo, avalia cada escolha, estuda as diversas opções de trajetos, meios, locais para se hospedarem e os programas para fazerem, de modo a otimizar o mais possível.
- c) Exige que a sua opinião seja levada em consideração. Era o que faltava decidirem as coisas por si! Têm de lhe explicar o que estão a planejar, pois sabem que não tem tempo...
- d) Deixa que alguém trate dos preparativos. Está sempre pronto(a) para novas experiências e quer aproveitar ao máximo as férias. No dia anterior faz a mala e fica preparado(a).

* Este Autodiagnóstico foi concebido pela Autora.

No entanto, já circula pela internet como se fosse de geração espontânea.

Necessidades Humanas

Pergunta 1		Pergunta 2		Pergunta 3	
a) Relacionamento		a) Segurança		a) Relacionamento	
b) Segurança		b) Diversidade		b) Reconhecimento	
c) Reconhecimento		c) Relacionamento		c) Segurança	
d) Diversidade		d) Reconhecimento		d) Diversidade	
Pergunta 4		Pergunta 5		Pergunta 6	
a) Diversidade		a) Reconhecimento		a) Segurança	
b) Relacionamento		b) Segurança		b) Relacionamento	
c) Reconhecimento		c) Diversidade		c) Diversidade	
d) Segurança		d) Relacionamento		d) Reconhecimento	
Pergunta 7		Pergunta 8		Pergunta 9	
a) Diversidade		a) Reconhecimento		a) Relacionamento	
b) Reconhecimento		b) Diversidade		b) Diversidade	
c) Segurança		c) Relacionamento		c) Reconhecimento	
d) Relacionamento		d) Segurança		d) Segurança	
Pergunta 10		Pergunta 11		Pergunta 12	
a) Reconhecimento		a) Relacionamento		a) Segurança	
b) Segurança		b) Segurança		b) Diversidade	
c) Diversidade		c) Diversidade		c) Reconhecimento	
d) Relacionamento		d) Reconhecimento		d) Relacionamento	
Pergunta 13		Pergunta 14		Pergunta 15	
a) Diversidade		a) Reconhecimento		a) Reconhecimento	
b) Segurança		b) Segurança		b) Segurança	
c) Relacionamento		c) Relacionamento		c) Diversidade	
d) Reconhecimento		d) Diversidade		d) Relacionamento	
Pergunta 16		Pergunta 17		Resultados	
a) Diversidade		a) Segurança		Segurança	
b) Reconhecimento		b) Relacionamento		Diversidade	
c) Relacionamento		c) Diversidade		Reconhecimento	
d) Segurança		d) Reconhecimento		Relacionamento	

As diferenças do **Profiling AREAL**

Após o fascínio inicial pelo conceito das 6 Necessidades Básicas, sucederam-se anos em que, aperfeiçoando cada descoberta, prossegui o meu estudo, investigação e experimentação.

1º Comecei por constatar que as duas últimas Necessidades Humanas, enunciadas por Anthony Robbins – Necessidade de Crescimento e Necessidade de Contribuição –, só têm grande importância para um conjunto ínfimo de pessoas e com esses perfis raramente nos cruzamos.

2º Por outro lado, através da observação das pessoas nos mais diversos contextos, fui acrescentando novas características a cada uma das 4 primeiras Necessidades Humanas, alusivas à "personalidade". Isso conduziu à criação de uma mais rigorosa denominação, bem como à descoberta de outros conceitos.

3º Na verdade, não somos tão diferentes uns dos outros. Todos:

- queremos sentir **Segurança** (*Certeza*),
- todos buscamos alguma **Diversidade** (*Variedade*) nas nossas vidas,
- e, embora muitos prefiram não assumir, todos carecemos de nos sentir importantes – **Reconhecimento** (*Significância*),
- desejamos ser amados e ligados aos outros – **Relacionamento** (*Ligaçāo e Amor*).

Nota: Acima e a itálico identifico a designação do Anthony Robbins.

Profiling AREAL As 4 Necessidades Principais

SEGURANÇA

DIVERSIDADE



RECONHECIMENTO

RELACIONAMENTO

Então, como estava a dar formação no mercado automóvel perguntei ao grupo: "Qual o país de origem da marca dos pneus x?", e aprendi que era japonesa. Ufa! Estava salva! Eu que julgava que era uma marca inglesa ou alemã. Já tinha aprendido algo para poder contar ao meu filho, na hora de jantar!

Experimente, é um exercício muito engraçado e que enriquece toda a família!

"Metáfora dos Copos"

Para compreender e memorizar facilmente esta primeira ferramenta do **Profiling AREAL**, convido-o a imaginar que tem à sua frente 4 copos iguais e vazios. Assim, construiremos uma metáfora que nos será muito útil ao longo da vida, para melhor percepçãoarmos cada uma das Necessidades Principais!



1. Segurança | 2. Diversidade
3. Reconhecimento | 4. Relacionamento

O que faz com que sejamos diferentes uns dos outros?
A quantidade de água que cada copo terá.

Se, por exemplo, tiver o copo da **Segurança** cheio, o que acontecerá se deitar mais água? Transborda, certo?

Não será necessário encher mais esse copo e deverá, então, dedicar o seu tempo a tentar encher o copo que estiver mais vazio, por exemplo, o da **Diversidade**, passando este a representar a sua Necessidade Principal.

As 4 Necessidades Principais

Necessidade de Segurança



Exerto do filme: **Perfume de Mulher**
De 01:22:40" a 01:24:10"
(Netflix)



Depois de refletir sobre o vídeo, aprofunde os seus conhecimentos com a metodologia do **Profiling AREAL**, em 3 passos:

CARACTERÍSTICAS | COMO IDENTIFICAR | COMO LIDAR

① Características

- O grande objetivo de uma pessoa que está a viver a **Necessidade de Segurança** é sentir o **controlo das situações** (saber qual o resultado de cada ação).
- **Tendem a ser menos agradáveis** e, para se protegerem, criam alguma distância relativamente aos outros. Por vezes, parecem **robôs**, tal a repetição sequencial dos procedimentos, e até se esquecem de sorrir. No entanto, se analisarmos pelo lado positivo, quando sorriem, é sinal de que gostaram de si!



Necessidade de Diversidade



Exerto de: *America's Got Talent - Impossible Quick Change Act - David & Dania!*
(Youtube)

Depois de refletir sobre o vídeo, aprofunde os seus conhecimentos com a metodologia do **Profiling AREAL**, em 3 passos:

① Características

- Quem estiver numa fase da sua vida em que a **Necessidade de Diversidade** seja a sua Necessidade Principal, revelará características diametralmente opostas às que aprendeu sobre as pessoas com a Necessidade Principal de Segurança! Por isso, nos casais, é muito habitual que um dos elementos tenha como Necessidade Principal a Segurança e o outro, a Diversidade, já que um compensa o outro. Falaremos disso mais à frente, depois de conhecer bem a Necessidade de Diversidade.
- **O seu objetivo é experimentar novas vivências e emoções.** Tem propensão para ser uma pessoa leve, fresca, empática, cheia de energia, com vontade de aproveitar bem a vida, flexível, mas também caótica, já que tem tendência a fazer muitas coisas ao mesmo tempo.



Necessidade de Reconhecimento



Excerto do filme: *O Diabo Veste Prada*

De 03:37" a 09:04"

(Disney+)

Depois de refletir sobre o vídeo, aprofunde os seus conhecimentos com a metodologia do **Profiling AREAL**, em 3 passos:

① Características

Já vimos que todos temos as 4 Necessidades Principais, mas que é diferente a importância que damos a cada uma, consoante a fase da vida em que nos encontramos e, ainda, em função das nossas vivências.

Também aprendemos, pormenorizadamente, as características das Necessidades de Segurança e de Diversidade.

Vamos agora conhecer a terceira das 4 Necessidades Principais:

Necessidade de Reconhecimento.



Necessidade de Relacionamento



Excerto do filme: *Pay it forward*

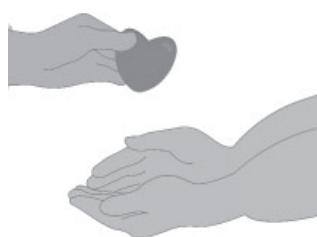
De 01:48:50" a 01:50:47"

(Apple TV)

Depois de refletir sobre o vídeo, aprofunde os seus conhecimentos com a metodologia do **Profiling AREAL**, em 3 passos:

① Características

A **Necessidade de Relacionamento** é aquela que compensa a Necessidade de Reconhecimento, pois se esta é uma Necessidade "autocentrada", a de Relacionamento é uma Necessidade "centrada nos outros".



Ajudar os outros

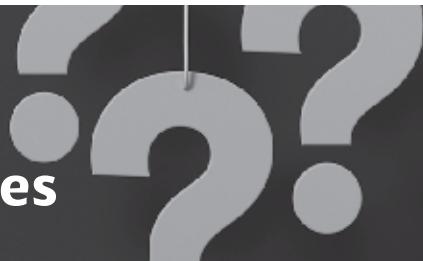
Como qualquer outra Necessidade, esta tem aspetos positivos e negativos.

- **Sem dúvida que o mundo seria um lugar muito melhor, se cada um de nós, todos os dias, fizesse algo pelos outros!**

No entanto, acontece o contrário quando este copo estando demais vazio é colocado de forma muito destacada à frente das outras Necessidades.



Quizzes



Necessidade Principal DE SEGURANÇA Completar as frases

Características

1. Deseja _____ acima de tudo.
2. Tem inúmeros _____.
3. Adora _____ todo o processo.
4. Precisa de *feedback* _____.
5. Reflete muito, estuda e precisa de ver bem _____ qualquer proposta que lhe apresentem.
6. Desde que _____, mantém-se fiel.
7. Detesta _____, alterações, imprevistos, ...

Como identificar

1. Linguagem corporal mais _____.
2. Dá/Pede muita _____.
3. É capaz de fazer um _____ para _____ que você o entendeu.
4. _____ o que o rodeia.
5. Pode transmitir quer uma imagem muito _____ quer uma imagem de _____.
6. Gosta de ser acompanhado _____ pelo mesmo profissional.
7. Reage muito mal a _____.

Como lidar

1. Transmita _____ e _____, o tempo todo.
2. _____ com lógica cada proposta que apresente.
3. Quando a pessoa _____ em si, passará a abrir-se mais.
4. Nunca faça uma interação _____.
5. Cumpra _____, quer à _____ quer à saída.
6. Pode confiar a este colaborador tarefas de _____.
7. Lembre-se de que as _____ para ele podem ser assustadoras.

Necessidade Principal DE DIVERSIDADE
 Selecionar VERDADEIRO ou FALSO

Características

	V	F
1. Valoriza experiências acima de tudo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Gosta de pessoas formais.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Repara/Aprecia novidades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Adapta-se com dificuldade a alterações ao plano inicial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Tendência para a procrastinação.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Encontram soluções diferentes das habituais ("pensam fora da caixa").	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. É fácil de fidelizar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Como identificar

	V	F
1. Linguagem corporal relaxada.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Normalmente tem um ritmo lento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Dá muita informação.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Dispersa com muita facilidade.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Gosta de falar sobre os seus temas: <i>hobbies</i> , projetos, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Tendência para chegar atrasado a tudo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Reage mal a alterações.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Como lidar

	V	F
1. É comum que este cliente queira apressar a interação.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Não se admire se ele ficar imóvel.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Vá intercalando a demonstração com uma conversa informal, sobre os temas da preferência do cliente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Falar-lhe sobre inovações/novidades é sempre uma ótima forma de o manter junto a si.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Seja lento na sua demonstração!	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. A sua flexibilidade e capacidade de adaptação são o segredo para lidar com este cliente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Enquanto líder, atribua-lhe tarefas/responsabilidades novas, desafiadoras e evite tarefas repetitivas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Final do Módulo 1

- Neste primeiro Módulo, começou por conhecer as 6 Necessidades Humanas e o porquê de nos concentrarmos apenas no estudo das **4 Necessidades Principais**.
- De seguida, interiorizou dois conceitos essenciais:
 - **Necessidade Principal**
 - **Hierarquia das Necessidades**
 - ~ Entendeu cada uma das 4 Necessidades Principais, graças à simplicidade das rubricas:
 - ① Características
 - ② Como identificar
 - ③ Como lidar
 - ~ Através da Hierarquia das Necessidades, percebeu como se pode prever, facilmente, quais serão as subsequentes atitudes e comportamentos de cada pessoa.
 - Assim, concluiu o perfeito domínio de **4 perfis das pessoas**:
 - **Segurança**
 - **Diversidade**
 - **Reconhecimento**
 - **Relacionamento**

4 PERFIS

Neste momento, domina **4** dos **1536 Perfis** que entenderá no final deste livro ***Profiling AREAL!***

É apenas o início da mais poderosa **ferramenta de análise comportamental**, fruto da investigação, experimentação e **criação exclusiva de SUSANA AREAL**.



MÓDULO 2

PADRÕES DE PENSAMENTO

■ Ao aprender a identificar o seu próprio perfil ficará a conhecer-se melhor e, em função disso, estará apto a utilizar o seu máximo potencial.

- Por outro lado, ao aprender a identificar o perfil de cada pessoa irá, simultaneamente, melhorar a qualidade dos seus relacionamentos, beneficiando de uma comunicação mais eficiente. Nas empresas, isso reflete-se pelo aumento das **Taxas de Retenção, de Recomendação de Clientes e das Vendas Adicionais**.
- Este Módulo 2 tem por objetivo capacitá-lo a otimizar os processos de comunicação, com base nos princípios associados aos **4 Padrões de Pensamento**:
 - A. Motivação
 - B. Tomada de Decisão
 - C. Comparação
 - D. Quantidade de Informação
- E no final, através dos **QUIZZES**, poderá testar se já domina:
 - as características de cada perfil (o que define cada pessoa);
 - as vantagens e desvantagens de cada perfil;
 - como construímos o nosso perfil;
 - o que se manterá constante ao longo da vida, o que mudará em função dos acontecimentos, e em que pontos cada um pode interferir;
 - como interferimos no desenvolvimento do perfil dos nossos filhos;
 - quais as características do perfil mais "perigosas";
 - quais as profissões mais adequadas a cada perfil;
 - como identificar e como lidar com as pessoas de cada um dos diferentes perfis.



Quizzes

PADRÃO DE PENSAMENTO DA MOTIVAÇÃO

- 1 a) Na coluna Padrão da Motivação (PM), coloque "S" ou "M", consoante considere que a frase representa uma pessoa de Sonhos (S) ou Medo (M):

Frase	PM
1. Quero uma carreira sólida e com crescimento constante.	
2. Não posso continuar a usar este produto cheio de efeitos secundários. Tem algum que evite isto?	
3. Tenho receio de não conseguir comprar uma quantidade tão grande... mas também não queria perder o desconto.	
4. Num relacionamento a confiança é essencial.	
5. Preciso de bom ambiente de trabalho para me sentir feliz.	
6. Nesta função o seu potencial deixa de ser desaproveitado.	
7. Com este produto não corre riscos, pois em todos os estudos, ficou sempre em primeiro lugar como o produto mais seguro.	
8. Este carro não lhe vai dar problemas durante anos. Não há idas sistemáticas à oficina. As peças não são tão caras como na concorrência, nem as manutenções têm os valores exagerados que se veem por aí...	

Soluções: 1.S | 2. M | 3. M | 4. S | 5. S | 6. M | 7. M | 8. M

- b) No exercício seguinte, transforme o texto no Padrão oposto – Sonhos ou Medo –, seguindo o exemplo.

Padrão da Motivação Sonhos	Padrão da Motivação Medo
Eu quero é sossego.	Eu não quero chatices.
Se assegura um futuro tranquilo, avance.	Se evita preocupações futuras avance.
Adoro locais silenciosos.	Detesto locais muito ruidosos.
Seja sempre sincero comigo.	Nunca me tente enganar.
Quero chegar a casa e ainda ter as minhas filhas acordadas.	Não quero chegar a casa com as minhas filhas já a dormir.
O que ganho com isso?	O que evito? O que deixo de perder?
Novos desafios.	Para estar satisfeito no trabalho não posso estar satisfeito no trabalho próximo de...
Para me motivar preciso de um líder presente.	Sem um líder não consigo estar motivado.
Gosto de trabalhar focado e que só falem comigo quando terminar a tarefa.	Não gosto nada que me interrompam enquanto faço uma tarefa. Perco tempo.

Final do Módulo 2

- Neste Módulo, aprendeu pormenorizadamente os **4 Padrões de Pensamento**:
 - Padrão da Motivação (que pode ser de **Sonhos** ou de **Medo**)
 - Padrão da Tomada de Decisão (que pode ser **Próprio** ou **Outros**)
 - Padrão da Comparação (que pode ser de **Semelhanças**, de **Semelhanças com Diferenças**, de **Diferenças**, ou, ainda, de **Diferenças com Semelhanças**)
 - Padrão da Quantidade de Informação (que pode ser **Geral** ou de **Detalhe**)
- Esta ferramenta passará a ser a sua melhor aliada na construção da **argumentação** e, por certo, foi bem interiorizada, graças aos inúmeros exemplos da vida real e à eficácia do modelo de apresentação global, através das rubricas:
 - ① Características
 - ② Como identificar
 - ③ Como lidar
- **PARABÉNS!** Considerando as múltiplas combinações possíveis **neste final do Módulo 2, já domina muitos mais perfis!**

128 PERFIS

A partir de agora, já domina **128** dos **1536 Perfis** que conhecerá no final deste livro ***Profiling AREAL!***

MÓDULOS		DENOMINAÇÕES		PERFIS	
1	NECESSIDADES HUMANAS	NECESSIDADE PRINCIPAL	4		
2	PADRÕES DE PENSAMENTO	MOTIVAÇÃO	2	4 x 2=8	
		TOMADA DE DECISÃO	2	8 x 2=16	
		COMPARAÇÃO	4	16 x 4=64	
		QUANTIDADE DE INFORMAÇÃO	2	64 x 2=128	



MÓDULO 3

SISTEMAS DE REPRESENTAÇÃO

- **Treinar, treinar, treinar é o grande segredo!**
O seu cérebro tem de estar tão treinado para que, em frações de segundo, consiga:
 - **ajustar-se à Necessidade Principal do seu interlocutor** (conforme vimos no Módulo 1) e
 - **criar empatia**, adaptando cada argumento ao **Padrão de Pensamento** de cada interlocutor (conforme já estudado no Módulo 2).
- Gostaria, agora, de garantir:
 - **Que o seu interlocutor será capaz de entender a sua mensagem?**
 - **Que desaparecerão os mal-entendidos**, motivados pelas habituais falhas de comunicação?
 - **Que conseguirá criar as melhores memórias ao seu interlocutor?**
- Então, tal como no Módulo inicial, comece pelo preenchimento de um **AUTODIAGNÓSTICO**:
 - Desde logo, **ficará a conhecer-se cada vez melhor**.
 - E também constatará como **uma pequena mudança na comunicação permite obter resultados radicalmente mais eficazes**.
- Neste terceiro nível do **Profiling Areal** são abordados os **Sistemas de Representação – Cinestésico, Auditivo e Visual**:
 - de um modo pormenorizado, mas acessível,
 - cujo desenvolvimento teve por base a Programação Neurolinguística, sobre a qual dediquei uma longa investigação e intensa experimentação, **para que se possa sentir confortável nas suas relações pessoais e profissionais!**

AUTODIAGNÓSTICO

Sistemas de Representação

Assinale com um x a resposta que melhor se adapta à sua habitual forma de atuar:

1 Quando o interlocutor não olha na sua direção, tem a sensação de que ele não o está a escutar?

Nunca Raro Às vezes Sempre

2 Consegue acompanhar uma aula/formação/conferência, sem nenhum suporte visual?

Nunca Raro Às vezes Sempre

3 É particularmente sensível à temperatura ambiente?

Nunca Raro Às vezes Sempre

4 Quando alguém lhe explica o caminho a seguir, sente necessidade de que lhe deem pontos de referência sobre o que vai ver ao longo do caminho?

Nunca Raro Às vezes Sempre

5 Identifica de imediato quando o volume da televisão aumenta?

Nunca Raro Às vezes Sempre

6 Para si, o conforto é fundamental?

Nunca Raro Às vezes Sempre

7 Quando alguém lhe lê um email ou SMS, pede, de seguida, para lho ler de novo?

Nunca Raro Às vezes Sempre

8 Quando escuta um anúncio publicitário, consegue distinguir os sons utilizados?

Nunca Raro Às vezes Sempre



Quizzes

- 1 À frente de cada "palavra ou expressão", escreva qual o correspondente **Sistema de Representação**: **C** – Cinestésico | **A** – Auditivo | **V** – Visual

Palavras		
1. Vislumbrar	11. Discutir	21. Questionar
2. Apertar	12. Confidenciar	22. Conversar
3. Debater	13. Brilhante	23. Ruído
4. Detalhe	14. Ajudar	24. Abraçar
5. Procurar	15. Estridente	25. Suportar
6. Revelar	16. Apoiar	26. Pronunciar
7. Dividir	17. Sombreado	27. Debruçar
8. Ângulo	18. Elegante	28. Aparência
9. Perspetiva	19. Alarme	29. Design
10. Descobrir	20. Percorrer	30. Soar

Expressões		
31. "Isso para mim é chinês!"	33. "Estou a sentir isso na pele..."	35. "Aparentemente está tudo bem."
32. "Ainda vai olhar para trás e rir-se disto."	34. "Sinto-me como um peixe na água."	36. "Isso é música para os meus ouvidos!"

Soluções

Visual | 33. Cinestésico | 34. Cinestésico | 35. Visual | 36. Auditivo
| 26. Auditivo | 27. Cinestésico | 28. Visual | 29. Visual | 30. Auditivo | 31. Auditivo | 32.
Cinestésico | 21. Auditivo | 22. Auditivo | 23. Auditivo | 24. Cinestésico | 25. Cinestésico
Cinestésico | 15. Auditivo | 16. Cinestésico | 17. Visual | 18. Visual | 19. Auditivo | 20.
Cinestésico | 8. Visual | 9. Visual | 10. Cinestésico | 11. Auditivo | 12. Auditivo | 13. Visual | 14.
Auditivo | 2. Cinestésico | 3. Auditivo | 4. Visual | 5. Cinestésico | 6. Visual | 7. Cinestésico |

Final do Módulo 3

- Neste Módulo, aprendeu que todos temos os 3 Sistemas de Representação e, de seguida, fixou o conceito de Sistema de Representação Principal (aquele a que damos preferência, consoante a informação recebida através dos 5 sentidos: Visão, Audição, Tato, Olfato e Paladar):
 - Sistema de Representação Cinestésico (proveniente da informação veiculada pelos 5 sentidos, bem como pelas emoções e ações).
 - Sistema de Representação Auditivo (relativo à informação de tudo quanto escutamos).
 - Sistema de Representação Visual (alusivo à informação que nos chega através do que vemos).
- Consciencializou-se também de que apenas nos é possível captar uma ínfima parte dos 11 milhões de bits de informação que recebemos, por segundo.
- Assim, conseguiu percecionar a enorme diferença entre a informação processada pela mente inconsciente comparativamente com a processada pela mente consciente.
- Portanto, a nossa realidade é criada com base nos nossos filtros percetivos:
 - A que presto mais atenção? Ao que sinto (cheiro, provo, toco, emoções provocadas no meu corpo)? Ao que escuto? Ao que vejo?
 - Que "Padrões de Pensamento" prefiro utilizar? Presto atenção às coisas "positivas" ou "negativas"? Deixo que os outros tenham influência no meu "mapa da realidade" ou construo-o sozinho? Presto mais atenção ao que é "semelhante" ou ao que é "diferente" daquilo que conheço? Reparo no "detalhe" ou recolho apenas "alguma informação"?
- Por isso, é que cada pessoa vive num mapa da realidade individual, fruto das suas limitações e das percepções parciais ao longo da vida. A verdade é que ninguém sabe o que é a realidade global!

- Este nível do **Profiling AREAL** garantiu-lhe que:
 - passará a transmitir ao seu interlocutor, exatamente, as mensagens tal como ele será capaz de as entender!
 - ficam reduzidos todos os mal-entendidos, motivados pelas habituais falhas de comunicação!
 - agora, **domina qual a melhor forma de conseguir influenciar/ajudar** a criar as melhores memórias ao seu interlocutor!
 - também poderá aumentar as suas **Taxas de Retenção** e de **Recomendação de Clientes**, bem com a **Taxa de Vendas Adicionais**.

- **Cada vez sabe mais detalhes e conhece mais perfis!**

Nos Módulos 1 e 2 aprendeu 128 perfis e multiplicando, agora, esse número pelos 3 Sistemas de Representação que acabou de conhecer, isso significa que, **neste final do Módulo 3**, passou a dominar **384** diferentes combinações de perfis!

Com este SEU SUCESSO, é natural que esteja ansioso por dar o verdadeiro salto.

Verdade?

384 PERFIS

A partir de agora, já domina **384** dos **1536 Perfis** que conhecerá no final deste livro **Profiling AREAL!**

MÓDULOS	DENOMINAÇÕES		PERFIS	
1	NECESSIDADES HUMANAS	NECESSIDADE PRINCIPAL	4	
2	PADRÕES DE PENSAMENTO	MOTIVAÇÃO	2	$4 \times 2 = 8$
		TOMADA DE DECISÃO	2	$8 \times 2 = 16$
		COMPARAÇÃO	4	$16 \times 4 = 64$
		QUANTIDADE DE INFORMAÇÃO	2	$64 \times 2 = 128$
3	SISTEMAS DE REPRESENTAÇÃO	CINESTÉSICO	3	$128 \times 3 = 384$
		AUDITIVO		
		VISUAL		



MÓDULO 4

TIPOS DE COMPORTAMENTO

- **Acha importante ser capaz de reforçar as suas relações pessoais e profissionais? E de saber antecipar os comportamentos dos seus interlocutores?**
- **Comece, então, por preencher o Autodiagnóstico “Tipos de Comportamento”.** Aumentará o seu autoconhecimento e, à medida que for avançando na leitura, mais facilmente compreenderá como melhorar aquilo que pretender.
- Os objetivos específicos deste Módulo 4 permitem-lhe:
 - Perceber quais as atitudes e comportamentos que cada pessoa escolhe adotar para satisfazer a Hierarquia de Necessidades.
 - Assim, antecipará as respetivas reações, perante cada situação.
 - E, saberá escolher a forma mais eficaz para atingir os objetivos!
 - Nas empresas, os inerentes benefícios influenciarão o incremento das **Taxas de Retenção e de Recomendação de Clientes e das Vendas Adicionais**.
- **Vamos aprender cada um dos 4 Tipos de Comportamento:**
 - 1. Passivo 3. Passivo/Agressivo
 - 2. Agressivo 4. Assertivo
- **Este nível de perfil é o único que depende exclusivamente da escolha**, consciente ou inconsciente, **de cada um**. Como tal, pode ser alterado, se a pessoa assim o desejar e trabalhar para isso.
- **Este nível da ferramenta do Profiling AREAL tem por base a Psicologia Cognitivo-Comportamental.** Como sempre, resultante de muito estudo e investigação, para que o conhecimento lhe chegue mais rico, específico e de fácil aplicação, nos diversos contextos.

AUTODIAGNÓSTICO

Tipos de Comportamento

No quadro seguinte, assinale com um x as afirmações que representam a sua habitual forma de atuar:

N (Nunca) | R (Raramente) | PV (Por vezes) | S (Sempre).

	N	R	PV	S
1. Sinto que tenho direito a expressar as minhas opiniões e ideias, mesmo quando estas são contrárias às das outras pessoas.				
2. Quando não consigo fazer-me ouvir, recorro às piadas e ao sarcasmo.				
3. Considero muito importante a opinião que os outros têm de mim.				
4. Quero ir longe, por isso coloco o meu sucesso profissional acima de tudo.				
5. Consigo recusar uma solicitação sem ficar com sentimento de culpa.				
6. Evito o confronto direto, mas, depois, procuro uma forma para ajustar contas.				
7. Mesmo quando não concordo, prefiro ficar calado, de modo a evitar o confronto.				
8. Um bom líder é aquele que sabe ser autoritário.				
9. Sou capaz de utilizar frases curtas e claras.				
10. Evito o contacto visual. Para olhar enquanto falo, escolho um ponto à minha frente.				
11. Peço desculpa frequentemente e passo a vida a justificar-me.				
12. Se alguém fizer algo errado, não hesito em criticá-lo.				

Tipo de Comportamento Passivo



(CMTV)

NOTA PRÉVIA

Sendo o futebol um tema global, **recorri a 4 entrevistas**, concedidas por 1 treinador e por 3 dirigentes, para exemplificar os 4 Tipos de Comportamento. No entanto, desde já, **saliento que os excertos selecionados não caraterizam o Tipo de Comportamento Principal de nenhuma das pessoas escolhidas**, mas, tão somente, servem como aprendizagem para os leitores detetarem, com exemplos reais, momentos em que aquela pessoa optou por utilizar o Tipo de Comportamento, em análise.

Síntese do excerto:

Nuno Espírito Santo, a 28 de novembro de 2016, quando era treinador do FCP, empatou com o Belenenses e viu lenços brancos no Dragão.

Durante essa conferência de imprensa, manteve os braços unidos o tempo todo, sem qualquer tipo de gesto efusivo. O máximo que fez foi levantar ligeiramente uma mão... sempre de ombros caídos e com a cabeça "enfiada" na gola do casaco.

Esta postura mostra uma pessoa grande a tentar ocupar o mínimo de espaço possível, como que um "caracol a tentar entrar dentro da sua casa para não ser visto".

Quando começa a responder, olha para o jornalista, mas, de imediato, desvia o olhar, não aguentando o contato "olhos nos olhos". Surgem as hesitações e a gaguez.

Desculpa-se, sistematicamente, com "o momento... o momento é difícil..." Não demonstra qualquer força, ou motivação, apenas uma atitude derrotada, plena de gestos e expressões típicas de um Comportamento Passivo. Imagine um líder que adote sempre este Tipo de Comportamento. Será que conseguia confiar nele? Claro que não! Aliás, ao observar-se aquela conferência de imprensa ficou, bem perceptível, que estava a chegar ao fim a era de Nuno Espírito Santo, no Dragão.

① Objetivo

Uma pessoa que adota maioritariamente um Comportamento Passivo tem como **principal objetivo evitar o confronto**.

Não suporta conflitos nem discussões. Prefere anular-se a dar uma opinião e correr o risco de despoletar uma troca de ideias mais acesa, pois sabe que acabará por se calar. Mas se conseguir agradar aos outros melhor.

② Características

- **Evita o confronto** – Prefere dizer que sim, mesmo não concordando, do que dizer "não" e provocar uma discussão.
- **Não defende os seus direitos nem interesses pessoais** – Se tiver de escolher entre defender os seus direitos e o seu bem-estar ou ficar calado, optará por ficar calado!
- **Fala pouco, espera que as pessoas adivinhem o que deseja** – Nunca sabemos o que é importante para esta pessoa, o que a faz feliz, o que valoriza, pois terá sempre tendência a dar uma resposta neutra ou politicamente correta.
- **Valoriza excessivamente a opinião que os outros têm a seu respeito** – Tentam fazer de tudo para passar despercebidos e serem agradáveis. Se alguém diz que deveria ter procedido de outra forma, como a sua autoestima é baixa, confia mais nos outros.
- **Raramente emite uma opinião** – Se tiver a possibilidade de ficar calado, é o que faz! Então, numa equipa ou numa empresa, o que acrescentará uma pessoa com esta atitude? Apenas os líderes incompetentes gostam de se rodear deste tipo de *yes men* (pessoas que concordam com tudo o que os outros dizem)!

Tipo de Comportamento Agressivo



(CMTV)

Síntese do excerto:

Neste pequeno excerto, vemos o Presidente do SCP, **Frederico Varandas**, a adotar um comportamento de revolta em relação ao Presidente **Jorge Nuno Pinto da Costa**, do Futebol Clube do Porto.

Repararam como cita os feitos com expressões de nojo, raiva e superioridade?

- “Pode ter um grande sentido de humor!” – acompanhado de uma microexpressão de desprezo.
- “Pode ser uma pessoa socialmente acima da média.” – semicerra os lábios antes de o dizer e inclina a cabeça.
- “Pode ter um currículo cheio de vitórias!” – e inclina a cabeça para trás, numa atitude desafiante, seguida da microexpressão de desprezo.
- “Mas um bandido será sempre um bandido!” – demonstra raiva, enquanto diz esta frase!

O insulto é típico de uma pessoa que utiliza maioritariamente o Comportamento Agressivo, assim como a Linguagem Corporal de raiva, desprezo e desafio.

Repare que nunca o vimos a proteger-se, a cruzar os braços ou a olhar para o lado. Encarou sempre os jornalistas nos olhos.

Módulo 4

Mais, arregala os olhos, enquanto fala, e inclina a cabeça para a frente, o que transmite uma ameaça não-verbal.

Quanto ao tom de voz, tanto pode ser alto e precipitado como baixo e seco.

Não deixa falar ninguém, nem que lhe coloquem perguntas. Controla com um gesto de mão, como que a dizer "stop", vira a cabeça, para deixar claro que: "Já me estão a irritar!", e continua o seu monólogo, **o que é típico de quem adota o Comportamento Agressivo**, adorar falar sozinho, não escutando ninguém nem aceitando ser interrompido, e no final: "... um bandido será sempre recordado como um bandido!", dando enfase ao seu discurso.

Faz novamente o sinal de "stop" enquanto diz:

"E o Sr. Pindo da Costa, no dia em que se retirar (volta a arregalar os olhos, em tom de ameaça, e inclina a cabeça para a frente), ou for obrigado a retirar-se, prestará um grande serviço ao futebol português e contribuirá muito para que Portugal tenha uma imagem de primeiro mundo..." (Semicerra os lábios e vira as costas, como quem diz: "Já disse o que tinha a dizer, portanto, vou à minha vida!").

O Comportamento Agressivo caracteriza-se pelo estilo:

"Quero, posso e mando!", "Faço o que quero e como quero!"

E, neste excerto, vimos como isso é possível, sem a agressividade do contacto físico, sem gritos, sem ameaças físicas, apenas com insultos, num tom de voz disfarçado de assertividade, utilizando uma Linguagem Corporal desafiadora, mas "com classe"!

① Objetivo



Principal objetivo – vencer

São elementos que têm como principal objetivo vencer e estão dispostos a fazê-lo a qualquer custo.

Costumo denominá-los como "analfabetos emocionais", pois, na realidade, ao contrário do que a maioria das pessoas pensa, eles não têm como objetivo humilhar ou sentir-se superiores aos outros.

- **Solidão e frustração** – No final do dia, quem assim procede, sente-se igual àqueles que adotam maioritariamente Comportamentos Passivos. Ambos se sentem incompreendidos, frustrados, ansiosos. Vão para casa a pensar: “Que injustiça! Dou tudo por aquela equipa/empresa e ainda me criticam!”, “Se se esforçassem como eu, compreenderiam porque fico tão zangado e sem paciência!”

⑥ Como lidar

- **Lembre-se que é instável** – Cuidado, para não pressionar (mesmo sendo uma pessoa com o Padrão de Pensamento Outros).
- Utilize uma linguagem corporal segura.
- Recorra a um tom de voz firme.

Tipo de Comportamento Passivo/Agressivo



(CMTV)

Síntese do excerto:

Desde já esclareço que esta escolha resulta de uma clara manifestação de imparcialidade.

Nasci na cidade do Porto, aprendi a nadar nas piscinas do Futebol Clube do Porto, até fui sócia muitos anos e tenho um enorme respeito e admiração pelo Presidente **Jorge Nuno Pinto da Costa**.

Módulo 4

Aprendi a valorizar a defesa intransigente dos interesses do clube e das regiões, em particular do Norte do país. Destaco, ainda, aquilo que é mais importante para este exercício: a sua invulgar cultura e inteligência, que, ao longo de décadas, lhe têm permitido utilizar, com **uma inigualável mestria, os 4 Tipos de Comportamento, consoante a situação o exige.**

Neste exemplo, saliento como perante a comunicação social recorre ao Comportamento Passivo/Agressivo, ainda que não seja este o seu Tipo de Comportamento predominante.

Aliás, estudaremos o quanto é nefasto a utilização de um tal Tipo de Comportamento quando é o mais adotado. Mas, pelo meu apreço acima expresso, **fica claro que apenas se pretende, através de um fabuloso exemplo, numa situação concreta, permitir aos leitores analisar várias das características do Comportamento Passivo/Agressivo.**

Em primeiro lugar, é manifesto o OBJETIVO específico, perante a comunicação social, de o Presidente do Futebol Clube do Porto, enaltecer o seu clube e a região Norte.

- Quando lhe fazem a primeira pergunta: "Acredita que em alguns jogos o Benfica pode perder pontos?", Pinto da Costa, olha para o chão, ri-se, depois olha para o jornalista e, já com uma cara séria, diz: "Pode-se perder pontos em todos os jogos!", levantando os olhos como que a dizer: "Sei lá!", mas, ao mesmo tempo, fazendo uma microexpressão de desprezo, demonstrando que está a "gozar com a resposta", diz: "E pode-se ganhar qualquer jogo!", ficando com uma expressão "normal" e olhando para outro jornalista, como quem diz: "Próxima pergunta."
- Quando lhe perguntam se pode ganhar o título, mantém-se sério e responde com tranquilidade: "Para já a minha preocupação é o Santa Clara, depois, não dependemos só de nós, vamos aguardar." No entanto, levanta só um ombro, o que contradiz a comunicação verbal.
- Segue-se nova pergunta: "O que disse aos jogadores no balneário?", Pinto da Costa responde, utilizando uma das características mais marcantes do Comportamento Passivo/Agressivo que é a ironia:

Tipo de Comportamento Assertivo



(CMTV)

Síntese do excerto:

Em homenagem aos benfiquistas, clube com o maior número de adeptos em Portugal, procurei um vídeo em que **Luís Filipe Vieira**, então, Presidente do Sport Lisboa e Benfica, **utilizasse apenas o Comportamento Assertivo**.

Como em todos os outros exemplos, Luís Filipe Vieira não utiliza só este Tipo de Comportamento. Aliás, se assistirmos a uma *Flash Interview* ou a uma intervenção no final de um jogo menos conseguido, o mais provável será encontrarmos a versão do Comportamento Agressivo, face à adrenalina do momento. Mas, para o propósito da aprendizagem dos leitores, selecionei o excerto de uma entrevista em que surgiu extremamente bem preparado, quer ao nível da comunicação quer emocionalmente, em que recorreu com mestria ao Comportamento Assertivo.

Assim, cada leitor poderá apreciar como, com este Tipo de Comportamento, Luís Filipe Vieira desarmou os jornalistas, que estavam convencidos de que iriam conseguir que ele passasse para o Comportamento Agressivo e, descontrolado, demonstrasse a sua inquietação.

Repare na Linguagem Corporal de Luís Filipe Vieira: pernas abertas com ambos os pés pousados no chão, sentado corretamente, mas de forma descontraída, não de modo provocatório, olhando sempre nos olhos, atento sem ser desafiador, enquanto escuta cada pergunta.

Feita a primeira pergunta, reponde sem hesitar: "Não!" Faz o enquadramento do "não" com gestos abertos e seguros, justificando a sua ação: "O que se passa, pontualmente, é a impunidade que existe."

Irritado, o segundo jornalista começa a falar, interrompendo os outros com gestos mais bruscos, tom de voz mais elevado e provocatório: "Que provas é que o Benfica tem de coação para além...?" Luís Filipe Vieira continua com o mesmo tom de voz, olhando agora para este jornalista e afirmando, com convicção: "Eu não vou falar de provas, não sou agente da judiciária nem ninguém do Benfica é agente da judiciária."

E continua de forma organizada, sem se deixar levar pela emoção do jornalista: "Há um Conselho de Arbitragem que existe e queremos saber qual é a posição que tem e quais são as medidas que vão tomar?"

Prosegue com a sua argumentação sem se deixar intimidar, o que é mais uma das características do Comportamento Assertivo: "É público que... é público... é público... e o Conselho de Arbitragem a nós tinha de nos dizer o que é que estão a fazer."

Repare que são sempre argumentos lógicos e organizados.

Quando interrogado e provocado sobre aquilo que o comunicado do Benfica dizia, o seu presidente responde muito bem e novamente de forma assertiva: "... se o que fomos lá dizer, quiséssemos dizer na praça pública, estava aqui a dizê-lo."

Esta é uma resposta óbvia, que "deita por terra" qualquer pergunta. As pessoas com um Comportamento Assertivo dizem o que querem e não o que os outros querem que elas digam.

Continua com argumentos lógicos e assistimos aos jornalistas, sentados, mas a chegarem-se para trás nas cadeiras e cada vez mais nervosos.

Este é o poder do Comportamento Assertivo!

① Objetivo

Quem adota, maioritariamente, um Comportamento Assertivo tem como principal objetivo encontrar a melhor solução.

Ao contrário do Comportamento Agressivo, adotado quando se pretende ganhar, quando utilizamos o Assertivo, a meta é encontrar a melhor solução, independentemente de quem proponha ideia.

⑥ Como lidar

- Correspondendo com um tratamento direto, seguro, frontal e sempre com o máximo respeito.

CONCLUINDO

- Neste momento tem uma poderosa ferramenta, capaz de mudar a sua vida.
- Pode utilizá-la a nível profissional e obter os melhores resultados
- Desempenhá-la a nível profissional e obter os melhores resultados
- Ou simplesmente se sentir mais feliz. Mais ainda: Mais ainda:
- Ao utilizar o Profiling AREAL pode e deve fazer com que cada pessoa, com quem interaja, se sinta bem e mais compreendida perto de si.**
- Esta ferramenta foi criada com o objetivo de ensinar a compreender-se melhor e a quem o rodeia.
Assim, sendo inteligente e flexível, ao ponto de aceitar cada pessoa como ela é e de se adaptar (em vez de usar o desgastado lema: "Eu sou assim, quem gostar, gosta, quem não gostar, azar!"), demonstrará aos outros o seu máximo respeito.
(Pense sempre: "Eu vou conter a minha forma de ser e agir, para me adaptar a ti, de modo a que me entendas e possamos criar uma melhor relação.")
- Esta é a minha contribuição para um mundo melhor, que desejo seja exclusivamente utilizada para fins positivos.
- Lembre-se da frase que partilhei consigo, logo no início:
"Conhecimento é poder, e poder é responsabilidade."
- O conhecimento está agora nas suas mãos.
Aplique-o e faça o melhor uso dele para criar uma vida com mais sucesso e felicidade, para si e para quem o rodeia!

Final do Módulo 4

- Neste Módulo, ficou a conhecer os **4 Tipos de Comportamento:**
1. Passivo 3. Passivo/Agressivo
2. Agressivo 4. Assertivo
- Desde logo lhe foi salientado **que este nível de perfil é o único que depende exclusivamente da escolha individual, pelo que, quer perante determinada situação quer ao longo da vida, cada um poderá fazer a sua opção.**
Infelizmente, na maioria das vezes, essa escolha é feita de forma inconsciente, não sendo, por isso, colocada outra hipótese... apenas se vai reagindo aos acontecimentos, de forma espontânea e sem pensar muito.
- **Através do Autodiagnóstico** apresentado no início do Módulo, **ficou a conhecer qual o seu ponto de partida** para poder tomar as decisões necessárias quanto ao que terá de trabalhar em si próprio, **após recorrer os ensinamentos da nova metodologia** utilizada, unicamente, neste Módulo.
- **Metodologia em 6 passos**
Enquanto os 3 primeiros Módulos foram tratados com uma metodologia em **3 passos:**

CARACTERÍSTICAS | COMO IDENTIFICAR | COMO LIDAR

Neste Módulo 4, foi imprescindível uma especificação em **6 passos**, em virtude de ser a única ferramenta que é uma escolha pessoal, que habitualmente é tomada de forma inconsciente. Assim, considero essencial que conheça as vantagens e desvantagens de cada um, para que possa conscientemente adotar o tipo de comportamento da sua escolha!

OBJETIVOS | CARACTERÍSTICAS | EXPRESSÕES TÍPICAS |
COMO IDENTIFICAR | VANTAGENS E DESVANTAGENS |
COMO LIDAR

- Após todas as análises, concluímos que a “situação ideal” seria: **Ter o Comportamento Assertivo destacado, seguido dos comportamentos Passivo e Agressivo, praticamente idênticos, e o Passivo/Agressivo o mais baixo possível.**

Porquê? Porque isso significa que se dominam totalmente as emoções e que se escolhe, conscientemente, quanto se ganha mais em adotar um Comportamento Assertivo, Passivo ou Agressivo, perante a análise de cada situação e do seu custo/benefício!

- **PARABÉNS! Concluiu o último nível!**
- **Ao aprender a identificar o seu próprio perfil** ficará a conhecer-se melhor e apto a utilizar o seu máximo potencial!
- **Ao aprender a identificar o perfil de cada pessoa**, os seus relacionamentos serão fiáveis e duradouros, pois passará a utilizar uma comunicação mais eficiente!

1536 PERFIS

Fantástico! Já domina os **1536 Perfis diferentes do Profiling AREAL!**

MÓDULOS		DENOMINAÇÕES		PERFIS	
1	NECESSIDADES HUMANAS	NECESSIDADE PRINCIPAL		4	
2	PADRÕES DE PENSAMENTO	MOTIVAÇÃO	2	4 x 2=8	
		TOMADA DE DECISÃO	2	8 x 2=16	
		COMPARAÇÃO	4	16 x 4=64	
		QUANTIDADE DE INFORMAÇÃO	2	64 x 2=128	
3	SISTEMAS DE REPRESENTAÇÃO	CINESTÉSICO			
		AUDITIVO	3	128 x 3=384	
		VISUAL			
4	TIPOS DE COMPORTAMENTO	PASSIVO			
		AGRESSIVO			
		PASSIVO/AGRESSIVO	4	384 x 4=	
		ASSERTIVO		1536	

4 Módulos

15 Perfis Principais

1536
Perfis de
Pessoas

25 Grandes Perfis
(15 Principais + 10 Secundários)