

Perfilar de forma indireta a personalidade- ferramenta chave na negociação e no recrutamento

*Dora Alexandra da Conceição Carvalho de Sousa, Vertentes e Coordenadas, S.A.*

Embora negociação não seja uma guerra, pode-se aplicar a frase de Sun Tzu:

"Se se conhece e conhece o inimigo, não é preciso temer o combate. Se só conhece a si próprio, para cada vitória haverá uma derrota. Se nem se conhece nem conhece o inimigo, irá sucumbir em todos os combates".

O termo negociação deriva do latim *negocium*, e é uma palavra formada pela junção dos termos *nec* (nem, não) + *ocium* (ócio, repouso), cujo significado estrito supõe uma atividade difícil, trabalhosa.

Apesar de ser uma atividade presente na maioria das atividades do nosso quotidiano não é fácil fazê-lo bem.

O objetivo desta comunicação é salientar a importância de promover o conhecimento da personalidade de forma a ser aplicado no âmbito da negociação. Em situações de recrutamento, como forma de complementar resultados de assessments estes conhecimentos são chave para uma negociação efetiva entre as partes, uma vez que erradamente somos muitas vezes levados a olhar para os outros e para as situações não de acordo com as suas características mas sim de acordo com as nossas.

De fato conhecer o estilo individual de personalidade bem como o estilo do seu interlocutor permite-nos sermos mais efetivos na negociação e interação com o outro, uma vez que tendemos a olhar o mundo de acordo com os nossos olhos. Estar atento aos os diferentes estilos de personalidade e para as características diferentes dos outros permite-nos tomar consciência de que apesar de nos considerarmos seres racionais, os nossos juízos, escolhas e decisões são bem mais irracionais e dependentes de heurísticas cognitivas e afetivas que pensamos à primeira vista.

A palavra heurística tem origem no termo grego que significa “encontrar” ou “descobrir” e tem a mesma origem da palavra eureka que significa “encontrei”.

A heurística é um processo simplificador do nosso pensamento e comportamento que é realizada de forma inconsciente e que tem por base as nossas percepções e experiências anteriores. A percepção é em psicologia, neurociência ou ciências cognitivas a função do cerebral que atribui significado a estímulos sensoriais a partir das nossas vivências passadas.

Através da percepção, um indivíduo organiza e interpreta as suas impressões sensoriais para atribuir significado ao seu meio.

A percepção e as heurísticas estão ligadas já que se tratam de procedimentos utilizados quando nos situamos perante um problema que possa ser demasiado complexo ou que tenha informações incompletas. É por este motivo que, também no contexto da negociação, tomamos muitas vezes decisões e pensamos de forma automática e irrefletida. As heurísticas são como autoestradas do nosso pensamento que ocorrem de forma inconsciente sem que os indivíduos se deem muitas vezes conta desse processo. No geral, estas podem ser consideradas atalhos mentais, medidas que preservam e conservam a energia e os recursos mentais, importantes quando fazemos, por exemplo, uma análise de alguém baseada numa primeira impressão. O seu lado negativo prende-se com o facto de que, sendo um processo geralmente aplicado de forma automática e inconsciente, está sujeito a inúmeros erros e enviesamentos, dando origem a erros padronizados.

Estar consciente dos diversos tipos de personalidade, conhecer-se a si e aos outros permitir-lhe-á minimizar os seus enviesamentos na interação com os outros tornando as negociações em que intervém mais efetivas.