

Percepção ou paradigmas

A percepção é um modo de formar impressões sobre nós mesmos, sobre as nossas experiências do dia a dia, sobre a outra pessoa, objeto ou acontecimento e sobre a situação em que nos encontramos. O processo perceptivo envolve três elementos: o indivíduo perceptor, o percebido e o ambiente, fatores muito importantes durante os tramites de uma negociação.

Primeiro elemento: o indivíduo perceptor - As experiências anteriores do indivíduo, necessidades ou motivos, personalidade, valores e atitudes podem influenciar no processo perceptivo. A maneira como somos, ou seja, nossas crenças, valores, culturas, normas, padrões e paradigmas, nosso estado emocional e nossas intenções constituem uma “lente” (filtro) através da qual iremos “ver” as pessoas e as situações. Uma pessoa que se vê insegura e incapaz e ainda vê o outro como uma ameaça tende a falar pouco, se expor ao mínimo possível e resumir sua participação em qualquer evento ou reunião apenas àquilo que é rigorosamente indispensável. Ou seja, nós não vemos as coisas como elas são; nós as vemos como nós somos.

Segundo elemento: o percebido - São importantes no processo de percepção as características do que é percebido (seja a pessoa, o objeto ou o acontecimento), tais como contraste, intensidade, tamanho, movimento ou novidade.

Terceiro elemento: o ambiente - O contexto físico, social e organizacional do ambiente também pode influir no processo perceptivo. E nossa relação, tal qual como nós nos vemos, com o meio ambiente, interfere ainda mais em nosso comportamento.

Estágios do processo perceptivo

A percepção pode ser definida como o processo pelo qual as pessoas selecionam (prestam atenção e escolhem), organizam e interpretam os *inputs* de informação referentes a elas mesmas, ao percebido e ao ambiente para elaborar uma imagem do mundo que as rodeia.

Portanto, cada um de nós trata, organiza e interpreta a informação sensorial de forma diferente, pois nossa percepção depende não só do caráter do estímulo físico, mas também da relação desse estímulo com o meio ambiente, com as experiências e as condições internas do indivíduo. Tal constatação é importante porque é através da percepção que as pessoas transformam as informações em respostas que envolvem sentimentos e ações que conduzem a negociação ao sucesso ou ao fracasso. ■



Carlos Pessoa

Professor e especialista em Negociação e Gestão Estratégica
www.carlospessoa.com.br